

● **L'AGENCE DE  
L'ALIMENTATION  
NOUVELLE-AQUITAINE**



Ensemble,  
nous créons  
de la valeur  
pour nos  
territoires

---



*Vignobles de Nouvelle-Aquitaine.*





# Édito

---

## ● Le choix de l'action

*Préserver la qualité de vie et l'environnement, transformer nos atouts d'aujourd'hui en opportunités pour demain, telles sont les ambitions majeures que s'est fixées la Région Nouvelle-Aquitaine dans le cadre de la feuille de route NÉO TERRA.*

*Première région agricole et agroalimentaire de France et d'Europe en valeur, notre région souhaite fédérer les acteurs pour mobiliser les énergies, accélérer et accompagner le changement, dans le but d'atteindre des résultats concrets et tangibles, et cela en sachant conjuguer volontarisme et pragmatisme.*

*En Nouvelle-Aquitaine, nous pouvons être fiers de proposer aux consommateurs des produits de qualité, issus de savoir-faire authentiques, qui ont du caractère, et dont certains sont connus et reconnus*

*dans le monde entier. Des produits qui font le socle de notre gastronomie française et qui portent haut et fort l'identité de leur territoire.*

*Ce sont aujourd'hui des producteurs et des entreprises engagés autour de valeurs communes, mais aussi avec eux l'ensemble des acteurs régionaux qui se mobilisent au sein de l'AANA pour, ensemble, proposer à nos concitoyens une alimentation saine et durable, source de plaisir, respectueuse de l'environnement et créatrice de valeur.*

**Fédérer, co-construire, accompagner, innover, tel est l'ADN de l'AANA, au service des acteurs économiques de Nouvelle-Aquitaine.**

**Jean-Pierre RAYNAUD - Président**

---

# Sommaire

---

<b>PORTER</b> les valeurs de l'action collective.....	<b>P5</b>
<b>AGIR</b> pour la qualité de l'alimentation et l'innovation.....	<b>P7</b>
<b>VALORISER</b> les produits agricoles et agroalimentaires de nos territoires.....	<b>P13</b>
<b>FACILITER</b> l'accès aux marchés.....	<b>P17</b>
<b>NOTRE ORGANISATION</b> .....	<b>P21</b>



*Cave girondine.*



*Art de vivre à la française.*

# PORTER

## les valeurs de l'action collective

---

L'Agence de l'Alimentation Nouvelle-Aquitaine (AANA) agit pour la qualité et la promotion des produits agricoles et agroalimentaires régionaux.  
Notre engagement s'appuie sur l'action collective afin de faire rayonner les savoir-faire de Nouvelle-Aquitaine.

### ● Comment créons-nous de la valeur pour les producteurs et les filières de nos territoires ?

En portant une stratégie régionale, de la qualité et de l'innovation, en prise avec les enjeux économiques, environnementaux et sociétaux.

En communiquant pour promouvoir les produits de Nouvelle-Aquitaine, aux niveaux local, national et international.

En accompagnant les acteurs économiques régionaux dans leur développement.



Lac de Vassivière.



Truffe du Périgord.

**1<sup>ère</sup> région agricole** de France et d'Europe  
(en surface agricole utile)

**334 429 emplois** agricoles et agroalimentaires

**54 683 exploitations** agricoles

**11 635 entreprises** agroalimentaires

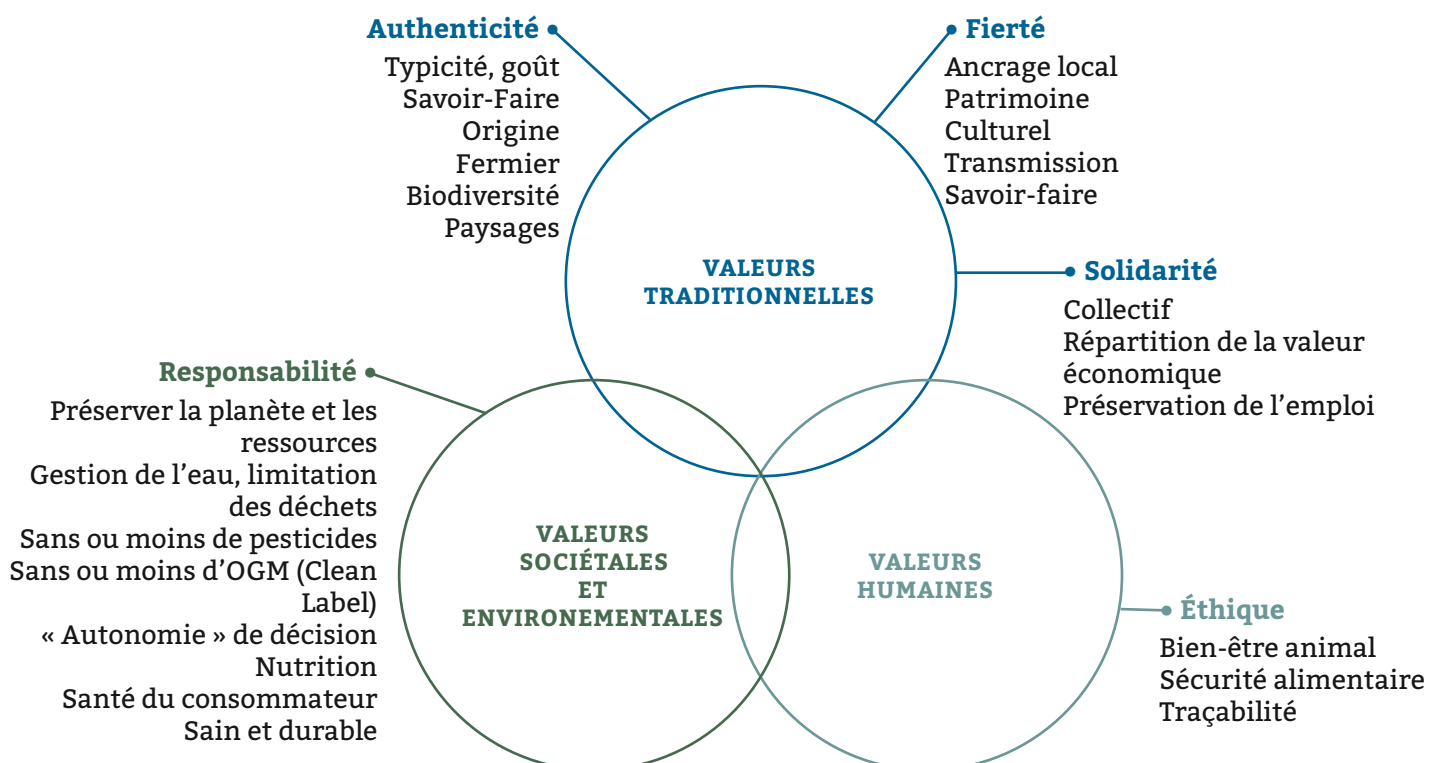
Source : Agreste

La Nouvelle-Aquitaine est la première région agricole et agroalimentaire de France en valeur.

Parmi les acteurs régionaux, l'AANA occupe une place unique et fédératrice. Grâce à nos différents niveaux d'intervention - **stratégique, économique, prospectif** - nous sommes en capacité de soutenir tous les professionnels dans leur évolution,

et de sensibiliser le grand public à la richesse de notre patrimoine gastronomique. Notre action s'appuie sur des valeurs fortes: **l'authenticité, la fierté, l'éthique, la responsabilité et la solidarité.**

## ● Nos valeurs fondamentales



# AGIR

## pour la qualité de l'alimentation et l'innovation

---

Notre ambition est d'être un centre de ressources pour aider les filières régionales à répondre aux nouveaux défis sociétaux et environnementaux : la transition écologique pour une alimentation saine et durable.

L'alimentation est plus que jamais au centre des attentions.

Ses enjeux s'expriment dans tous les pans de notre société : identité des territoires, environnement, agroécologie, nutrition et santé, pérennité des exploitations et rémunération des producteurs, coopération européenne.

Dans le cadre de la feuille de route régionale NÉO TERRA et pour répondre aux enjeux environnementaux, l'AANA

se mobilise sur tous ces sujets. En cohérence avec nos valeurs d'éthique et de responsabilité, nous mettons notre expertise au service des filières pour renforcer leur démarche qualité, partager la richesse de notre patrimoine culinaire et impulser de nouveaux projets.



Huître Marennes Oléron IGP.



Beurre AOP Charentes-Poitou.

## ● La qualité, source de valeur pour chaque acteur du territoire

Nos équipes interviennent auprès des producteurs,...

...des entreprises et des filières pour les orienter vers les démarches de qualité les plus appropriées : Signe d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO), démarche collective, bannière, etc.

L'objectif : **accroître leur compétitivité économique, tout en valorisant le territoire.**

### Nos expertises :

**SIQO :**  
dossier de demande de reconnaissance, cahier des charges

**Diagnostic filières :**  
structuration, développement

**Étiquetage :**  
formation, réglementation

**Marques collectives :**  
charte et cahier des charges

**Goût :**  
descripteurs sensoriels, grilles d'évaluation

**Environnement :**  
agroécologie, écoconception

Veille réglementaire, conseils hygiène et traçabilité.

« Nous avons sollicité l'AANA en amont de notre réflexion sur une demande de Signe Officiel de la Qualité et de l'Origine. Les différents échanges avec eux nous ont confortés dans le choix d'une Appellation d'Origine Protégée (A.O.P.) pour notre viande porcine et nous ont fait toucher du doigt la nécessité d'être correctement organisés au niveau de la filière, pour nous engager pleinement dans la demande de reconnaissance. »

**Mickaël Delanotte - Coopérative Porc Cul Noir du Limousin**

« Les ostréiculteurs du Bassin d'Arcachon réfléchissaient depuis de longues années à la manière de se fédérer pour valoriser leurs productions. L'AANA nous a accompagnés dans la rédaction du cahier des charges en veillant à la faisabilité de la démarche. »

**Thierry Lafon - Président - Comité Régional de la Conchyliculture Arcachon Aquitaine**



Agneaux de Poitou-Charentes IGP.



Afin de répondre aux nouvelles attentes des consommateurs,...

...les filières sous SIQO doivent désormais relever un triple défi : **qualité, respect de l'environnement et bien-être animal.**

Ce challenge est aussi une opportunité pour maintenir leurs parts de marché aux niveaux national et international. Le projet ECOQUALINA, porté par l'AANA, va dans ce sens.

## ECOQUALINA

Ecoqualina est une démarche collective multifilières portée par l'AANA, pendant deux ans. Elle vise à développer l'écoconception des filières de qualité, en intégrant de nouveaux critères d'amélioration de la performance environnementale.

L'AANA s'est entourée des compétences du CRITT Agroalimentaire de La Rochelle et de l'ITERG à Pessac, avec un soutien financier de l'ADEME et de la Région Nouvelle-Aquitaine.

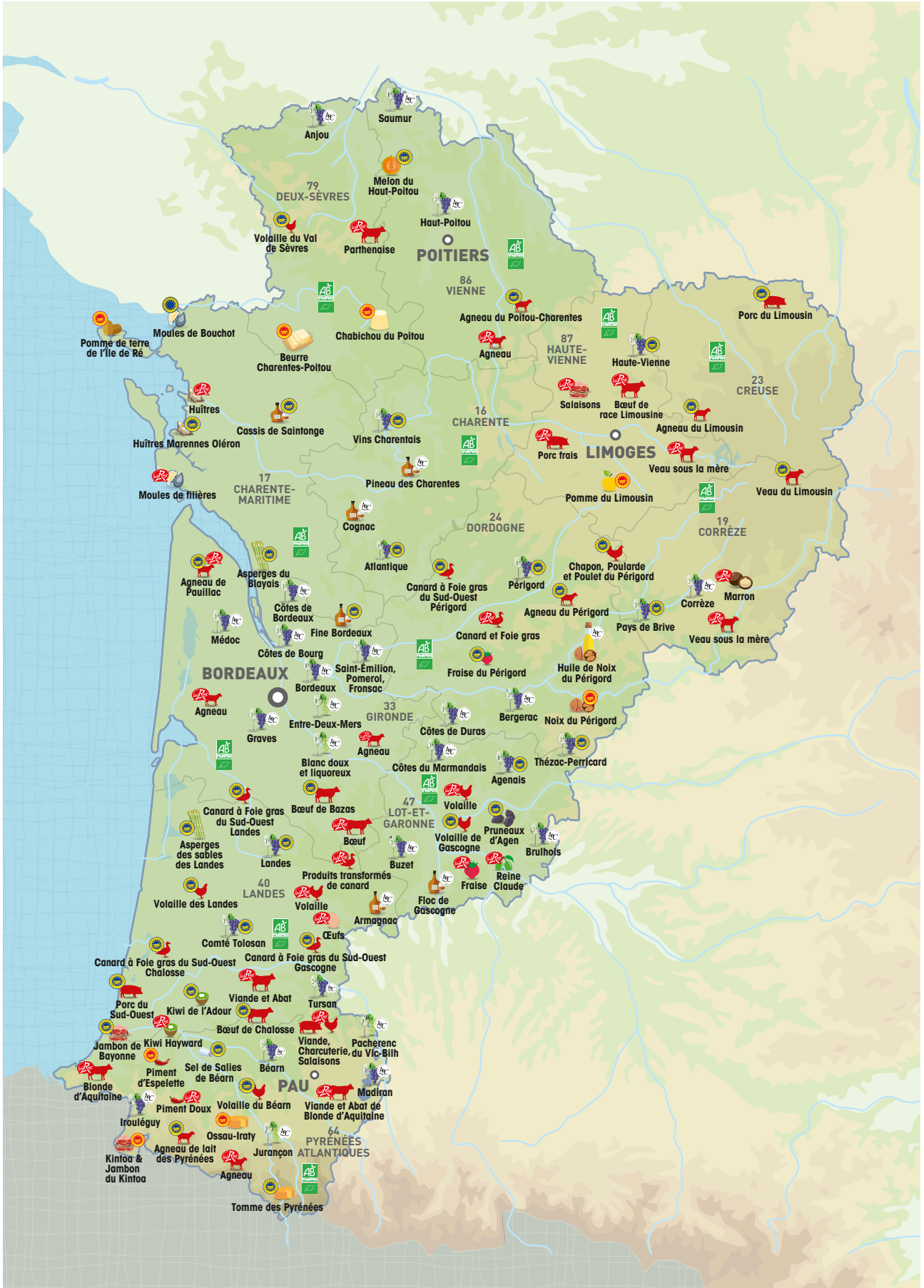


*Jambon de Bayonne IGP.*

### Les filières participant au projet ECOQUALINA :

- Filières Agneau IGP Label Rouge
- Fromage Ossau-Iraty AOP
- Porc du Sud-Ouest IGP
- Jambon de Bayonne IGP
- Beurre Charentes-Poitou AOP
- Pruneau d'Agen IGP
- Huîtres Marennes Oléron IGP Label Rouge

● 295 produits sous Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine en Nouvelle-Aquitaine



## ● Renforcer les partenariats au niveau national et européen

Par sa position fédératrice, l'AANA facilite l'émergence de projets collaboratifs et de coopération.

Dans ce cadre, nous aidons à la recherche de financements U.E, de type Erasmus+, Interreg, Enjoy, Cosme, etc., et de partenariats européens (Universités, Clusters, associations d'entrepreneurs, coopératives, filières...).

Nos interventions concernent l'ensemble de la chaîne de valeur d'un projet: identification des besoins et émergence d'idées, montage et rédaction du projet, recherche de financement adapté, appui au pilotage et suivi.

## Quelques partenariats

### 100 % LOCAL

L'objectif: développer l'approvisionnement en produits locaux auprès de la restauration rapide à Bordeaux.

### ENJOY, it's from Europe!

Grâce au programme Enjoy, le Beurre AOP Charentes-Poitou et les Huîtres Marennes Oléron IGP développeront des actions de communications en Chine et Taïwan dès 2020.

### Passeurs de culture

L'objectif: associer 4 pays européens, le Portugal, l'Espagne, l'Italie et la France. Développer les compétences des jeunes en filières professionnelles dans les domaines de l'alimentation, des productions locales et de la valorisation du patrimoine gastronomique.



Partage autour de projets collaboratifs.

## ● Et demain...

Mobiliser, partager, innover : l'AANA est chef d'orchestre pour accompagner les filières dans leurs engagements et leur développement.

Une plateforme collaborative permettra de compiler et de diffuser des informations, d'accéder à des bases de données métier, d'impulser des initiatives, sur les grandes thématiques agricoles et agroalimentaires :

- Qualité et origine
- Enjeux sociétaux, transition écologique et tendances
- Territoires, identité et productions, gastronomie
- Commercialisation, marchés
- Innovation



*Échanges et réflexions sur les enjeux de demain.*

# VALORISER

## les produits agricoles et agroalimentaires de nos territoires

Notre vocation : développer la notoriété des produits de Nouvelle-Aquitaine et mettre en avant leur qualité et leur diversité.

Terre de gastronomie et de convivialité, la Nouvelle-Aquitaine a des atouts à faire valoir ! Soutenu par une stratégie active des filières en faveur des Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO), notre territoire est tourné vers l'excellence.

### ● Une communication collective porteuse de sens

En lien avec la politique agricole régionale...

...les campagnes de communication collectives menées tous les ans par l'AANA affirment l'identité de nos produits.

Cette communication porte haut et fort nos valeurs : fierté, authenticité, solidarité, responsabilité, éthique.



+ de **20 millions** de personnes touchées

+ de **500 000** spots digitaux

Source : Agence Compact



Rencontres entre producteurs et le public lors de l'opération Tuk-Tuk.

## ● Accompagner les filières dans leur stratégie de communication

L'objectif : optimiser le plan de communication de chaque filière, par des conseils en communication multicanal.

L'AANA met à disposition ses savoir-faire et ses compétences.

- **Stratégie de communication**: réflexion et conseils personnalisés sur les axes et les outils de communication, personnalisés selon leur activité et leurs cibles.

- **Relations presse et médias**: dossier de presse, conférence de presse, stratégie influenceurs.

- **Stratégie digitale**: publications sur les réseaux sociaux, e-visibilité sur le site : [www.produits-de-nouvelle-aquitaine.fr](http://www.produits-de-nouvelle-aquitaine.fr), web séries, newsletter, *brand content*.

- **Formations adaptées aux problématiques de chaque filière**: réseaux sociaux, relations presse, logiciels de graphisme.

« Ces formations nous aident dans certains cas à internaliser les tâches et par conséquent à réduire les coûts. Les cas pratiques réalisés facilitent l'assimilation des connaissances techniques. »

**David Carpentier - AREOVLA (filiale Agneau de Lait des Pyrénées et Agneau du Périgord)**

## ● Organiser la rencontre entre le producteur et le consommateur

Les salons et évènements, vitrine de notre patrimoine culinaire, sont une occasion unique pour les producteurs et artisans de faire connaître leurs produits et leur savoir-faire au grand public.

Ce sont de belles histoires de rencontres entre des femmes et des hommes passionnés et des consommateurs curieux et gourmands, qui se partagent sur les salons.

**Authenticité des produits, fierté de ceux qui les produisent : les salons sont des lieux d'échanges, de partage et d'éducation au goût.**

Au service des filières et des entreprises agricoles et agroalimentaires régionales, l'AANA facilite la présence des producteurs sur des événements grand public. L'AANA apporte :

- Support technique et logistique ;
- Outils de communication ;
- Organisation d'animations et de dégustations ;
- Sensibilisation aux labels et démarches de qualité, éducation au goût.

Nos équipes sont présentes sur de nombreuses manifestations en région et en France. Voici quelques évènements auxquels nous prenons part :

- Salon International de l'Agriculture - Paris
- Salon de l'Agriculture Nouvelle-Aquitaine - Bordeaux
- Toques et Porcelaine - Limoges
- Salon de la Gastronomie - Poitiers
- Gastronomades - Angoulême
- Salon International du Livre Gourmand - Périgueux
- Un tuktuk gourmand qui sillonne la Nouvelle-Aquitaine
- Bordeaux Fête le Vin et Bordeaux Fête le Fleuve
- ...



*Sensibilisation du public lors d'animations culinaires, Salon International de l'Agriculture de Paris.*

## ● Récompenser l'excellence des savoir-faire locaux

2<sup>e</sup> Concours de France après le Concours Général Agricole en nombre de catégories ouvertes,...

...le **Concours Saveurs Nouvelle-Aquitaine** met en lumière les producteurs et les artisans régionaux. Chaque année, il rassemble plus de 1 000 produits et recettes. Il récompense les meilleurs après dégustation à l'aveugle.

Grâce aux partenariats menés avec les Conseils départementaux, chacune des sessions annuelles valorise le territoire des départements de Nouvelle-Aquitaine.

Les différentes médailles - Saveur d'Or, d'Argent, de Bronze ou Mention Spéciale du Jury - mettent à l'honneur **les innovations gastronomiques, les recettes et les produits** et représentent un critère de choix pour le consommateur. **Elles augmentent la visibilité dans les magasins et le chiffre d'affaires des lauréats.**



Dégustation de bières lors du Concours Saveurs Nouvelle-Aquitaine - Agen.

« Nous voulons proposer un produit fermier d'une grande qualité. Ce qui est intéressant avec le Concours, c'est que l'on puisse perfectionner nos fromages grâce aux avis constructifs des jurys. »

**La ferme des Vergnauds (23) - Fromage de chèvre fermier du Limousin**

---

« Pour notre première participation, notre bière a remporté une médaille Saveur d'Argent. C'est une bière de blé avec des arômes délicats et une amertume soutenue. Cette récompense nous a apporté de belles retombées et les ventes de cette bière ont été multipliées par deux. Toute l'entreprise a gagné en visibilité et en notoriété. »

**Brasserie Gasconha (33) - Bières artisanales**

---

## ● Éduquer au goût, aujourd'hui et demain

Les salons sont l'occasion de dialoguer avec les familles et de sensibiliser les enfants à la qualité des produits, l'AANA mène également une action pédagogique active, auprès des jeunes.

Nos collaborateurs, titulaires d'un agrément académique, se déplacent dans les établissements scolaires.

Ces interventions ont pour but **d'éduquer les jeunes au goût**. Dans les

lycées (agricoles, maritimes, hôteliers), ce sont les professionnels de demain que nous sensibilisons au patrimoine gastronomique régional.



# FACILITER

## L'accès aux marchés

La force de l'action collective est source de synergies durables.

Notre objectif : contribuer à développer le chiffre d'affaires et les débouchés des producteurs et entreprises agroalimentaires de Nouvelle-Aquitaine.

Prospecter, rencontrer acheteurs et distributeurs, investir et consolider les marchés sont une nécessité pour les entreprises régionales. Pour les aider, l'AANA agit en facilitateur pour leur développement local, national, international.

### ● Faire rayonner nos produits et savoir-faire en France et à l'étranger

L'AANA a développé une offre de services pour accompagner collectivement les entreprises régionales sur leurs marchés en France et à l'international.

L'AANA organise la présence collective des entreprises sous Pavillon de Nouvelle-Aquitaine :

- **Organisation de rencontres - événements - salons clé en main B to B ou B to C :** inscriptions, appui administratif et technique, suivi des commandes, prestations groupées et coûts mutualisés.
- **Accompagnement logistique** pour faciliter vos déplacements, gestion de groupages régionaux des échantillons...

- **Formations - Information :** Journées « Pays », « Market Access », réseaux sociaux... en collaboration avec nos partenaires régionaux.
- **Communication - Promotion :** stands collectifs, relations presse, relais réseaux sociaux...
- **Animations :** démonstrations culinaires, accords mets-vins, espaces de libre dégustation.
- **Mise en marché :** concept-stores Maisons Sud-Ouest en Chine et So France à Singapour : gagner en visibilité et dynamiser les échanges.



Les producteurs présentent leurs produits au public au Salon International de l'Agriculture de Paris.



Rencontres professionnelles lors du Sirha à Lyon.

Près de **30 opérations** menées chaque année  
Dont **+ de 25 à l'international**

Près de **700 participations d'entreprises** par an

## ● Créer des modèles de vente innovants sur le marché asiatique

### Maisons Sud-Ouest France en Chine

Depuis 2013, les Maisons Sud-Ouest France distribuent des vins de Bordeaux et du Sud-Ouest dans les grandes villes chinoises. Un environnement privilégié de vente et de découvertes des produits, au plus près des attentes des consommateurs chinois.

### So France à Singapour

Cette marque créée par l'AANA assure la promotion du patrimoine gastronomique français, en particulier les produits de Nouvelle-Aquitaine, à l'étranger.

Un partenariat public-privé avec InVivo Group a permis de créer le premier concept-store So France à Singapour en 2018. Ce bistrot-épicerie comporte

un bar à vins, un espace dégustation et vente de produits. Des animations autour de la gastronomie y sont régulièrement organisées (wine tasting, cours de cuisine, accords mets-vins...).

Pour les producteurs de Nouvelle-Aquitaine, l'AANA fournit un soutien logistique pour le sourcing des produits, la communication et le déploiement de la marque.

## ● Représenter la Nouvelle-Aquitaine en France et à l'étranger

Nous participons à plus de 30 manifestations internationales et sur le territoire national. Nous faisons aussi des «focus pays» et opérations de sourcing produits.



Tasting au Festival des Vins de Bordeaux et de Nouvelle-Aquitaine à Wuhan, Chine.



Le bistro-épicerie So France, un lieu dédié aux gourmets à Singapour.



## Nos actions phares

---

### VINEXPO

New York, Shanghai,  
Hong-Kong,  
Paris, Bordeaux

### TAVOLA

Courtrai, Belgique

### PROWEIN

Düsseldorf, Shanghai,  
Hong Kong, Singapour

### ANUGA

Cologne, Allemagne

### FANCY FOOD SHOW

New York, États-Unis

### HONG KONG WINE FAIR

Hong Kong

### FESTIVAL DES VINS DE BORDEAUX ET DE NOUVELLE-AQUITAINE

Wuhan & Chengdu, Chine

### FOODEX

Tokyo, Japon

### TAN JUI HUI

Chengdu, Chine

### SIRHA

Lyon, France

### BORDEAUX FÊTE LE VIN

Bordeaux, France

### SIAL

Paris, France

### SALON DE L'AGRICULTURE DE PARIS

Paris, France

#### Sirha - Lyon

« L'avantage du collectif, c'est de bénéficier de la force d'une institution, d'arriver sur un stand équipé, bien conçu. Et enfin de consolider un réseau avec les collègues régionaux qui sont à côté. »

**Hubert Candelé - Laiterie artisanale du Pays Basque**

---

#### Salon Vin - Les vignerons réunis de Monséguir

« Je bénéficie de l'accompagnement de l'AANA pour les principaux salons de vins à l'export. Cette collaboration m'apporte une bonne visibilité. Mais également une simplification des démarches et un meilleur prix sur l'envoi d'échantillons. »

**Valérie Gosselin Conche**

---

#### Huître 2.0 - Sud-Ouest Food Meeting - Bordeaux

« Un salon très soutenu. Nous avons eu énormément de contacts avec le Japon, le Paraguay, l'Inde, Dubaï. Beaucoup d'échanges. Que des points positifs! Le fait d'avoir une équipe internationale comme celle de l'AANA est un atout majeur ».

**Johan Leclerre - Chef cuisinier MOF**

---

## ● Aider les entreprises sur la réglementation à l'export

Sur demande, nos équipes fournissent un appui technique et réglementaire personnalisé aux entreprises dans les domaines suivants.

### Accompagnement export

**Suivi réglementaire :**  
veille, conditions d'agrément,  
évolutions sanitaires.

**Aide à l'enregistrement :**  
procédures par pays, canaux  
d'informations adaptés.

**Audit et conseils  
réglementaires export :**  
consulting hygiène  
réglementaire produit.

### Expertise étiquetage

Conformité étiquette, veille et  
préconisation réglementaire.

**Édition étiquette :**  
veille réglementaire, mentions  
obligatoires en anglais.



Armagnac AOC.



# Notre organisation

---

## ● Une organisation collégiale et représentative

Agence au service de la politique économique régionale,...

...L'AANA regroupe en son sein l'ensemble des professionnels et organisations représentatives concernés par le développement des secteurs agricole et agroalimentaire en Nouvelle-Aquitaine.

Son organisation collégiale et son Conseil d'Administration représentatif permettent de prendre en compte

les enjeux de l'ensemble des filières et des territoires de la région dans la construction des plans stratégiques annuels.

La présence, au sein de nos instances, de nombreux partenaires opérationnels, permet une fertilisation croisée de nos actions et la consolidation d'opérations collectives concertées et coordonnées.

## ● Les collèges : forces vives de l'action collective

Les membres de l'AANA sont répartis dans 8 collèges :

- Membres institutionnels
- Filières agricoles et agroalimentaires sous SIQO
- Démarches territoriales de qualité
- Marques collectives territoriales
- Vins et spiritueux
- Export
- Personnalités qualifiées
- Membres associés

**Au total, ce sont plus de 150 professionnels en Nouvelle-Aquitaine au service de l'action collective pour le développement de la filière agricole et agroalimentaire régionale.**

Retrouvez l'ensemble de nos membres et de nos partenaires sur :  
**[www.produits-de-nouvelle-aquitaine.fr](http://www.produits-de-nouvelle-aquitaine.fr)**

## Gouvernance

- **Jean-Pierre RAYNAUD** : Président
- **Bureau**
- **Conseil d'Administration**
- **Assemblée Générale**

## Direction Générale

- **Anne PALCZEWSKI**  
a.palczewski@aana.fr

## Direction Générale Adjointe en charge de la communication

- **Julien TOUEILLE**  
j.toueille@aana.fr

## Pôle Administratif et Financier

- **Gisèle FAUROUX** : Responsable administrative et financière  
g.fauroux@aana.fr
- **Alexandra HERNANDEZ** : Responsable administrative et financière adjointe  
a.hernandez@aana.fr
- **Sarah SOUDAIN** : Assistante comptable  
s.soudain@aana.fr
- **Christelle LAUBUS** : Assistante administrative  
c.laubus@aana.fr
- **Livie CHATEAU** : Assistante de direction  
l.chateau@aana.fr



## Pôle Expertises

- **Brigitte BONNET**: Qualité et territoires  
b.bonnet@aana.fr
- **Agnès SOULARD**: Partenariats et prospectives  
a.soulard@aana.fr

## Pôle Entreprises France et Export

- **Marie Françoise GOULINAT**: Responsable de Pôle  
mf.goulinat@aana.fr
- **Emmanuelle FRAGNAUD**: Marketing et événements  
e.fragnaud@aana.fr
- **Julien LAYRISSÉ**: Salon, événements et RHD  
j.layrisse@aana.fr
- **Céline CAZEAUX**: Salon et événements  
c.cazeaux@aana.fr
- **Jérémy BILY**: Concepts-store et réglementation  
j.bily@aana.fr

## Pôle Communication

- **Marie LACOUR-DARRIBÈRE**: Édition et relations presse  
m.darribere@aana.fr
- **Isabelle PÉROCHE**: Événements, goût et pédagogie  
i.peroche@aana.fr
- **Nathalie TAVARES**: Concours Saveurs Nouvelle-Aquitaine  
n.tavares@aana.fr
- **Léa REY LESCURE**: Stratégie digitale et contenu éditorial  
l.rey-lescure@aana.fr
- **Julie FAUREL**: Communication et partenariats  
j.faurel@aana.fr



[www.produits-de-nouvelle-aquitaine.fr](http://www.produits-de-nouvelle-aquitaine.fr)



**SIÈGE SOCIAL : BORDEAUX**

Maison de l'Agriculture  
et de la Forêt

6, parvis des Chartrons  
33075 Bordeaux Cedex  
Tél.: 05 56 01 33 23

**SITE DE POITIERS**

Agropole

2133, route de Chauvigny  
CS 35001  
86550 Mignaloux-Beauvoir  
Tél.: 05 56 01 33 23