

L'agroalimentaire en Allemagne, Autriche, Suisse, Belgique

Dégustation privée Produits alimentaires – Zone Rhénane 2026

10 février 2026

01

Présentation de la
mission

02

Les acheteurs de la
Zone
Rhénane mobilisés

03

L'agroalimentaire En
Zone Rhénane

04

L'équipe Agrotech En
Zone Rhénane

01

La mission Dégustation privée
Produits alimentaires Zone
Rhénane 2026

Dégustation privée Produits alimentaires – Zone Rhénane

Destinée aux producteurs de **produits d'épicerie sèche, ambients**

Avantages :

- **Logistique entièrement gérée par Business France** pour les dégustations
- **Test sans déplacement** : Faites déguster 2 références de vos produits sans frais de déplacement.
- **Retour multi-acheteurs** : Les acheteurs découvrent et évaluent vos produits en une seule mission.
- **Recommandations du marché** : Recevez des recommandations précieuses pour ajuster votre offre et vous développer sur le marché.
- **Premiers contacts potentiels** : En cas d'intérêt de la part des acheteurs, un email de mise en relation sera envoyé pour vous permettre d'entamer des discussions commerciales.

Objectif :

TESTER le potentiel de votre produit sur les marchés de la zone rhénane (Allemagne, Autriche, Suisse, Belgique) et recueillir les feedbacks des acheteurs mobilisés.

→ Demande de participation :

[E-Salon - Dégustation privée Produits alimentaires 2026 - Zone Rhénane](#)

Programme prévisionnel :

Jusqu'à fin mars 2026 :
Période d'inscription

Mi-avril : Envoi de vos échantillons au partenaire logistique en France

Fin avril – Mi-mai : Envoi par le partenaire logistique des échantillons aux acheteurs

Mai – juillet : Dégustations sur place

Septembre : Envoi du livrable final avec les retours détaillés des acheteurs

Nos offres :

Offre 2 pays*
2 100 € HT

Offre 4 pays*
3 100 € HT

**4 acheteurs par pays*

Notre partenaire régional :



Leonard Parli

La Dégustation privée permet à l'entreprise d'accéder rapidement à des prospects qualifiés à un coût maîtrisé, avec un fort potentiel en zone rhénane, renforcé par notre nouveau partenariat avec Qoqa en Suisse. Ce dispositif constitue un levier efficace pour générer des opportunités commerciales et accroître la visibilité de l'offre à l'international.



Thibault GIGNOUX
Dirigeant

Pates Fabre

Cette première participation a permis de présenter nos produits à des acheteurs qualifiés et de recueillir des retours très pertinents. Elle a contribué à affiner le positionnement prix, à renforcer le discours commercial et à mieux comprendre les attentes des marchés européens. Cette mission constitue une première porte d'entrée stratégique vers l'international et une opportunité efficace pour explorer l'Europe avant un déploiement durable.



Julien Baucher
Dirigeant

02

Les importateurs/distributeurs de la zone Rhénane mobilisés sur l'opération

Les acheteurs allemands mobilisés sur la Dégustation privée



**Vous n'êtes pas encore présents en Allemagne?
Ou vous souhaitez tester un nouveau produit sur le marché allemand ?**

→ **Les distributeurs allemands ci-contre – grossistes et détaillants – sont prêts à déguster et à évaluer vos produits.**

Les opérateurs allemands sont **experts** de leur secteur de produits et de leur marché.

Les acheteurs ont besoin **des prix des produits** pour pouvoir évaluer si un produit est commercialisable : nous avons besoin d'un **prix EXW et d'un PVC recommandé** (France).

Ils sont exigeants. Un **packaging** qualitatif est très important et doit correspondre à la cible de clients en termes de circuit de distribution (épicerie fines ou supermarchés ...), cible de consommateurs ...

Afin de montrer aux acheteurs que les produits sont prêts à être exportés, nous vous conseillons **d'apposer des étiquettes ou des stickers en allemand** sur les échantillons, avec les infos essentielles en allemand (nom du produit, liste des ingrédients, valeurs nutritionnelles).

NB : Si vous avez déjà un partenaire en Allemagne, merci de nous communiquer de qui il s'agit svp.

Epicerie Fine Chantal Deiss

Importateur-grossiste spécialisé en produits d'épicerie fine sèche premium et de longue conservation issus d'producteurs artisanaux traditionnels. Les clients sont le commerce spécialisé, notamment les cavistes, dans toute l'Allemagne. Chantal est française. Elle fournit à ces clients des informations détaillées sur les produits, leur fabrication et donne des idées pour les utiliser en cuisine.

www.epicerie-fine.de/



Dantesse

Importateur-grossiste spécialisé en produits d'épicerie fine sèche de longue conservation d'origine française et italienne fournissant le commerce spécialisé (cavistes et épicerie fines). Couvre toute l'Allemagne et un peu l'Autriche. Entreprise créée en 1994 par des Français.

www.dantesse.com/



Robert Lindner

Chaine d'épicerie fines réalisant des importations. Entreprise familiale avec plus de 50 points de vente (dont plus de 40 à Berlin et Potsdam). La moitié des produits distribués sont sous leur marque propre « Lindner ». Boutique en ligne proposant une sélection de 550 produits envoyés dans toute l'Allemagne.

www.lindner-esskultur.de/



GALERIA Markthalle

Rayon alimentaire de la chaîne de grands magasins GALERIA, axé sur la qualité et la diversité, implanté dans 22 points de vente en centre-ville des grandes villes allemandes.

www.galeria-markthalle.de/



Les acheteurs belges mobilisés sur la Dégustation privée



TerraGusto

Entreprise familiale belge, spécialisée dans la distribution de produits gastronomiques et d'épicerie fine basée à Durbuy et privilégiant des produits artisanaux de terroir.

www.terragusto.be



Adh Quality

AdH Quality est une entreprise belge fondée en 2002. Elle opère comme distributeur-importateur de produits fins artisanaux : marques belges, françaises, espagnoles, italiennes.

www.adh-quality.be



Hop !

Hop Bruxelles est une cave et épicerie fine réputée, implantée à Bruxelles.

L'établissement se distingue par une sélection de vins et de produits d'épicerie gourmets, issus de producteurs locaux et français, importés en direct.

www.hop.brussels



Terroirs de France

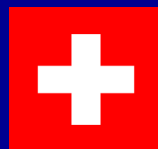
Epicerie fine spécialisée dans les saveurs du terroir français, avec une sélection de fromages, salaisons, vins, huiles et produits d'épicerie fine importés d'artisans français.

www.terroirs-de-france.com



Les acheteurs suisses

mobilisés sur la Dégustation privée



Omniadis

Importateur-grossiste suisse spécialisé en épicerie fine, Omniadis distribue depuis plus de 40 ans des produits alimentaires et non-alimentaires via la grande distribution (Coop, Manor, Globus), les grossistes (Aligro, Transgourmet, Pistor), et l'e-commerce (Qoqa, Brack.ch, Deindeal)

www.omniadis.ch



Manor

Troisième acteur de la grande distribution en Suisse, Manor combine une activité de retail et de restauration avec 23 magasins et 26 restaurants, et se positionne sur un segment plus premium que Coop ou Migros.

www.manor.ch



Qoqa

Plateforme suisse d'e-commerce connue pour ses ventes flash et ses sélections de produits originaux.

www.qoqa.ch



Aligro

Grossiste suisse avec plusieurs sites de gestion, Aligro est un acteur clé du secteur HORECA et de la distribution alimentaire, ouvert à des collaborations avec des marques françaises via son équipe import-export basée à Gossau.

www.aligro.ch



Les acheteurs autrichiens mobilisés sur la Dégustation privée



Julius Meinl am Graben

La plus grande épicerie fine autrichienne, l'équivalent de bon marché.
Propose des produits du monde entier et la France y est bien positionnée.



www.meinlamgraben.eu

Un jour en France

Epicerie fine proposant 100 % de produits français.
Recherche exclusivement des produits français haut de gamme.



www.unjourenfrance.at

Haug Deliktaessen

Epicerie fine proposant principalement des produits italiens, autrichiens et français et qui propose aussi un service de restauration.
Recherche des produits premium d'origine française



www.qoqa.ch

Azwanger

2 sites à Salzbourg : une épicerie fine et un bar à vin avec petite restauration. Large gamme de produits gourmets principalement d'Autriche, de France, d'Italie et d'Espagne.



<https://azwanger.at>

03

Le marché de l'agroalimentaire dans la Zone Rhénane

► Allemagne



Pays pragmatique, qui aime authenticité, réactivité, créativité



→ **Le pays le plus peuplé d'Europe : 84,7 Millions** d'habitants (2025)

→ **1^{ère} économie européenne**

→ **Langue officielle : Allemand**

Population

→ **Pouvoir d'achat/habitant : position 9 en Europe** (42 pays).

Pouvoir d'achat solide mais consommateur sensibilité aux prix. Le niveau de prix est légèrement supérieur à la moyenne européenne.

→ **Population vieillissante** : moyenne d'âge de **45 ans** (France, 43) .

→ **Petits ménages : 75 %** se composent d'**1 ou 2 personnes**

→ **Population urbaine : 78 %** de la population

Distribution

→ **Plus de magasins d'alimentation** qu'en France, mais des magasins plus petits.

→ **Distribution de spécialités** par les épiceries fines, les cavistes et les supermarchés indépendants (souvent affiliés aux coopératives Edeka et Rewe) en passant par des importateurs.

→ **Grande distribution alimentaire** très concentré : les **TOP 4** réalisent **75 %** du CA.

→ **Pays du discount : 38 %** des parts de marché. Consommateurs sont très sensibles aux prix.

→ **Les marques de distributeurs (MDD)** représentent déjà une part très importante du CA – **42%** en moyenne. Elles continuent de gagner des parts de marché parce qu'ils innovent et montent en gamme.

→ **Marché très concurrentiel et saturé.**

Téléchargez gratuitement notre étude de marché : <https://event.businessfrance.fr/etudes-agro/nos-etudes/allemande-2024/>

► Allemagne

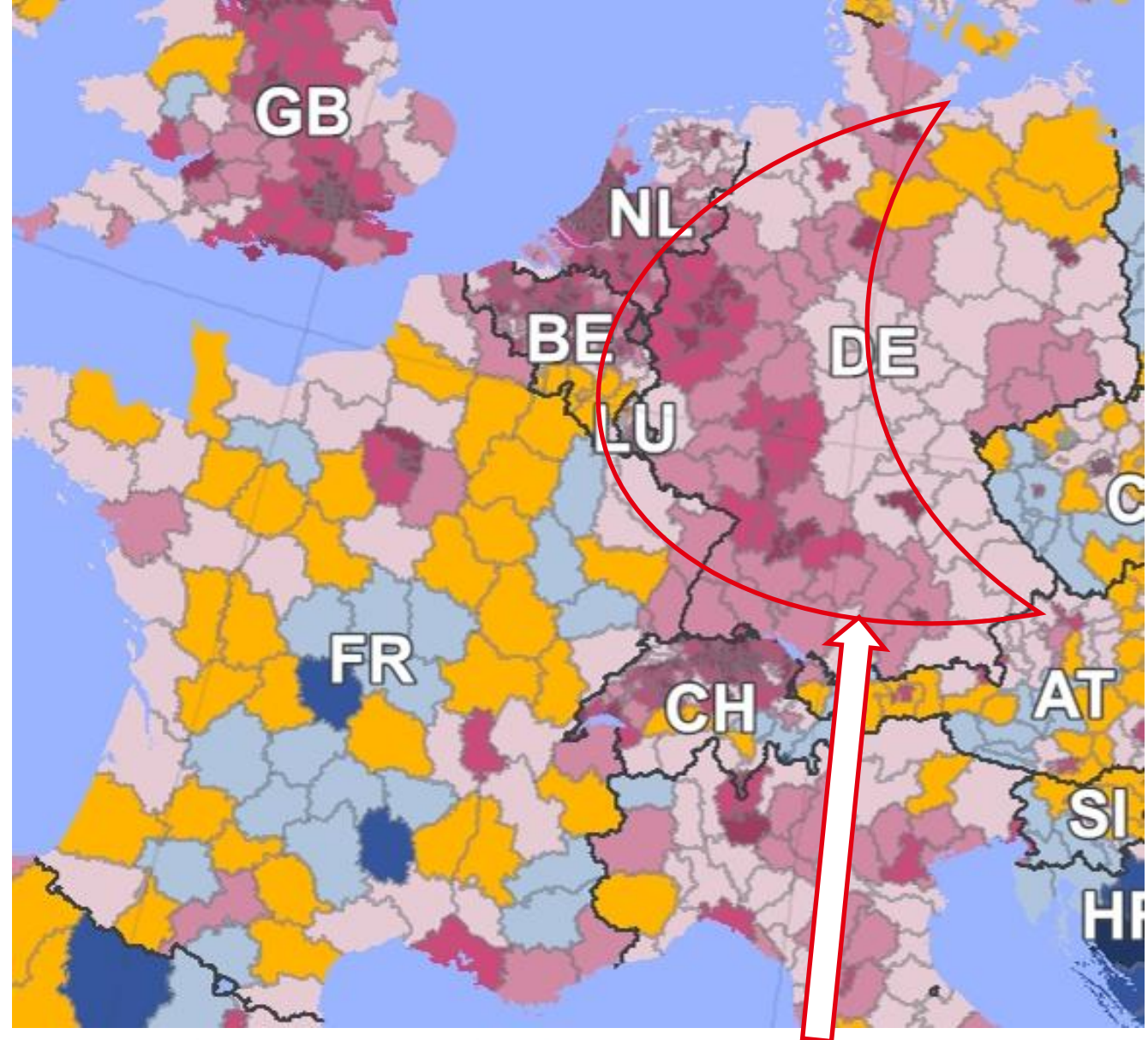


La densité du pouvoir d'achat en millions EUR/ km²

- **Pouvoir d'achat / habitant : 29 566 EUR** (2025)
- **PIB par habitant** : 50 820 EUR (2024),
(-0,2% par rapport à 2023)
- **L'Allemagne : plus petit et plus grand.**
La superficie du pays est inférieure à celle de la France, mais la population est plus importante.

Opportunités

- **Les produits alimentaires français jouissent d'une très bonne image.**
- Sensibilité croissante des consommateurs aux **produits de qualité à valeur ajoutée** (bio, sain, végétan, clean label, durables...)
- Recherche de produits **innovants, créatifs**
- Produits sous **Marque de distributeur** (MDD)
- Acheteurs et consommateurs **exigeants**.
- Vous gagnerez des partenaires si vous êtes réactif, fiable, rigoureux, pragmatique, loyal ...
- Approche structurée et rigoureuse.



Le croissant fertile à l'Ouest du pays

► Belgique

Un Marché de Relais et de Sécurité



Informations générales

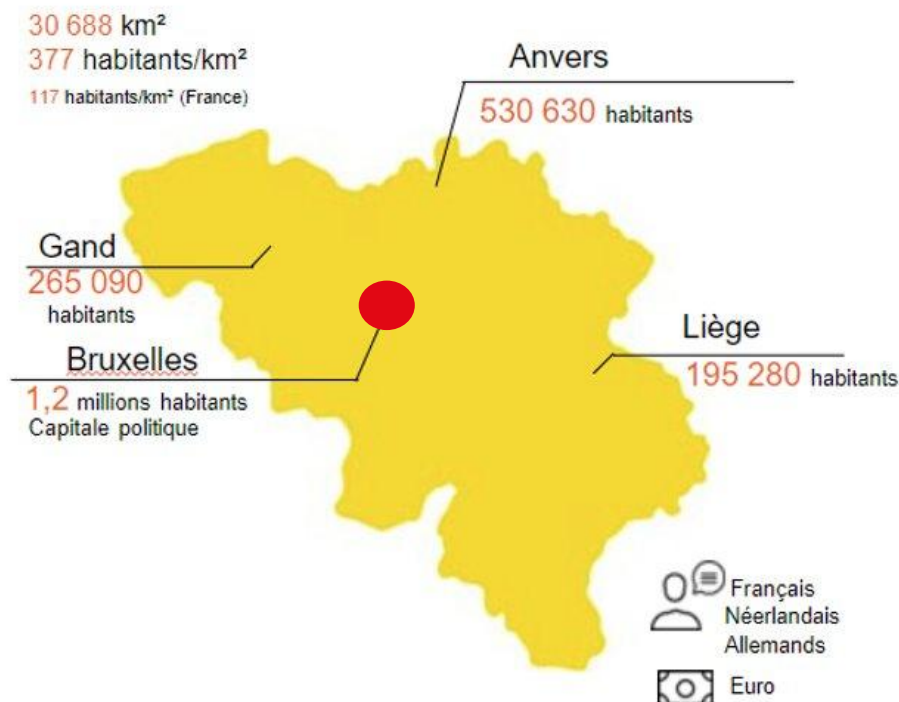
- 11,76 Millions d'habitants (2025)
- Langues officielles : Français, Néerlandais, Allemand.
- PIB Belgique 2024 : 596 Mds EUR (+1,4% par rapport à 2023)
- **7ème économie européenne**

La France & la Belgique

- **France = 3ème partenaire commercial** de la Belgique en matière d'exportation (proximité culturelle et linguistique)
- Forte association des produits français à la **qualité, la tradition, le savoir-faire et la gastronomie**

Consommateurs

- Pouvoir d'achat solide mais **sensibilité au prix** (différences régionales : les flamands ont un revenu plus élevé que les wallons), malgré un **intérêt pour les produits premiums à valeur ajoutée**
- Exigeants, attentifs à la qualité et à l'origine



► Belgique



Un Marché de Relais et de Sécurité – Epicerie fine

Marché de l'épicerie fine

→ Ventes au détail (2024) : 3 Mds €

→ Marché diversifié (confiseries, huile d'olive, épices, condiments...), innovant et concurrentiel (marques, artisans...)

Structure de l'offre & concurrence

→ Produits artisanaux de haute qualité généralement importés, principalement de France et d'Italie

→ Poids massifs des grandes surfaces avec des enseignes majeures telles que Delhaize, Carrefour, Colruyt, ... pour une densité de 1 supermarché pour 3 000 habitants. Ces grandes surfaces proposent des gammes étendues de leurs produits gourmets => concurrence directe (épicerie fines)

→ Distribution -> Rob market

Made in Belgium



Promo

Tendances de consommation

→ Recherche de produits gourmands mais sains, forte croissance du snacking santé (protéiné, moins sucré)

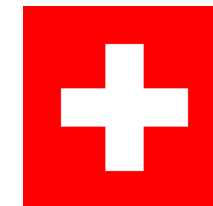
→ Importance des labels (Nutri-Score, Bio...) : part de marché des produits alimentaires bio ~ 4,3% du marché total en valeur (2024)

→ Préférence pour les packagings soignés & bilingues (Français - néerlandais)

→ En épicerie fine, les Belges privilégient l'innovation, les nouvelles saveurs et un marketing distinctif

→ 70% des Belges déclarent privilégier les produits d'origine belge quand l'information est visible

Opportunités : S'appuyer sur les salons clés du marché : Horecatel, Horeca Expo et Tavola



CHIFFRES CLÉS

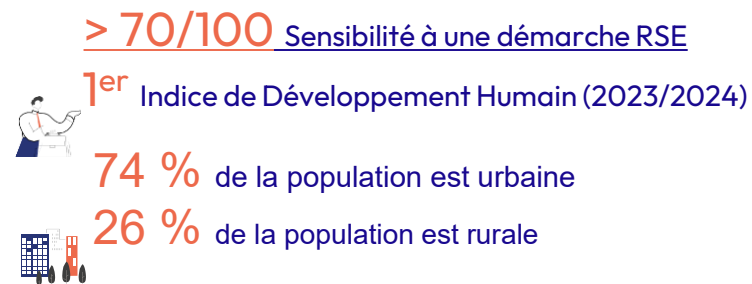
Avec ses 9,2 millions d'habitants (2024) et une densité moyenne de 214,4 habitants par km², la Suisse est un pays très dense par sa population : seulement ¼ de sa population totale vit dans les régions montagneuses (qui couvrent 70 % du territoire) et près de 40 % de la population se concentre dans les agglomérations des 5 grandes villes que sont Zurich, Genève, Bâle, Lausanne et Berne.

Les moins de 19 ans représentent 19,9 % de la population, les 20 à 64 ans, 56,7 % et les plus de 64 ans, 23,4 %.

Caractéristiques clés du marché

- Marché structuré
- Stable
- Qualité > Prix
- Discount limité (10 à 15% du marché)
- Prix élevés acceptés si qualité perçue

UN MARCHÉ DE 9,2 M D'HABITANTS



Sources : Confédération suisse, Office Fédéral de la Statistique (OFS), PNUD, Economist Group, France Diplomatie



LA SUISSE

Le marché agroalimentaire suisse : vue d'ensemble

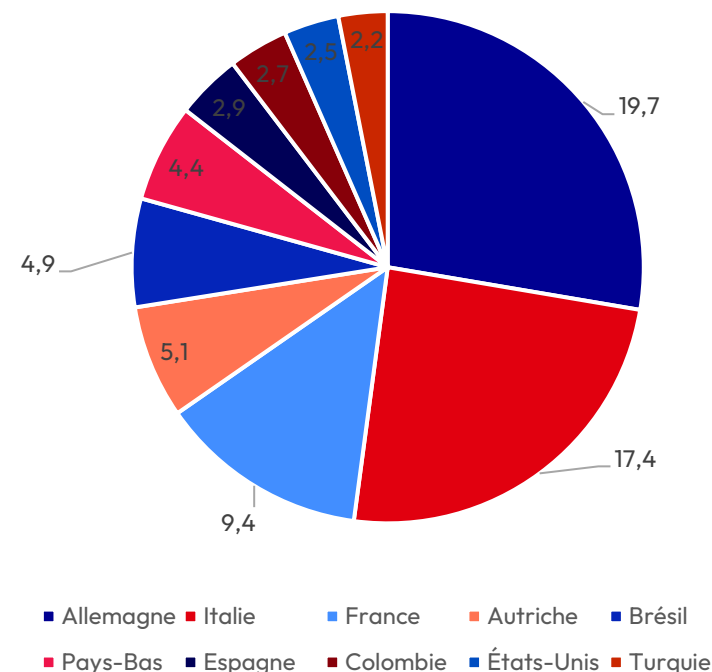
- *Taille et valeur du marché* : ± 65 milliards CHF/an
- *Dépenses alimentaires par habitant* : ± 7000 CHF/an
- *Part des produits importés* : ± 60% des produits alimentaires
- *Place du premium et du bio* : ± 10 à 15% en GD (x>5% en CHR)
- *Tendances* : Qualité, Durabilité, Produits locaux et Traçabilité

Tendances : ALIMENTAIRES

- Recherche des **MDD** / marques blanches pour être distribuées en GD (Grande distribution) : marché de MDD, **+ de 54% des références** distribuées sont des MDD
- Productions suisses de céréales en baisse, importations en augmentation
- Plus de produits vertueux : **simplicité**, moins transformés (santé, tarif), **le bio représente 13% (20% en Production)** de la consommation en Suisse, principalement représentée en GD, pas dans le HORECA (<5%)



FOOD (PDM (%) en Valeur par pays fournisseur)
(2024)



► Autriche

Marché de qualité

→ L'Autriche **est un marché de qualité**. Elle compte 9 Mio. d'habitants avec un **pouvoir d'achat parmi les plus élevés de l'Union européenne** grâce auquel ils recherchent des **produits de qualité**.

→ Le pays **est dépendant des importations** pour répondre à ses besoins en produits alimentaires et affiche une **balance commerciale négative de -1,6 Mds EUR** dans les échanges agroalimentaires avec **plus de 17 Mds EUR d'importations**.

→ En 2024, **les importations agroalimentaires de France s'élevaient à 534 Mio. EUR**

→ Les produits français profitent d'une **réputation de très bonne qualité**, tant chez les consommateurs que chez les professionnels.

→ Il existe un **réseau d'épiceries fines**, dont des sociétés spécialisées en produits français. Un certain nombre d'épiceries fines importent en direct.



Les rois du bio

L'Autriche est championne du bio. **27 %** de la surface agricole utile est bio, **la part la plus élevée de l'UE**.
Le bio est donc un plus pour les bio français.

04

L'équipe Agrotech au service de l'offre française en zone Rhénane

Vos contacts pour tout intérêt pour l'opération



Doris REIFENHÄUSER

Chargée d'affaires export
ALLEMAGNE-AGRO

doris.reifenhauser@businessfrance.fr



Jean Denis MORICHON

Chargé d'affaires export
AUTRICHE-AGRO

jean-denis.morichon@businessfrance.fr



Liam FALLON

Chargé de développement
BELGIQUE-AGRO

liam.fallon@businessfrance.fr



Lounis SLIMANE TALEB

Chef de projet BtoB
Paris – AGROTECH

Lounis.slimanetaleb@businessfrance.fr



Lothaire HAAR

Chargé de développement
SUISSE-AGRO

lothaire.haar@businessfrance.fr



Questions et Réponses

