

Proche & Moyen-Orient

Arabie saoudite

Égypte

Émirats arabes unis

Turquie

INTRO ZONE

► PROCHE ET MOYEN-ORIENT : L'ENJEU PRIMORDIAL DE LA SÉCURITÉ ALIMENTAIRE DANS UNE ZONE ENCORE FORTEMENT DÉPENDANTE DES IMPORTATIONS

Le Proche et Moyen-Orient est l'une des régions les plus arides au monde, marquée par la prédominance du désert dans des pays comme l'Arabie saoudite, le Koweït et l'Égypte. Les surfaces agricoles y sont limitées (4 % en Égypte et en Arabie saoudite) malgré des populations importantes (104 millions en Égypte, 36 millions en Arabie saoudite).

Le développement du tourisme, déjà bien avancé en Égypte, en Turquie et aux Émirats arabes unis, représente une opportunité pour l'offre française, très appréciée au sein des points de vente et établissements haut de gamme.

Les pays de la région, notamment ceux du Golfe persique, dépendent fortement des importations de produits agricoles et agroalimentaires. Les Émirats arabes unis importent 85 % de leurs besoins alimentaires, l'Arabie saoudite 80 %, et l'Égypte est également importateur net malgré une production agricole significative. La Turquie fait figure d'exception en étant à la fois autosuffisante et exportatrice nette de produits agricoles et agroalimentaires.

Dans ce contexte climatique difficile et face aux incertitudes géopolitiques (comme le conflit en Ukraine qui a fortement impacté l'Égypte, grand importateur de blé ukrainien), la sécurité alimentaire pousse les pays du Golfe à diversifier leurs stratégies. Ils investissent dans des fermes et usines à l'étranger tout en augmentant la production locale avec des solutions innovantes. Les Émirats arabes unis misent sur les fermes verticales et l'hydroponie, tandis que l'Arabie saoudite développe des projets d'oasis high-tech dans le désert, comme Neom. Ce projet ambitieux est la pierre angulaire du programme « *Saudi Vision 2030* » qui vise à diversifier l'économie du pays au-delà de l'exploitation du pétrole. Des intrants agricoles aux produits gourmands haut de gamme, la zone PMO offre des opportunités pour toute la chaîne de l'offre française.

PRODUITS AGRO-ALIMENTAIRES ET D'ÉPICERIE FINE :

Les pays du Golfe montrent un fort intérêt pour les produits transformés, notamment les produits gourmands, bio et sains. Ils sont également friands de produits de boulangerie-pâtisserie-viennoiserie et de produits laitiers, notamment aux Émirats arabes unis et en Arabie saoudite. Israël est très demandeur de produits végan, de céréales et de viande bovine. La Turquie recherche activement des ingrédients et matières premières. Dans tous les pays de la zone, les produits et ingrédients d'origine française sont considérés comme de bonne qualité.

VINS : La Turquie et Israël importent des vins, la Turquie principalement pour répondre à la demande touristique. Les importations de vins augmentent sensiblement aux Émirats arabes unis (+14 % en 2023) et la France est leader avec plus des deux tiers des parts de marché en valeur.

INTRANTS ET ÉQUIPEMENTS : La Turquie, l'Égypte et l'Arabie saoudite recherchent des intrants et des équipements pour soutenir leur production agricole et aquacole. Le développement de l'agriculture dans la zone Proche et Moyen-Orient offre des opportunités sur les segments des solutions innovantes, durables et respectueuses de l'environnement (serres, hydroponie, fermes verticales notamment). Les entreprises françaises doivent faire valoir la haute qualité de leurs produits et leur expertise en solutions agricoles et agroalimentaires dans cette zone à moins de 7h de vol, où l'anglais est la langue des affaires.

FOCUS RÉGLEMENTAIRE

► PAYS DU GOLFE (CCG) FOCUS ARABIE SAOUDITE ET EAU

Le Conseil de Coopération du Golfe (CCG), fondé le 25 mai 1981, regroupe l'Arabie saoudite, Oman, le Koweït, Bahreïn, les Émirats arabes unis et le Qatar. Depuis 2001, ces pays forment une union douanière et utilisent un tarif extérieur commun. La majorité des États membres du CCG appliquent les réglementations harmonisées par l'Organisme de Normalisation des Pays du Golfe (*Gulf Standards Organization - GSO*).

La GSO est l'organisme de normalisation établi par le CCG pour harmoniser les normes au sein de l'Union douanière du Golfe. Il vise à aider les pays membres à atteindre les objectifs énoncés dans la charte de l'accord économique du CCG. Pour ce faire, la GSO unifie les diverses activités de normalisation, surveille leur application et assure la coopération et la coordination avec les organismes de normalisation des États membres.

Néanmoins, certains États membres peuvent choisir d'appliquer leur propre réglementation nationale plutôt que le corpus réglementaire unifié. Par exemple, l'Arabie saoudite publie et applique certaines de ses propres normes, émises par la *Saudi Food and Drug Authority (SFDA)*. De même, les Émirats arabes unis, par le biais de l'*Emirates Authority for Standardization and Metrology (ESMA)*, codifient et renforcent parfois les normes émises par la GSO.

En général, l'exportation de produits alimentaires dans la région nécessite un enregistrement préalable auprès de l'autorité nationale compétente. Par exemple, en Arabie saoudite, cela se fait via la *Saudi Food and Drug Authority (SFDA)*, et aux Émirats arabes unis, l'enregistrement doit être effectué dans l'Émirat d'arrivée via la plateforme ZAD (*Federal Portal for Food Trade in the United Arab Emirates*). Si l'importateur local a un contrat de distribution exclusif, l'enregistrement à Dubaï suffit. Sinon, un enregistrement supplémentaire est nécessaire dans l'autre Émirat concerné.

La norme GSO n°9/2022 : *Labelling of prepackaged foodstuffs* fixe les règles d'étiquetage pour les produits alimentaires préemballés, appliquées conjointement par les pays du CCG. L'étiquetage nutritionnel est obligatoire, sauf pour les produits frais comme les fruits, légumes, viandes ou poissons.

Aux Émirats, le label *Emirates Quality Mark (EQM)*, mis en place par l'*Emirates Authority for Standardization & Metrology (ESMA)*, atteste de la qualité et de la conformité des produits. Bien que facultatif pour la plupart des produits, il est obligatoire pour certains (eaux, jus de fruits, boissons, lait et produits laitiers) et peut renforcer la confiance des consommateurs.

► ÉGYPTÉ

Dans le cadre des récentes réformes économiques, le gouvernement égyptien a adopté une nouvelle loi douanière le 24 août 2020, mise en œuvre par la décision n°38/2021 du ministère des Finances. Cette réforme vise à sécuriser le fret maritime et à dématérialiser progressivement les procédures douanières, et repose sur trois axes principaux :

- la création d'un guichet unique douanier pour les opérateurs, accessible via la plateforme digitalisée « Nafeza ».
- la sécurisation des importations grâce au système ACI (*Advanced Cargo Information*) de pré-dé-douanement.
- la dématérialisation des procédures : selon le décret n°38/2021, les informations et documents relatifs aux marchandises doivent être soumis électroniquement à l'Administration des douanes.

Le système *Advanced Cargo Information* permet aux exportateurs de pré-enregistrer leurs envois à destination de l'Égypte et d'obtenir un numéro d'enregistrement à 19 chiffres, appelé numéro « ACID » (*Advance Cargo Information Declaration*), nécessaire pour que les marchandises soient acceptées par les autorités égyptiennes.

► TURQUIE

Bien que la Turquie ait harmonisé sa réglementation en matière de sécurité alimentaire avec celle de l'Union européenne, divers textes réglementaires nationaux restent à prendre en compte, notamment ceux relatifs aux additifs et arômes, contaminants et critères microbiologiques.

L'importateur est responsable de l'information et de l'étiquetage des produits alimentaires importés.

Les aliments importés peuvent arriver dans leur emballage d'origine, mais une étiquette permanente en turc, sous forme d'autocollant, doit être apposée sur l'emballage avant leur commercialisation.

L'importation de produits alimentaires en Turquie nécessite un permis d'importation (*Ithalat Izin Belgesi*), délivré par le ministère de l'Agriculture et des Forêts. Pour obtenir ce permis, l'importateur doit fournir divers documents relatifs à l'entreprise, ainsi qu'une facture, un certificat d'ingrédients, un certificat sanitaire et un certificat d'origine.



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

Liberté
Égalité
Fraternité



Business
France

Marketplace Business France

Une réalité : d'ici 2025, 80% du commerce mondial BtoB sera en ligne !

Un besoin : une place de marché complète, dédiée à votre expansion internationale

Une solution : LA plateforme qui valorise l'excellence des produits et du savoir-faire français



Entrez en relation avec des acheteurs internationaux, de façon simple et sécurisée



Saisissez des opportunités dans le monde entier pour exporter et pérenniser vos activités



Profitez sans frais des meilleures technologies et investissez sur votre impact numérique

La plateforme professionnelle de tous les savoir-faire français à l'international

www.marketplace.businessfrance.fr





RANG
CLIENT

369 MEUR

-43,9 % entre 2023/18

EXPORTATIONS
FRANÇAISES

24^{ème}

-19 places entre 2023/2018

RANG FRANCE
PARMI LES FOURNISSEURS

0,5 %

-0,6 pt entre 2023/2018

PDM DANS LES
EXPORTATIONS
DE LA FRANCE

0,7 %

-2,3 pt entre 2023/2018

PDM DE LA FRANCE DANS
LES IMPORTATIONS



RETROUVEZ
toutes nos études
gratuites

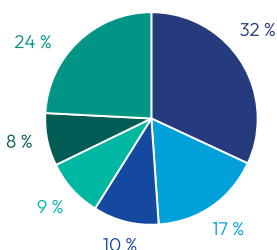
INFOS CLÉS DU PAYS

ARABIE SAOUDITE

+2,3 %	Taux d'inflation (2023)
32,2	Population (millions d'habitants)
68 305,3	PIB/Habitant (USD courants, PPA, 2023)
-0,8 %	Croissance du PIB en 2023
A4	Évaluation du risque pays (Coface)
B	Note environnement des affaires (Coface)
2 311	Dépenses annuelles pour l'alimentation / hab. (ventes au détail, EUR)
19,2 %	Part du revenu disponible consacrée à l'alimentation (ventes au détail)

Répartition des exportations françaises de produits alimentaires

	Viandes		Prép. de légumes et fruits
	Produits laitiers		Prép. alimentaires diverses
	Prép. à base de céréales et lait		Autres



+ OPPORTUNITÉS

- Pays en pleine expansion grâce à Vision 2030, soutenue par ses mégaprojets.
- Plus grande économie de la région.
- Population majoritairement jeune, 70 % de moins de 30 ans.

- MENACES

- Forte concurrence internationale dans les secteurs de l'alimentation et des équipements.
- Risques de mesures protectionnistes en faveur des productions locales.

FAITS MARQUANTS

- **Évolution des importations de produits agri/agro en 2023**
France : **-17,3 %** UE : **-3,8 %**
- L'Arabie saoudite investit massivement dans des techniques agricoles modernes telles que l'agriculture verticale, l'hydroponie et l'agriculture automatisée dans le cadre du plan Vision 2030 visant à améliorer la productivité et la durabilité.
- Le secteur bénéficie de soutiens gouvernementaux via *Agriculture Development Fund*, pour réduire la dépendance aux importations.

CONTEXTE AGRICOLE

L'Arabie saoudite dépend à 80 % des importations alimentaires (céréales, fruits et viandes rouges). Le pays a atteint l'autosuffisance pour le lait, le yaourt et les œufs et dépend à 30 et 35 % des importations de légumes et de viande de volaille.

Le royaume s'engage dans un essor agricole soutenu par des investissements dans les technologies innovantes visant à stimuler la production locale.

LES INCONTOURNABLES DE LA GD

- Une quinzaine d'enseignes se répartissent le marché de la GD : Othaim (+225 PDV), Panda (+220), Al Raya (+60 région Ouest), Tamimi (53), Sadhan (25), Carrefour (25), Lulu (20), Manuel (11) et Aljazira, Farm Superstores, SPAR.
- Le e-commerce (Talabat, Hunger Station, Jahez, Marsool, Nana...) et le réseau de commerces de proximité (bakalas) jouent un rôle important.

UNE CONSOMMATION EN PLEINE MUTATION

- Les tendances de consommation en Arabie saoudite évoluent rapidement, influencées par des changements socio-économiques. Les ménages consacrent 25 % de leur budget à l'alimentation, avec une hausse notable pendant le Ramadan. Les consommateurs sont attachés à la qualité des produits et exigeants à l'égard des marques et des prix.
- Cependant, la consommation de fast food croît et celle de fruits et légumes recule, donnant lieu à des problèmes de santé publique comme l'obésité et le diabète. En parallèle, l'intérêt pour une alimentation saine et les produits bio augmente, notamment chez les jeunes.
- La réduction du chômage des jeunes et la croissance de la classe moyenne stimulent la demande pour des produits de qualité. L'augmentation de l'emploi féminin influence également les tendances de consommation.

FOCUS E-COMMERCE

- Le e-commerce alimentaire a progressé de près de 25 % en 2023 grâce au boom des plateformes de livraison. Ces services ont joué un rôle important dans l'évolution de la consommation, facilitant la livraison des produits alimentaires au détail et les repas à domicile au bureau.
- Des acteurs clés comme Carrefour investissent dans l'amélioration des services de livraison.

DÉVELOPPEMENT DES MDD

- Le secteur de la GD en Arabie saoudite connaît une expansion rapide, soutenu par la croissance démographique, les changements de mode de vie et une population jeune aux revenus croissants. Le e-commerce prospère également grâce à des initiatives telles que *Saudi Vision 2030* visant à diversifier l'économie.
- Les hypermarchés et supermarchés répondent à ces évolutions, notamment à une demande croissante de produits alimentaires emballés, et deviennent des destinations populaires pour les sorties familiales. Une tendance récente sur le marché est le développement des MDD par des enseignes telles que Carrefour, Panda, Tamimi et Sadhan.
- La présence importante d'expatriés et la croissance du tourisme, notamment à La Mecque, stimulent fortement la demande de produits alimentaires internationaux et emballés.

FOCUS BIO

- La demande en produits bio s'est fortement développée depuis la pandémie. De nombreux points de vente spécialisés ont émergé, tels que Akun Market, Yanea, Organic store et Abazee. Les sections bio se sont également développées dans la GD chez Carrefour, Danube, Panda et Tamimi.
- Les applications spécialisées dans l'alimentation saine, comme Calo, CityFreshKitchen et Wellness Kitchen sont en forte expansion.

ÉVOLUTION DES IMPORTATIONS SAUDIENNES

- L'Arabie saoudite est en pleine transition vers l'autosuffisance, avec des programmes de soutien pour développer les filières du secteur.
- Les principaux fournisseurs sont le Brésil, l'Inde, les États-Unis, l'Australie et les Émirats arabes unis, avec des importations dominées par les céréales, suivies par les viandes, les produits laitiers, les préparations à base de céréales et les fruits.
- La France occupe une modeste place au 24^{ème} rang (-17,3 % par rapport à 2022), avec des expéditions axées sur les viandes, les produits laitiers, les préparations à base de céréales et les préparations de fruits et légumes.
- Ce pays doté d'un fort pouvoir d'achat est un marché attractif pour les exportateurs français, notamment dans le réseau HoReCa, avec de nombreux restaurants étoilés, cafés haut de gamme, ainsi qu'une population avide de nouvelles expériences. En outre, l'afflux de touristes et d'expatriés constitue une opportunité supplémentaire.

#EXPERTEASE

Respectez les coutumes locales, les messages véhiculés, le code vestimentaire. Faites preuve de patience et de persévérance car la notion du temps est beaucoup plus flexible qu'en Europe. Utilisez des brochures concises avec des images et envoyez des échantillons aux prospects. Dans les secteurs industriels, menez des POC (*Proof of Concept*).

Contact : par email, suivi par WhatsApp, appel téléphonique. Le contact direct joue un rôle essentiel dans la relation Business. Les visites régulières sont importantes.

Promotion : les Saoudiens sont très connectés sur les réseaux sociaux. Privilégiez la promotion sur les plateformes X, Meta, Snapchat, Instagram, avec une adaptation des produits ou services au marché.

Langue : l'utilisation de l'arabe est appréciée pour faciliter les échanges. L'anglais est très utilisé.

SYNTHÈSE MARCHÉ PRINCIPAUX FOURNISSEURS (VALEUR)

AGROÉQUIPEMENTS ↘

- Les exportations mondiales de matériels et de solutions en agroéquipements vers l'Arabie saoudite se concentrent sur les intrants (engrais, herbicides, fongicides), les semences, le matériel pour l'aviculture, ainsi que les machines et appareils de minoterie.
- Le développement de la smart agriculture, la culture verticale, de l'aquaculture et de l'élevage crée de nombreuses opportunités pour les fournisseurs de matériels et de solutions.

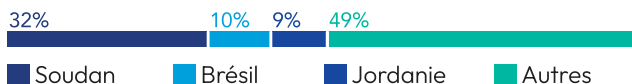
Importations : 644 M EUR, dont



ÉLEVAGE ↗

- L'Arabie saoudite cherche à accroître son autosuffisance dans le domaine de l'élevage de 65 % à 80 % d'ici 2025. Pour promouvoir ce secteur, le gouvernement a lancé plusieurs initiatives, telles que *Agriculture Development Fund*, *National Livestock and Fisheries Development Program*.
- Les investissements dans l'AgTech, la gestion et l'optimisation de l'eau, ainsi que la nutrition animale offrent des opportunités aux entreprises françaises spécialisées.

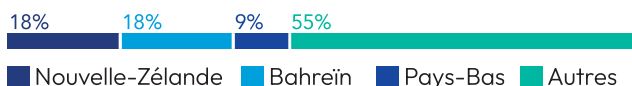
Importations : 2 041 M EUR, dont



PRODUITS LAITIERS

- Grand consommateur de produits laitiers, l'Arabie saoudite est autosuffisante en produits frais comme le lait, les yaourts et le *labneh*. Cependant, le pays doit importer du beurre, des poudres de lait et des fromages industriels.
- De nombreuses industries locales et internationales sont présentes, notamment dans la transformation des matières premières importées sur place. La compétitivité des prix et la qualité sont des facteurs clés pour pénétrer ce marché.

Importations : 1 254 M EUR, dont



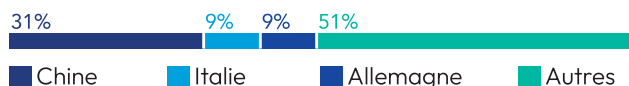
PP ILS TÉMOIGNENT

Spécialisée dans l'AgTech innovante pour la nutrition aquacole, notre société a bénéficié deux fois des services de Business France en Arabie saoudite. Ces interventions nous ont permis de rencontrer des acteurs clés du secteur aquacole, notamment des échanges de haut niveau avec le MEWA et le MISA, ainsi qu'une visite à l'université Kaust. Des collaborations ont été initiées avec

ÉQUIPEMENTS IAA ↗

- Le secteur est largement dominé par la production chinoise. Bien que la France occupe une place modeste, au 10^{ème} rang, ses exportations ont augmenté de 25,3 % entre 2022 et 2023.
- La croissance rapide du secteur de la volaille et le développement de toute la chaîne de valeur de l'aquaculture créent de nombreuses opportunités de modernisation, notamment pour les abattoirs, l'automatisation, les équipements de transformation et la chaîne du froid.

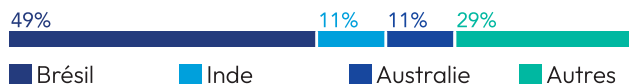
Importations : 4 000 M EUR, dont



VIANDES ↘

- La production locale de viande bénéficie de l'élan des programmes d'aide gouvernementaux. La France se classe au 6^{ème} rang des exportateurs avec une baisse de 5,5 % par rapport à 2022.
- Des opportunités se présentent pour les viandes respectant les normes élevées en matière de traçabilité, ainsi que pour les viandes haut de gamme destinées au secteur de la gastronomie, notamment plusieurs restaurants étoilés.

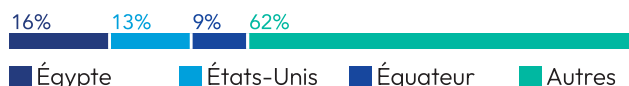
Importations : 1 988 M EUR, dont



FRUITS ↗

- L'Arabie saoudite dépend des importations de fruits en raison de sa production limitée d'agrumes, de raisins et de grenades. Les principaux produits importés sont les bananes, les pommes, les agrumes et les fruits à coque.
- Le prix et la qualité sont des critères importants et des opportunités émergent grâce aux campagnes de sensibilisation visant à traiter les problèmes de santé publique comme l'obésité et le diabète.

Importations : 1 243 M EUR, dont



avec la participation d'industriels comme Naqua, Jazadco et Tharawat. Grâce au travail de Business France, l'Arabie saoudite est devenue un partenaire stratégique pour Huddle Corp.

Abdeslam EL HARRAK, PDG et Co-Fondateur - HUDDLE CORP





RANG
CLIENT

217,5 MEUR

+34,6 % entre 2023/18

EXPORTATIONS
FRANÇAISES

12^{ème}

-2 places entre 2023/2018

RANG FRANCE
PARMI LES FOURNISSEURS

0,3 %

Stable entre 2023/2018

PDM DANS LES
EXPORTATIONS
DE LA FRANCE

1,6 %

-0,5 pt entre 2023/2018

PDM DE LA FRANCE DANS
LES IMPORTATIONS



RETROUVEZ
toutes nos études
gratuites

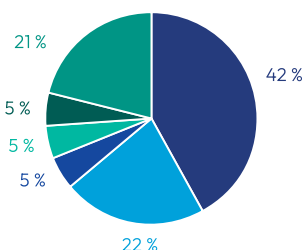
INFOS CLÉS DU PAYS

ÉGYPTE

+24,4%	Taux d'inflation (2023)
103,6	Population (millions d'habitants)
17 037,9	PIB/Habitant (USD courants, PPA, 2023)
+3,8%	Croissance du PIB en 2023
C	Évaluation du risque pays (Coface)
B	Note environnement des affaires (Coface)
875	Dépenses annuelles pour l'alimentation / hab. (ventes au détail, EUR)
35,5%	Part du revenu disponible consacrée à l'alimentation (ventes au détail)

Répartition des exportations françaises de produits alimentaires

■ Céréales	■ Prép. alimentaires diverses
■ Produits laitiers	■ Graines et fruits oléagineux
■ Prép. à base de céréales et lait	■ Autres



⊕ OPPORTUNITÉS

- Incitations à fabriquer localement afin d'augmenter les exportations.
- Besoins en technologies, en savoir-faire et en équipements.

⊖ MENACES

- Sensibilité aux prix et inflation.
- Dévaluation de la livre égyptienne en mars 2024 qui renchérit les importations.

FAITS MARQUANTS

- **Évolution des importations de produits agri/agro en 2023**
Monde : -17,7 % France : -66,4 % UE : -33,2 %
- L'accord conclu avec le FMI en mars 2024, ainsi que l'injection de capitaux étrangers ont considérablement atténué la pénurie de devises étrangères.
- L'Égypte s'efforce de stimuler la production locale de produits agri/agro afin d'approvisionner le marché national et d'augmenter ses exportations.
- 2023 a été une année record pour les exportations agricoles locales.

CONTEXTE AGRICOLE

La surface agricole du pays est limitée à 4 % du territoire. La modernisation de l'appareil productif agroindustriel demeure la priorité du gouvernement égyptien.

De plus, le pays est confronté à une double problématique : l'optimisation des ressources en eau et l'augmentation des rendements. Les solutions françaises sont attendues dans ces domaines.

LES INCONTOURNABLES DE LA GD

- Mansour Group (Égypte) : Metro Market, (38 pdv), Khair Zaman (75), Fresh Food market (5)
- Majid Al Futtaim (Émirats arabes unis) : Carrefour (41)
- Seoudi Investment Group (Égypte) : Seuodi (15)
- Gourmet (9)
- E-commerce alimentaire : Jumia Fresh, Talabat, Souq (Amazon), Instashop, Breakfast

L'ALIMENTATION : PREMIER POSTE DE DÉPENSE

- Les achats alimentaires constituent le premier poste de dépense des ménages égyptiens. Environ 10 % de la population peut se permettre d'acheter des produits importés. La demande pour des produits tels que les fromages de spécialité, les produits laitiers haut de gamme et les huiles d'olive de qualité supérieure est en hausse.
- Cependant, malgré l'augmentation du pouvoir d'achat et l'existence d'une classe aisée, les prix demeurent un critère essentiel dans le choix des produits. La tendance actuelle est au développement de l'industrie alimentaire locale afin de réduire la dépendance aux produits finis importés.

FOCUS E-COMMERCE

- Les ventes en ligne de produits agri/agro ont atteint 160 M EUR en 2023, près du double de 2022. Ces ventes concernent principalement les produits transformés et frais, avec une livraison à domicile.
- Parmi les principaux acteurs de ce secteur, on retrouve les *pure players* tels Jumia Fresh, Talabat, Souq (Amazon), Instashop et Breakfast, ainsi que ceux de la GD, comme Carrefour.

LE RÉSEAU FORMEL, MINORITAIRE MAIS EN AUGMENTATION

- La grande distribution reste un canal de vente réservé à une faible part de la population égyptienne dotée d'un revenu suffisant. En 2023, les épicerie de quartier, les kiosques de rue et les marchés traditionnels représentaient 96 % des points de vente alimentaires en Égypte, générant environ 74 % des ventes totales (contre 78 % en 2022). D'autre part, on compte environ 4 000 supermarchés, hypermarchés et magasins de proximité modernes dans le pays.
- Le marché de la RHD en Égypte est estimé à 9 Md EUR en 2024. Les fast foods ainsi que les chaînes de cafés, de boissons, et d'autres plats à emporter connaissent une croissance continue. Des chaînes internationales telles que Domino's Pizza, Pizza Hut, KFC et Krispy Kreme poursuivent leur expansion en Égypte.

FOCUS BIO

- Le marché des produits biologiques est une niche, destinée à une population aisée moins sensible aux fluctuations de prix. Bien que l'offre locale se soit élargie, elle se concentre principalement sur des produits bruts ou frais tels que les fruits, les légumes et l'élevage.
- On observe une très faible présence de produits transformés estampillés "bio" dans les rayons. Le groupe Sekin détient 71 % des PDM du segment bio. Sa gamme est diversifiée (miel, thés, huiles, etc.).

UN MARCHÉ DEPENDANT DES IMPORTATIONS

- Les exportations françaises vers l'Égypte ont subi un net recul en 2023 pour atteindre 217 M EUR. Cette évolution s'explique en grande partie par le fait que 2022 était une année record, principalement en raison des exportations de blé, qui représentaient 73 % des exportations françaises en valeur.
- En conséquence, la France est passée de la 9^{ème} à la 12^{ème} place des fournisseurs de l'Égypte entre 2022 et 2023 (18^{ème} place en 2021). Malgré cette baisse, la France est le second partenaire européen de l'Égypte en 2023,

derrière la Roumanie mais devant l'Allemagne et les Pays-Bas.

- Les principaux fournisseurs de produits agri/agro de l'Égypte en 2023 étaient la Russie, l'Ukraine, le Brésil, les États-Unis et l'Indonésie.
- Les importations en provenance de France affichent des hausses en valeur dans certains secteurs clés, notamment les oléagineux et les graines (+16 %), le cacao et les préparations à base de cacao (+20 %), le café et le thé (+203 %), ainsi que les eaux minérales (+3 %).

#EXPERTEASE

Les Égyptiens attachent une grande importance aux rencontres physiques. Les déplacements en Égypte et les invitations en France pour des visites de sites sont incontournables. Il est fréquent que les rendez-vous dépassent l'horaire prévu, il est donc crucial de limiter leur nombre à 2 ou 3 par jour.

Contact : WhatsApp est l'outil de communication à privilégier pour vos échanges, doublés d'un mail si nécessaire.

Promotion : l'échange de contacts entre pairs ainsi que la présence sur les réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, Instagram) sont capitaux pour la promotion d'un produit ou service.

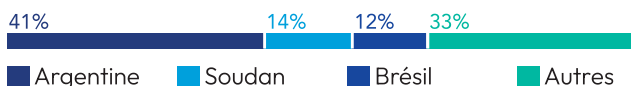
Langue : l'arabe est la langue officielle mais l'anglais est utilisé dans le monde des affaires. En cas de doute, prévoyez un interprète ou assurez-vous que votre interlocuteur en ait un.

SYNTHÈSE MARCHÉ PRINCIPAUX FOURNISSEURS (VALEUR)

ÉLEVAGE →

- En 2023, les importations de solutions pour l'élevage restent quasiment identiques à celles de 2022.
- La France occupe la 15^{ème} place parmi les partenaires de l'Égypte dans ce domaine. La production laitière revêt une importance, répondant aux besoins du marché local et aux demandes à l'exportation.
- La hausse de la demande en protéines de volaille nécessite des investissements dans les solutions pour les élevages, couvrant les aspects de la nutrition et des équipements.

Importations : 1 100 M EUR, dont



VINS ↗

- Entre 2022 et 2023, les exportations françaises vers l'Égypte ont grimpé de 75 % à hauteur 890 000 EUR, avec 60 % de vins tranquilles et 40 % de vins mousseux.
- Les taxes d'importation sont très élevées (1 800 à 3 000 %). La production et la consommation de vin local sont en progression, la bière restant la boisson alcoolisée préférée.
- La demande pour les vins étrangers demeure modeste, cependant, des opportunités se dessinent dans le secteur HoReCa.

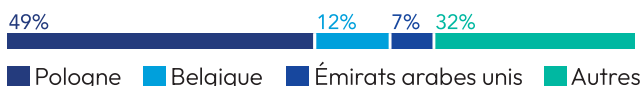
Importations : 2 M EUR, dont



BVP ↗

- Les importations de BVP française sont en hausse de 15 %, plaçant la France à la 8^{ème} position des pays fournisseurs. Les importations de l'Égypte ont presque doublé entre 2021 et 2023 atteignant près de 17 M EUR.
- L'ouverture et l'expansion de chaînes internationales telles La Brioche Dorée, Paul et Ladurée reflètent l'appétence croissante des consommateurs pour la BVP occidentale. Fort développement de chaînes de cafés, boulangeries et pâtisseries locales.

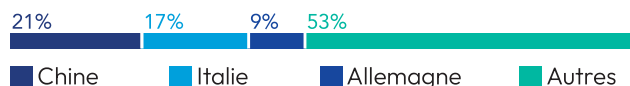
Importations : 17 M EUR, dont



ÉQUIPEMENTS IAA ↘

- Après un pic en 2022, les importations égyptiennes d'équipements IAA sont en baisse d'environ 10 % en 2023, mais stables par rapport à 2021.
- La France reste le 9^{ème} fournisseur (39 M EUR), principalement dans le domaine de la réfrigération et de la surgélation.
- Des opportunités existent dans les segments des machines et technologies de surgélation IQF, des équipements pour l'industrie alimentaire et des emballages innovants.

Importations : 1 320 M EUR, dont



BOISSONS SANS ALCOOL →

- Les importations de boissons sans alcool restent stable par rapport à 2022 et sont en augmentation de 33 % par rapport à 2021.
- La France se classe au 13^{ème} rang des partenaires commerciaux de l'Égypte dans ce segment : 46 % de ses exportations sont constituées d'eau en bouteille et 24 % de jus de fruits.
- La demande progresse pour les jus de fruits pressés frais et les boissons fonctionnelles.

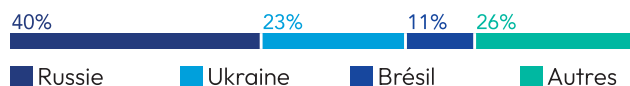
Importations : 52 M EUR, dont



CÉRÉALES ↘

- En 2022, le conflit en Ukraine a permis à la France d'atteindre un record d'exportations de céréales vers l'Égypte. Les importations de France se sont nettement contractées en 2023 (-80 %), à mesure que les céréales russes et ukrainiennes ont opéré leur retour sur le marché.
- Avec une consommation annuelle de blé de 20 M de tonnes, l'Égypte reste tributaire des importations pour satisfaire ses besoins. La production nationale ne satisfait qu'environ 45 % de la demande.

Importations : 5 898 M EUR, dont



PP ILS TÉMOIGNENT

Nous avons pris part à une mission collective en Égypte, organisée par Business France et la BPI. L'accompagnement et le suivi fournis ont été remarquables, et l'image de prestige de l'ambassade de France a renforcé la crédibilité de notre entreprise lors de notre prospection. Au départ, j'avais envisagé d'aborder le marché

égyptien sans recourir à un agent commercial, mais on m'avait dit que ce serait impossible. Finalement, nous avons reçu plusieurs commandes, atteignant un montant total de 680 K EUR.

Ernayil AKBAS, Export Manager - EUROP SERVICE INDUSTRIE





RANG
CLIENT

552 MEUR

+42,5 % entre 2023/18

EXPORTATIONS
FRANÇAISES

11^{ème}

Stable entre 2023/2018

RANG FRANCE
PARMI LES FOURNISSEURS

0,7%

Stable entre 2023/2018

PDM DANS LES
EXPORTATIONS
DE LA FRANCE

2,6%

-0,4 pt entre 2023/2018

PDM DE LA FRANCE DANS
LES IMPORTATIONS



RETROUVEZ
toutes nos études
gratuites

INFOS CLÉS DU PAYS

ÉMIRATS ARABES UNIS

+1,6 %	Taux d'inflation (2023)
9,9	Population (millions d'habitants)
92 073,9	PIB/Habitant (USD courants, PPA, 2023)
+3,4 %	Croissance du PIB en 2023
A3	Évaluation du risque pays (Coface)
A2	Note environnement des affaires (Coface)
2735	Dépenses annuelles pour l'alimentation / hab. (ventes au détail, EUR)
10,6 %	Part du revenu disponible consacrée à l'alimentation (ventes au détail)

Répartition des exportations françaises de produits alimentaires



⊕ OPPORTUNITÉS

- Importation de 85 % des besoins alimentaires.
- Plan stratégique *We the UAE 2031* visant à doubler le PIB du pays pour atteindre 758 Md EUR.

⊖ MENACES

- Concurrence accrue.
- Réglementations sanitaires et phytosanitaires strictes.
- Complexité logistique (chaîne du froid).

FAITS MARQUANTS

- **Évolution des importations de produits agri/agro en 2023**
France : **+10,6 %** UE : **+2,6 %**
- La tenue de la COP28 à Dubaï a mis l'accent sur l'importance de l'agriculture et des systèmes alimentaires dans la lutte contre le changement climatique.
- Les investissements dans la R&D devraient stimuler l'innovation dans les technologies agricoles plus durables et productives et renforcer les opportunités pour les entreprises.

CONTEXTE AGRICOLE

La *Dubai Food Tech Valley* a signé un accord avec ReFarmTM pour construire « GigaFarm », une ferme de 83 612 m² capable de cultiver 2 Md de plantes par an. Prévues pour être opérationnelles d'ici 2026, GigaFarm devrait générer plus de 100 M USD.

Cette initiative vise à réduire les importations de fruits et légumes en développant des fermes dans le désert et en augmentant les investissements en R&D.

LES INCONTOURNABLES DE LA GD

- Lulu Group International : env 175 PDV
- Majid Al Futtaim/Carrefour : env 120 PDV
- Spinney's (origine britannique) : 65 PDV
- Union Coop, ADCOOP, Sharjah Coop : 60 PDV
- Enseignes d'intérêt : Al Maya, Choithrams, Géant, Aswaaq, Nesto, Monoprix, Viva (40 PDV, magasin discount en fort développement)
- Montée des plateformes d'e-commerce : Noon, Careem, Talabat, etc.

DIVERSITÉ CULINAIRE SE CONJUGUE AVEC PRATICITÉ

- Un paysage culinaire riche et des solutions alimentaires pratiques s'inscrivent dans les habitudes alimentaires du pays, où près de 60 % des repas sont consommés hors domicile. Ce phénomène est dû à la diversité de la population et au rythme de vie effréné, qui poussent les consommateurs à privilégier des alternatives alimentaires rapides et faciles à préparer, telles que les plats surgelés et préparés.
- L'émergence d'une classe moyenne dynamique alimente une demande croissante pour des produits alimentaires variés et de qualité, avec une attention particulière portée à la santé et au bien-être (ex : produits protéinés). Soucieux de leur budget, les consommateurs recherchent un équilibre entre excellence et prix abordable, tout en étant de plus en plus enclins à consommer des produits gourmets et biologiques.

FOCUS E-COMMERCE

- Le marché de l'épicerie en ligne aux Émirats arabes unis devrait atteindre 1,1 Md USD en 2024 et 2,8 Md USD d'ici 2028. Cette dynamique est renforcée par la commodité et les choix disponibles sur les plateformes.
- La pénétration quasi-totale d'internet dans le pays et la logistique performante stimulent le marché (TCAC 25,4 % sur 2024-2028). L'arrivée de nouveaux acteurs et les nombreuses initiatives gouvernementales dynamisent également le secteur.

LA RHD INSCRITE DANS LES HABITUDES ALIMENTAIRES

- Le marché se caractérise par une diversité des circuits de distribution, avec une domination de la RHD et de la grande distribution. Avec plus de 26 700 restaurants et cafés disséminés sur son territoire, l'Émirat d'Abu Dhabi se hisse en tête avec le plus grand nombre d'établissements, suivi de près par Dubai et Sharjah.
- Les supermarchés et hypermarchés occupent une place prépondérante dans la distribution au détail, avec des réseaux de distribution largement déployés qui représentent plus de 60 % des parts de marché de la vente au détail. Parallèlement, les enseignes discount se développent et détiennent désormais près de 15 % des parts de marché. Leur stratégie axée sur la compétitivité des prix et l'efficacité opérationnelle trouve un écho favorable auprès des consommateurs.

FOCUS BIO

- Poussés par une quête croissante de bien-être et de durabilité, les consommateurs adoptent de plus en plus les produits bio. Fruits et légumes, produits laitiers, céréales et produits infantiles figurent en tête des ventes. D'ici 2025, le marché devrait atteindre 70 M USD.
- Le nombre de points de vente spécialisés est en hausse et les rayons de produits biologiques fleurissent dans les supermarchés pour répondre à la demande croissante.

UN APPÉTIT CROISSANT POUR LES PRODUITS FRANÇAIS

- En 2023, les Émirats arabes unis ont importé 21,4 Md EUR de produits agricoles et agroalimentaires. L'Inde se positionne en tête des pays fournisseurs, suivie de près par le Brésil et les États-Unis. Dans ce tableau dynamique, la France se distingue en tant que onzième partenaire commercial (près de 552 M EUR en 2023), affichant une croissance significative de 42 % sur 5 ans.
- Parmi les produits phares exportés par la France, les vins occupent une place prépondérante (149,5 M EUR). Les produits laitiers suivent de près (75 M EUR), avec les produits à base de céréales, farines et amidons (59 M EUR, enregistrant une croissance remarquable de 113 % en 5 ans). L'augmentation des importations de produits français aux Émirats arabes unis s'explique par la réputation de qualité des produits ainsi que par les relations économiques étroites entre les deux pays.

#EXPERTEASE

Se rendre aux Émirats arabes unis pour rencontrer les importateurs mais aussi les clients finaux (chefs, Food & Beverage Managers des HORECA, boutiques spécialisées...). Avoir une présentation claire et synthétique de son offre en anglais et remettre des échantillons lors des rendez-vous, ainsi qu'une liste de prix, de préférence en dirhams (AED). Le choix de l'importateur est déterminant, tant pour la qualité et quantité de clients que pour son expertise dans

les démarches d'exportation de marchandises. Certains importateurs peuvent demander un appui marketing, notamment au lancement des produits.

Contact : téléphone portable et WhatsApp.

Promotion : réseaux sociaux (ex : Instagram, LinkedIn).

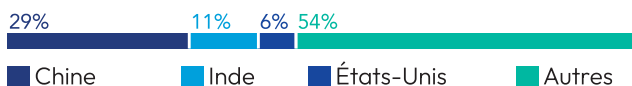
Langue : anglais

SYNTHÈSE MARCHÉ PRINCIPAUX FOURNISSEURS (VALEUR)

AGROÉQUIPEMENTS ↗

- La France se positionne comme le 13^{ème} partenaire, avec des exportations s'élevant à 10,8 M EUR, en croissance de 21 % depuis 2018.
- La reconnaissance de l'offre française découle de sa qualité et de ses avancées innovantes, particulièrement dans des secteurs porteurs tels que les technologies de gestion agricole intelligentes, résistantes à la chaleur et à l'aridité des sols, ainsi que les appareils et engins pour les récoltes.

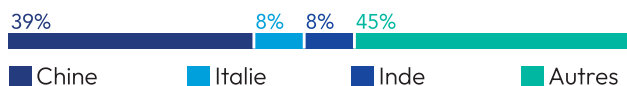
Importations : 539 M EUR, dont



ÉQUIPEMENTS IAA ↗

- En 2023, le pays a importé 8,1 Md EUR d'équipements IAA, en hausse de 32 % par rapport à 2018. La France se classe au 11^{ème} rang des fournisseurs, avec des exportations s'élevant à 102,9 M EUR.
- Intérêt croissant pour les technologies visant à réduire la consommation d'eau et d'électricité, ainsi que pour les innovations visant à optimiser la logistique et à améliorer la qualité des produits locaux.

Importations : 3 916 M EUR, dont



VINS ↗

- La France est le 1^{er} partenaire commercial des Émirats arabes unis, avec des exportations s'élevant à 149,5 M EUR (+45 % par rapport à 2018).
- Les vins mousseux, en particulier le champagne, dominent le marché, suivis par les vins de Bordeaux et de Bourgogne. Cette dynamique florissante dans le secteur s'explique par l'augmentation du nombre de touristes et par la renommée des produits français.

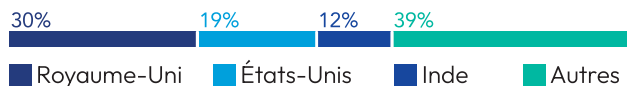
Importations : 224 M EUR, dont



SPIRITUEUX ↘

- La France arrive en 4^{ème} position dans le classement des fournisseurs de spiritueux, derrière le Royaume-Uni, les États-Unis et l'Inde.
- Les exportations françaises atteignent 56 M EUR. Les spiritueux français bénéficient d'une image de prestige et d'élégance associée au savoir-faire artisanal et à l'histoire riche des régions viticoles françaises.

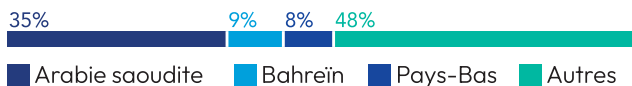
Importations : 574 M EUR, dont



PRODUITS LAITIERS ↗

- Les produits laitiers sont très prisés aux Émirats arabes unis, avec une valeur totale des exportations vers le pays atteignant 54,7 M EUR (+49 % en cinq ans).
- Les fromages, le beurre et la crème arrivent en tête des produits exportés par la France. Les spécialités fromagères telles que l'emmental, le brie, le saint-nectaire, le camembert et le gouda sont particulièrement appréciées, tout comme les produits innovants et ceux enrichis en protéines ou en vitamines.

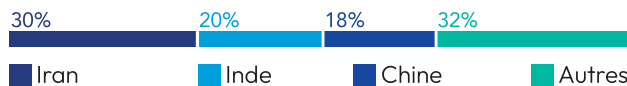
Importations : 943 M EUR, dont



LÉGUMES ↘

- Classée au 17^{ème} rang parmi les partenaires commerciaux des Émirats arabes unis, la France a exporté 2 M EUR de légumes frais en 2023, sur un total de 902,2 M EUR, enregistrant ainsi une baisse de 38 % en cinq ans.
- Les principaux fournisseurs de légumes frais pour les Émirats arabes unis sont l'Iran, l'Inde, la Chine, l'Égypte et la Jordanie. Les importations de France se composent notamment de pommes de terre, de tomates, d'oignons, d'échalotes et de champignons.

Importations : 656 M EUR, dont



PP ILS TÉMOIGNENT

Dans le cadre d'une mission de prospection sur la région UAE, nous avons fait appel aux services de Business France pour nous aider à défricher le marché, mieux le comprendre et qualifier des prospects avec qui nous avons aujourd'hui entamé des relations commerciales. C'est une chance inouïe

pour les entreprises françaises de pouvoir bénéficier de l'appui local d'une entité reconnue comme Business France.

Romain TASLÉ D'HÉLIAND, Head of Business Development, CÉRÉLIA





RANG
CLIENT

470,9 MEUR

+172 % entre 2023/18

EXPORTATIONS
FRANÇAISES

9ème

+6 places entre 2023/2018

RANG FRANCE
PARMI LES FOURNISSEURS

0,6 %

+0,3 pt entre 2023/2018

PDM DANS LES
EXPORTATIONS
DE LA FRANCE

2,0 %

+0,3 pt entre 2023/2018

PDM DE LA FRANCE DANS
LES IMPORTATIONS



RETROUVEZ
toutes nos études
gratuites

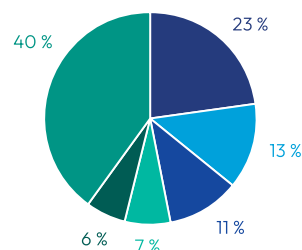
INFOS CLÉS DU PAYS

TURQUIE

+53,9 %	Taux d'inflation (2023)
85,3	Population (millions d'habitants)
42 063,7	PIB/Habitant (USD courants, PPA, 2023)
+4,5 %	Croissance du PIB en 2023
C	Évaluation du risque pays (Coface)
A4	Note environnement des affaires (Coface)
1530	Dépenses annuelles pour l'alimentation / hab. (ventes au détail, EUR)
20,4 %	Part du revenu disponible consacrée à l'alimentation (ventes au détail)

Répartition des exportations françaises de produits alimentaires

■ Alimentation animale	■ Céréales
■ Prép. alimentaires diverses	■ Prép. à base de céréales et lait
■ Graines et fruits oléagineux	■ Autres



+ OPPORTUNITÉS

- Population jeune (âge médian 33 ans).
- Urbanisation favorisant la consommation de produits transformés et fonctionnels.
- Forte production locale : importation d'intrants

- MENACES

- Monnaie locale faible face à l'EUR.
- Forte inflation.
- Marché protectionniste sur de nombreux produits finis avec des barrières douanières élevées.

FAITS MARQUANTS

- **Évolution des importations de produits agri/agro en 2023**
Monde : **+0,8 %** France : **+23,9 %** UE : **+26,3 %**
- Les élections municipales du 31 mars 2024 ont été un revers pour le parti du président Erdogan. Non seulement son parti a perdu dans la plupart des grandes villes déjà détenues par l'opposition telles qu'Istanbul, Ankara, Izmir, mais également dans de nombreuses villes provinciales d'Anatolie de l'Ouest, traditionnellement favorables à l'AKP, comme Bursa, Balikesir, Afyon, Manisa, ...

CONTEXTE AGRICOLE

Bénéficiant d'un vaste territoire de 24 M d'ha de SAU et de climats variés, la Turquie est un pays agricole de tradition se positionnant parmi les 10 principaux producteurs agricoles mondiaux.

Le pays est autosuffisant pour de nombreux produits agricoles. Toutefois, il dépend des importations pour les intrants, les solutions et les équipements technologiques nécessaires à sa propre production.

LES INCONTOURNABLES DE LA GD

- A101 (discounter) : >12 000 PDV.
- BIM (discounter) : >10 500 PDV.
- ŞOK (discounter) : >10 300 PDV.
- Migros (GMS) et Macro Center (épicerie fine) : >3 300 PDV.
- Carrefour (GMS) et Carrefour Gurme (épicerie fine) : >1 100 PDV.
- Metro cash&carry : 35 PDV.
- La distribution traditionnelle représente environ 45 % des ventes alimentaires au détail.

LES PRODUITS SAINS ET RÉGIONAUX SE DÉVELOPPENT

- En 2023, le marché alimentaire en Turquie, à l'exception des boissons alcoolisées, a enregistré une croissance significative de 5 %. Les trois catégories ayant le plus progressé en CA sont les produits de snacking tels que les fruits secs, les boissons gazeuses et les glaces. En volume, les cafés glacés et les moutardes ont été les produits les plus dynamiques.
- Parallèlement, les tendances axées sur une alimentation saine, comprenant des produits biologiques, végétariens, végans, etc., ainsi que les produits régionaux bénéficiant d'une IGP, gagnent en popularité. Cependant, ces concepts demeurent principalement présents dans les quartiers aisés des grandes métropoles telles qu'Istanbul, Ankara, Izmir, Antalya et Bodrum.

FOCUS E-COMMERCE

- Les Turcs sont très enclins à la digitalisation, surtout dans les grandes villes où il est très courant d'effectuer des achats alimentaires en ligne auprès d'acteurs tels que Migros ou Carrefour et sur les applications mobiles Istegelsin, Getir et Yemeksepeti, qui offrent également des services de livraison pour la RHD. La livraison à domicile est préférée au *click and collect*.
- En 2023, ces acteurs ont enregistré une croissance de 116 %, tous rayons confondus.

LA DISTRIBUTION MODERNE GAGNE DU TERRAIN

- La distribution moderne gagne du terrain au détriment de la distribution traditionnelle des Bakkal, qui conserve une part importante du marché (83 % de PDV pour 46 % de PDM). Les acteurs de la GD continuent d'ouvrir de nouveaux PDV, surtout en Anatolie. Les hard discounters bénéficient le plus de cette évolution, captant plus de 54 % de PDM.
- Les produits importés sont dominés par les enseignes d'épicerie fine comme Carrefour Gurme et Macro Center, présentes surtout dans les grandes villes, et rarement dans les Bakkal ou chez les hard discounters. En outre, la vente en ligne est en plein essor et continue de croître.
- Le secteur de la RHD contribue activement à cette croissance, avec un CA de 14 Md EUR. Les Turcs y dépensent en moyenne 6,5 % de leur revenu, les chaînes de fast-food étant les plus populaires.

FOCUS BIO

- Le marché des produits bio connaît une croissance soutenue, bien qu'il demeure confiné à une classe aisée urbaine. Les consommateurs portent une attention croissante à leur alimentation, ce qui devrait stimuler cette expansion. Les produits de base sont particulièrement concernés par cette tendance. Tiryaki Agro, le plus grand acteur mondial dans ce domaine, est une entreprise turque qui s'approvisionne en Russie et au Kazakhstan, et qui fournit surtout le marché américain.

FORTE CROISSANCE DES IMPORTATIONS DE FRANCE

- Après une année 2022 marquée par une forte croissance des importations de produits agricoles et alimentaires (+47 %), les importations en 2023 se sont stabilisées à 22,3 Md EUR (contre 28,6 Md EUR d'exportations).
- Les principaux fournisseurs de la Turquie en 2023 sont la Russie (4,8 Md EUR, en baisse de 7 %, principalement des céréales), l'Ukraine (2,9 Md EUR, -13 % : graisses et huiles animales et végétales ainsi que céréales) et le Brésil en baisse de 3 % à 2 Md EUR (graines et fruits oléagineux ainsi qu'animaux vivants).
- Les importations en provenance de France ont augmenté de manière significative en 2023 (+23 %), atteignant 444 M EUR. Elle a ainsi gagné trois places, devenant le 9^{ème} fournisseur de la Turquie. Les principaux produits importés de France sont les aliments pour animaux, les graines et fruits oléagineux et les céréales.
- Bien que les produits français soient perçus comme étant de très bonne qualité en Turquie, leurs prix sont souvent considérés comme prohibitifs.

#EXPERTEASE

Contrairement à certaines idées reçues, les différences culturelles dans la pratique des affaires sont minimes, et une entreprise française ne devrait pas se sentir trop dépaycée lors de sa prospection sur le marché turc. Cependant, il est important de prêter attention à certains points : la maîtrise de l'anglais est essentielle, il ne faut pas être surpris de voir des femmes occuper des postes clés, et il est impératif d'éviter les

sujets sensibles ou passionnels tels la question arménienne, les relations avec l'Europe, la situation chypriote, etc.

Contact : privilégier le contact direct avant tout, puis par téléphone ou par mail.

Promotion : via les réseaux sociaux ou la presse spécialisée mais surtout le bouche-à-oreille.

Langue : anglais dans le monde des affaires.

SYNTHÈSE MARCHÉ PRINCIPAUX FOURNISSEURS (VALEUR)

AGROÉQUIPEMENTS ↗

- Les importations de solutions et d'équipements agricoles ont augmenté de près de 5 % en 2023 (+ 69 % sur 5 ans). Environ 50 % sont des engrais, 20 % des tracteurs et 14 % des produits phytosanitaires.
- La France est le 5^{ème} fournisseur de la Turquie, avec une PDM de 8,5 %. Les importations de France ont augmenté de 66 % en 2023 (+ 162 % sur 5 ans), avec les tracteurs (53 % PDM) et les produits phytosanitaires (35 %) en tête.

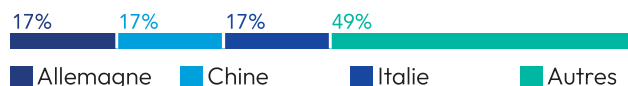
Importations : 4 407 M EUR, dont



ÉQUIPEMENTS IAA ↗

- Les importations turques sont en hausse de 11 % en 2023 (+ 63 % sur 5 ans). Les importations de France, classée au 4^{ème} rang des fournisseurs avec près de 5 % de PDM, ont enregistré une croissance de 19,6 % en 2023 (+ 62 % sur 5 ans).
- Les entreprises françaises peuvent bénéficier de partenariats en apportant un savoir-faire nouveau sur les processus et en proposant des équipements plus sophistiqués dotés de technologies supérieures à celles disponibles localement.

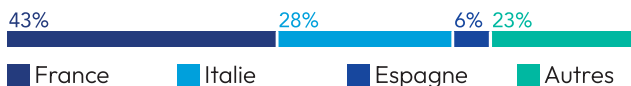
Importations : 4 355 M EUR, dont



VINS ↗

- Portées par le secteur touristique, les importations de vins connaissent une croissance constante, représentant désormais 18 % du marché turc, contre seulement 5 % il y a 5 ans. En 2023, les importations totales ont augmenté de 64 % (+319 % sur 5 ans).
- La France reste le 1^{er} fournisseur en valeur et le 2^{ème} en volume (18 % PDM). Le champagne représente 57 % des importations en provenance de France en valeur, et les vins tranquilles 80 % en volume.

Importations : 67 M EUR, dont



SPIRITUEUX ↗

- Le tourisme donne une impulsion aux ventes de spiritueux, augmentant les importations totales de 34 % en 2023 (+150 % sur 5 ans). Le whisky domine ces flux, représentant 199 M EUR, soit 62 % PDM.
- La France a perdu une place, se classant désormais au 5^{ème} rang avec une contribution de 14 M EUR (+9 % par rapport à 2022) et une PDM de 4,4 %. La performance de la France reste modeste sur ce marché, grâce aux expéditions de cognac, qui ont augmenté de 18 %.

Importations : 322 M EUR, dont



ÉPICERIE SUCRÉE ↘

- En 2023, la Turquie a importé pour 335 M EUR de produits d'épicerie sucrée (+2 % sur un an et +70 % sur 5 ans). Les principaux produits importés sont ceux à base de cacao et de chocolat (44 %), les produits de BVP sucrés (17 %), et les sucreries sans cacao (14 %).
- La France, avec 6 M EUR (-17 % sur un an) et une PDM de 2 %, est le 14^{ème} fournisseur. Les principaux produits importés de France sont les produits chocolatés.

Importations : 335 M EUR, dont



VIANDES ↗

- En 2023, la Turquie a importé pour 331 M EUR de viande, dont deux tiers de viande bovine (91 % de viande fraîche et 9 % de congelée).
- Pour faire face à la flambée des prix de la viande, le gouvernement a réouvert le marché aux importations de viande rouge via l'Office de la viande et du lait (ESK). Les principaux fournisseurs de viande bovine sont la Pologne (69 %) et la France (19 %).

Importations : 331 M EUR, dont

