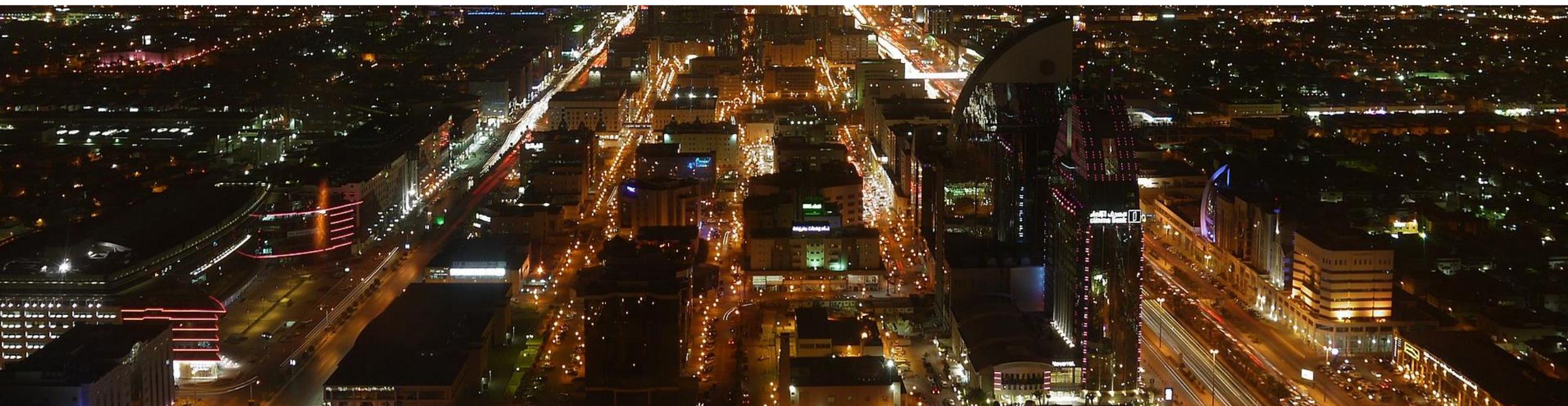


# Opportunités pour les entreprises françaises dans l'agrobusiness en Arabie saoudite

---



# Remerciements

Cette étude a été menée par Business France, en partenariat avec le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation.

Elle a été réalisée par :

- **Mohamed MOURCHID**, Chargé d'affaires Export, Adjoint Agrotech, zone Proche et Moyen Orient
- **Salamat KHAN, Yasin ELIGUL, Clémence DAUDÉ**, Chargé(e)s de développement, Business France Arabie saoudite et Egypte
- Sous la direction de **Flavie PAQUAY**, Chargée d'affaires Export, Coordinatrice régionale Agrotech, zone Proche et Moyen Orient

Ont contribué à cette étude :

- **Stéphanie LÉO**, Responsable du pôle études & analyses statistiques Agrotech, basée à Marseille
- **Malika AIT HAMMOU**, Chargée d'information du pôle études Agrotech, basée à Marseille
- **Henri LAGARDE**, Responsable d'études Agrotech, basé à Marseille

Remerciements :

- **S.E.M. Ludovic POUILLE**, Ambassadeur de France en Arabie saoudite
- **Pascal ROGER**, Directeur, Business France, Arabie saoudite
- **Myriam ISPA**, Conseillère régionale aux affaires agricoles pour les pays du Golfe
- L'ensemble des acteurs qui ont contribué de près ou de loin à cette étude et qui ont accepté de consacrer du temps pour répondre aux questions posées lors des nombreux entretiens conduits.

# Glossaire

- BVP: Boulangerie, Viennoiserie, Pâtisserie
- EUR : Euros
- FAO : Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (*Food and Agriculture Organization*)
- FMI : Fonds Monétaire International
- GCC : Conseil de coopération des Etats du Golfe
- GMS : Grandes et moyennes surfaces
- GTA : Global Trade Atlas
- IAA : Industries Agroalimentaires
- M : Million(s)
- MDD : Marque de distributeur
- Mds : Milliard (s)
- PAI : Produits Alimentaires Intermédiaires
- PDM : Part De Marché
- PIB : Produit Intérieur Brut
- R&D : Recherche et développement
- RHD : Restauration hors domicile
- TCAC : Taux de croissance annuel composé
- UE : Union européenne
- USD : Dollars américains

# Sommaire

- **Partie 1 : Introduction** p. 7
  
- **Partie 2 : Opportunités sur les filières clés** p. 49
  - ▼ **Chapitre 1 : L'aquaculture** p. 50
  - ▼ **Chapitre 2 : Les industries agroalimentaires** p. 82
  - ▼ **Chapitre 3 : Les filières viandes bovine et ovine** p. 129
  - ▼ **Chapitre 4 : La filière volaille de chair** p. 157
  - ▼ **Chapitre 5 : La filière des produits gourmets** p. 188
  
- **Partie 3 : Conseils pour aborder le marché** p. 237
  
- **Conclusion** p. 253

# Sources documentaires

## Publications et évènements institutionnels

- Business France, Guide des affaires, 2018
- Business France, Fiches marché
- Business France, Diverses études pour clients privés
- Notes du Service Economique Régional
- Interprofessions et Ministère de l'agriculture

## Médias, presse, revues spécialisées

- Journal (Saudi Gazette, ArabNews, Asharq al-Awsat, Al Watan, Argam)
- Brèves agricoles de la DG Trésor
- Fiches marchés de Business France

## Sites Internet

- Sites des entreprises citées
- Sites institutionnels français (France Diplomatie, BpiFrance, DG Trésor, Business France, Coface)

- Rapports d'activité des entreprises citées
- Sites institutionnels internationaux (FAO, CIA, FMI, Banque mondiale)
- Blogs spécialisés

## Bases de données

- Euromonitor, Lexis Nexis, Factiva, statista, USDA

## Bases de données statistiques

- Douanes françaises, européennes, japonaises
- GTA
- COMTRADE (ONU)
- Agrostat (base de données interne à Business France)

## Entretiens

- Nombreux entretiens avec les acteurs institutionnels et privés.

N.B. : plusieurs sources utilisées sont des ressources Business France en accès libre et gratuit, au service des entreprises françaises. N'hésitez pas à vous tenir informés de nos évènements, webinars et publications gratuites ! Toutes les informations dans nos newsletters spécialisées (inscription sur demande ; par exemple : produits laitiers, viandes, filières végétales, réglementaire, Chine...) ou sur Twitter : @BF\_Food, @BF\_InfosMarches et @reglementaire.

# Introduction

- A vol d'oiseau, plus de 4 600 km séparent la France de l'Arabie saoudite. La relation entre les deux pays remonte au XIX<sup>e</sup> siècle avec l'ouverture d'un premier consulat français à Djedda en 1841.
- La monarchie saoudienne suscite certaines interrogations où la politique est intimement liée à l'économie. Cette étude, bien qu'elle aborde quelques aspects géopolitiques, fera l'impasse sur ces questions et tentera de se concentrer sur la manière, pour nos entreprises, d'obtenir plus de part de marché.
- **Difficultés rencontrées :**
  - **COVID-19** : les recherches ont été menées en pleine période de crise sanitaire, ce qui a limité les déplacements. Par ailleurs, un certain nombre des interlocuteurs habituels, précisément du fait de la crise sanitaire, ont quitté le territoire.
  - **Un pays de tradition orale** : Culturellement en Arabie saoudite, comme dans d'autres pays de la zone, « la tradition orale » prédomine. La transmission de l'information est donc moins écrite. Aussi, les informations en sources ouvertes demeurent difficiles à trouver, surtout à vérifier même celles qui émanent de sources officielles. En effet, à plusieurs reprises, nous avons constaté que les informations gouvernementales étaient en contradiction avec les réalités du terrain. Certainement une volonté de promouvoir un marché « nouveau ». Notre rôle a été de nous rapprocher, le plus possible, des réalités terrains, des besoins, et dégager des axes constitutifs d'opportunités pour nos entreprises.
- **Aujourd'hui**, les défis sont nombreux pour le Royaume et ses dirigeants : sortir de la dépendance pétrolière et répondre aux attentes de la jeunesse avec pour étendard la « Vision 2030 », un ambitieux programme de réformes économiques, sociales et culturelles visant à diversifier et ouvrir l'économie.
- Près de 70 entretiens ont été menés et des centaines d'articles de sources diverses ont été consultés afin de restituer une étude la plus fidèle possible à la réalité. Son ambition est d'apporter un éclairage sur les thématiques d'un marché qui s'ouvre et qui offre aux entreprises françaises des perspectives de développement.

# Partie 1: Présentation générale



# 1. Caractéristiques générales du pays



IAA : 2,2% PIB – 4,8 % de la population active



Evaluation des risques pays



Environnement des affaires

Selon le rapport *Doing Business 2020* du Groupe de la Banque mondiale « L'Arabie saoudite a mené un nombre record de réformes commerciales ces dernières années, ce qui lui a valu une place parmi les 10 meilleurs en termes d'amélioration du climat des affaires mondiales de cette année »



- 52<sup>ème</sup>/167 dans l'Indice de Performance Logistique (LPI)
- 62<sup>ème</sup>/190 dans l'indice de facilité de faire des affaires
- 3<sup>e</sup> plus important de la région

Notation de crédit de l'Arabie saoudite

**MOODY'S**  
A+ (Stable) (2019)

**FitchRatings**  
A+ (2019)

**S&P Global**  
A- (Stable) (2019)



Au cœur du monde arabe

1<sup>ère</sup> puissance économique régionale

Au carrefour de 3 continents



34,8 M habitants (plus élevé du GCC) 70% de la population a moins de 30 ans



23 539 \$ PIB par habitant



PIB 2019 : 792,96 Mds USD



Prévision 2021 : 38 %



“ La « Vision 2030 » représente notre feuille de route pour l'avenir de notre pays ”

LE ROI SALMAN BIN ABDULAZIZ AL SAUD

Roi d'Arabie saoudite

Gardien des deux saintes mosquées

# 1. Caractéristiques générales du pays

- L'Arabie saoudite est une monarchie absolue dirigée par la dynastie des Saoud, depuis sa création en 1932 par Abdelaziz Ibn Saoud. Le Royaume occupe 80% de la péninsule arabique. Pour répondre à son objectif de souveraineté alimentaire, le gouvernement saoudien considère ce secteur comme étant un pilier essentiel de son économie. Il représente ~2,2 % du PIB et emploie 4,8 % de la population active.
- **Villes principales** : Riyad, Djedda, Dammam, La Mecque, Médine, Al-Khobar, Dahrhan, Taïf ou encore Tabouk.
- **Religion dominante** : Islam
- **Fête nationale** : 23 septembre

- Avec une population de 34,8 M d'habitants, la plus importante de la région du CCG (Conseil de Coopération du Golfe), le Royaume enregistre un taux de croissance démographique annuel de près de 2% et plus de 70 % de sa population a moins de 30 ans.
- Avec une superficie de plus de 2 M de Km2, c'est le deuxième plus grand des pays du monde arabe, après l'Algérie. Le pays, dont la capitale est Riyad, a l'islam pour religion d'État et l'arabe pour langue officielle. Il abrite les deux plus grands lieux saints de l'islam : la mosquée Al-Harâm (à La Mecque) et la mosquée du Prophète (PBSDL) (à Médine).
- L'Arabie saoudite a un climat désertique. La topographie joue un rôle important dans la variété des climats saoudiens. Riyad, qui se trouve au milieu des terres, est plus chaude en été et plus froide en hiver que les autres villes du pays. Par ailleurs, d'importants orages et tempêtes de sable peuvent se produire.
- La langue arabe est la langue officielle mais l'anglais est très utilisé, en raison notamment de l'importante communauté d'expatriés. Les autres langues parlées dans le royaume sont l'indonésien, le somali, le tagalog ou encore l'ourdou (forte communauté pakistanaise et indienne). Le français est de plus en plus parlé grâce notamment à la diplomatie économique et aux Alliances Françaises (AF).

**CARTE D'IDENTITÉ**

 <p><b>SUPERFICIE :</b> 2 253 000 km<sup>2</sup> <small>France : 643 800 km<sup>2</sup></small></p>	 <p><b>TAUX DE CROISSANCE ANNUEL PIB :</b> 2017 : -0,7 % 2018 : +2,2% 2019 : +0,2% <small>PIB France : +1,2 % (2019)</small></p>
 <p><b>PIB 2019 :</b> 792,96 Mds USD <small>PIB France : 2 749 Mds USD</small></p>	 <p><b>MONNAIE :</b> Riyal Saoudien (SAR) <small>France : Euros (EUR)</small></p>
 <p><b>POPULATION 2019 :</b> 34,8 M d'hab <small>France 2019 : 67 M</small></p>	 <p><b>FACILITE A FAIRE DES AFFAIRES</b> (classement Doing Business, 2020) : 62<sup>ème</sup>/190 <small>France 2020 : 32<sup>ème</sup></small></p>

## 2. Contexte économique et politique

### PAYSAGE POLITIQUE ET RELATIONS INTERNATIONALES

- **L'Arabie saoudite est une monarchie absolue**, où le roi est à la fois chef de l'État et chef du gouvernement. La règle de succession prévoit la transmission du pouvoir parmi les frères ou demi-frères du roi, par rang d'âge, l'héritier étant confirmé lors d'un conseil de famille. Le roi nomme les membres du conseil des ministres, chargés de le conseiller sur les lignes directrices de la politique du royaume.
- **Membre du G20**, pays leader de l'OPEP (Organisation des Pays Exportateurs de Pétrole), initiateur et à l'avant-garde du CCEAG ces dernières années, le Royaume se pose en acteur régional incontournable, et de plus en plus, comme un acteur international. Riyad a ainsi accueilli, **pour la première fois, le sommet du G20 en novembre 2020**.
- **Le royaume est dirigé** par le Roi Salman ben Abdulaziz Al-Saud depuis janvier 2015. Il cumule également les fonctions de Premier ministre. **Le prince héritier, Mohammed ben Salman**, appelé MBS, est aussi vice-premier ministre du pays, président du Conseil des affaires économiques et du développement, président du conseil des affaires politiques et de sécurité et ministre de la défense. Il est considéré comme étant le réel homme fort du pays. **En pratique, le pouvoir est partagé** entre les Princes et les religieux. Depuis la nomination du prince héritier, cet équilibre a été bousculé et on assiste à une forme de verticalité et personnalisation du pouvoir.
- **Institutions politiques** : Le Roi dirige le Conseil des Ministres qui forme le gouvernement. Depuis 1992, le roi est assisté dans sa prise de décision dans le domaine législatif par l'assemblée consultative "*Majilis al Chouras*" dont il nomme les 150 membres et 1 président tous les quatre ans (système monocaméral). De nombreux princes de sang (environ 6 500) - liés à la famille royale - occupent généralement les postes les plus importants bien que depuis quelques années, ce sont de plus en plus les capacités et la compétence qui priment. L'Etat est divisé en 13 provinces dirigées par 13 émirs (ministres) nommés et révoqués par le Roi.
- **En nommant son fils comme prince héritier, le Roi a, pour la première fois depuis la création du Royaume d'Arabie saoudite**, modifié l'ordre de succession passant d'un système adelphique à patrilinéaire.



*“ Nous revenons simplement à ce que nous sommes, un pays ouvert sur le monde. La différence entre l'ancienne et la nouvelle Arabie est comparable à la différence entre ces deux téléphones. ”*

#### MOHAMMED BEN SALMAN BIN ABDULAZIZ AL SAUD

Chairman du Fonds Public d'Investissement lors du Forum économique, *FII (Future Investment Initiative)* à Riyad, en 2017

**2015, l'année du changement** : Suite à l'arrivée au pouvoir du Roi Salmane en 2015 et à la nomination de son fils Mohammed en tant que prince héritier en 2017, le visage de l'Arabie saoudite a profondément changé. Le souhait aujourd'hui est de transformer l'économie, la rendre moins dépendante à l'égard du pétrole, l'ouvrir au tourisme, faciliter les investissements dans tous les secteurs – particulièrement l'industrie agroalimentaire – ou encore assouplir voire faire disparaître toutes les règles qui entravent le développement du Royaume (e.g. suppression de la police religieuse, ouverture des cinémas, conduite des femmes, disparition progressive du régime des tutelles, soutien aux artistes, délivrance des visas touristiques, etc.).

Enfin, il convient de noter que tous ces changements ne se font sans susciter des réticences, des dissonances voire un total rejet jusqu'au sein même de la famille royale.

## 2. Contexte économique et politique

### VISION 2030

**L'Arabie saoudite est la 1ère puissance régionale du Moyen-Orient et la 18<sup>ème</sup> économie mondiale.** La prévision de la dette est estimée à 28,4% du PIB en 2020. D'après les grandes agences de notation comme Moody's ou Fitch, la situation est jugée « stable (A+/-) ». En effet, le Royaume contribue pour 50% au PIB cumulé des pays du Conseil de Coopération des États Arabes du Golfe (CCEAG). La population saoudienne représente +60% de la zone avec 34,8 M d'habitants (dont 30% étrangère) et une croissance démographique de 2,2% par an.

**Avec une population jeune** et très ouverte sur le monde (plus de 70% a moins de 30 ans), une économie qui se diversifie (post-pétrole) et une vision 2030 ambitieuse, le Royaume offre des opportunités diverses pour les entreprises. L'économie est structurellement dépendante de la production de pétrole qui représentait encore en 2018, 31% du PIB et 80% des recettes d'exportation.

**La Vision 2030** de l'Arabie saoudite est un **ambitieux programme de réformes économiques, sociales et culturelles** visant à sortir le pays de sa dépendance au pétrole et à diversifier et ouvrir son économie. Ce programme repose principalement sur un passage du relais de la croissance au secteur privé et aux activités non pétrolières (tourisme, loisirs, industries innovantes et le secteur manufacturier). Ce programme englobe notamment le Plan de transformation nationale (NTP), le Plan d'ajustement budgétaire, le Programme de privatisation, le Programme national pour le développement industriel et logistique, le Programme de développement du secteur financier, ainsi que le Programme d'amélioration de la qualité de vie des saoudiens et ouvre la voie au développement de nouvelles opportunités dans le tourisme, le divertissement, le sport et l'agriculture.

**Le Fonds d'investissement public (PIF)** dispose d'un rôle prépondérant et notamment dans les nouveaux « giga-projets » du Royaume : *NEOM, Red Sea, Qiddiya, Amaala*, qui co-développera ces projets en y associant – et c'est l'objectif - des investisseurs privés.



La propagation rapide de la Covid-19 a introduit de nouveaux défis pour le monde et pour l'Arabie saoudite. Le gouvernement a annoncé une série de programmes de soutien destinés au secteur privé, totalisant près de 61 Mds USD.

- Exemptions et reports de certaines cotisations gouvernementales (18,6 Mds USD), un programme de 13,3 Mds USD pour soutenir les secteurs bancaires et des PME, subvention salariale de 60% (jusqu'à 9 000 SAR (2399,43 USD) par employé et par mois) pour les employés saoudiens du secteur privé. D'autres mesures ont également été prises liées à la fiscalité, (prolongation des délais des déclarations de revenus, paiement des impôts etc.). La banque centrale saoudienne a par ailleurs injecté +13 Mds USD dans le secteur bancaire pour améliorer la liquidité bancaire et permettre aux banques de continuer à fournir des facilités de crédit au secteur privé.

## 2. Contexte économique et politique

### UNE PRIORITE: ASSURER LA SECURITE ALIMENTAIRE

- Le Royaume a une priorité : assurer sa **sécurité alimentaire**. L'agriculture représente **2,2 % du PIB** pour le Royaume et emploie **4,8 %** de la population active.



• Suite à la crise de la COVID-19, le gouvernement souhaite passer d'une ambition de sécurité alimentaire à une **ambition de souveraineté alimentaire**. Un vrai défi dans un pays qui importe encore 80% de ses besoins.

#### L'agriculture, un enjeu stratégique :

- La productivité agricole reste limitée par rapport aux investissements publics qui financent le secteur, en raison notamment des contraintes géographiques et climatiques (sécheresses). L'Arabie saoudite importe la plupart de ses besoins et souhaite changer sa politique sous l'impulsion du gouvernement et du ministre de l'agriculture M. Al Fadley. Les stratégies reposent, en collaboration avec le secteur privé, sur la préservation de toutes les ressources, le développement et la rationalisation de leur utilisation, la contribution à l'amélioration de la sécurité hydrique et alimentaire et le développement de secteurs présentant des avantages comparatifs.



Dans le cadre de la vision 2030, des projets « sur plan » sont imaginés comme celui-ci : développement de cultures de serre en plein désert saoudien

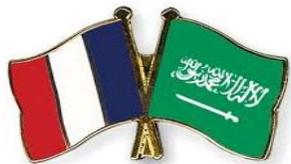


- Vision 2030** : Ce programme, impulsé par le Roi mais accompagné par le prince héritier, vise à transformer non seulement l'économie mais également le pays. Il est structurée **autour de 12 programmes** :

1. Programme pour la transformation nationale
2. Programme d'équilibre budgétaire
3. Fonds d'investissement public (PIF)
4. Programme Qualité de vie (*Quality of Life program*)
5. Programme de développement du secteur financier (FSDP)
6. Programme de privatisations
7. Programme des partenariats stratégiques
8. Programme national pour le développement industriel et logistique
9. Programme de logement
10. Programme de promotion des entreprises nationales
11. Programme « enrichir l'expérience du Hajj et de l'Umrah »
12. Programme d'Identité Nationale (*Saudi Character Enrichment Program*).

## 2. Contexte économique et politique

### DES PROJETS STRUCTURANTS QUI DIVERSIFIENT L'ÉCONOMIE



*“La volonté conjointe de l’Arabie saoudite et de la France est de mettre en œuvre un modèle nouveau de développement économique et touristique, centré sur la préservation absolue de l’environnement, respectueux de l’histoire, des territoires et de la population locale, au service d’une expérience touristique authentique, fidèle à l’hospitalité du monde arabe ”*

GÉRARD MESTRALLET, Président Exécutif d’Afalula  
<https://www.afalula.com/>

« Au centre du plan Vision 2030, initié par le gouvernement saoudien pour moderniser le pays, ALULA fait partie d’une série de projets très importants qui visent à développer l’offre culturelle et touristique du Royaume en collaboration avec la France. Le projet prévoit la création, sur un site de la taille de la Belgique, d’un complexe archéologique, culturel et touristique, aux allures de musée vivant à ciel ouvert. Un investissement majeur qui ambitionne de faire d’ALULA la capitale culturelle du Royaume. Le site est déjà ouvert aux touristes ».

Situé à 40 km de Riyad, Qiddiya fera plus de deux fois la taille de Walt Disney World Orlando en Floride, aux États-Unis, et comprendra un parc à thème, des hôtels et des installations de divertissement et de loisirs. Sur une superficie de 334 km<sup>2</sup>, Qiddiya devrait commencer à ouvrir en 2023 (finalisation prévue en 2030) pour accueillir 17 M de visiteurs par an et ainsi renforcer l’économie nationale.

<https://qiddiya.com/>



## 2. Contexte économique et politique

### DES PROJETS STRUCTURANTS QUI DIVERSIFIENT L'ECONOMIE



- **Diriyah Gate Development Authority (DGDA)** a été créée par un décret royal en juillet 2017.

“Notre objectif est de créer une expérience pour les visiteurs qui exposera l'héritage architectural, culturel et artistique de Diriyah. De la mise en valeur de son importance historique en tant que fondation du Royaume à son développement en un site patrimonial moderne, Diriyah sera une expérience de découverte remarquable pour tous.”

**MEMBRE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LA DGDA**

- Le site est déjà ouvert au public et la première phase doit se terminer en 2023. Le budget de Diriyadh est estimé à plus de 64 Mds SAR (17 Mds USD).
- **AMAALA** est un mégaprojet de ville nouvelle s'inspirant de la « French Riviera » en mer rouge saoudienne qui vise à créer un tout nouveau concept de tourisme de luxe axé sur le bien-être, la vie saine et la méditation. La 1ère phase devrait se finaliser en 2024 et le projet est développé par le fonds souverain saoudien PIF (*Public Investment Fund*).
- **NEOM** : Un projet à 500 Mds USD pour construire une ville nouvelle futuriste. Ce montant, qui peut paraître exorbitant repose sur une partie de financement public et une autre espérée privée.
- La première phase du projet est terminée. La finalisation est programmée pour 2030.



AMAALA



### PARTENARIAT PUBLIC PRIVE (PPP) - PRIVATISATION

Le gouvernement saoudien mise sur une stratégie basée sur une coopération forte entre le secteur public et le secteur privé en termes de financement des giga/grands projets



Stratégie de privatisation d'entreprises / structures notamment publiques (ex : minoteries)

## 2. Contexte économique et politique

### UN FONDS D'INVESTISSEMENT MOTEUR DE LA VISION 2030



Le fonds d'investissement saoudien (PIF – Public Investment Fund) a pour **objectif** d'être un « **moteur d'investissement à l'échelle mondiale et souhaite financer et accompagner la création de nouveaux secteurs et d'opportunités qui façonneront la future économie mondiale** tout en conduisant la transformation économique de l'Arabie saoudite ». Avec près de **400 Mds USD sous gestion**, le PIF est le moteur de la vision 2030 et de la diversité économique du Royaume.

Le premier événement *Future Investment Initiative* a eu lieu à Riyad du 24 au 26 octobre 2017, sous le patronage du roi Salman et en présence du prince héritier Mohammad ben Salman. La conférence a accueilli plus de 3 800 participants de 90 pays, impliquant des investisseurs importants, des politiques et autres décideurs. Parmi les participants notables figuraient la directrice générale du FMI Christine Lagarde, le secrétaire au Trésor américain Steven Mnuchin, le PDG de BlackRock Larry Fink ou encore le japonais Masayoshi Son, PDG de SoftBank. Il prévoit un forum annuel qui pourra se faire dans d'autres villes mondiales comme Paris, New-York ou encore Tokyo.



S.E.M. Yasir Al-Rumayyan  
Gouverneur du Fonds public  
d'investissement  
Président de l'Institut *FII* (*Future Investment Initiative*)

Secteurs d'investissement prioritaires du fonds souverain saoudien



Un portefeuille  
d'investissement diversifié à  
l'international



Investissements stratégiques  
internationaux



Les gigas projets saoudiens



Développement de  
l'immobilier et des  
infrastructures en Arabie



Développement des différents  
secteurs saoudiens (Télécoms,  
Aviation etc.).

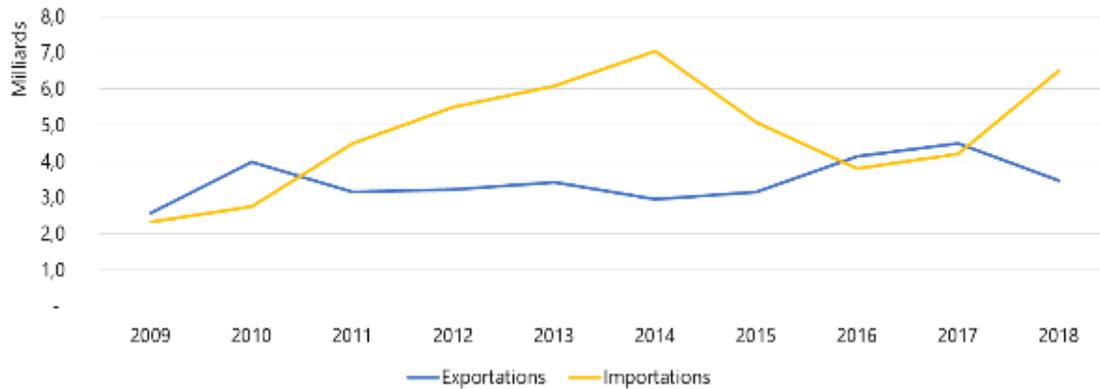


Prise de parts / développement  
de Saudi Holding

### 3. La France et l'Arabie saoudite

#### ECHANGES COMMERCIAUX ENTRE LA FRANCE ET L'ARABIE SAOUDITE

Evolution du commerce franco-saoudien depuis 2009 en Mds EUR



❖ **Analyse :**

- Sur les dix dernières années, la balance commerciale de la France avec l'Arabie saoudite a été **déficitaire** avec quelques **exceptions** en 2009, 2010, 2016 et 2017. La France importe du Royaume beaucoup plus qu'elle n'exporte.
- La France importe essentiellement des produits pétroliers. Quant aux exportations françaises vers le Royaume – hors militaires –, elles sont partagées entre le matériel de transport, les produits informatiques, électroniques et optiques, les produits des IAA et les produits pharmaceutiques.

#### Détail des exportations françaises vers l'Arabie saoudite (hors militaire) en 2018



→ 26% : matériel de transport



→ 13% : produits informatiques, électroniques et optiques



→ 10% : produits des IAA



→ 10% : produits pharmaceutiques

### 3. La France et l'Arabie saoudite

#### EXPORTATIONS AGROALIMENTAIRES DE LA FRANCE VERS L'ARABIE SAOUDITE

Malgré une production agricole et agroalimentaire significative, l'Arabie saoudite importe près de 80% de ses besoins alimentaires !

FRANCE (DOUANES) STATISTIQUES EXPORTS VERS L'ARABIE SAOUDITE PRODUITS : TOUS PRODUITS AGROALIMENTAIRES				
Année	2017	2018	2019	variation 2019/2018
Valeur (en M USD)	637	764,8	492,3	-35,6%

Les principaux postes d'exportations sont :

1. Les viandes et abats comestibles (volailles principalement) ;
2. Les céréales (le Royaume étant le 1er importateur mondial d'orge) ;
3. Le lait et les produits laitiers, les œufs, etc.

❖ **Analyse :**

- La France a exporté en 2017 pour 637 M USD de produits agroalimentaires. En 2018, il a été constaté une augmentation de près de 20% pour atteindre une valeur aux alentours de 764,8 M USD. En 2019, les exports ont diminué de - 35,6% pour atteindre une valeur de 492,3 M USD.
- Les exportations françaises vers le Royaume sont très fluctuantes d'une année sur l'autre. Elles sont très sensibles à l'évolution du marché.
- Exemple :
  - Entre 2017 et 2018, les exportations de produits agricoles ont augmenté de 20%, en partie grâce au doublement des exportations de céréales.
  - A contrario, entre 2018 et 2019, nos exports de céréales ont chuté de -72%\*.

\* La réglementation sur les céréales évolue de manière fréquente (teneur en vitamine, composition etc.)



En 2019, les échanges dans le domaine agroalimentaire entre la France et l'Arabie saoudite ont été de près de 492 M USD



<b>Fret</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendant la période de couvre-feu jusqu'en juin 2020, des services de fret très limités à destination et en provenance de l'Arabie, avec des tarifs élevés ont été constatés.</li> </ul>
<b>Taxe TVA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Triplement de la TVA de 5% à 15% à partir du 1er juillet 2020,</li> <li>• Hausse des tarifs douaniers (allant de + 0,5 à 15%) annoncés le 29 mai 2020 sur plusieurs types de produits applicable à partir de mi-juin 2020 (agroalimentaire entre autres).</li> </ul>
<b>Douanes réglementation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les douanes, pendant la période de confinement, ont travaillé pour le dédouanement principalement des produits médicaux et alimentaires. Pas de restriction notée sur ces secteurs.</li> <li>• Un retard dans le dédouanement, à l'importation et à l'exportation, a été constaté.</li> <li>• En décembre 2020, bien que les frontières soient encore fermées, les activités sont décrites comme normales.</li> </ul>



Le gouvernement saoudien a annoncé que les frontières resteront fermées jusqu'au fin mai 2021. Quelques exceptions sont octroyées. Pour plus de détails, vous pouvez consulter la plateforme : [TEAM France Export LIVE](#)

### 3. La France et l'Arabie saoudite

#### BILAN DES ÉCHANGES COMMERCIAUX ENTRE LA FRANCE ET L'ARABIE SAOUDITE

##### Échanges commerciaux entre la France et le Royaume

##### Échanges commerciaux entre l'Arabie et le reste du monde

**Importations saoudiennes de France  
(hors militaire) en 2019 :**  
3 Mds USD



**Exportations saoudiennes vers la France  
(tous secteurs) en 2019:**  
6,5 Mds USD

**Balance commerciale France / Arabie saoudite**  
-3,5 Mds USD

En 2019, les échanges de biens entre la France et l'Arabie saoudite se sont élevés à 9,5 Mds USD.

- En 2019, les **exportations françaises** de biens (**hors matériels militaires**) vers l'Arabie saoudite sont passés de 3,47 Mds USD en 2018 à moins de 3 Mds USD en 2019 (baisse de -13,4%).
- En 2019, les importations françaises en provenance d'Arabie saoudite ont atteint 6,5 Mds USD, stables par rapport à l'année antérieure (+0,3%). Les produits pétroliers ont représenté 96% du total des achats.
- La **balance commerciale** entre les deux pays est déficitaire pour la France pour un montant de 3,5 Mds USD, en augmentation de près de 16% par rapport à celui de l'année précédente.

En 2019, l'Arabie saoudite a été notre 34<sup>ème</sup> client

Dans la zone PMO, le Royaume est notre 3<sup>ème</sup> client après le Qatar et les EAU

- En 2019, les importations saoudiennes – tous secteurs confondus – ont représenté **153 Mds USD**, en hausse de 11,7% par rapport à l'année précédente.
- Quant aux exportations saoudiennes - tous secteurs confondus – elles ont représenté **262 Mds USD** en 2019, en diminution de 11% par rapport à l'année précédente.
- En 2019, l'excédent commercial était de **108 Mds USD**, en baisse de **31% par rapport à 2018**.
  - A noter que bien que la balance commerciale du pays soit excédentaire, elle peut varier de manière significative en fonction des prix du pétrole et de la demande mondiale.

**Importations saoudiennes  
(tous secteurs) en 2019 :**  
153 Mds USD  
en hausse de 11,7 % (18/19)



**Exportations saoudiennes  
(tous secteurs) en 2019:**  
262 Mds USD en baisse de 11,1 % (18/19)

**Balance commerciale saoudienne en 2019 :**  
108 Mds USD en baisse de -31 % (18/19)

### 3. La France et l'Arabie saoudite

#### PLACE DE LA FRANCE – FOCUS SUR LES FRUITS ET LÉGUMES

La production de légumes était d'environ 1,6 M T (Taux d'autosuffisance de 60 %) et la production de fruits et d'agrumes s'établit à 650 000 T avec un taux d'autosuffisance de 35%. Le Royaume est donc encore très dépendant des importations.

Atouts de l'offre française :

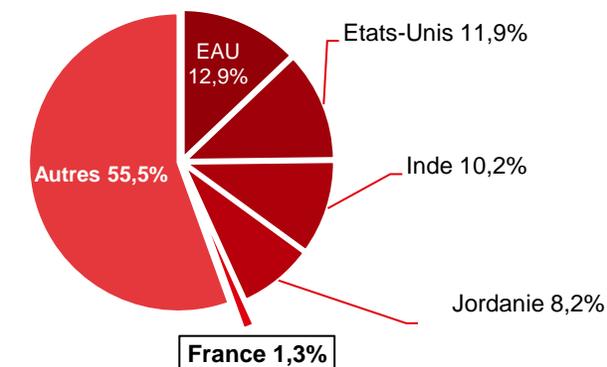
- La provenance des produits compte beaucoup en Arabie saoudite. Les produits français sont synonymes de qualité et de traçabilité. L'origine France est donc un atout.
- La pomme de terre française connaît un franc succès en Arabie saoudite en raison de sa qualité.
- La France est présente depuis quelques décennies sur le marché des pommes et des pommes de terre, ce qui en fait un atout.
- Les fruits et légumes nécessitant une forte consommation en eau (tomate, melon, courge, aubergine) représentent une belle opportunité d'exportation sur toute la région du Golfe.

Positionnement de l'offre française :

- La France arrive en 17<sup>ème</sup> position des fournisseurs de l'Arabie saoudite en F&L en 2018 (13<sup>ème</sup> position en 2016). Cette baisse dans le classement est notamment due à une forte concurrence au niveau des prix, facteurs clés dans les négociations commerciales. Les fruits et légumes français sont considérés comme qualitatifs et se positionnent donc parmi les plus chers du marché.
- Le principal fruit exporté par la France en Arabie saoudite est la pomme pour une valeur de 19 M USD en 2018 – la France figure toujours parmi les 4 premiers fournisseurs du Royaume, malgré une baisse des exportations sur les dernières années (à cause notamment de la montée en puissance des offres italienne et chilienne).
- La France est le 3<sup>ème</sup> fournisseur de pommes de terre de l'Arabie saoudite avec des exportations d'une valeur de 3 M USD en 2018, soit deux fois plus qu'en 2017. La France exporte également des choux en Arabie saoudite (9<sup>ème</sup> fournisseur mondial), ainsi que des oignons et des tomates.

IMPORTATIONS F&L EN ARABIE SAOUDITE SELON LE PAYS D'ORIGINE (% VALEUR, DONNÉES MIROIR, 2018)

Total : 1,71 Mds USD



Code SH	3 principaux fruits et légumes importés depuis la France	Milliers USD		Variation 2017/2018
		2017	2018	
0808	Pommes, poires [...]	21 428	18 965	-10 %
0701	Pommes de terre, à l'état frais ou réfrigéré	1 486	3 002	+102 %
0703	Oignons, échalotes [...]	51	144	+182,3 %

## 4. Le secteur agroalimentaire saoudien

### UN MINISTRE ENGAGÉ DANS LA RÉALISATION DES OBJECTIFS DE SÉCURITÉ NATIONAL

- Ministre depuis janvier 2015, M. Al-Fadley a renommé, un an après sa prise de fonction, le ministère de l'agriculture en ministère de l'Environnement, de l'Eau et de l'Agriculture (MEWA), afin d'avoir une vision globale et une autorité directe sur les principaux organismes stratégiques.
- C'est dans ce cadre qu'il est aujourd'hui président de :
  - L'organisation saoudienne des céréales (SAGO). Agence d'Etat d'achat de blé <https://www.sago.gov.sa/>
  - L'autorité d'irrigation et de drainage : [www.sio.gov.sa](http://www.sio.gov.sa)
  - Fonds de développement agricole : [adf.gov.sa/en/](http://adf.gov.sa/en/)
  - L'autorité générale de météorologie et de protection de l'environnement : [www.pme.gov.sa](http://www.pme.gov.sa)
  - L'autorité saoudienne de la faune <https://swa.gov.sa/>
  - La *Saline Water Conversion Corporation (SWCC)*, entreprise publique, premier opérateur d'usines de dessalement d'eau de mer en Arabie : <https://www.swcc.gov.sa/>
  - La compagnie nationale des eaux (*National Water Company*) : <https://www.nwc.com.sa/>
  - La *SALIC (Saudi Agricultural and Livestock Investment Company)*, entité du fonds souverain saoudien, considérée aujourd'hui comme l'une des plus grandes au monde en termes d'investissement dans le secteur agroalimentaire : <https://www.salic.com/>



**ABDULRAHMAN A. AL-FADLEY**

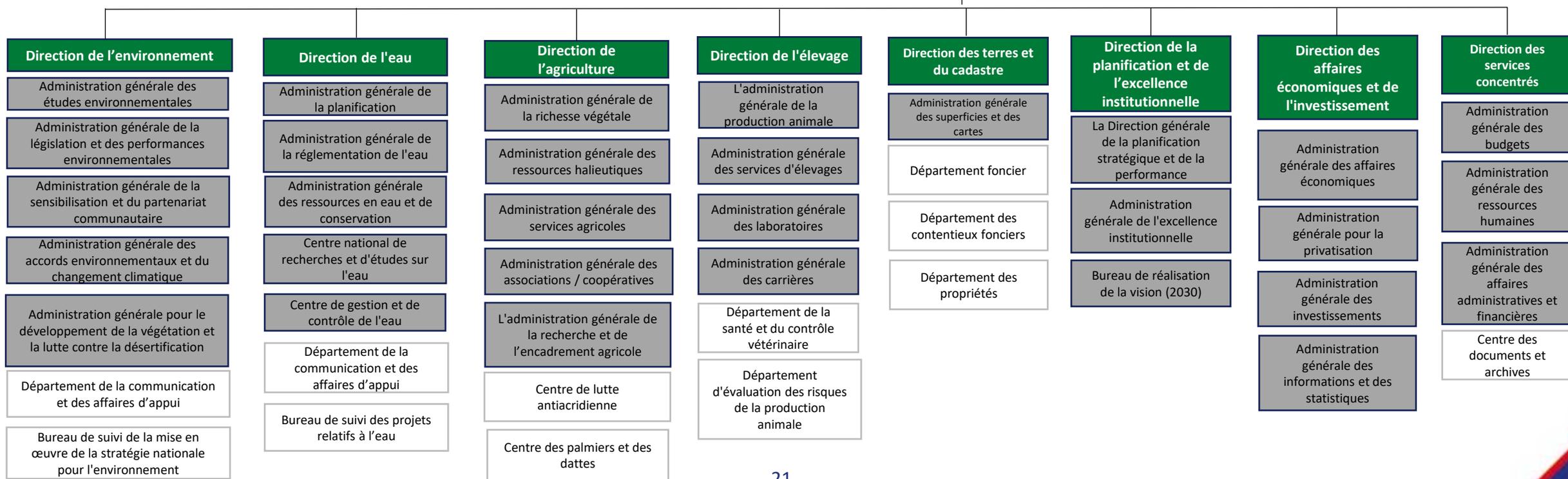
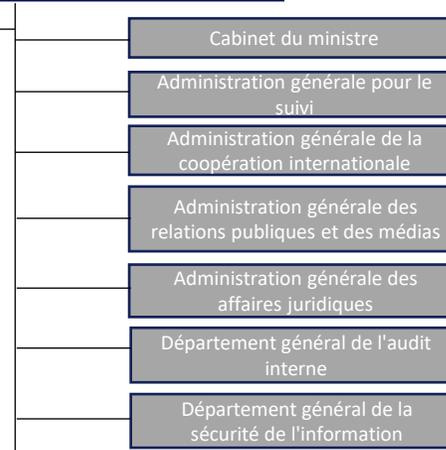
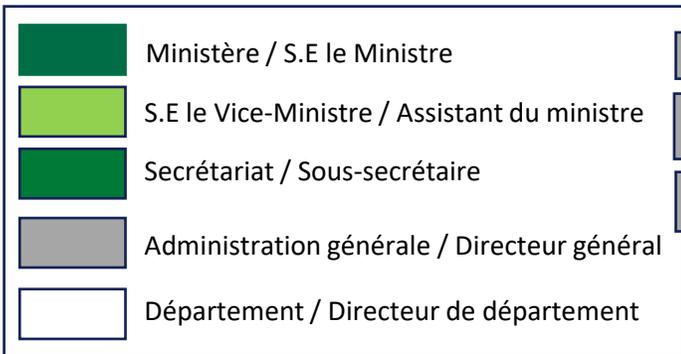
Ministre de l'Environnement de l'Eau et de l'Agriculture depuis 2015

- Selon le ministre, « contrairement à de nombreux pays ayant souffert de ruptures des chaînes d'approvisionnement en raison de la COVID-19, la stratégie de sécurité alimentaire initiée depuis plusieurs années a permis au Royaume de surmonter ces perturbations. Une coopération forte s'est nouée avec le secteur privé (développement d'applications transport, alimentation, santé etc.) notamment pendant les heures de couvre-feu.
- Le Fonds saoudien pour l'agriculture (*Saudi Agriculture Fund*) a annoncé un plan d'action en faveur de la production agricole pour un montant de 2 Mds SAR (533,3 M USD). Le MEWA a fait état d'un programme d'un montant de 180 M SAR (48 M USD) pour le mois d'avril, de soutien direct aux petites entreprises du secteur, aux éleveurs de bétail, de volailles et pisciculteurs. Nous allons poursuivre nos efforts pour répondre à l'objectif de sécurité alimentaire en phase avec la « Vision 2030 », améliorer notre classement à l'indice mondial de la sécurité alimentaire (*GFSI*) - aujourd'hui 30/113 - et progresser dans le développement d'un système agricole durable afin de promouvoir et préserver les ressources naturelles ».

“ Notre ministère cherche à valoriser ses programmes et sa stratégie en développant les services dans les domaines de l'environnement, de l'eau et de l'agriculture, en phase avec les objectifs de la vision saoudienne 2030. Ces efforts permettront d'améliorer nos performances et le ratio coûts/efficacité ”

# S.E le Ministre de l'Environnement, de l'Eau et de l'Agriculture

## Structure du ministère saoudien (MEWA)



## 4. Le secteur agroalimentaire saoudien

### PRINCIPALES FILIÈRES D'ÉLEVAGE EN ARABIE SAOUDITE

#### Filière aquacole

Le secteur de l'aquaculture en Arabie saoudite a atteint un volume de production de 103 141 T en 2019. L'élevage aquacole prend diverses formes selon les espèces (dans des réservoirs ou encore en cages flottantes) et s'opère dans des conditions sanitaires très strictes. Le Royaume a une longue histoire dans l'aquaculture et souhaite atteindre une production comprise entre **600 000 et 1 MT d'ici 2030**. Cette ambition est catalysée par les conditions environnementales favorables de la mer Rouge (1 800 km de côtes) ainsi que par les progrès technologiques. **L'entreprise saoudienne NAQUA est la plus grande ferme aquacole au monde**. Enfin, **le gouvernement**, dans le cadre de la vision 2030, envisage d'investir 1,3 Mds SAR (352 M USD) pour les infrastructures, la R&D, la commercialisation, la création de 20 nouveaux emplacements et une augmentation de la consommation de l'ordre de 8 % (cf. chapitre aquaculture).

#### Autres filières (caprins, ovins)

L'Arabie saoudite constitue la principale destination régionale des exportations de petits ruminants (ovins et caprins). 70 % des exportations vers l'Arabie ont lieu pendant la saison du Hajj/Eid (Al Adha, fêtes religieuses). Remarque : la filière avicole sera traitée dans une partie autonome

LE CHEPTEL SAOUDIEN	
Espèces	2018
Chameaux	490,6 K
Agneaux	9,4 M
Chèvres	3,7 M
Ovins	17,5 M
Vaches	368,4 K
Volailles	54,5 M

#### Filière bovin laitier

L'Arabie saoudite est autosuffisante en produits laitiers et lait (7,5 ML / jour). Le cheptel de vaches laitières est estimé entre 380 et 500 milliers de têtes. Les principaux transformateurs locaux sont Almarai (plus de 190 000 vaches), Al-Safi Danone, NADEC, SADAFCO. D'autres suivent, de taille plus modeste mais néanmoins importante : UND, Althukaim ou encore Najran dairy. Ces acteurs ont intégré leurs propres fermes à l'exception de SADAFCO et représentent près de 90% de la production totale. Pour rappel, Almarai est la plus grande entreprise verticale au monde.

Note : La filière laitière sera abordée de manière parcellaire dans cette étude.

#### Filière bovine - viande

L'Arabie saoudite dispose de très grandes exploitations avec des milliers de bovins qui appartiennent d'ailleurs pour la plupart aux grands acteurs cités précédemment. **Le Royaume est le plus grand consommateur de viande rouge parmi les pays de la zone du Moyen-Orient avec un taux d'autosuffisance de 30 %**. Sur ce segment, le MEWA importe de 29 pays avec une moyenne de 6 M têtes de bétail/an. La plus forte demande concerne les bovins avec 426 M USD. Enfin, le MEWA recherche et signe des partenariats - comme dernièrement avec la Nouvelle-Zélande - pour l'amélioration génétique. L'objectif est d'augmenter la productivité du secteur de l'élevage et d'améliorer la qualité des produits.

## 4. Le secteur agroalimentaire saoudien

### PROGRAMME NATIONAL DE TRANSFORMATION



Dans le cadre de ce Programme National de Transformation (*NTP, National Transformation Plan*), partie intégrante de la vision 2030, le ministère de l'agriculture et de l'environnement, de l'eau et de l'agriculture (*MEWA*) a défini 16 objectifs stratégiques qui se déclinent comme suit :

16 OBJECTIFS STRATÉGIQUES			
1	Contribuer à assurer une sécurité alimentaire durable pour le Royaume	9	Préservation de la végétation des pâturages et des forêts
2	Surveiller et contrôler la propagation des maladies animales transfrontières	10	Améliorer l'efficacité financière
3	Surveiller et contrôler la propagation des ravageurs transfrontaliers	11	Améliorer la qualité du service
4	Optimiser l'utilisation des ressources en eau renouvelable à des fins agricoles	12	Augmenter les ressources et la sécurité du stockage de l'eau
5	Développer des systèmes de production durables et hautement efficaces pour les plantes, le bétail et la pêche et augmenter la valeur ajoutée de ces produits cibles pour contribuer à la diversification de production du Royaume.	13	Améliorer l'usage de la consommation d'eau pour les habitants et réduire sa part dans le secteur agricole
6	Développer les parcs nationaux	14	(Re)localiser la production / Plus de contenu local
7	Améliorer l'utilisation et la gestion des terres du secteur agricole	15	Permettre à toutes les régions du Royaume d'avoir accès à des services de qualité équivalente
8	Développement de bonnes pratiques + privatisation	16	Améliorer l'accessibilité au service public (e-service)

## 4. Le secteur agroalimentaire saoudien

### MAINTENIR LA SÉCURITÉ DES RESSOURCES VITALES

Le Plan de transformation Nationale 2020 (*National Transformation Plan / NTP*) est un plan d'action économique mis en place par le gouvernement d'Arabie saoudite dans le cadre de son plan de développement Vision 2030. Le Plan de transformation a pour objectif de réformer le secteur public et la politique fiscale, diversifier l'économie avec la mise en place de projet afin de maintenir et développer la sécurité des ressources vitales de l'Arabie, et enfin d'améliorer l'environnement des affaires.

#### OBJECTIF VISION 2030 : MAINTENIR LA SÉCURITÉ DES RESSOURCES VITALES DE L'ARABIE ET SOUTENIR LES ENTREPRISES NATIONALES

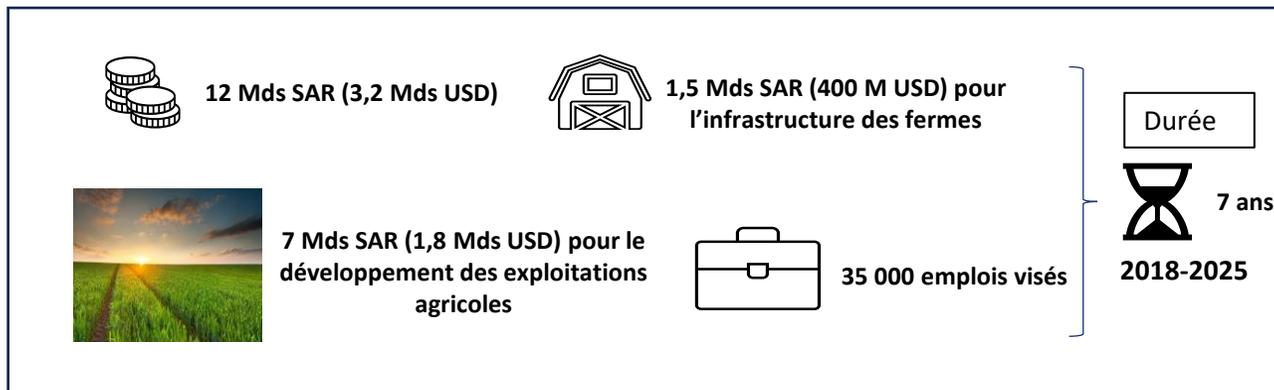
Indicateur clé de performance	Base 2018	Objectifs	Unité
Production des fermes aquacoles	30	100	Milliers de T
Autosuffisance dans la production de poulets de chair	42	60	%
Productivité végétale par hectare	21	23	T / ha
Contribution des coopératives agricoles à la production agricole nationale	0,02	1,4	%
Valeur des ventes du secteur des dattes	1,8	2,1	Mds USD

## 4. Le secteur agroalimentaire saoudien

### LA SÉCURITÉ ALIMENTAIRE

- En janvier 2019, le Roi Salmane ben Abdulaziz a **inauguré le programme de développement rural agricole durable 2025** (*Saudi sustainable rural agricultural development program*) qui concerne de nombreux secteurs et permet de renforcer la valeur ajoutée de nombreuses activités.
- Par ailleurs, la sécurité alimentaire a été retenue comme thématique centrale du G20 qui s'est tenu du 21 au 22 novembre 2020 à Riyad, capitale politique du Royaume.
- Le programme cible 8 secteurs**, dont les petites exploitations et l'agriculture traditionnelle. Sous son impulsion, ainsi que celle du prince héritier et de son gouvernement, **le royaume va connaître de profonds changements notamment sur le plan technologique, pour répondre aux objectifs exprimés.**

#### Stratégie du programme de développement rural agricole « durable »



“ Ce programme aidera les petits producteurs à travers le Royaume et soutiendra de manière forte les initiatives de sécurité alimentaire du pays en remplissant 43 % des besoins alimentaires requis dans les zones cibles, ainsi que 19 % des besoins alimentaires totaux de l'Arabie saoudite. Le programme garantira un accès durable à une alimentation saine, tout en augmentant la participation des femmes au marché du travail ”

**ABDULRAHMAN A. AL-FADLEY**

Ministre de l'Environnement de l'Eau et de l'Agriculture



## 4. Le secteur agroalimentaire saoudien

### UNE POLITIQUE AGRICOLE REPENSÉE: LA QUESTION DE L'EAU

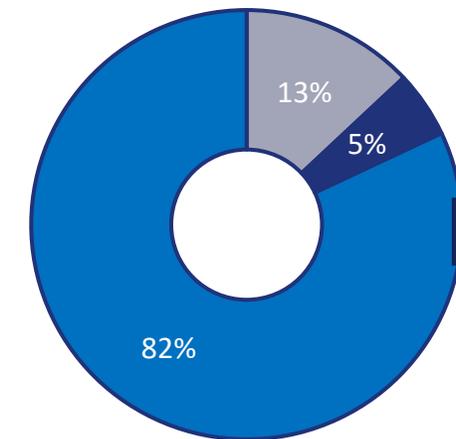


- Le Ministère de l'Environnement de l'Eau et de l'Agriculture saoudien (MEWA) tente d'adopter une Gestion Intégrée des Ressources en Eau (GIRE) qui fait partie du partenariat mondial pour l'eau (réseau mondial qui fournit des connaissances et renforce les capacités pour une gestion durable des ressources en eau) dont les enjeux sont notamment de garantir l'eau aux populations pour la production alimentaire, de promouvoir les activités créatrices d'emploi, protéger les écosystèmes vitaux, la gestion des risques, etc.
- La demande totale d'eau en Arabie saoudite en 2018 a atteint plus de 25 Mds de mètres cubes (m3),** dont 13 % (3 250 m<sup>3</sup>) à usage municipal, 5% à usage industriel (1 400 m<sup>3</sup>) et 82 % à usage agricole (21 200 m<sup>3</sup>) ! En augmentation de 49 % depuis 2010.
- Les Autorités souhaitent donc rationaliser l'utilisation d'eau, essentiellement dans le domaine de l'agriculture qui représente 82% de la demande !**
- Afin de répondre aux besoins des secteurs utilisateurs et éviter une pénurie, l'Etat saoudien, à travers notamment son Fonds de Développement Agricole (Agricultural Development Fund - ADF),** aide financièrement les producteurs sur des besoins techniques ou en termes d'achats d'équipements. Pour l'année 2018, l'Etat saoudien a alloué plusieurs M USD pour développer les secteurs des graines, des mangues ou encore des dattes. Sur l'année 2018, le FDA a octroyé plus de 230,6 M SAR (63 M USD) d'aides principalement dans la région du sud Jizan (39 %), la Mecque (11,8 %), Assir (9,6 %), Riyad (9,4 %) ou encore Qassim (4,4 %).



- Enfin, le programme **Vision 2030** met l'accent sur un renforcement des Partenariats Publics/Privés (PPP).
- L'Arabie saoudite développe un partenariat entre les partenaires privés et publics afin de mieux gérer la problématique de l'eau. En effet, le secteur de l'eau est géré par quelques entités publiques, rattachées au ministère de l'Environnement, de l'Eau et de l'Agriculture (MEWA) :
  - SWCC (Saline Water Conversion Corporation)** possède des usines de dessalement et produit environ 60% de l'eau dessalée. Le restant est construit et exploité par des opérateurs privés.
  - NWC (National Water Company) SWPC (Saudi Water Partnership Company)** propose au secteur privé des usines et des projets de dessalement d'eau saline, de purification d'eau, de traitement des eaux usées et de cogénération.
  - ECRA (Electricity & Cogeneration Regulatory Authority)** est l'autorité régulatrice des secteurs de l'eau et de l'électricité

#### RÉPARTITION DE LA DEMANDE EN EAU EN ARABIE SAOUDITE (2018)



- Usage municipal
- Usage industriel
- Usage agricole



Plus de 80 % de l'eau du Royaume est à usage agricole !

**L'Arabie saoudite est le 3ème plus grand consommateur d'eau / habitant au monde derrière les Etats-Unis et le Canada.**

## 4. Le secteur agroalimentaire saoudien

### UNE POLITIQUE AGRICOLE REPENSÉE: LA QUESTION DE L'EAU

#### EAUX DE SURFACE (PLUIE ET EAUX TORRENTIELLES)

Année	Précipitations moyennes (mm)*	Volume eau de crue En M de m3	Volume d'eau de crue disponible dans les barrages En M de m3
2018	87	6 746	1 200
2019	55**	4 179	970

\* 1 mm sur une surface plane de 1 m<sup>2</sup> (soit 1L)

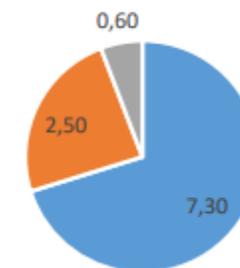
**\*\*Remarque :** A titre de comparaison, les précipitations annuelles moyennes en France métropolitaine s'échelonnent de 500 à 2 000 millimètres en fonction de la situation géographique soit respectivement 809% plus important que l'Arabie pour la tranche basse (500 mm) et +3 500% supérieur pour la tranche haute (2 000 mm).

- **Stratégie de réutilisation des eaux pluviales :** le gouvernement adopte des stratégies nouvelles et souhaite, en réutilisant les eaux pluviales, en **faire profiter les agriculteurs. Plus de 900 agriculteurs ont pu bénéficier de l'agriculture dite pluviales** le sud du pays (ex : Jizan, Assir, Al Baha ou encore Taïf), **qui dépend entièrement des précipitations pour son approvisionnement en eau.**
- **L'eau potable du Royaume provient pour 70% des usines de dessalement d'eau de mer**, 24% des nappes phréatiques non renouvelables (durée de renouvellement supérieure à 100 ans) et 6% des eaux de surfaces et des nappes phréatiques renouvelables (cf graphique ci-après). Ainsi, il est primordial d'éduquer la communauté agricole à utiliser les ressources naturelles, y compris l'eau, avec conscience et responsabilité.
- **Stratégie nationale de l'eau :** En 2018, le Royaume développe une stratégie nationale de l'eau (NWS – *National Water Strategy*) qui vise à répondre à la demande croissante d'eau et améliorer l'organisation et la gestion du secteur.



**Barrage du Roi Fahd à BISHA**

#### Répartition de la production d'eau en M m<sup>3</sup>/j en 2020



- Eau dessalée
- Nappes phréatiques non renouvelables
- Eaux de surface et nappes phréatiques renouvelables

## 4. Le secteur agroalimentaire saoudien

### UNE POLITIQUE AGRICOLE REPENSÉE: LA QUESTION DE L'EAU

#### AGRICULTURE PLUVIALE EN 2019

Type de projets	Cultures	Production en T	Nombre d'agriculteurs bénéficiaires
Agriculture pluviale - sud-ouest de l'Arabie	Sorgho, millet, sésame, épeautre, orge	320	900

- En effet, selon le site eaufrance.fr, le suivi des précipitations est « essentiel à la gestion des milieux aquatiques et des ressources en eau. Il permet notamment de comprendre les variations de débit des cours d'eau et d'évaluer la recharge des nappes souterraines ».

#### Aide à la rationalisation de l'eau avec des aides importantes :

- Les politiques cherchent à adopter une approche de gestion de la demande sur l'eau afin d'augmenter l'efficacité de l'approvisionnement. Dans le secteur agricole, l'objectif est de **rationaliser** l'utilisation de l'eau.
- Comme évoqué précédemment, le **Fonds de Développement pour l'Agriculture** : <https://adf.gov.sa/en/Pages/default.aspx> aide les agriculteurs à travers des prêts à 0% de taux d'intérêt sur le court, moyen et long terme. Les prêts concernent un éventail de domaines assez large, notamment des équipements agricoles pour l'irrigation moderne, afin d'optimiser la consommation d'eau.
  - Pour l'année 2019, la valeur totale des prêts accordés a atteint près de 23 Mds SAR (6,13 Mds USD) :
    - 7% sur le court terme soit 1,6 Mds SAR (426 M USD)
    - 93% sur le moyen terme soit 21,2 Mds SAR (5,65 Mds USD).
- Ainsi, la forte demande en eau dans le secteur agricole aggrave la situation de pénurie d'eau dans le Royaume. Les services d'assainissement coûtent cher au gouvernement et ne sont pas à la hauteur des attentes. Le secteur est en outre entravé par un cadre institutionnel et des mécanismes de gouvernance parfois inadéquats. Les prêts du gouvernement ont donc vocation, notamment, à combler les besoins en équipements des acteurs.

“ La réalité du secteur de l'eau dans le Royaume nous oblige à travailler ensemble - secteur public, secteur privé et citoyens - dans le but de développer des techniques de production et de distribution d'eau au coût le plus bas possible. ”

**ABDULRAHMAN A. AL-FADLEY**

Ministre de l'Environnement de l'Eau et de l'Agriculture



**17 111 459 ha**  
Superficie irriguée totale au cours de l'année 2019 en Arabie saoudite



**141,16 M m<sup>3</sup>**  
Quantité d'eau pompée au cours de l'année 2019 en Arabie saoudite



**Développement d'une stratégie nationale de l'eau avec des programmes spécifiques comme Qatrah**

## 4. Le secteur agroalimentaire saoudien

### UNE POLITIQUE AGRICOLE REPENSÉE: LA QUESTION DE L'AUTOSUFFISANCE

#### Des enjeux stratégiques

- L'agriculture représente approximativement 2,2% du produit intérieur brut du Royaume et emploie près de 5 % de la population active.
- Les régions fertiles du royaume font de l'agriculture et de l'agroalimentaire le troisième secteur en termes de revenus du PIB.
- Le secteur agricole a également contribué à augmenter le pouvoir d'achat de la population rurale.
- **Avec un territoire à 90% désertique**, le Royaume a des eaux souterraines naturelles limitées et est soumis à des températures extrêmes typiques d'un climat aride. Avec à peine 1 % de superficie de terres arables, **le Royaume importe 80% de ses besoins alimentaires.**
- **Le pays est entré dans une phase d'intense modernisation agricole** et ses besoins ne cessent de s'accroître.
- **L'objectif** est de tendre vers une **agriculture plus rationalisée et moins consommatrice en eau**. L'Etat subventionne ainsi la mise en place de nouveaux équipements dans les sous-secteurs (fermes laitières, fruits et légumes sous abri, irrigation, dattes, etc.).

#### Focus sur la production de fruits et légumes

- **En 2019, la production totale de dattes** était de plus de 1,5 M T atteignant **un taux d'autosuffisance de 125 %**, tandis que la production de **légumes** était d'environ 1,6 M T (Taux d'autosuffisance de 60 %).

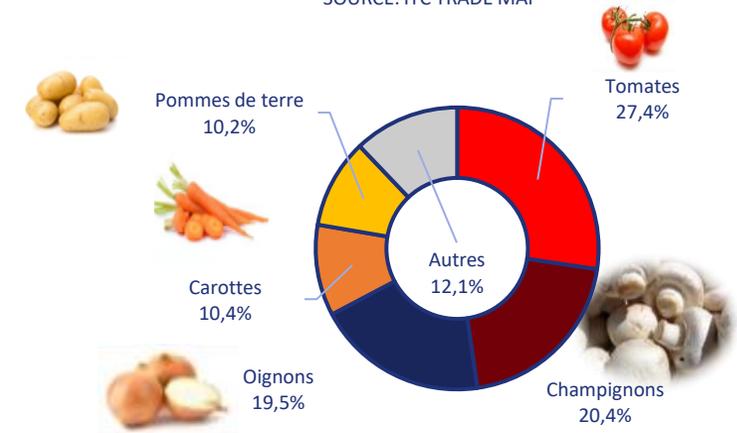


La **production de pommes de terre** a atteint près de 403 000 T, ce qui rend le Royaume **autosuffisant à 92 %** dans ce secteur. En revanche, la **production de fruits et d'agrumes** s'établit à 650 000 T avec **un taux d'autosuffisance de 35%**, en augmentation néanmoins par rapport à 2016 où ce taux était de 15%.

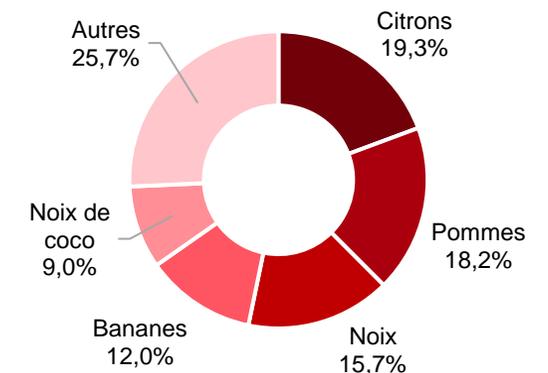
- **Le marché des fruits et légumes en Arabie saoudite devrait connaître une croissance annuelle de 5,2 %** au cours de la période de prévision (2020-2025). Les agriculteurs ont été encouragés à s'engager dans des activités alternatives de production plus durable telles que la culture sous serre ou le recours à des techniques avancées d'irrigation au goutte à goutte. **Le Royaume a intensifié sa production de fruits et légumes**, en améliorant à la fois les techniques agricoles et les routes qui relient les agriculteurs aux consommateurs urbains. Le pays est un importateur de fruits et légumes, mais également un exportateur, principalement à destination des pays voisins. Parmi ses cultures les plus productives figurent la pastèque, le raisin, l'agrumes et la courgette.

#### IMPORTATIONS DE LÉGUMES EN ARABIE SAOUDITE (% EN VALEUR, DONNÉES MIROIR 2018)

SOURCE: ITC TRADE MAP



#### IMPORTATIONS DE FRUITS EN ARABIE SAOUDITE (% EN VALEUR, DONNÉES MIROIR 2018)



## 4. Le secteur agroalimentaire saoudien

### PROFIL DU CONSOMMATEUR SAOUDIEN

- **Les saoudiens ont une alimentation traditionnelle basée sur le blé et le riz et ont des comportements d'achats qui évoluent rapidement dans une société qui conserve une certaine homogénéité culturelle.** La hausse du pouvoir d'achat permet notamment aux consommateurs de s'ouvrir à la culture et aux produits européens. Les restaurants et les hypermarchés proposant des produits gourmets dans leurs rayons deviennent des lieux de sociabilisation pour les jeunes. Les « moins de 25 ans » représentent un tiers de la population totale. Avec près de 34 M d'habitants (dont 83% de citadins) et un haut niveau de revenu disponible, l'Arabie saoudite s'impose comme le plus grand pays consommateur du Golfe.
- **Bien qu'il soit difficile d'obtenir un chiffre exact étant donné les disparités financières des foyers saoudiens, on estime que plus d'un tiers du revenu mensuel d'une famille saoudienne est alloué à l'alimentation.** Suivant les nouvelles demandes des saoudiens pour des produits plus sains et savoureux, le bio a fait son apparition et des boutiques spécialisées ouvrent leurs portes à un public aisé bien que les consommateurs réguliers y soient encore peu nombreux.
- **Le shopping est une façon de sortir du foyer et de se démarquer socialement.** Les saoudiens n'ont pas la culture de « faire des économies ». Ils dépensent principalement pour la technologie (ex : téléphones) et pour la mode (voitures, vêtements...), de façon ostentatoire. Sortir pour se restaurer constitue l'un des seuls loisirs existants pour se sociabiliser. Se rendre dans des restaurants haut de gamme est très en vogue. Un saoudien moyen dépense en général deux fois plus qu'un expatrié.
- **L'optimisme des consommateurs saoudiens est resté constant malgré la crise de la Covid-19** (enquête McKinsey & Company), même si plus de la moitié des consommateurs ont constaté une baisse de l'épargne-revenu. Les consommateurs saoudiens font en grande majorité leurs courses dans de grands complexes regroupant toute sorte de magasins d'alimentation, de vêtements ou de matériaux électroniques. L'enquête réalisée distingue 4 types de consommateurs en fonction de leur comportement : 1) Avisés (économes), 2) Acheteurs multicanaux, 3) A la recherche de tous rabais et autres promotions et 4) Dépensiers sélectifs. Plus généralement, les saoudiens préfèrent la qualité à la quantité (66% des consommatrices valorisent la qualité au prix), et sont attirées par les marques internationales, notamment de luxe.
- **Ces dernières années, du fait notamment de la baisse du cours de pétrole, les consommateurs ont vu leur pouvoir d'achat diminuer. Ils font plus attention aux prix et sont par conséquent moins fidèles aux marques.** 52 % des consommateurs saoudiens sont de plus en plus attentifs à la façon dont ils dépensent leur argent. Ainsi, le contexte les pousse à dépenser de manière plus rationnelle, concentrant leurs achats sur les produits de premières nécessités.

66% des consommateurs saoudiens valorise la qualité au prix

VENTILATION DES DÉPENSES DES MENAGES SAOUDIENS	
Produits alimentaires et boissons non alcoolisées	37,3%
Articles d'habillement et articles chaussants	8,2%
Logement, eau, électricité, gaz et autres combustibles	15,7%
Ameublement, équipement ménager et entretien courant de la maison	9,7%
Santé	1,0%
Transports	18,9%
Loisirs et culture	2,2%
Autres biens et services	7,2%

Source: Données de l'ONU (dernières données disponibles)

## 4. Le secteur agroalimentaire saoudien

### PROFIL DU CONSOMMATEUR SAOUDIEN

Les habitudes alimentaires au Moyen-Orient ont évolué de manière significative ces dernières années.

- **Des études alarmistes notamment de l'OMS** (Organisation Mondiale de la Santé) précisent que « les maladies chroniques telles que le diabète, les maladies cardiovasculaires et le cancer devraient représenter 73% des décès dans le monde d'ici quelques années ». Ce qui oblige les Etats et les industriels à réagir notamment avec la mise en place de campagne de sensibilisation en faveur d'une alimentation équilibrée et préconisant par exemple plus d'activités physiques et sportives.
- **Les consommateurs sont de plus en plus soucieux de leur santé avec des préoccupations alimentaires spécifiques** auxquelles les industriels doivent répondre.
- **Selon une étude menée par le site bayt.com**, dans la région MENA (Moyen-Orient Afrique du Nord), plus de 40% de la population consomme 3 repas par jour, ~35% considèrent que l'heure du repas est une affaire familiale « pour tous les repas » et 48% « pour certains repas ». Par ailleurs, ils sont 32% à manger rarement dans un restaurant quand ~25% déclarent y manger quotidiennement.
- **Pour ce qui est de la cuisine saoudienne**, il n'existe pas de « tradition » culinaire à proprement parler. Les habitants sont des descendants de tribus, d'éleveurs nomades de moutons et de chèvres et conservent diverses traditions de leur passé. On retrouve les aliments traditionnels comme les dattes, le fatir (pain plat), l'arikah (pain du sud-ouest du pays) et le hawayij (mélange d'épices).
- **Beaucoup d'habitants se sédentarisent** mais le style de vie reste nomade. C'est une cuisine généralement riche en graisses car la population n'est pas encore très éduquée sur les questions de « manger sain ». Les habitudes ont beaucoup évolué ces dernières années car le gouvernement souhaite lutter contre les problèmes de santé tels que l'obésité, le diabète. On observe l'apparition d'entreprises (REEF, BANZA, GREEN APPLE) proposant une alimentation peu calorique tout comme la multiplication des salles de sports.
- **De manière plus globale**, la cuisine du Moyen-Orient est très variée même si on retrouve un certain degré d'homogénéité. Certains ingrédients sont couramment utilisés, tels que les olives, l'huile d'olive, le miel, les pitas, les dattes, les graines de sésame, le riz, le persil, les pois chiches ou encore la menthe. Certains plats sont populaires comme les Kebabs, les Shawarmas, Dolma, Baklava ou encore le humus.
- **Un élevage et une agriculture de plus en plus biologique** : certaines exploitations agricoles locales ont introduit des processus « biologiques » d'élevage, mais les produits carnés issus de l'agriculture biologique ne sont pas encore répandus ou populaires en Arabie saoudite. La plupart des élevages biologiques se concentrent sur les moutons et les chèvres, ainsi que sur les chameaux. Par ailleurs, le gouvernement développe avec les acteurs des cultures biologiques (cf. schéma ci-après).

Source : Bayt.com, Euromonitor International, Union Européenne, MEWA, Article Arab News : [ICI](#)

**40 % des saoudiens souffrent d'obésité !**  
**50 % des patients dialysés sont diabétiques !**  
**45 % des morts en Arabie résultent de cardiopathie !**

#### Campagne contre l'obésité et le diabète en Arabie saoudite

#### CAMPAIGNS TARGET 'SILENT KILLER' AND DIABETES IN KSA.

The number of diabetics in the Kingdom reached 3.8 million representing almost 19 percent of the adult population

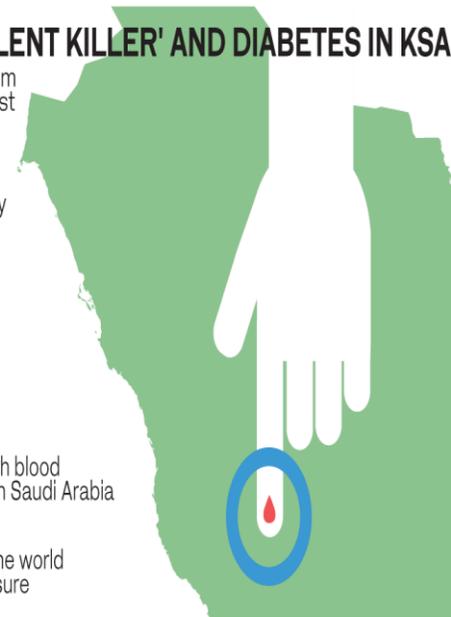
 **40%** of Saudi citizens are suffering from obesity

 **50%** of dialysis patients are diabetics

 **45%** of deaths are a result of heart diseases

 **15%** The prevalence of high blood pressure is in adults in Saudi Arabia

 **70%** of diabetics around the world have high blood pressure



## 4. Le secteur agroalimentaire saoudien

### LE BIO, VERS UNE INSTALLATION DURABLE DANS LES HABITUDES DE CONSOMMATION

A travers de nouveaux investissements, le MEWA, dans le cadre de la vision 2030, souhaite augmenter la production biologique de 300 %.

- **Le Royaume encourage les producteurs à utiliser la culture hydroponique, une technologie qui utilise 90 % moins d'eau que les méthodes agricoles traditionnelles.** Pour ce faire, il propose des prêts qui couvrent une part importante des investissements en capital. L'augmentation de la production nationale de fruits et légumes est l'une des principales priorités du Royaume.
- **La demande en Arabie saoudite est stimulée par sa démographie** : une population jeune, un taux de croissance constant (2.2 % en 2019) ainsi que par sa récente ouverture au tourisme avec la mise en place de visas touristiques depuis septembre 2019. On observe une volonté de la population saoudienne à consommer mieux, le marché est donc en vogue et représente une réelle opportunité.
- **Nouvelles habitudes de consommation** : En mars 2019, un sondage (Statista Research Department) a démontré que 66 % des répondants saoudiens préféraient manger des aliments cultivés localement. Dans la même enquête, 67 % des répondants saoudiens ont déclaré qu'ils mangeaient des légumes et des fruits de manière fréquente. La tendance est aux aliments « sans » (sucre, sel, matière grasse etc.).
- **Développer les segments de niche** : Le consommateur saoudien ainsi que les professionnels de la restauration sont de plus en plus en recherche de produits de niche, moyens et haut de gamme. Pour les fruits et légumes par exemple, nous pouvons citer les artichauts, choux, tomates qui nécessitent d'ailleurs une consommation en eau importante. Il convient donc d'en réduire la culture.

#### Réglementation

- C'est toujours la SFDA (l'autorité saoudienne des produits alimentaires et pharmaceutiques) qui est en charge de la réglementation. Adresse : <https://www.sfda.gov.sa>
- On note la création d'organismes dédiés à la certification / labélisation Bio. Une manière de structurer et contrôler le marché mais surtout garantir au consommateur un produit qui respecte des normes strictes en termes de process et de production.



Plus de 80 % des aliments biologiques du pays sont importés

Le Royaume, en 2019, a atteint 27 Mds USD de « consommation totale de produits biologiques et de santé »

#### LABELS, CERTIFICATIONS, ORGANISMES RÉFÉRENCÉS

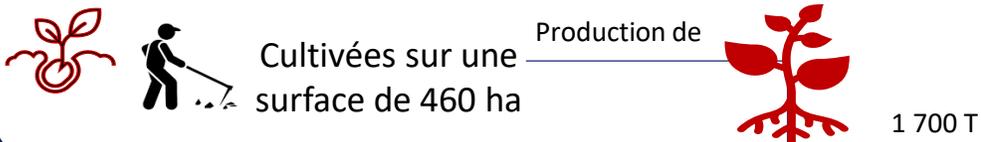


## 4. Le secteur agroalimentaire saoudien

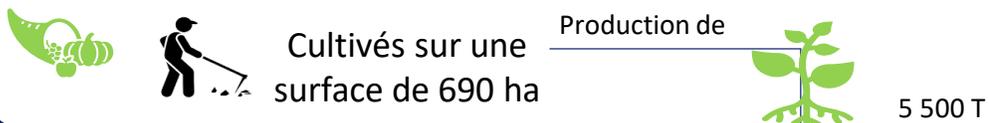
### LES CULTURES BIOLOGIQUES

- L'Arabie saoudite est le pays où le soutien gouvernemental à l'agriculture biologique est l'un des plus importants au Moyen-Orient. D'après l'Agence Française pour le Développement et la Promotion de l'Agriculture Biologique : « Il a été créé en 2009, en Arabie saoudite, un centre de recherche dédié à l'agriculture biologique qui a pour mission de conseiller et de former les agriculteurs bio. Le Ministère de l'Environnement de l'Eau et de l'Agriculture organise régulièrement des ateliers sur l'agriculture bio pour les producteurs. Il a également financé et co-organisé deux campagnes d'informations sur l'agriculture biologique à destination du grand public ».
- En 2018, l'agriculture biologique est cultivée sur une surface de près de 15 740 ha pour une production de plus 45 600 T. Elle inclut :

#### Graines

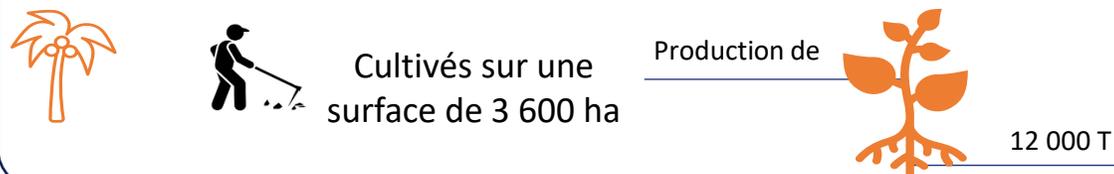


#### Légumes

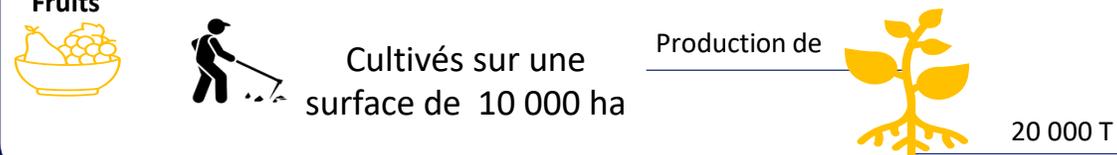


45 600 T : représente la production d'agriculture biologique cultivée en Arabie en 2018

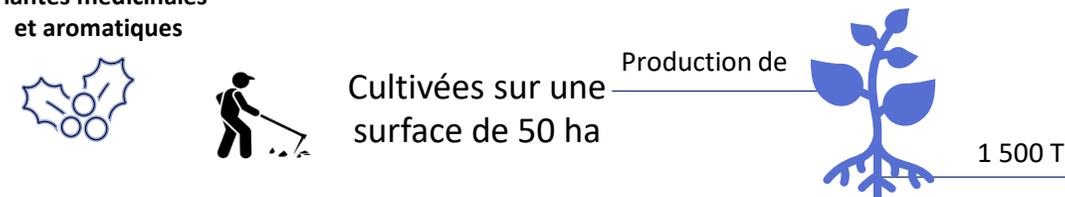
#### Palmiers



#### Fruits



#### Plantes médicinales et aromatiques



- Fourrage : cultivé sur une surface de 700 ha pour une production de 4 300 T

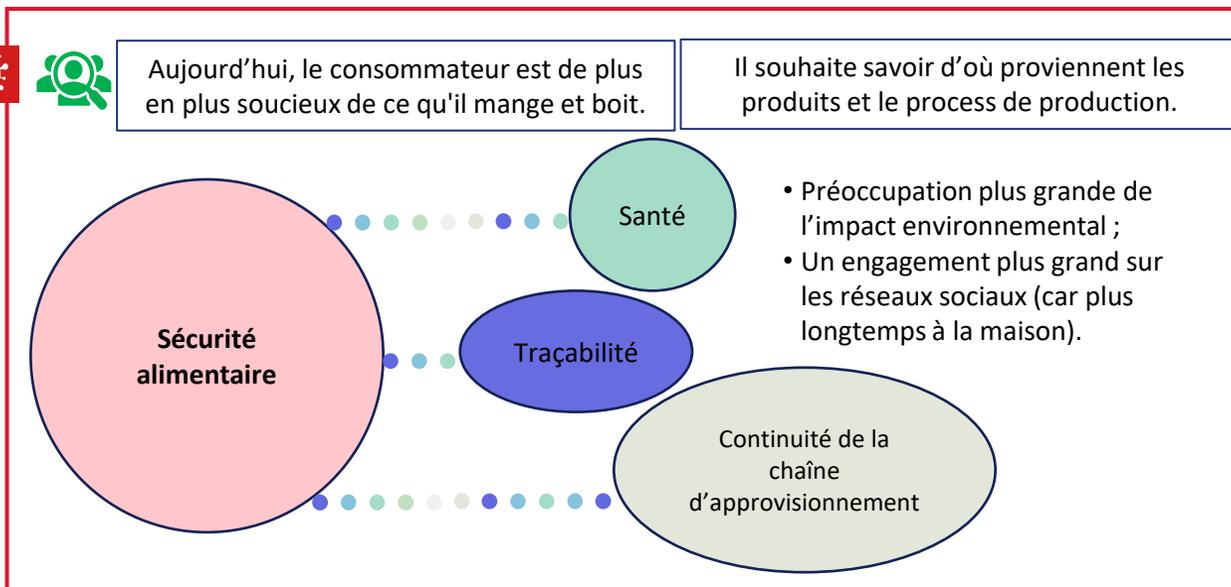
# 4. Le secteur agroalimentaire saoudien

## LE BIO : OBJECTIFS ET IMPACT COVID 19

- Grâce à un nouvel investissement d'une valeur de 750 M de SAR (200 M USD), le ministère saoudien vise à accroître la production biologique de 300%. Il poursuit également d'autres objectifs comme fournir des aliments sûrs et une agriculture durable et hautement rentable.



- SOFA** الجمعية السعودية للزراعة العضوية / Saudi Organic Farming Association **La Saudi Organic Farming Association (SOFA)** qui dépend du ministère, continue de manifester un intérêt grandissant pour le développement des exploitations en agriculture biologique. A cet égard, elle a indiqué qu'elle apporterait assistance technique et conseils à tous les acteurs qui souhaitaient se convertir à l'agriculture biologique. In fine, l'objectif est de leur faire obtenir une certification.



## 4. Le secteur agroalimentaire saoudien

### SAUDI FOOD AND DRUG AUTHORITY (SFDA) : GASPILLAGE ET AUTOSUFFISANCE

- **L'Autorité saoudienne des produits alimentaires et pharmaceutiques** : <https://www.sfda.gov.sa/> (**SFDA = Saudi Food and Drug Authority**) est l'organisme incontournable en charge du contrôle et de la réglementation des produits qui entrent sur le territoire.
- Le Royaume met en place des exigences spécifiques relatives à sa réglementation « FOOD SAFETY ».
- Il convient pour les exportateurs français de respecter certaines règles, les grandes lignes étant les suivantes :
  - Les importateurs doivent créer un compte auprès de la *SFDA* et enregistrer leurs produits ;
  - Les denrées alimentaires importées doivent satisfaire à tous les règlements, exigences, règlements techniques et normes appliqués en Arabie saoudite ;
  - L'importateur doit avoir un registre du commerce, qui comprend la catégorie commerce alimentaire ;
  - La facture originale doit être certifiée par l'autorité compétente du pays d'origine ;
  - Un ou plusieurs des certificats suivants (selon le produit alimentaire) sont nécessaires : Copie du certificat d'origine, original du certificat Halal, original du certificat d'abattage pour la viande et la volaille, tout autre document ou certificat requis par la SFDA.
  - Pour d'autres précisions, vous pouvez consulter le site suivant (en anglais) : [ICI](#)

- **Une plus grande prise en compte du gaspillage alimentaire**

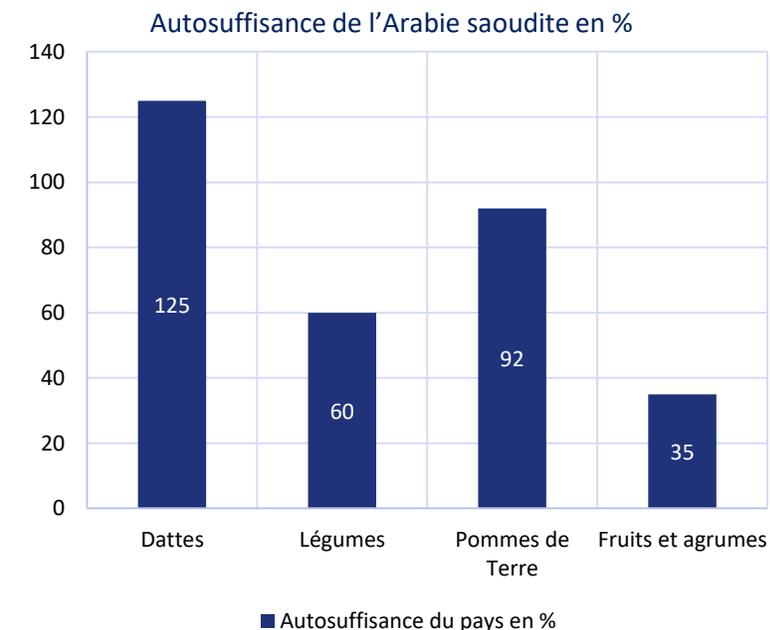


“ Plus de 33% de la nourriture est gaspillée, ce qui coûte à l'Arabie saoudite 40 Mds de SAR par an ((11 Mds USD). Nous sommes tous responsables du gaspillage alimentaire et de ses conséquences sanitaires, environnementales et économiques ”

**ABDULRAHMAN A. AL-FADLEY**  
Ministre de l'Environnement de l'Eau et de l'Agriculture

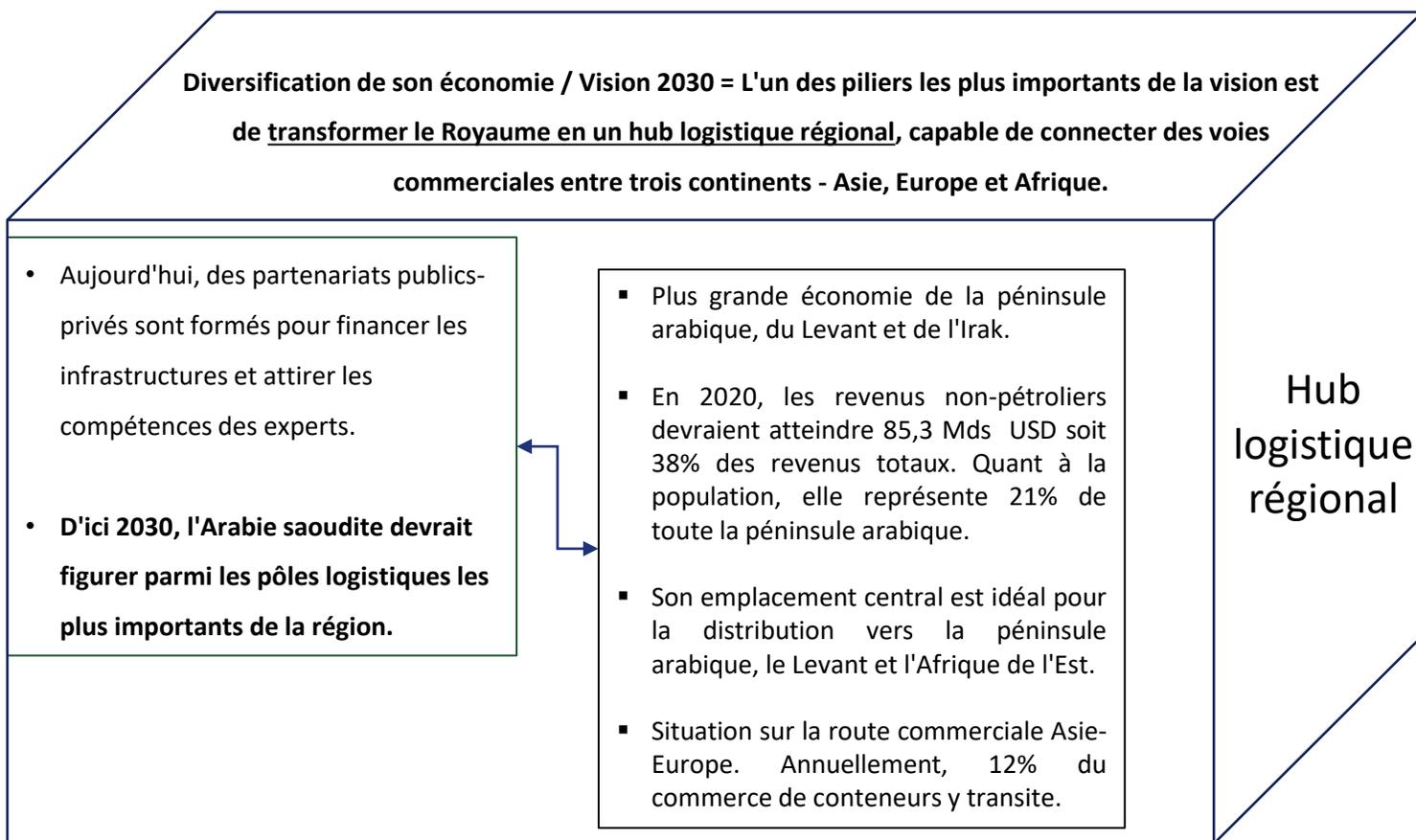


#### UNE AUTOSUFFISANCE QUI AUGMENTE MAIS QUI RESTE ENCORE FAIBLE SUR CERTAINS PRODUITS



## 5. Logistique et distribution

### ATOUS LOGISTIQUES DU ROYAUME



Selon un rapport de la Banque Mondiale (2019), l'Arabie saoudite fait un saut de 72 places dans le classement du commerce transfrontalier

Cet indicateur compare le temps et le coût des marchandises exportées et importées

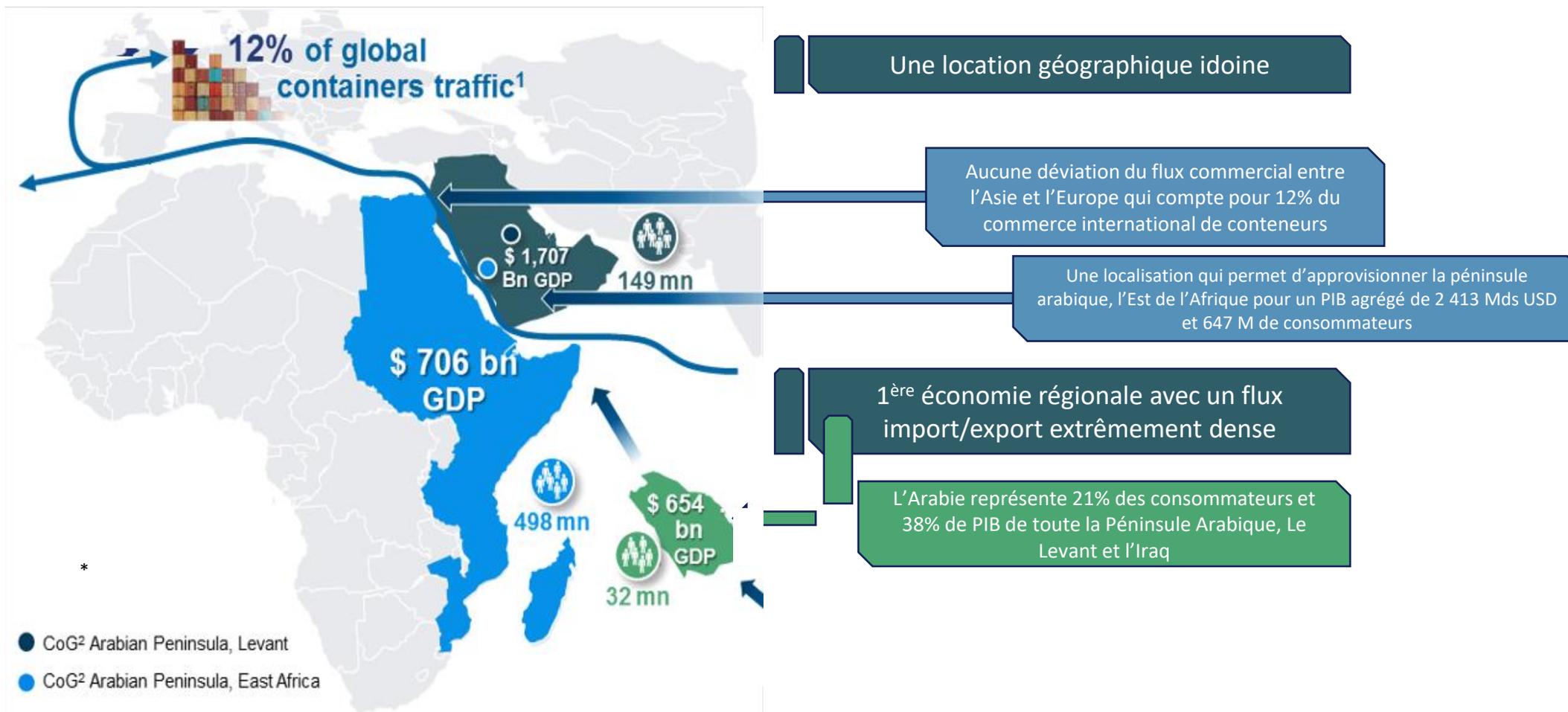


Il apparaît que le Royaume dispose d'atouts certains pour devenir un hub logistique régional et international

# 5. Logistique et distribution

## TRANSFORMER LE ROYAUME EN UN HUB LOGISTIQUE RÉGIONAL

Données 2015



Source : 1- World's containerized seaborne volumes (2015), 2- \*CoG = Center of Gravity (Centre de gravité) / Drewry, A.T. Kearney

# 5. Logistique et distribution

## UN RÉSEAU LOGISTIQUE MULTIMODAL, INTERCONNECTÉ, EN DÉVELOPPEMENT



> 230 000 km de routes



10 ports qui gèrent +13 M de conteneurs par an : l'un des plus grands réseaux maritimes du Moyen-Orient



> 40 villes et zones industrielles avec des avantages fiscaux et un prix au m2 très compétitif



> 4 500 Km de rails. Transportant plus de 7 M T de minéraux à travers les hubs industriels du Royaume



13% du commerce international passe par la Mer Rouge.



29 aéroports qui gèrent +90 M de passagers par an. Connectés à +45 pays.

Légende :

● Sites miniers

● Ports

● Plateformes logistiques

● Frontières

● Pétrole et gaz

● Aéroport

— Autoroute

— Lignes de chemins de fer

- - - Chemins de fer prévus

## 5. Logistique et distribution

### PRINCIPAUX ACTEURS DE LOGISTIQUE – TRANSPORT



## 5. Logistique et distribution

### INDICE DE PERFORMANCE LOGISTIQUE (LPI) : OBJECTIFS



Critère(s) LPI	Objectif(s)
Expédition internationale	Réduire le taux de fret en améliorant la connectivité et l'efficacité des ports ainsi que le transport routier
Douanes	Simplifier, rationaliser et automatiser le processus de dédouanement
Logistique	Réformer la gouvernance et améliorer les régulations. Libéraliser et ouvrir le marché logistique afin d'attirer les top mondiaux du secteur
Rapidité	Réduire le temps d'import et d'export
Infrastructure	Améliorer la qualité des infrastructures à travers une coordination et une vision sur le long terme et éviter les goulots d'étranglement
Suivi et traçabilité	Améliorer la sécurité, la transparence et les contrôles import/export à travers des process automatisés

“ L'Arabie saoudite souhaite tirer parti de ses atouts stratégiques, développer des circuits de qualité, une infrastructure et des services de suivi au niveau mondial. Nous allons continuer nos efforts soutenus pour stimuler l'efficacité et la compétitivité du secteur de la logistique dans le pays. La Saudi Logistics Hub invite désormais les investisseurs et les partenaires d'affaires étrangers à rejoindre notre ambitieux parcours pour consolider le statut de l'Arabie saoudite en tant que pôle logistique précurseur ”



**SALEH BIN NASSER AL-JASSER**  
Ministre du transport depuis  
octobre 2019

Objectifs 2020/2030



Des partenariats Publics-Privés (PPP) sont formés pour financer les infrastructures et attirer les compétences des experts. Ainsi, d'ici 2030, l'Arabie saoudite devrait figurer parmi les pôles logistiques les plus importants.

# 5. Logistique et distribution

## UN ENVIRONNEMENT DYNAMIQUE POUR LA DISTRIBUTION



22 Mds USD de ventes dans les restaurants en 2018



Le marché devrait croître à un TCAC\* de + 8% au cours de la période 2019-2024

\* TCAC = Taux de Croissance Annuel Composé



Le marché alimentaire du halal devrait atteindre 6 Mds USD annuel en 2020



D'ici 2021, la valeur totale des importations alimentaires atteindra 35 Mds USD



L'Arabie saoudite dépense environ 70 Mds USD en consommation alimentaire



Croissance attendue de 50% des investissements dans l'hôtellerie et la restauration d'ici 2030



Marché de la restauration et des services alimentaires estimé à 34 Mds USD



Sur les 2 prochaines années est attendue une croissance de +66% du secteur de la grande distribution avec notamment l'ouverture de nouveaux magasins



Le nombre total de PDV\* de détail alimentaire devrait être d'environ 50 000 d'ici 2020/21.

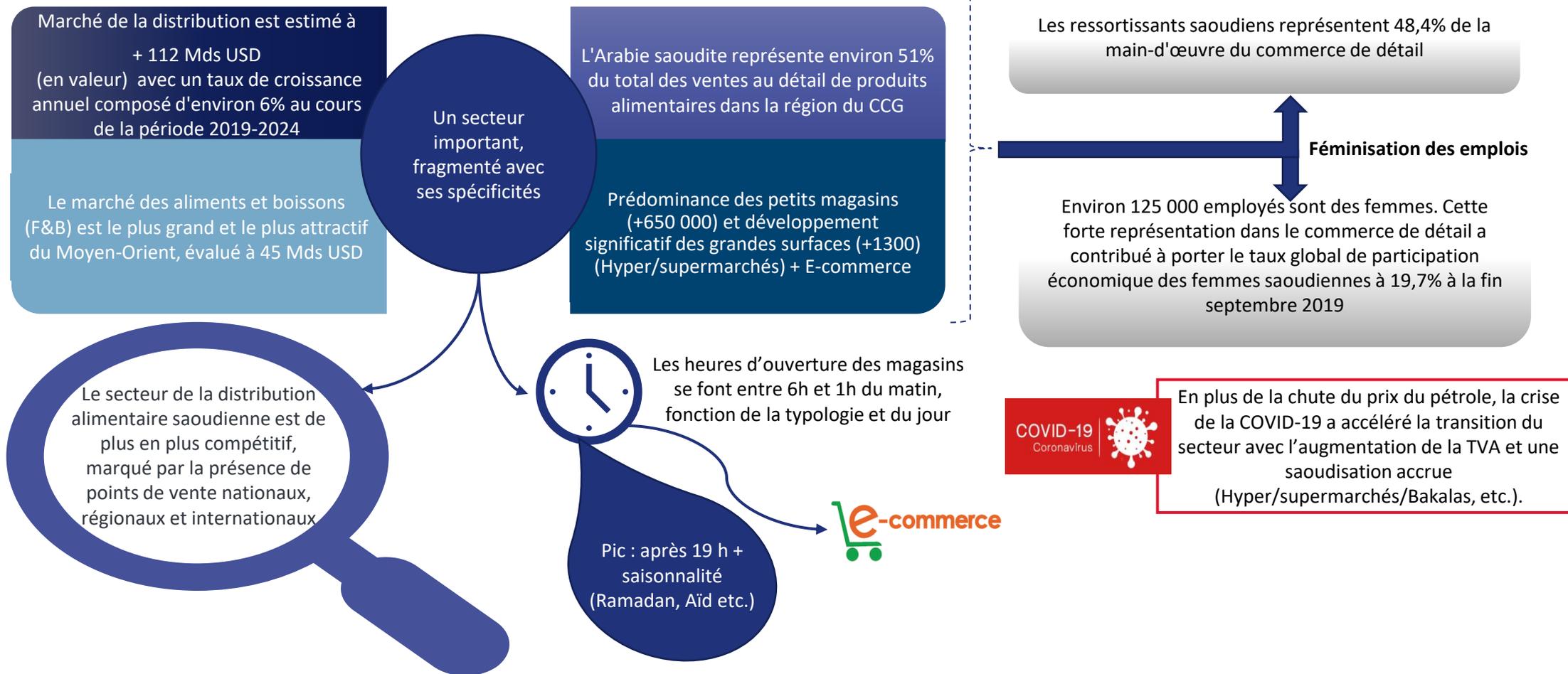
\* PDV = Point De Vente



Le taux d'occupation des hôtels à Djeddah (74%) est le plus élevé du Royaume et en constante augmentation dans les autres villes

# 5. Logistique et distribution

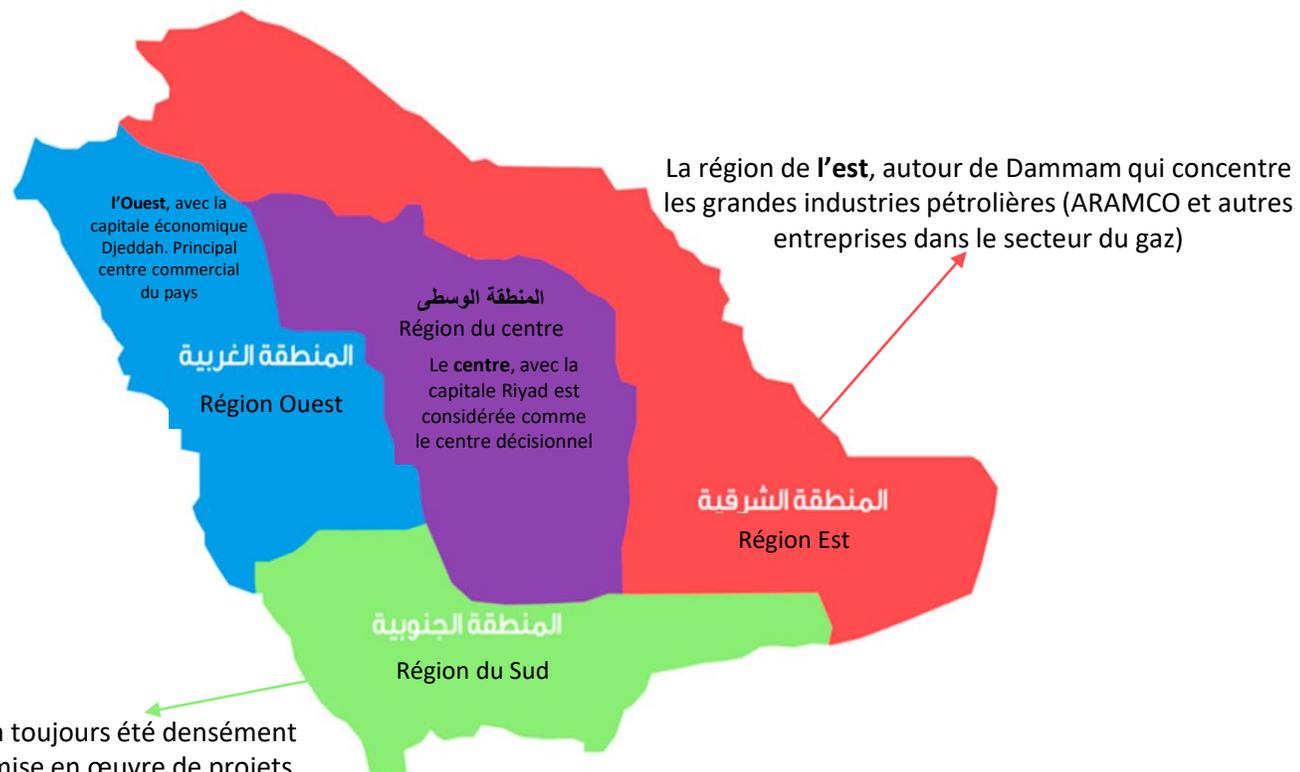
## LA DISTRIBUTION EN ARABIE SAOUDITE



## 5. Logistique et distribution

### LA DISTRIBUTION EN ARABIE SAOUDITE

Le pays est divisé en 4 grandes régions :



La région du Sud a toujours été densément peuplée. Avec la mise en œuvre de projets d'irrigation gouvernementaux, le potentiel agricole de la région est de plus en plus exploité.

- On observe une concentration de l'activité entre les 3 régions Ouest, Centre et Est avec respectivement les grandes villes que sont Djedda, Riyad et Dammam.

- Depuis notamment l'ouverture du pays aux touristes en septembre 2019, l'HORECA (Hôtels, Restaurants et Café) en plein essor, très apprécié des Saoudiens comme solution de loisir.

- Le marché est très segmenté. On retrouve les « Bakalas » (supérettes), les hyper/super marchés, les grossistes, les importateurs/distributeurs, les épicerie (+spécialisées) ou encore un développement important du commerce en ligne.

- En termes de catégorie de produits, marché en expansion à court terme, notamment pour les aliments et les boissons (sans sucres).

- Quand au secteur de la GMS, il se développe également rapidement. En plus du tourisme, nous pouvons citer l'augmentation de la population, les réformes en cours qui facilitent les investissements étrangers dans le secteur et une plus grande transparence quant aux règles applicables.

- Les principaux acteurs sur le marché de détail en Arabie saoudite sont Panda Retail Co (Savola Group), Lulu Group International (EMKE Group), Abdullah Al Othaim Markets Co., ou encore Carrefour (Majid Al Futtaim Retail LLC).

# 5. Logistique et distribution

## LA DISTRIBUTION EN ARABIE SAOUDITE

**Définition INSEE :** Le commerce de détail consiste à vendre des marchandises dans l'état où elles sont achetées (ou après transformations mineures) généralement à une clientèle de particuliers, quelles que soient les quantités vendues.

### Typologie des principaux détaillants :

- Magasins spécialisés**

- Gamme de produits limitée. Exemples :



- Grands magasins (department store)**

- Situés en ville, occupant généralement plusieurs étages et qui sont organisés en plusieurs départements donnant lieu à des encaissements non centralisés.

Exemples :



- Hypers/Supermarchés**

- Les Hyper (introduits en 2004) sont très grands (entre 200K et 18K m<sup>2</sup>)
- Les supermarchés mesurent de 500 à 5 000 m<sup>2</sup>
- Grand magasin en libre-service à faible coût, à faible marge, à volume
- Créé, conçu pour répondre aux besoins alimentaires. Exemples :



- Commerces de proximité / Epiceries / Bakalabs**

- Petits magasins dans des zones résidentielles, souvent ouverts 24/7. Ils vendent tous types de biens de consommation générale d'usage courant comme le pain, le beurre, le papier etc. Exemples :



- Magasins discounts / Détaillants à prix réduits**

- Produits invendus, date d'expiration des produits très proches ou tout juste dépassée, vendus à un prix beaucoup plus abordable que le retail.

- Sans oublier le E-commerce (très fort développement) et les Souqs traditionnels**

“ Le marché saoudien est le plus important du Moyen-Orient. Le volume est incomparable avec les autres pays de la zone. ”

**M. HAMZAH MOHAMMED**  
Manager Import, Al Othaim

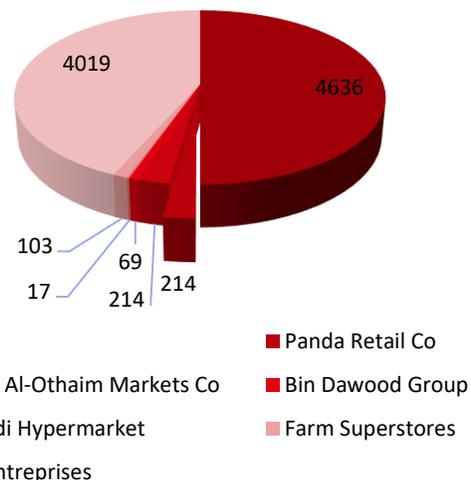
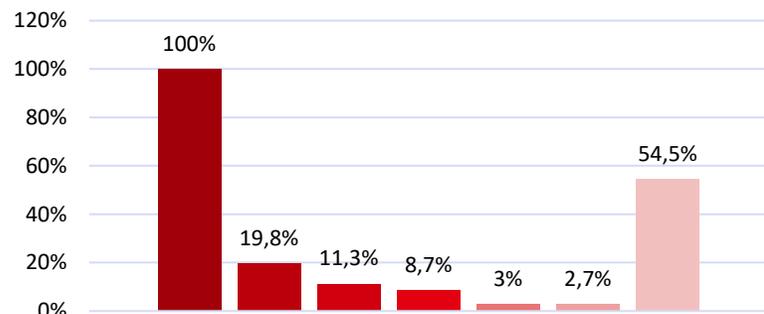
Selon un rapport du FoodEx, le nombre total de supermarchés et d'hypermarchés en Arabie saoudite est estimé à +1300

→ Exemples : Nous voyons en Arabie des initiatives à petite échelle, individuelles, qui commencent à émerger afin de lutter contre le gaspillage.

## 5. Logistique et distribution

### PDM VENTE AU DETAIL – HYPERS/SUPERMARCHÉS

PDM en % DES CHAINES DE HYPERS/SUPERMARCHÉS et PDM EN ARABIE (2019)



- **Lecture** : Panda Retail (19,8% PDM et 214 PDV), Abdullah Al Othaim Markets (11,3% PDM et 214 PDV), BinDawood Holding (8,7% PDM et 69 PDV) , Lulu Saudi Hypermarket (3% de PDM et 13 PDV) et Saudi Marketing Co. (Farm Superstores 2,7% PDM et 103 PDV) sont les 5 entreprises saoudienne qui ont dominé les ventes au détail de produits alimentaires et non alimentaires du pays en 2019.
- **Ce secteur en Arabie saoudite est devenu de plus en plus compétitif**, avec l'arrivée de nouveaux acteurs et le développement de ceux existants. Les régions du Centre et de l'Ouest représentent respectivement 37,1% et 30,3% du marché total en 2019 des ventes au détail de produits alimentaires et non alimentaires du Royaume.
- **Carrefour** appartient dans toute la région du Proche et Moyen-Orient aux émiratis de *Majid Al Futtaim*. L'enseigne dispose d'une vingtaine de points de vente dans tout le Royaume.

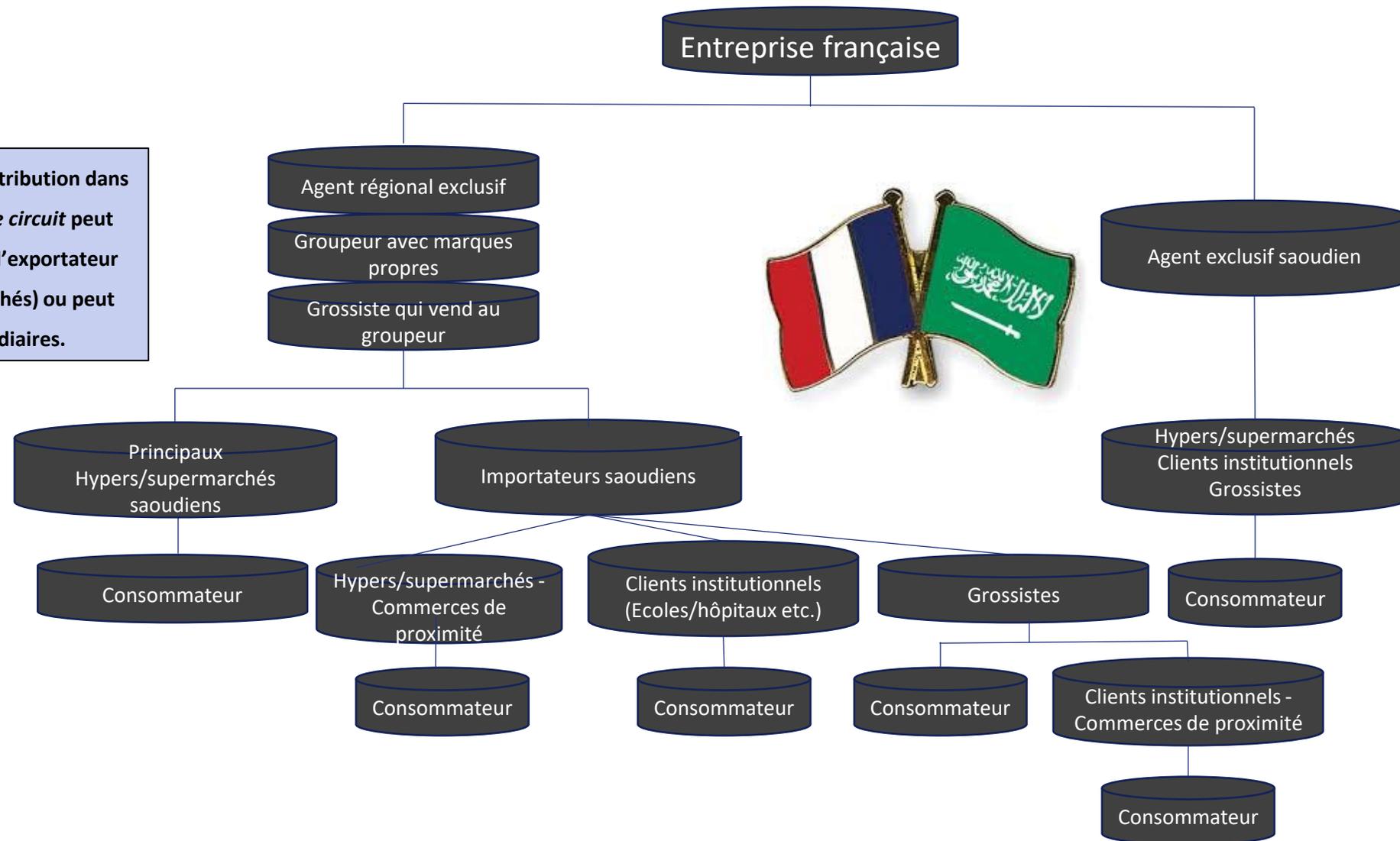
### Virage digital - multiplication des applications de livraison

- Selon le Global Connectivity Index (GCI), l'Arabie est classée 43<sup>ème</sup>/79 dans l'indice de connectivité mondiale et le pays obtient des scores exceptionnels notamment en ce qui concerne la couverture territoriale. L'investissement 4G/5G/fibre a augmenté de façon constante, le service client et l'utilisation d'Internet se sont améliorés et les TIC (Technologie de l'Information et de la Communication) deviennent incontournables et participent au développement du secteur. A cet égard, nous constatons une multiplication des applications de livraison Food comme *Talabat*, *HungerStation*, *MRSOOL*, *Careem NOW*, *Nana direct*, *Jahez* ou encore *Wasel Delivery*.
- Tous les magasins, Hypers/supermarchés ont pris un virage digital, avec commandes en ligne et livraisons à domicile, création d'applications dédiées, etc.

La population saoudienne – dont 75 % a moins de 30 ans - est **l'une des plus connectées au monde**. Le virage numérique a été pris par tous les grands groupes de distribution. Le développement de ce segment est très important.

# Différents circuits d'importation au sein de la distribution en retail

Le schéma ci-après décrit les canaux de distribution dans les différents circuits (*retail, RHD etc.*). Le circuit peut naturellement être plus direct (Exemple : l'exportateur français vend directement aux hypermarchés) ou peut être plus long avec l'ajout d'intermédiaires.



## 5. Logistique et distribution

### CHIFFRES CLÉS DU MARCHÉ DU « FOOD SERVICE »

**Définition** : Le secteur du « Food service » englobe les entreprises et les institutions responsables de tout repas **préparé en dehors de la maison**.

#### SERVICES ALIMENTAIRES AUX CONSOMMATEURS : INDÉPENDANTS VS CHAÎNES PAR TYPE DE POINTS DE VENTE (2019)

Points de vente	Indépendants	Chaînes	Total
Cafés / Bars	2 500	749	<b>3 249</b>
Restaurants à service complet*	13 954	1 263	<b>15 217</b>
Restaurants à service limité**	10 419	6 455	<b>16 874</b>
Cafétérias en libre-service	20	4	<b>24</b>
Étals de rue / kiosques	462	410	<b>872</b>
<b>Total</b>	<b>27 355</b>	<b>8 881</b>	<b>36 236</b>

Source : Euromonitor international

- On compte en Arabie saoudite plus de 36 000 établissements incluant les restaurants (services complets, limités, cafés, bars, etc.).

#### PDV, TRANSACTIONS ET VALEUR DES VENTES DANS LES SERVICES ALIMENTAIRES DESTINÉS À LA CONSOMMATION 2017-2019

	2017	2018	2019
Points de vente (PDV)	35 362	35 636	36 236
Transactions (M)	2 575,8	2 579,2	2 638,7
SAR prix courants (M)	76 619,1	78 934,5	81 246,1

Source : Euromonitor international

- ❖ En **2017**, plus de 2,5 Mds de transactions ont été comptabilisées dans plus de 35 362 PDV pour un montant de plus de 76,6 Mds SAR (18,5 Mds EUR), prix courants.
- ❖ En **2019**, sur plus de 36 000 points de vente, 2,6 Mds de transactions ont été comptabilisées pour un montant de + 81 Mds SAR (+ 20 Mds EUR).
- ❖ **Evolution 2017/2019** :
  - ❖ PDV : **+2,5 %**
  - ❖ Transaction : **+2,4 %**
  - ❖ Montant : **+6,0 %**

#### Principales chaînes de restauration en Arabie

- Pizza Hut
- Steak House
- Applebee's Neighborhood Grill & Bar
- Piatto
- TGI Fridays

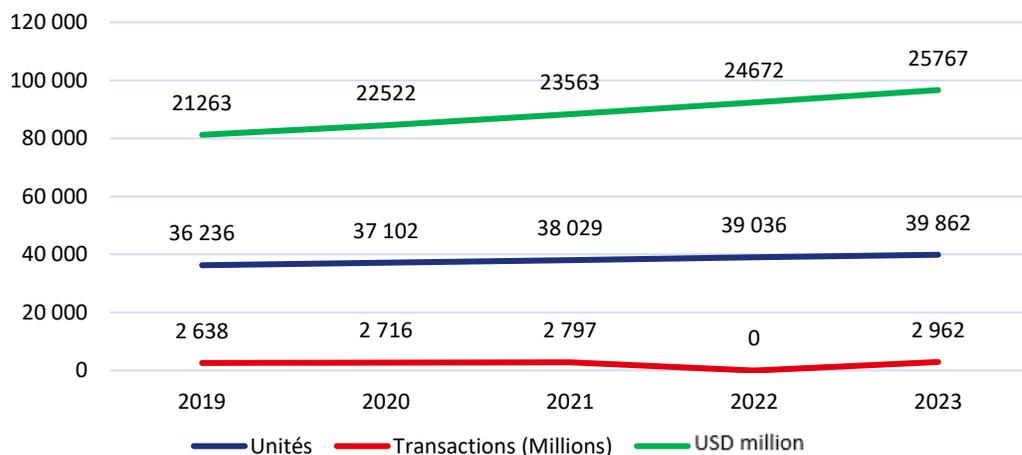
\*Restaurants à service complet sont ceux dont l'activité principale consiste à fournir des services de restauration à tables

\*\*Restaurants à service limité, de type fast-food avec vente à emporter ou à consommer sur place.

## 5. Logistique et distribution

### CHIFFRES CLÉS DU MARCHÉ DU « FOOD SERVICE »

PRÉVISIONS DU NOMBRE DE POINTS DE VENTE, DU NOMBRE DE REPAS ET DU CHIFFRE D'AFFAIRES DANS LES SERVICES DE RESTAURATION - 2019-2023



**Le marché des services de catering en Arabie saoudite devrait atteindre 6,9 Mds USD d'ici 2023**

Liste (non exhaustive) de secteurs dans lesquels le catering est amené à se développer d'ici 2023 :

- Site de construction,
- Compound de travailleurs,
- Externalisation des services de restauration (mobilité de la main d'œuvre),
- Secteur industriel,
- Pétrochimie,
- Industrie pétrolière et gazière,
- Restauration aérienne



**L'industrie hôtelière en Arabie saoudite dépasserait 24 Mds USD d'ici 2025.**

- **Prévisions optimistes entre 2019 et 2023** : augmentation du nombre de points de vente, du nombre de repas et du chiffre d'affaires généré entre 2019 et 2023, de respectivement de 10%, 12,2% et 18,9%.
- **Recherche d'augmentation des marges** : On constate également que les acteurs ont cherché à augmenter leurs ventes en utilisant de plus en plus d'applications de livraison et autres **commerces électroniques** comme *HungerStation, Talabat, Jahez ou encore UberEats*, livraisons directes des supermarchés, entreprises etc.
- **Les promotions** ont été l'une des stratégies les plus utilisées par les acteurs de la restauration pour soutenir leurs ventes. Les médias sociaux jouent un rôle important dans le marketing des marques principalement dirigé vers les jeunes adultes. Ceux-ci sont les plus engagés auprès des influenceurs et des médias sociaux.

Prévisions pour 2021 :



**Chaînes de restauration rapide :**  
croissance de 7,3 %.  
6,5 Mds USD

**Secteur des restaurants à service complet :**  
croissance estimée à 7,2%  
12,5 Mds USD



**Secteur défense :**  
69 Mds USD en 2019

**Café/thé :**  
6,9% du secteur, en croissance de  
1,7 Mds USD



# Partie 2: Opportunités sur les filières clés



# Chapitre 1

## Aquaculture

---

**Chapitre 2** : Industries agroalimentaires

**Chapitre 3** : Filière viande ovine et bovine

**Chapitre 4** : Filière Volaille de chair

**Chapitre 5** : Filière Produits gourmets

# 1. Aperçu du marché



- **Dans le cadre de la vision 2030, de la diversification de l'économie et de la politique de sécurité alimentaire**, le secteur aquacole est devenu stratégique avec des investissements importants de la part du gouvernement.
- **Histoire** : L'aquaculture en Arabie saoudite remonte à 1982 lorsque des organismes internationaux ont formulé des recommandations pour des études sur la richesse halieutique du pays. La coopération avec l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) a débouché sur la création du **Centre de Recherche sur les pêches de Jeddah** (JFRC). L'objectif était de réaliser des études spécifiques sur les espèces potentielles adaptées à la pisciculture dans le Royaume, ainsi que d'introduire de nouvelles technologies d'élevage en aquaculture, de former du personnel saoudien qualifié, de sélectionner des sites adaptés à l'aquaculture et de fournir un soutien technique et consultatif aux exploitations aquacoles. Les **deux premières espèces** à avoir été testées sont les **alevins de tilapia** et les **crevettes**, puis les alevins de bar asiatique dans la **première ferme aquacole qui a vu le jour en 1983**.
- **Aujourd'hui**, l'activité aquacole se concentre non seulement sur les poissons d'eau douce mais aussi sur les poissons d'eau de mer.
- **Une géographie et des conditions favorables au développement de l'activité aquacole** : Sur un total de +7 500 km de côtes, près de 2 400 km sont disponibles pour le développement de l'aquaculture le long de la mer Rouge à l'ouest et du golfe Persique à l'est. En effet, les conditions climatiques et océaniques, la qualité des eaux souterraines et de mer, les progrès technologiques sont autant d'éléments qui favorisent le développement de l'élevage (cf. tableau ci-dessous).

## CONTEXTE

- **Demande croissante** de la consommation de fruits de mer au niveau local et international ;
- **Objectif** : industrialiser le secteur de l'aquaculture ;
- **Développement d'un programme** pour les ressources halieutiques ;
- Le **National Fisheries Development Program (NFDP)** ou Programme national de développement des pêches est la **structure créée** pour suivre la mise en application de la politique voulue par le gouvernement ;
- **La pêche est le secteur à la croissance la plus rapide** du Royaume avec une croissance annuelle de 6% ;
- **Le Royaume développe un cadre idoine** pour les investisseurs locaux et internationaux avec notamment des incitations et soutiens financiers.

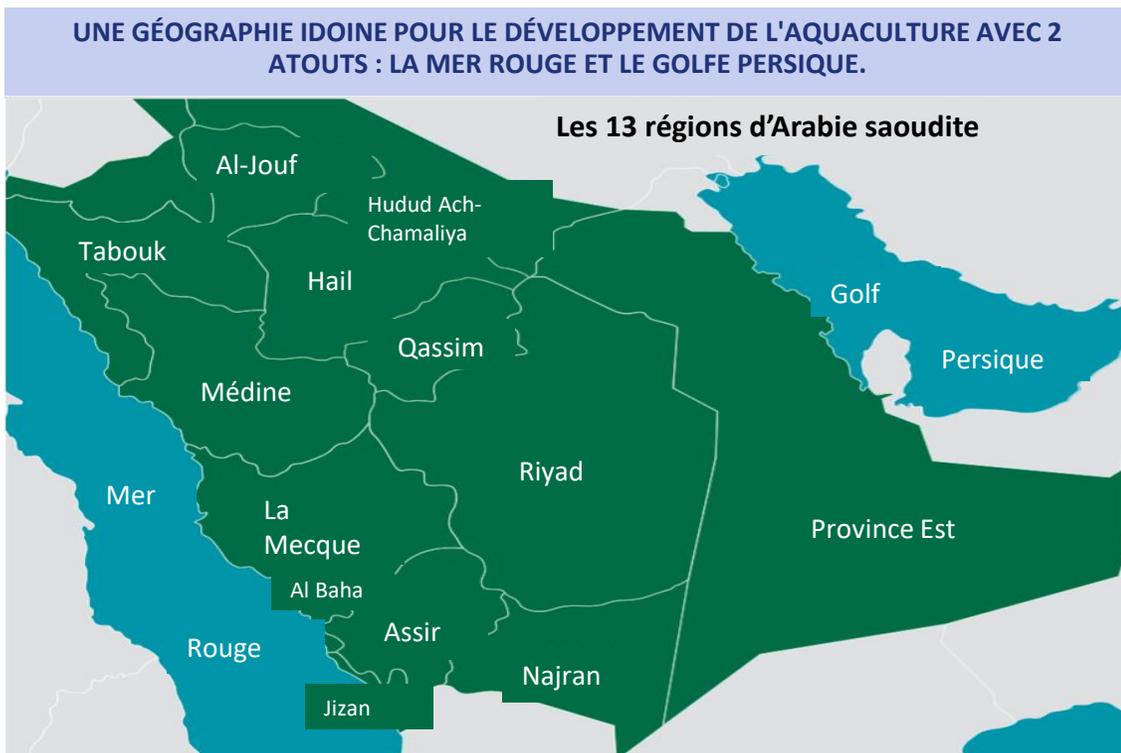
### DES CONDITIONS FAVORABLES POUR LE DÉVELOPPEMENT DE L'AQUACULTURE

Littoral	Profondeur de cage appropriée	Faible hauteur de vagues	Salinité adéquate (en fonction de la zone)	Température de l'eau adéquate
+2000 km	20 à 50 M	0,5 à 1 M	35 à 41 pour mille	entre 18 et 30°C.



**LE ROYAUME A POUR OBJECTIF DE PASSER DE 100 000 T EN 2020 À 600 000 - 1 M T EN 2030**

# 1. Aperçu du marché



“ L'Arabie saoudite dispose d'atouts indéniables pour développer le secteur aquacole. Ces facteurs clés de succès lui permettront d'atteindre ses objectifs tout en protégeant l'environnement et conservant les ressources naturelles, conformément à la Vision 2030 ”

**ABDULRAHMAN A. AL-FADLEY**  
Ministre de l'Environnement, de l'Eau et de l'Agriculture\*



\* Cf. introduction de cette étude pour connaître les différentes responsabilités du ministre

“ Il est important de comprendre que l'aquaculture n'est pas une industrie à croissance linéaire. La production fluctue d'une année sur l'autre. ”

**DR. ALI AL-SHAIKHI**

CEO du Programme National de Développement du secteur de la pêche au sein du MEWA

En 2020, l'industrie aquacole saoudienne a produit +100 000 T et le gouvernement nourrit de grandes ambitions pour 2030 : la production aquacole devrait alors se situer à environ 600 000 T.

Le gouvernement a débloqué un budget de 1,3 Mds SAR (~347 M USD) pour développer le secteur en investissant dans les infrastructures, la R&D ou encore les campagnes de promotion.

La consommation de produits aquacoles en volume devrait augmenter de 8% par an jusqu'en 2030

Entre 2015 et 2020, la production aquacole a été multipliée par 4, passant de 25 à +100 00 T

# 1. Aperçu du marché

## INFLUENCE DE LA VISION 2030 SUR LE SECTEUR AQUACOLE

- L'un des objectifs majeurs de la vision 2030 est de **rendre le secteur aquacole durable**. Cet objectif a été établi suite au constat d'une demande croissante de la consommation de produits aquatiques au sein du Royaume.

Cette consommation peut être expliquée par plusieurs facteurs :

- L'augmentation du revenu par habitant,
- L'évolution du régime alimentaire saoudien où le poisson est de plus en plus consommé.
- La demande croissante d'aliments riches en protéines de haute qualité.
- **Face à cette augmentation de la consommation**, plusieurs indicateurs viennent témoigner de l'évolution du secteur. Le nombre de bateau de pêche (essentiellement traditionnels) dans le golfe Persique et la mer Rouge entre 2015 et 2019, a augmenté de 19,9% avec une concentration le long de la mer Rouge.

Année	Golfe Persique		Mer Rouge			Total
	Traditionnel	Industriel	Traditionnel	Evolution 2015/19	Industriel	
2015	2 240	5	7 192	↑ +19,9% ↓	158	9 595
2019	2 136	5	8 630		158	10 929

- **Remarque** : Il est intéressant de noter également qu'au-delà de cette augmentation du nombre de bateau de pêche, la volonté du gouvernement de **réduire la pêche industrielle afin de préserver les ressources et développer l'élevage aquacole**.
- **Le nombre de débarquement de poisson en mer rouge s'élève à 18 253 T en 2019, soit une augmentation de 6,4% depuis 2011.**
- Selon l'**OCDE (Organisation de Coopération et de Développement Economiques)**, les **débarquements de poissons** sont « soumis à l'évolution de la demande et des prix du marché, ainsi qu'à la nécessité de gérer les stocks de manière à obtenir un rendement maximum durable, c'est-à-dire à assurer une utilisation durable des ressources de la mer ».

Une production aquacole locale qui ne répond que partiellement à la demande intérieure (55% d'autosuffisance), le restant étant importé

8 802

Nombre de pêcheurs recensés en Arabie saoudite en 2019.  
En augmentation de 32,9% depuis 1995

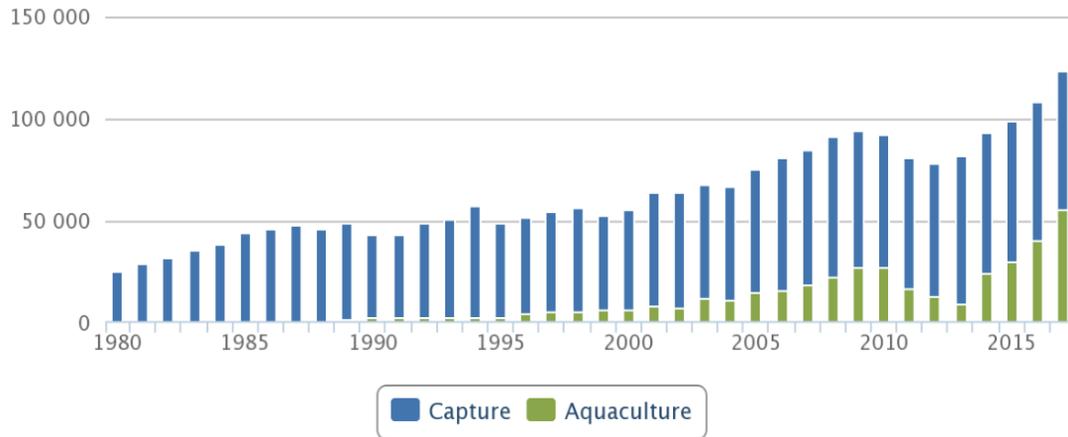
30 332

Nombre de travailleurs recensés en Arabie saoudite en 2019 dans le secteur de la pêche dont ~17% de saoudiens.  
En augmentation de 55,5% depuis 1995

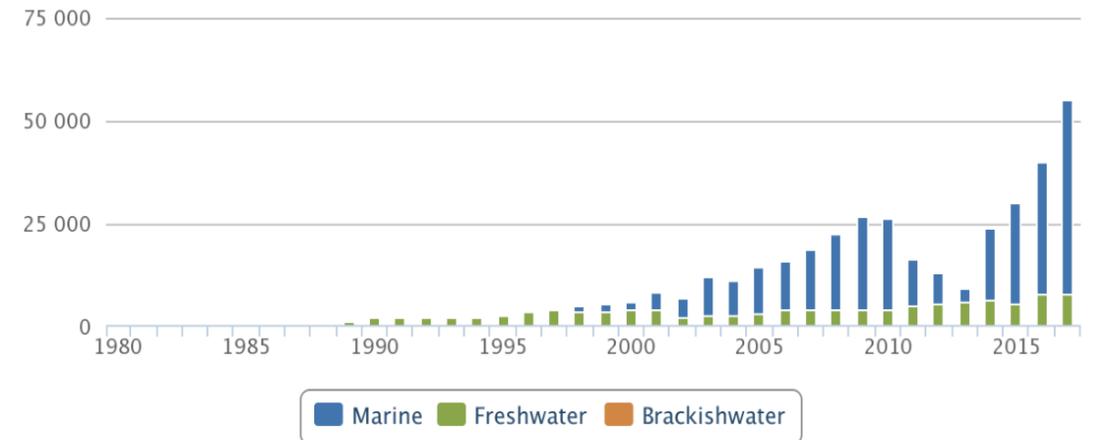
## 2. Production locale et consommation

### AUGMENTATION SIGNIFICATIVE DE LA PRODUCTION DEPUIS 1980, NOTAMMENT EN CAGE MARINE

PÊCHE VS AQUACULTURE EN ARABIE SAOUDITE (EN T)  
SOURCE : FAO FISHSTAT



PRODUCTION AQUACOLE PAR ENVIRONNEMENT DE CULTURE EN ARABIE SAOUDITE (EN T)  
SOURCE : FAO FISHSTAT



- **D'après la FAO, la production aquacole en Arabie saoudite n'a cessé d'augmenter**, passant de 6 000 T dans les années 2000 à environ 26 000 T en 2009 et 2010, suivie d'une baisse à moins de 16 000 T en 2011, en raison notamment d'une flambée du syndrome des points blancs chez les crevettes marines, espèces majoritaires dans l'aquaculture nationale. En 2012, la production repart à la hausse, passant de 21 000 T en 2014 à 30 000 T en 2015 pour dépasser aujourd'hui les 100 000 T.
- **L'élevage en cage marine connaît un développement relativement nouveau** (mais très important) avec plusieurs grandes fermes établies le long des côtes de la Mer Rouge. La daurade exotique et le bar asiatique (*Dicentrarchus labrax*) sont principalement concernés. Aujourd'hui, les différents types d'aquaculture combinés totalisent une production d'environ 60 000 T.

## 2. Production locale et consommation

### EVOLUTION DE LA PRODUCTION AQUACOLE SELON LA TYPOLOGIE DE L'ENVIRONNEMENT ET DES POISSONS

Année	Environnement	Quantité (tonnes)
2015	Eau saumâtre	286
2015	Eau douce	5 280
2015	Eau marine	24 434
2016	Eau saumâtre	280
2016	Eau douce	7 590
2016	Eau marine	32 050
2017	Eau saumâtre	280
2017	Eau douce	7 600
2017	Eau marine	47 120

Environnement	Variation 2015/2016	Variation 2016/2017
Eau saumâtre	-2,1%	0%
Eau douce	+43,8%	+0,1%
Eau marine	+31,2%	+47%

L'aquaculture en eau de mer est prépondérante et en croissance.

#### • Définitions :

- **Eau saumâtre** = Mélange d'eau douce et d'eau de mer. Eau dont la concentration en sel se situe légèrement en dessous de celle de l'eau de mer, permettant à des espèces d'eau douce de s'y adapter.
- **Eau douce** = L'eau douce est une eau exempte de sel. Pour trouver de l'eau douce, il faut se rendre près d'un lac ou d'un cours d'eau comme les ruisseaux, rivières et fleuves qui contiennent cette eau.
- **Eau marine** = Eau dans laquelle la salinité est en général supérieure à 20 parties pour mille. Une eau marine regroupe toutes les eaux salées, l'eau de mer des océans, toutes les eaux océaniques, au large des côtes, situées en dehors des estuaires ou des baies.

#### EVOLUTION DE LA PRODUCTION AQUACOLE ENTRE 2017 ET 2030 (EN T)

Espèces	En tonnes (T)				
	Production 2017	Production 2020		Production 2030	
		Estimée	Ciblée		
Poissons d'eau de mer	16 500	X 2,4	40 000	X 11,2	450 000
Crevettes d'eau de mer	30 000	X 1,5	45 000	X 1,7	80 000
Poissons d'eau douce	8 500	X 1,7	15 000	X 4,6	70 000
<b>Production totale</b>	<b>55 000</b>	<b>X 1,8</b>	<b>100 000</b>	<b>X 6</b>	<b>600 000**</b>

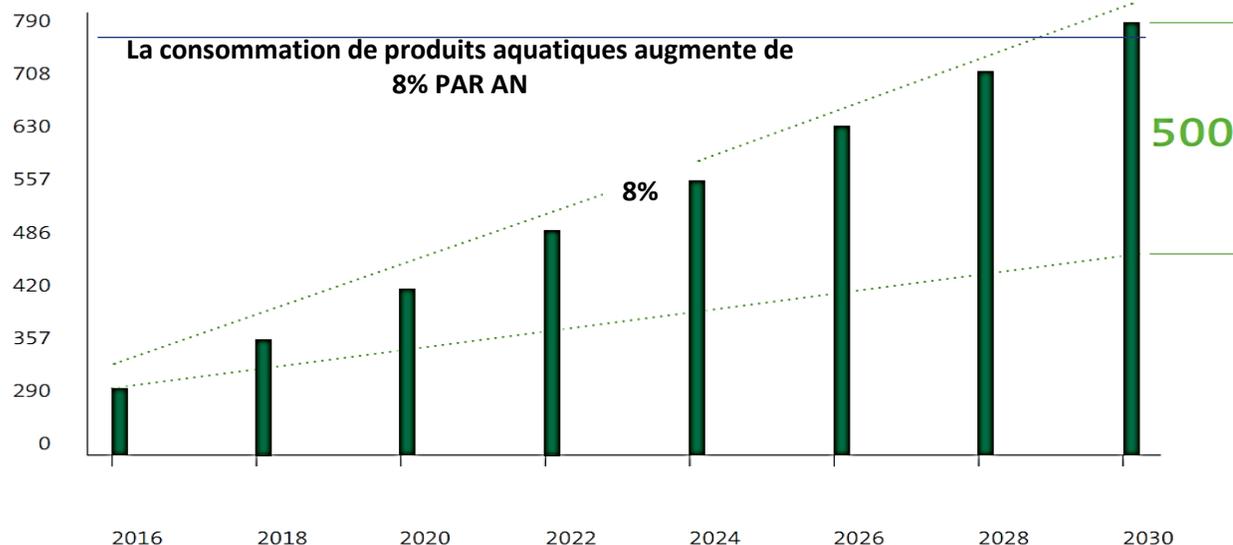
\*\*Il s'agit d'une production estimée qui pourrait être beaucoup plus significative d'ici 2030.

L'objectif du gouvernement est ambitieux : multiplier par 6 la production totale d'ici 2030, en se focalisant sur les espèces qui contribuent à l'objectif de sécurité alimentaire.

## 2. Production locale et consommation

### AUGMENTATION IMPORTANTE DE LA CONSOMMATION DES PRODUITS AQUATIQUES

CONSOMMATION DE PRODUITS AQUATIQUES EN ARABIE SAOUDITE  
ENTRE 2016 ET 2030 (e\*) EN K T



Selon les dernières statistiques du ministère, la **demande intérieure annuelle en produits aquacoles au sein du Royaume est de 383 000 T**



Selon le Programme National du développement du secteur de la pêche, la consommation de produits aquatiques augmente de 8% par an et devrait atteindre **+790 000 T en 2030. Soit une augmentation de près de 690 % depuis 2016**

AUGMENTATION DE LA CONSOMMATION DE PRODUITS AQUATIQUES  
PAR HABITANT /AN ENTRE 2016 ET 2030 (e\*)



La **consommation mondiale moyenne** de produits aquatiques par habitant/an est de env. 20,3 kg (France : 33,7kg).



Le Royaume est aujourd'hui à une consommation de près de 13 kg/h/an et souhaite être dans la moyenne mondiale à l'horizon 2030 (20kg)

## 2. Production locale et consommation

### CROISSANCE DU SEGMENT DES POISSONS TRANSFORMÉS ET RÉFRIGÉRÉS

- **Consommation** : Le marché en Arabie saoudite est évalué à 342 M USD en 2019 et il devrait atteindre 402,5 M USD d'ici 2025, avec un TCAC (Taux de Croissance Annuel Composé) de 2,7%.

#### LES FACTEURS ET LES CONTRAINTES DE CROISSANCE

- Parmi les **facteurs de croissance**, nous pouvons citer le soutien important du gouvernement à l'industrie, l'augmentation rapide de la demande et l'augmentation de la vente de poisson grâce notamment au développement du e-commerce et des réseaux sociaux à travers le pays.
- Parmi les **contraintes de croissance**, nous avons les conditions météorologiques et hydrologiques (parfois difficiles), les infrastructures en développement et le manque d'attractivité des emplois dans le secteur.

#### PRINCIPALES TENDANCES DU MARCHÉ POISSONS FRAIS, REFRIGERES ET TRANSFORMES

- **Le poisson frais / réfrigéré non transformé domine le marché** : en 2019, le segment qui domine le marché est celui du poisson frais / réfrigéré non transformé; Il est estimé à 151,8 M USD. Il devrait atteindre 177,1 M USD d'ici 2025, avec un TCAC de 2,6% entre 2020 et 2025.
- **Le segment du poisson transformé est en fort développement. En 2019, le marché du poisson transformé en Arabie saoudite est estimé à 80,8 M USD**, et devrait atteindre 101,1 M USD d'ici 2025, avec un TCAC de 3,8% entre 2020 et 2025. Le Royaume dépend principalement de l'Asie du Sud et du Sud-Est, de l'Amérique du Sud et de l'Afrique pour satisfaire sa demande intérieure de produits aquatiques. A titre d'exemple, les crevettes transformées, les homards ou encore les seiches sont principalement importés de Corée du sud, de Thaïlande, des Philippines, d'Inde, du Pakistan, du Bangladesh, de Hong-Kong, de Taiwan et d'Argentine. Selon une étude de *Research and Markets*, les prix des produits restent relativement élevés car ils sont majoritairement importés.
- **Typologie d'aquaculture**

Nous distinguons 3 types d'aquaculture en Arabie saoudite: l'aquaculture en cage marine, l'aquaculture en étangs et l'aquaculture en circuit recirculé.



## 2. Production locale et consommation

### BILAN DE LA PRODUCTION, CONSOMMATION ET DU COMMERCE DE PRODUITS AQUATIQUES

#### Production :

- En 2018, l'aquaculture a généré près de 139,9 KT de produits aquatiques, contre 91,8 en 2014.
  - Entre 2014 et 2018, la production aquacole a donc augmenté ~48 KT soit +52,3%.

#### Importation : Selon le Dr. Ali Al-Shaikhi (CEO du Programme National de Développement du secteur de la pêche au sein du MEWA), la quantité moyenne de produits aquatiques importés au cours des trois dernières années est de plus de 200 000 T, soit environ 2,5 Mds de SAR (~666,3 M USD) :

- En 2018, le Royaume a importé pour près de 207,6 KT de produits aquatiques, contre 230 KT en 2014.
  - Entre 2014 et 2018, les imports de produits aquatiques ont donc baissé de ~22,8 KT soit -9,8% ;
  - Principaux pays fournisseurs :** Thaïlande, EAU, Oman, Indonésie et Norvège.

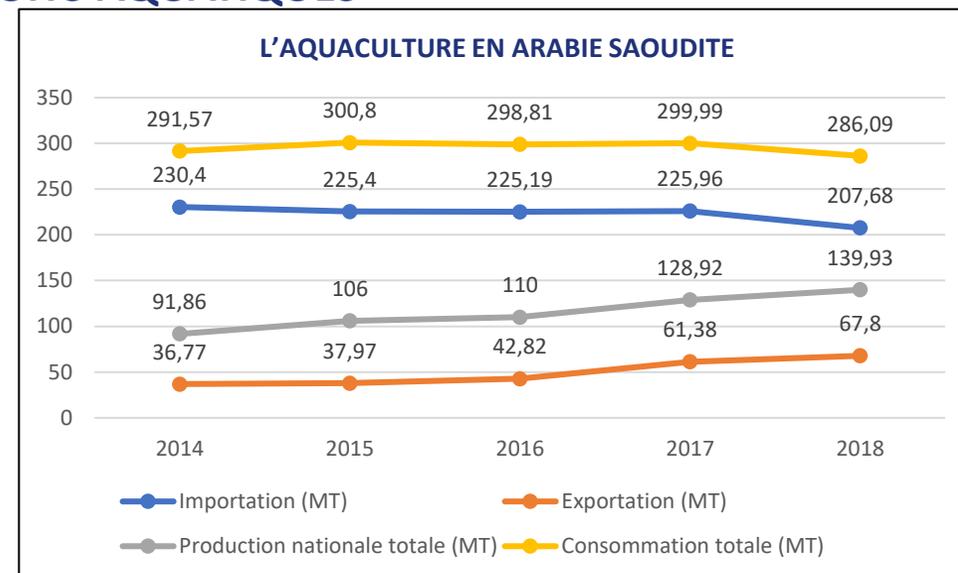
Conclusion : la baisse des importations saoudiennes est due à l'augmentation de la production locale entre 2014 et 2018.

#### Consommation

- En 2018, en Arabie saoudite, près de 286 KT de produits aquatiques ont été consommés, contre 291,5 KT en 2014.
  - Entre 2014 et 2018, la consommation de produits aquatiques a donc baissé de 5 480 KT soit -1,8%.
  - Remarque : Une baisse de la consommation surtout expliquée par le départ de plus de 2 M d'expatriés du fait de la «saoudisation», l'introduction de la TVA (inflation des prix), l'interdiction d'importer de certains pays ou encore la faible offre locale concentrée sur les crevettes.

#### Exportation

- En 2018, le Royaume a exporté pour près de 67,8 KT de produits aquatiques, contre 36,7 KT en 2014.
  - Entre 2014 et 2018, les exports de produits aquatiques ont donc augmenté de ~31 KT soit +84,3%.
  - Les principaux destinataires sont la Chine avec 180 M USD (PDM 71,8%), l'Égypte avec 15 M USD (PDM 6,2%), le Bahreïn avec 11 M USD (PDM 4,5%), le Koweït avec 8.8 M USD (PDM 3,5%), l'Espagne avec 8.5 M USD (PDM 3,4%).



En Milliers de T	2014	2018	Variation 18/14
<b>Production</b>	91,8	139,9	+52,3%
<b>Importation</b>	230	207,6	-9,8%
<b>Consommation</b>	291,5	286	-1,8%
<b>Exportation</b>	36,7	67,8	+84,3%

**Malgré une production de plus en plus importante, le marché reste encore très dépendant des imports avec, en 2018, près de 207,8 KT importés.**

## 3. Politique gouvernementale

### GOVERNANCE ET STRUCTURE DU SECTEUR DE LA PÊCHE

- Le ministère de l'Environnement, de l'Eau et de l'Agriculture (*MEWA – Ministry of Environment Water and Agriculture*) est l'autorité compétente pour toutes les questions liées au secteur aquacole/de la pêche au sein du Royaume.
- La **Direction générale des pêches du MEWA** est divisée en **4 sous-sections** :
  1. Le bureau de production halieutique,
  2. Le bureau des risques halieutiques,
  3. Le bureau des services de pêche maritime,
  4. Le bureau des services de santé.
- Le **Programme national de développement des pêches (NFDP)** est une agence gouvernementale relevant du *MEWA* qui travaille au « développement et à l'amélioration du secteur de la pêche en mettant en œuvre des techniques modernes et des stratégies qui visent à promouvoir le secteur et à accroître sa part de contribution au PIB non pétrolier ».

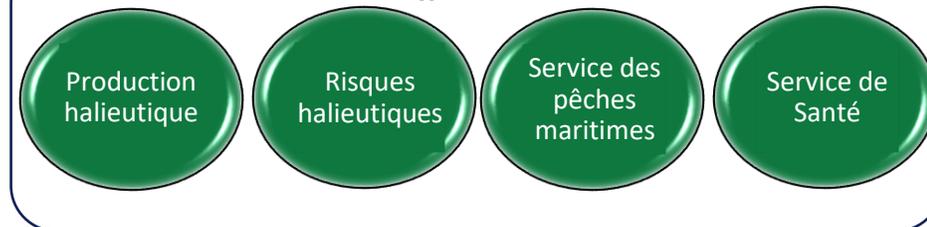
**Remarque** : Les missions et le budget alloués au NFDP seront détaillés ultérieurement.

- **Les objectifs** en matière d'aquaculture sont alignés sur la **Vision 2030** du pays, notamment sur l'aspect sécurité alimentaire, afin de :
  - Promouvoir le commerce équitable : Plus grande sensibilisation des consommateurs au commerce équitable ;
  - Améliorer les habitudes alimentaires notamment sur les questions liées à la santé ;
  - Améliorer la productivité et de facto réduire la dépendance aux importations ;
  - Créer des emplois (particulièrement pour les saoudiens) et générer des revenus alternatifs.

Ministère de l'Environnement de l'Eau et de l'Agriculture (*MEWA*)



Différents services



البرنامج الوطني لتطوير قطاع الثروة السمكية  
National Fisheries Development Program

Programme national de développement des pêches

# 3. Politique gouvernementale

## PROGRAMMES PUBLICS EN MATIÈRE D'AQUACULTURE

Le ministère saoudien de l'environnement, de l'eau et de l'agriculture (MEWA) joue un rôle clé dans la structuration du secteur et son expansion. Son objectif est double :

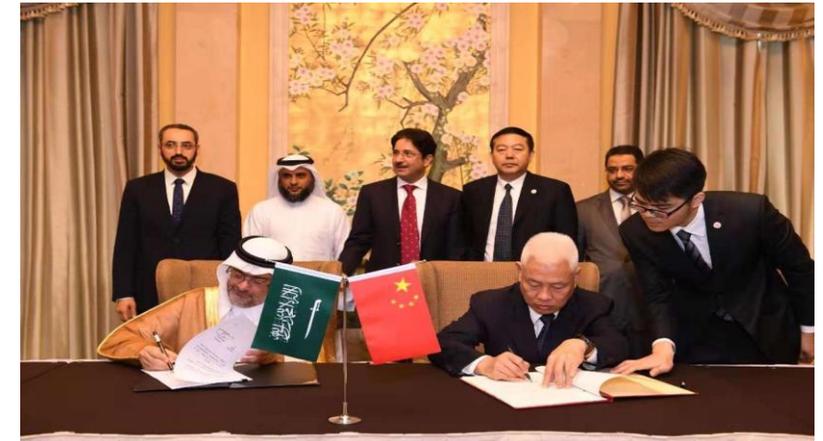
1. Répondre à la demande intérieure
2. Créer les conditions pour en faire une filière exportatrice.

Les derniers exemples en date sont respectivement l'accord signé en 2018 entre le Royaume et la Chine pour l'export de crevettes saoudiennes et l'autorisation donnée par les autorités russes pour l'importation de produits aquacoles d'origine saoudienne (Cf. photo et article ci-contre).

En 2017, la production totale de poissons et crustacés en Arabie saoudite a atteint 60 000 T pour une prévision estimée à + 100 000 T en 2020. Ainsi, les politiques gouvernementales sont favorables à l'objectif d'expansion de l'industrie de l'aquaculture et devraient stimuler le marché au cours des prochaines années.

Afin de soutenir cette expansion, le gouvernement saoudien a mis en place un programme financier de soutien pour l'aquaculture saoudienne entre 2018 et 2030, dont le tableau ci-dessous détaille les principaux secteurs bénéficiaires.

PROGRAMME FINANCIER DE SOUTIEN POUR L'AQUACULTURE SAOUDIENNE (2018-2030)				
Infrastructures	Recherche et Développement (R&D)	Campagnes marketing	Soutien au secteur privé	Total des mesures incitatives
800 M SAR (213 M USD)	520 M SAR (138 M USD)	138 M SAR (36,8 M USD)	42 M SAR (11,2 M USD)	1,5 M SAR (400 K USD)



11 octobre 2018 : le MEWA signe un accord avec le gouvernement chinois pour l'exportation de crevettes saoudiennes



## Saudi Arabia to export up to 15,000 tonnes of fish after Russia deal

15 septembre 2020: l'Arabie saoudite va exporter 15 000 T de poissons en Russie et a obtenu une autorisation pour faire enregistrer 3 entreprises aquacoles

Source : [World Gulf](#)

### 3. Politique gouvernementale

#### UN PROGRAMME NATIONAL POUR DÉVELOPPER LES REVENUS AQUACOLES

- Depuis 1982 et la coopération entre le gouvernement saoudien et la FAO (Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture), le Centre de recherche halieutique de Jeddah (JFRC - Jeddah Fisheries Research Centre) a été développé. Il a pour principal objectif de promouvoir la pêche et l'aquaculture saoudiennes en lien avec les différents acteurs.
- Le Royaume prévoit donc d'investir massivement dans le secteur aquacole, ce qui offrira des opportunités significatives de développement des exportations vers de nouveaux marchés. Le programme est alloué d'un budget 1,5 Mds SAR (~ 400 M USD) et se donne pour ambition de réduire les coûts de production de 30%.
- L'Arabie saoudite est fermement résolue à développer l'industrie afin que celle-ci puisse constituer des réserves alimentaires sûres et stratégiques. Conformément à la Vision 2030, le ministère de l'Environnement, de l'Eau et de l'Agriculture (MEWA) a lancé un programme dédié qui doit amener le pays à atteindre +600 000 T de produits aquacoles d'ici 2030.



Un programme qui vise aussi à accroître la part de contribution au PIB non pétrolier



En juillet 2018, le MEWA, le service économique de l'ambassade de France et Business France ont organisé un séminaire avec l'aquaculture et les algues comme thématique centrale. L'objectif était de comprendre les besoins saoudiens, de mettre en valeur l'expertise française et renforcer la coopération. Suite aux échanges avec les acteurs locaux, la dizaine d'entreprises françaises a noué des contacts de haut niveau et souhaite accompagner le développement du secteur.

Article ci-après : <http://www.sas.org.sa/en/news/details/209/2018-07-16>

- Dans le cadre de la saoudisation, le gouvernement s'efforce également de créer des emplois pour les jeunes saoudiens qui entrent en force chaque année sur le marché du travail. En ce sens, l'aquaculture et les métiers connexes sont devenus un pilier de la vision 2030 qui va générer des emplois, contribuer à une part importante du PIB (revenus non pétroliers) et surtout participer à cet objectif affiché et répété, à savoir garantir la sécurité alimentaire.



“ Nous souhaitons développer plus de coopération et signer un partenariat avec des pays européens notamment la France\* ”

**M. MOSELH ALZOBIDI**

Vice-président exécutif pour le programme national de développement du secteur de la pêche au sein du MEWA

\*Entretien avec Business France



1 Promotion et développement durable des pêches de capture

2 Rendre le secteur aquacole comme étant l'un des principaux fournisseurs de fruits de mer (ressources) du pays

3 Suivi et gestion de la santé des animaux aquatiques

4 Promotion de la R&D en lien avec les centres de recherche

# 3. Politique gouvernementale

## LABEL SAMAQ POUR LES PRODUITS AQUACOLES

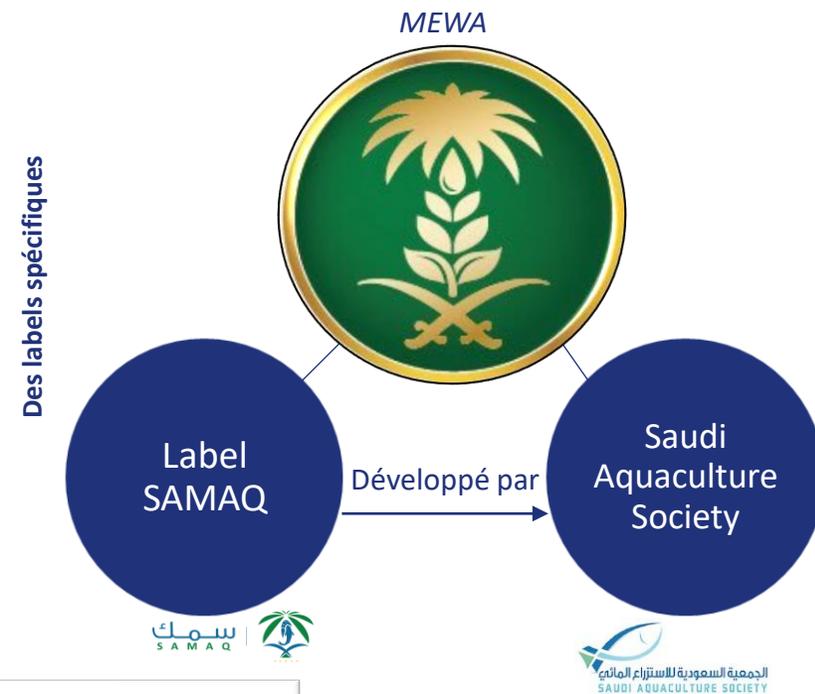
Dans le cadre du programme national de développement des pêches (NFDP), 4 grands objectifs ont été fixés :

1. **Développement de 8 clusters marins** à travers le Royaume: **Développement des infrastructures de support** (usines de transformation, d'alimentation, écloseries etc.) ;
2. **Promotion des produits locaux**: Développer une conscience sur les produits de qualité ;
3. **Programme de recherche** pour développer de nouvelles espèces permettant de donner au Royaume un avantage concurrentiel ;
4. **Support marketing et financier** pour organiser des conférences, évènements, etc.

En parallèle de ce programme national, le gouvernement à mis en place le label SAMAQ. Ce dernier stipule qu'un produit/entreprise est « conforme aux exigences du code saoudien pour des pratiques aquacoles responsables et est conforme aux directives et normes internationales. Un label qui précise également la fraîcheur et la sécurité des produits aquacoles nationaux » <http://samaq-sa.com/>

### RECOMMANDATIONS POUR LES ENTREPRISES FRANÇAISES

- **L'expertise des entreprises françaises leur permet d'aborder ce marché sur plusieurs aspects notamment dans l'accompagnement** des acteurs locaux dans le développement de leur ingénierie, la formation des acteurs locaux et l'articulation d'une stratégie de développement qui respecte les engagements du gouvernement (financiers, empreintes environnementales, responsabilités sociale etc.).
- **Aider à créer les conditions d'un écosystème favorable** au développement de l'aquaculture (Logistique, approvisionnement, route, autoroute, ports, etc.)
- **Les producteurs/importateurs saoudiens souhaitent se déplacer** notamment en France et en Europe afin d'identifier les « meilleures pratiques », et les freins au développement. Ils souhaitent enfin acheter des solutions innovantes et nouer des partenariats stratégiques.



Exemple d'un « Certificat de conformité » délivré par la SAMAQ à l'entreprise Caviar Court



Poissons vendus sur le marché avec le Label SAMAQ

# 3. Politique gouvernementale

## CADRE CONTRAIGNANT MAIS GAGE DE SÉCURITÉ ET DE QUALITÉ



### Programme de biosécurité

- **Programme de biosécurité solide** basé sur les normes internationales, avec des laboratoires de diagnostic certifiés ISO ;
- **Manuel POS** (Procédures Opérationnelles Standard) partagé avec les fermes pour assurer la sécurité des opérations ;
- **Suivi mensuel régulier et continue** pour garantir la mise en œuvre des SOP.



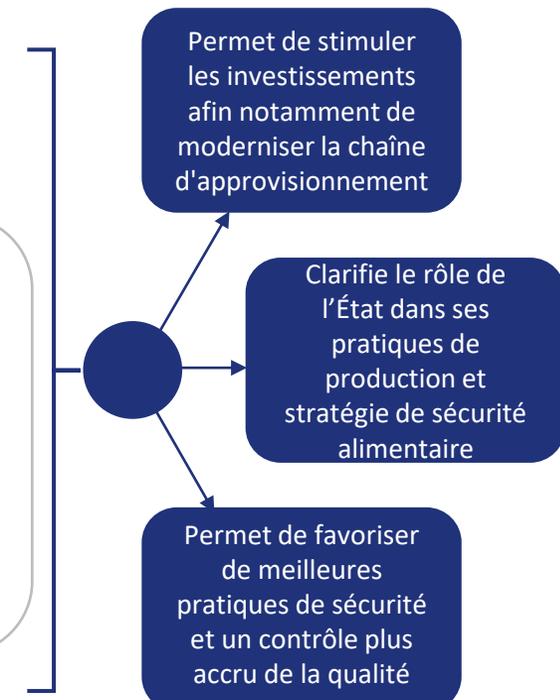
### Certification GAA / BAP

- **Certification des meilleures pratiques aquacoles** (en anglais BAP - Best Aquaculture Practices) obligatoire pour toutes les installations d'aquaculture en 2020 ;
- **L'Arabie est en voie de devenir le premier pays au monde** à avoir une certification BAP au niveau national ;
- Cela **garantit** une **sécurité** et une **qualité** constante des produits.



### Étiquetage SAMAQ

- Système national de certification et d'étiquetage des produits d'aquaculture, basé sur des pratiques d'aquaculture responsables ;
- Certification SAMAQ à utiliser pour la promotion des produits aquacoles saoudiens sur les marchés locaux et régionaux.



En anglais = SOP (Standard Operating Procedure)

- **La certification et l'étiquetage** sont des instruments qui visent à **orienter le comportement d'achat** des consommateurs vers des attributs de produit autres que le prix.
- **Les attentes** des consommateurs concernant les produits d'aquaculture saoudienne vont désormais s'orienter vers des sujets de **qualité, traçabilité, responsabilité, fraîcheur des produits, valeur nutritive**.
- **RECOMMANDATION POUR LES ENTREPRISES FRANÇAISES**
- La renommée des produits français et leurs exigences dans les domaines de traçabilité, contrôle de la chaîne d'approvisionnement, fraîcheur des produits pourront permettre à nos entreprises de se positionner sur un marché très concurrentiel en étant en parfait accord avec les programmes mis en place par le gouvernement saoudien.



## 4. Ecosystème de l'aquaculture en Arabie saoudite

### INVESTISSEMENTS DANS LE SECTEUR AQUACOLE

- Le programme national de développement des pêches (NFDP) a également pour ambition de créer un cadre adapté pour les investisseurs, notamment étrangers. Il leur est désormais permis de :
  - Détenir 100% du capital de leur entreprise ou parcelle de terrain (sans passer par un partenaire) ;
  - Bénéficier d'exonération d'impôt sur le revenu et de ne payer que 20% d'impôt sur les bénéfices annuels.
  - Une collaboration plus accrue pour dégager des synergies** : Le MEWA a signé un accord de coopération avec le *National Aquaculture Group* (NAQUA) et *Aquaculture Sharq Farms Company* pour utiliser l'eau de la mer Rouge à des fins de développement des technologies aquaponiques et hydroponiques.
- En plus du budget - 1,5 Mds SAR (~ 400 M USD) - alloué par le gouvernement dans le cadre du programme **NFDP**, les autorités souhaitent structurer le marché. En avril 2019, le MEWA a annoncé qu'il investirait 1,3 Mds SAR (~347 M USD) dans des projets d'aquaculture, et le Fonds de développement agricole du Royaume finance 70% du coût total des projets.

**Le fonds de développement agricole (ADF -Agricultural Development Fund) finance 70% du coût total des projets aquacoles**

#### Acteurs étrangers qui investissent dans le secteur :

-  **Emirats Arabes Unis** : Aqua Bridge Farms Co., basé à Dubaï, est un acteur privé qui a investi au sud de la ville de Djedda dans le projet *Aqua Bridge (AB)*. AB a une capacité de production de 3 M de juvéniles et un objectif de porter la production à 10 M par an avec des écloséries, l'élevage de poissons dans les eaux intérieures (particulièrement la dorade européenne, le bar européen et la production localisée de leurs alevins), l'élevage de crevettes ou encore l'élevage en cage marine.
-  **Chine** : investissements chinois dans le secteur aquacole (ex : partenariat avec la société JAZADCO pour le développement de bassins aquacoles et pour réexporter une partie de la production en Chine).
-  **Vietnam** : Depuis septembre 2020, l'autorité saoudienne de contrôle des aliments et des médicaments (SFDA) autorise à nouveau l'importation de produits aquatiques de 12 entreprises vietnamiennes. L'objectif est aussi de renforcer la coopération entre les deux pays.
-  **Les acteurs français** s'intéressent de plus en plus aux opportunités offertes par le marché saoudien. Certaines sociétés ont été accompagnées par Business France afin de rencontrer les entreprises saoudiennes. Ainsi, l'entreprise Deltex, située à Sarlat au cœur du Périgord, spécialisée dans la conception de câbles résistants pour différents domaines notamment aquacoles, vient de signer un contrat avec le leader mondial NAQUA.

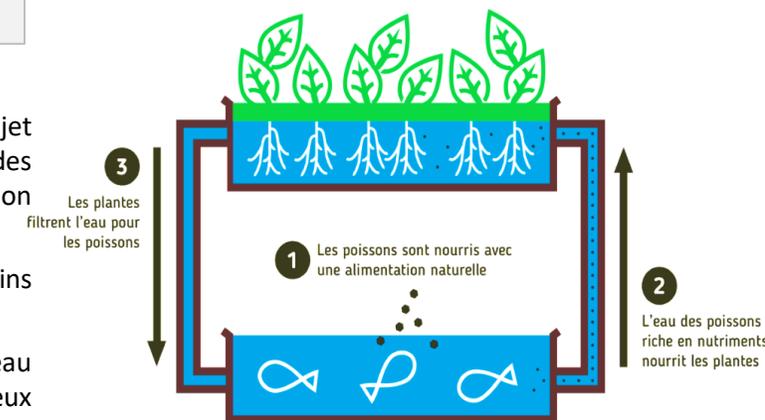


**Il est désormais possible pour les investisseurs étrangers de détenir 100% du capital de leur entreprise**

**Développement des technologies aquaponiques et hydroponiques grâce à l'eau de la mer Rouge**

#### LE CYCLE DE L'AQUAPONIE

Symbiose entre plantes et poissons



Source de l'image : [ICI](#)

## 4. Ecosystème de l'aquaculture en Arabie saoudite

### INVESTISSEMENTS DANS LE SECTEUR AQUACOLE

- **Le gouvernement développe un cadre attrayant pour les investisseurs dans le secteur aquacole**, en modifiant les réglementations qui permettent aux investisseurs étrangers de posséder des actifs aquacoles ou en investissant dans les infrastructures, la recherche et le développement, le marketing et le soutien au secteur via des programmes de plusieurs M USD. L'aquaculture est considérée comme étant à fort potentiel. Les opportunités d'investissement sont déjà disponibles et se poursuivront avec le projet de création de 20 nouveaux sites aquacoles le long de la mer Rouge.
- Le Royaume, à travers le ministère de l'investissement, a mis en place un **Centre des Services d'Investissement** (ISC -Investment Service Center), qui accorde ou refuse une licence dans les 30 jours suivant la réception de la demande d'un investisseur et donne des informations sur le cadre légal. Par ailleurs, le Centre saoudien d'arbitrage commercial a été créé. Il assure aux investisseurs étrangers un arbitrage en cas de litige commercial. Un programme de privatisation a enfin été lancé.
- **Avantages proposés aux investisseurs :**
  - ✓ Les étrangers ont droit à la propriété à 100% des entreprises et des terrains ;
  - ✓ Aucune restriction sur le rapatriement des capitaux ;
  - ✓ Aucun impôt sur le revenu n'est prélevé et les sociétés étrangères sont soumises à un impôt de 20% sur les bénéfices annuels (le plus bas du G20) ;
  - ✓ Les pertes différées peuvent être reportées dans le bilan pour une durée illimitée ;
  - ✓ Les investisseurs étrangers peuvent demander un financement auprès des institutions financières locales et internationales : Fonds Arabe pour le Développement Economique et Social (AFESD), Fonds monétaire arabe, Programme arabe de financement du commerce, Arab Investment Guarantee Corp ou encore Banque Islamique de Développement (ISDB).
- **Le Royaume propose également d'autres incitations financières visant à renforcer les investissements nationaux et étrangers :**
  - ✓ Le Fonds de développement des ressources humaines soutiendra les activités liées à la formation et à l'emploi de la population active saoudienne. Prix compétitifs des services publics dans les projets commerciaux et industriels ;
  - ✓ Subventions financières pour la recherche et le développement de l'Université du Roi Abdullah pour les sciences et la technologie (KAUST) ainsi que de la ville du roi Abdulaziz pour la science et la technologie (KACST) ;
  - ✓ Les entités industrielles du Royaume ont le droit d'obtenir une exonération douanière sur certaines importations (matières premières, machines, outils et équipements, pièces détachées, etc.).

En 2019, le **MEWA**, a autorisé 125 projets de développement aquacoles

principalement

- Fermes piscicoles en eau salée
- Fermes de crevettes
- Pisciculture en eaux intérieures
- Fermes piscicoles ornementales



Projet de création de 20 nouveaux sites aquacoles



**Le ministère met à disposition des terres et octroie des avantages financiers afin d'attirer les investisseurs étrangers.**

# 4. Ecosystème de l'aquaculture en Arabie saoudite

## INVESTISSEMENTS DANS LE SECTEUR AQUACOLE

- Le gouvernement saoudien encourage davantage les investissements dans certaines régions moins développées.
  - Avantages** fiscaux accordés pour une période de dix ans à compter du début de tout projet. L'assiette fiscale peut être réduite de moitié notamment grâce à la formation de saoudiens.
  - D'autres avantages peuvent s'appliquer si le capital d'investissement du projet dépasse 1 M SAR (~266 K USD) : Surface accordée plus grande, exonération de taxes, taux plus faible de saoudisation, etc.



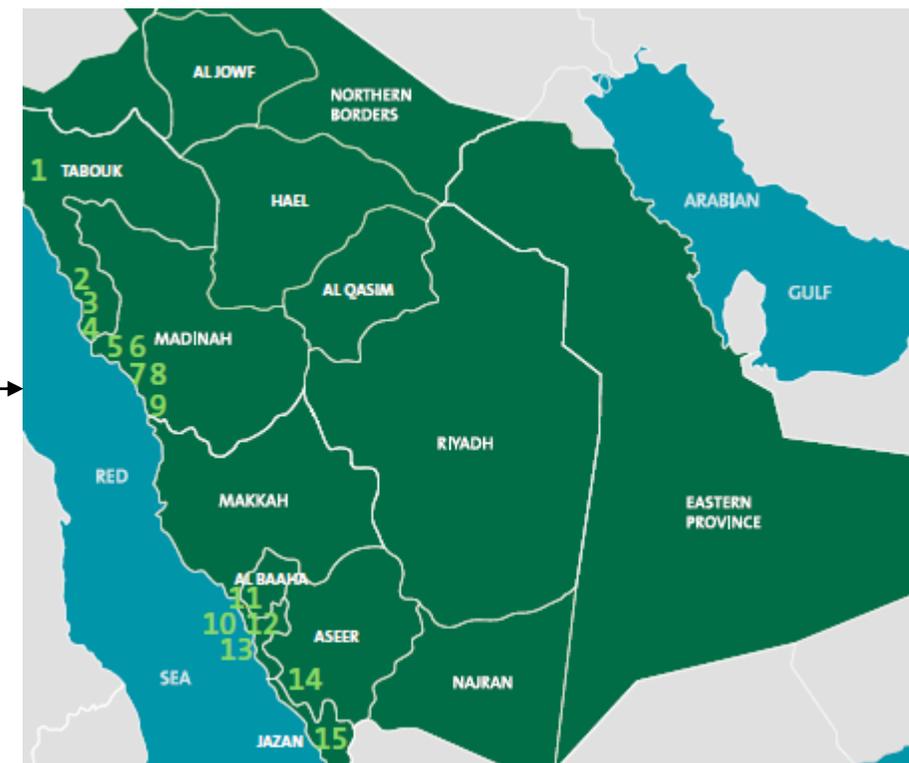
Dans certaines régions, le Royaume accorde encore plus d'avantages (fiscaux, prêts avantageux, accompagnement...). C'est en ce sens que nos entreprises doivent profiter de cet environnement favorable pour gagner des parts de marchés.

Province	Numéro du Site	Localisation
Tabuk	1	Douba
	2	Umluj
Médine	3	Yanbu
	4	Yanbu
	5	Arrayis
	6	Mastorah
	7	Mastorah
	8	Mastorah
La Mecque	9	Rabigh
	10	Al Muzaylif
	11	Al Muzaylif
	12	Al Muzaylif
	13	Al Qunfudhah
Assir	14	Saeedat Al Sawalha
Jizan	15	Al Sumairat

Mise en place et financement de formation de la part du Fonds de développement agricole (Ex avec NAQUA. Article [ICI](#))

**Aujourd'hui, plusieurs opportunités sont à saisir par des investisseurs, notamment étrangers**

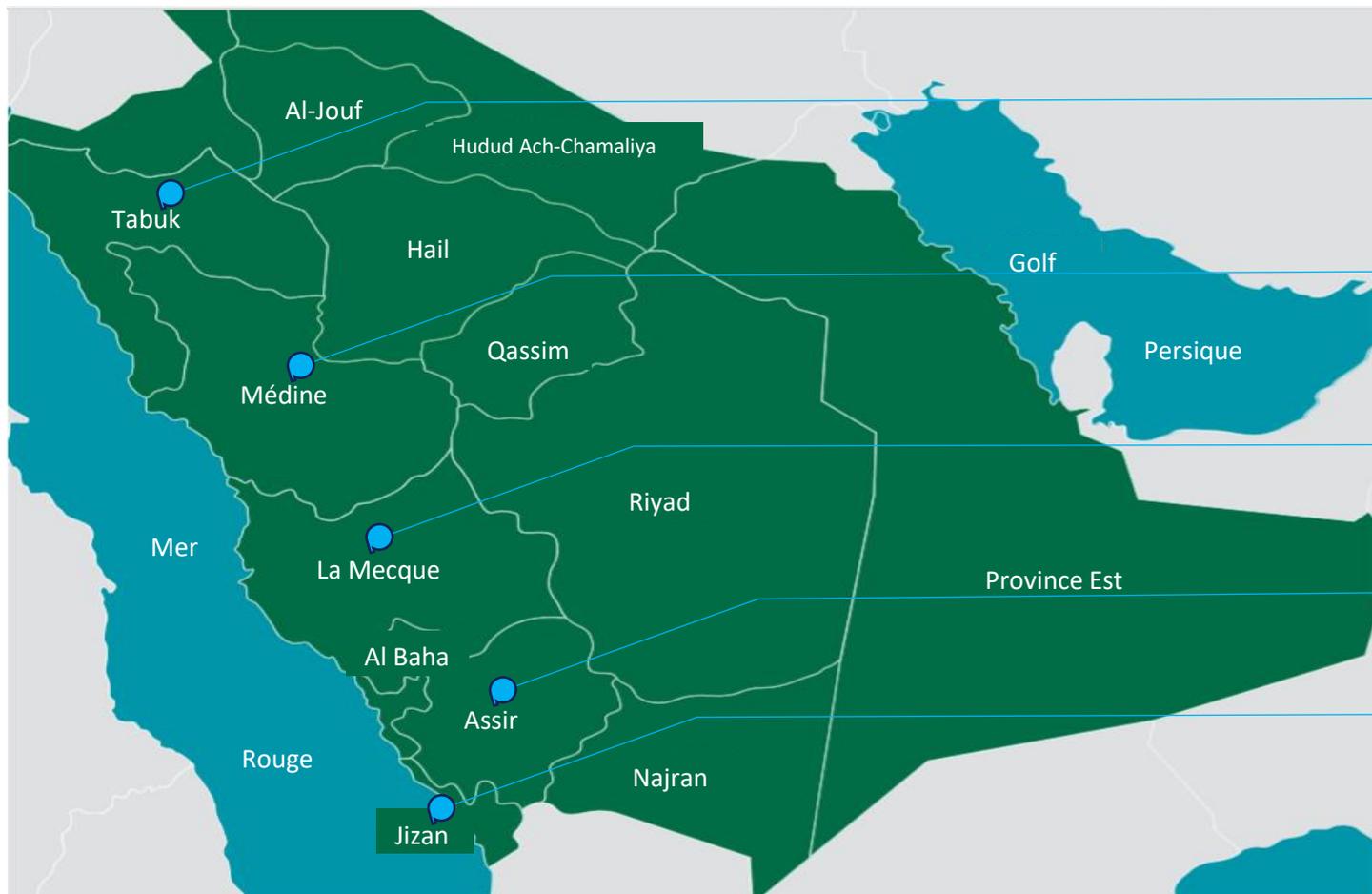
Suivi, assistance et accompagnement assurés par les autorités



**Remarque :** Certains projets sont finalisés, d'autres en cours, d'autres en attente d'investissements

# 4. Ecosystème de l'aquaculture en Arabie saoudite

## INVESTISSEMENTS DANS LE SECTEUR AQUACOLE



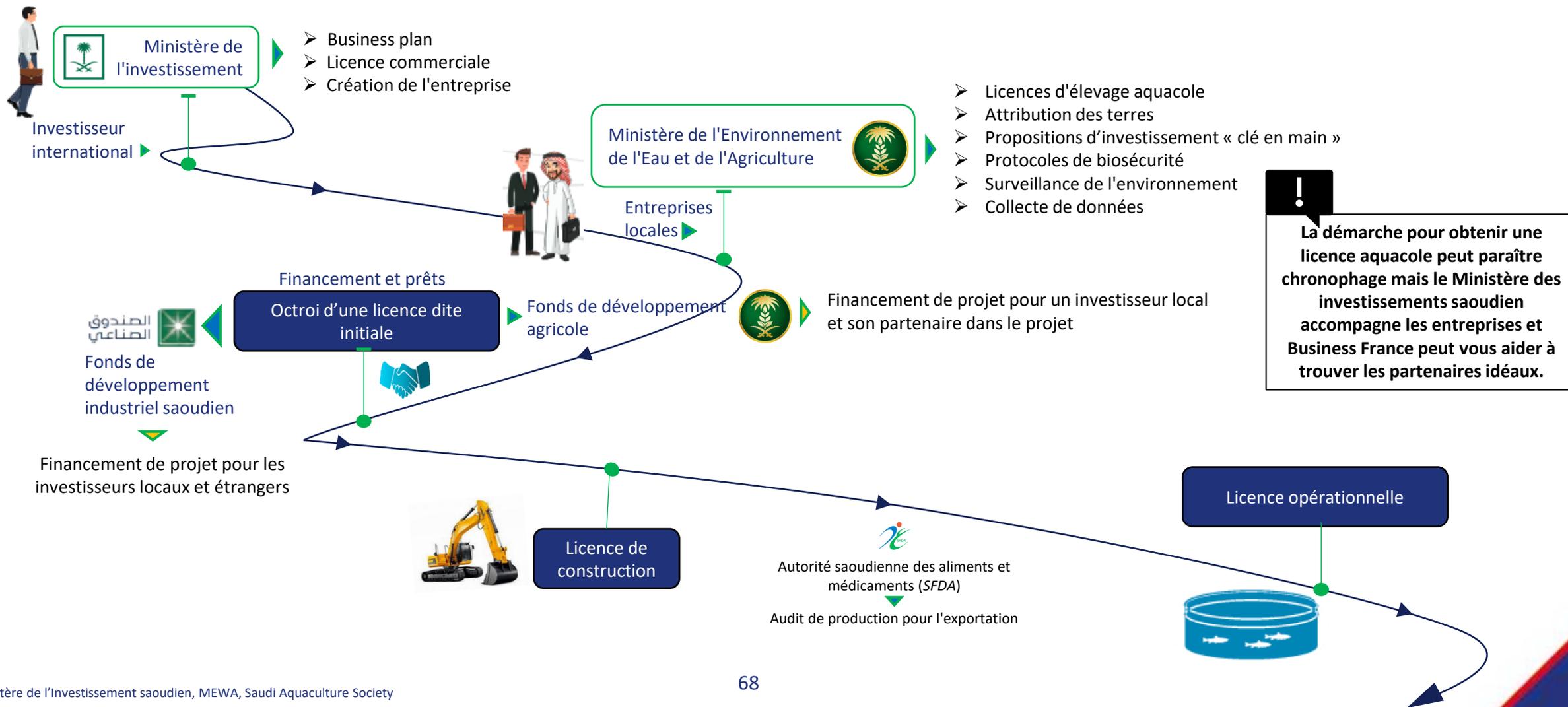

L'ensemble de ces projets sont en cours de réalisation et doivent répondre, à l'horizon 2030, aux objectifs fixés par le gouvernement en termes de production

Dans ce cadre les acteurs sont à la recherche d'expertise, d'entreprises capable de développer et gérer des écloseries aquacoles. Business France a accompagné une entreprise française – leader du secteur - en décembre 2020 et les retours des acteurs locaux ont été très positifs.

\* NAQUA n'apparaît pas sur cette carte

# 4. Ecosystème de l'aquaculture en Arabie saoudite

## PARCOURS DE L'INVESTISSEUR POUR OBTENIR UNE LICENCE AQUACOLE



## 4. Ecosystème de l'aquaculture en Arabie saoudite

### PRODUCTION DE CREVETTE : UNE FILIÈRE SOUTENUE PAR LES INVESTISSEMENTS

- **Investissement dans le secteur des crevettes** : Le royaume d'Arabie saoudite souhaite augmenter sa production de crevettes d'élevages à 200 000 T d'ici 2025. Selon un conseiller de la « *Saudi Aquaculture Society* », M. Haydar Al Shatout, «une légère baisse de la production a été notée en 2019 mais des projets solides sont en cours avec des investissements importants du gouvernement et d'acteurs locaux et internationaux ».
- La production devrait atteindre 80 000 T en 2020 et dépasser les 100 000 T en 2021 (cf. graphique ci-contre). En Arabie saoudite, l'élevage de crevettes est presque entièrement situé le long des rives sud de la mer Rouge. Tous les élevages sont verticalement intégrés, avec des usines d'aliments, des écloséries, des fermes et des usines de transformation. Il n'y a pas de petites fermes individuelles.

#### Un écosystème clarifié

##### Régulateurs



##### Licences commerciales - Investisseurs



##### Entreprises nationales de services publics



##### Zones économiques et industrielles spéciales



##### Licences élevages aquacoles



##### Soutiens financiers - prêts



PRODUCTION DE CREVETTES (EN MILLIERS DE T)



“ Des projets solides sont en cours avec des investissements importants du gouvernement et des acteurs locaux et internationaux ”

**M. HAYDAR AL SHATOUT**  
conseiller de la *Saudi Aquaculture Society*

Site internet :  
<http://www.sas.org.sa/en>

صندوق التنمية الزراعية  
Agricultural Development Fund  
المملكة العربية السعودية



Sur les premiers mois de 2020, le fonds de développement agricole a accepté de financer des prêts s'élevant à environ 600 M SAR (~159,9 M USD) pour améliorer l'efficacité du secteur agricole dans son ensemble avec une partie consacrée au **secteur de l'aquaculture**.

## 4. Ecosystème de l'aquaculture en Arabie saoudite

### PRINCIPALES ESPÈCES DE L'AQUACULTURE SAOUDIENNE

- La Dorade méditerranéenne



- **Nom scientifique :** *Sparus aurata*

- La Dorade argentée



- **Nom scientifique :** *Rhabdosargus sarba*

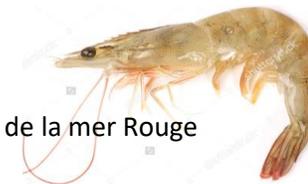
• **Note :** Comme vu dans une slide précédente, l'Arabie souhaite également développer les algues et d'autres crustacés ou coquillages. Cela reste encore très marginal mais les autorités saoudiennes souhaitent voir se développer une réelle expertise dans ce domaine. D'ores et déjà, le séminaire franco-saoudien sur les algues avait dégagé des axes de réflexion pertinents de coopération.

- Le maigre ou courbine



- **Nom scientifique :** *Argyrosomus regius*

- La Crevette blanche de la mer Rouge



- **Nom scientifique :** *Litopenaeus vannamei*

- Le bar ou Loup de mer

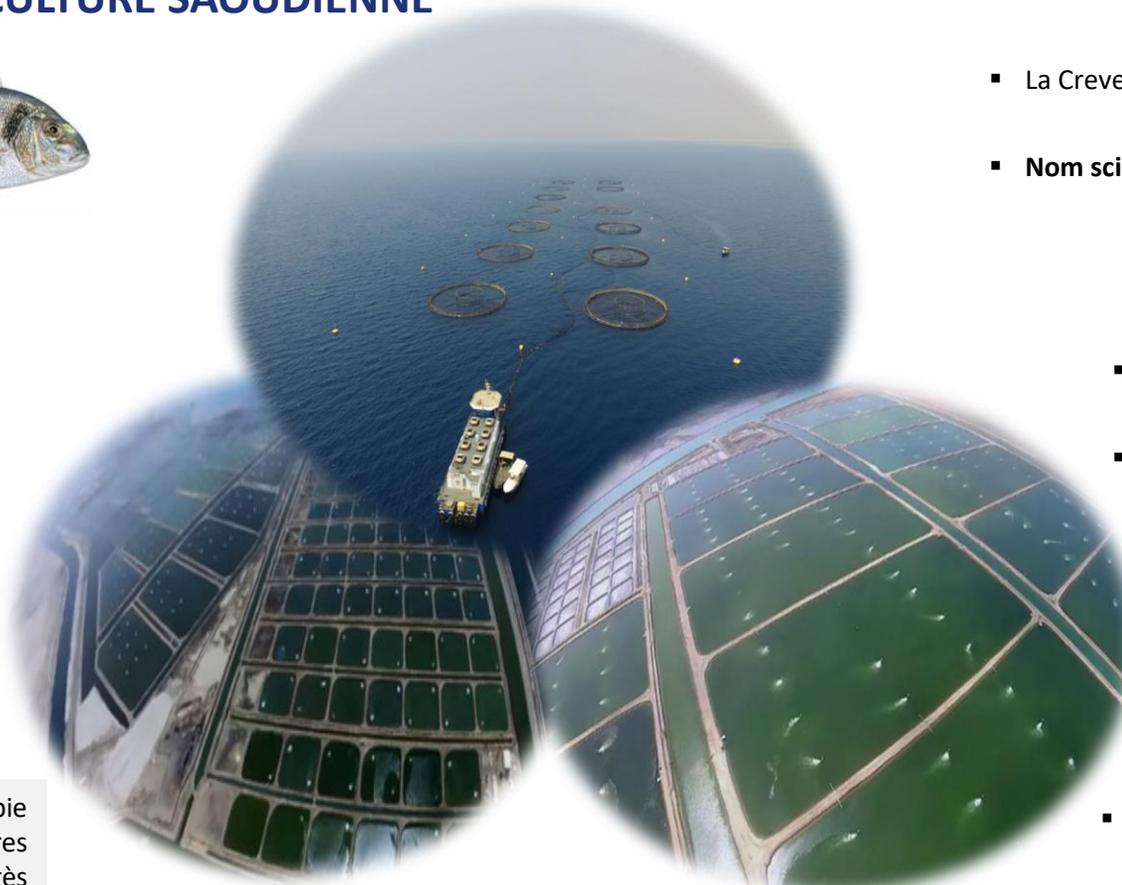


- **Nom scientifique :** *Lates calcarifer*

- Le Tilapia



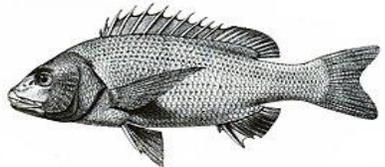
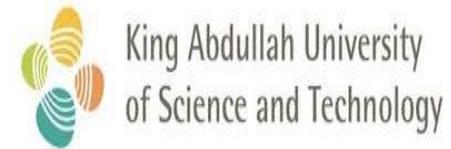
- **Nom scientifique :** *Oreochromis niloticus*



## 4. Ecosystème de l'aquaculture en Arabie saoudite

### RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT DES ESPÈCES

- **Afin de diversifier les espèces élevées**, le ministère (MEWA) collabore avec l'université des sciences et technologies du roi Abdallah (*King Abdullah University of Science and Technology* ou *KAUST*) disposant de nombreux centres de recherches comme celui sur la mer Rouge (RSRC - Red Sea Research Center) ou le laboratoire sur les ressources côtières et marines.
- **Le gouvernement travaille également avec des structures** comme *Beacon Development* (filiale de la KAUST) qui a une mission de conseil sur le plan environnemental et qui effectue un travail de recherches et d'évaluations dans la région de la mer Rouge notamment.
- **L'objectif pour le secteur aquacole** est de développer une base de « bonnes pratiques » pour la domestication de nouvelles espèces comme :



Le Spare sobaity (*Sparidentex hasta*)



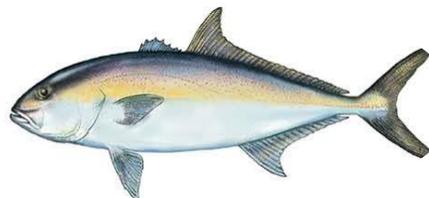
Le Vivaneau rouge (*Lutjanus campechanus*)



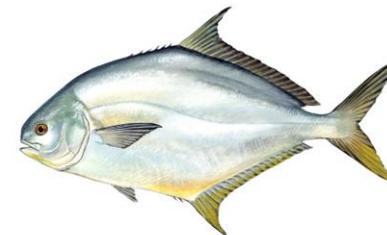
Le maigre ou courbine (*Argyrosomus regius*)



Le Mérou brun (*Epinephelus marginatus*)



La sérieole (famille des *Carangidae*)



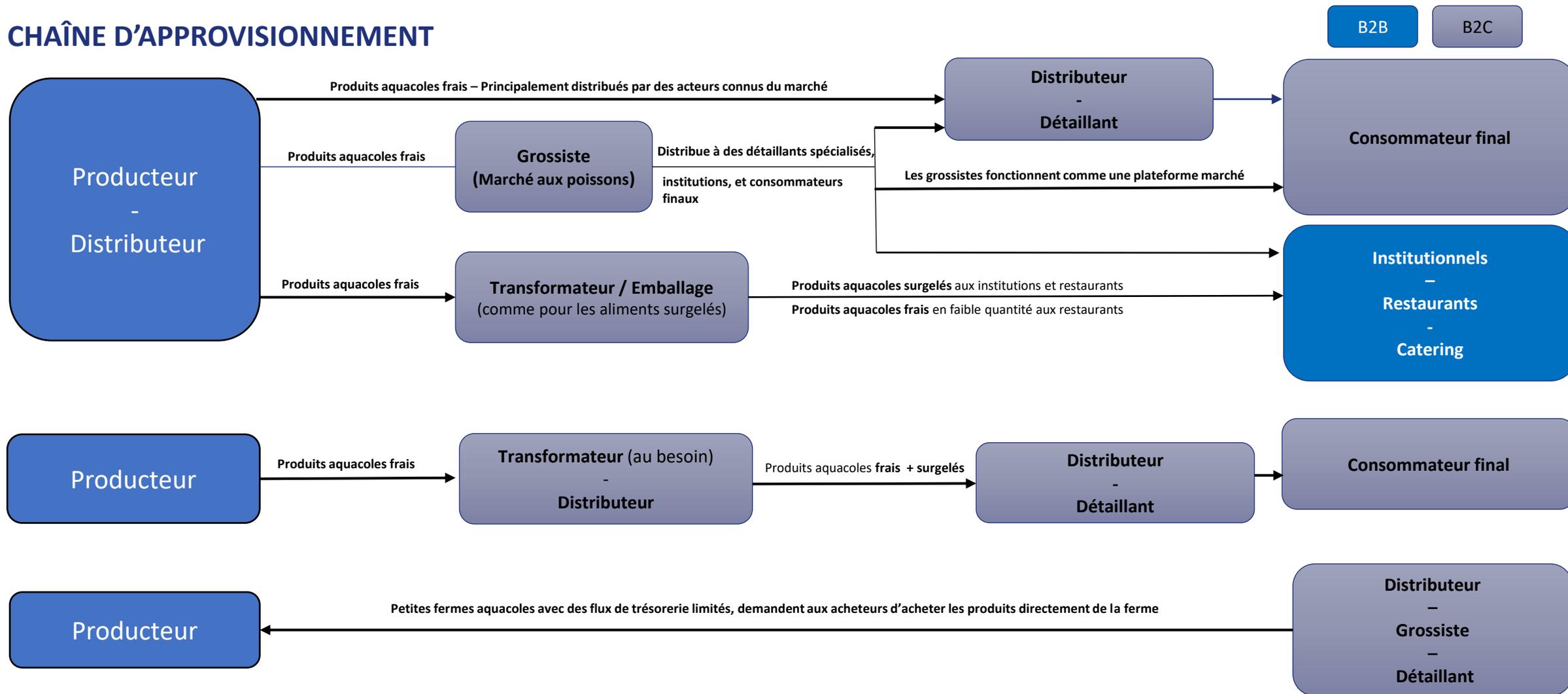
Le Pompano (*Trachinotus*  
famille des *Carangidae*)



Le bar ou Loup de mer (*Lates calcarifer*)

# 4. Ecosystème de l'aquaculture en Arabie saoudite

## CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

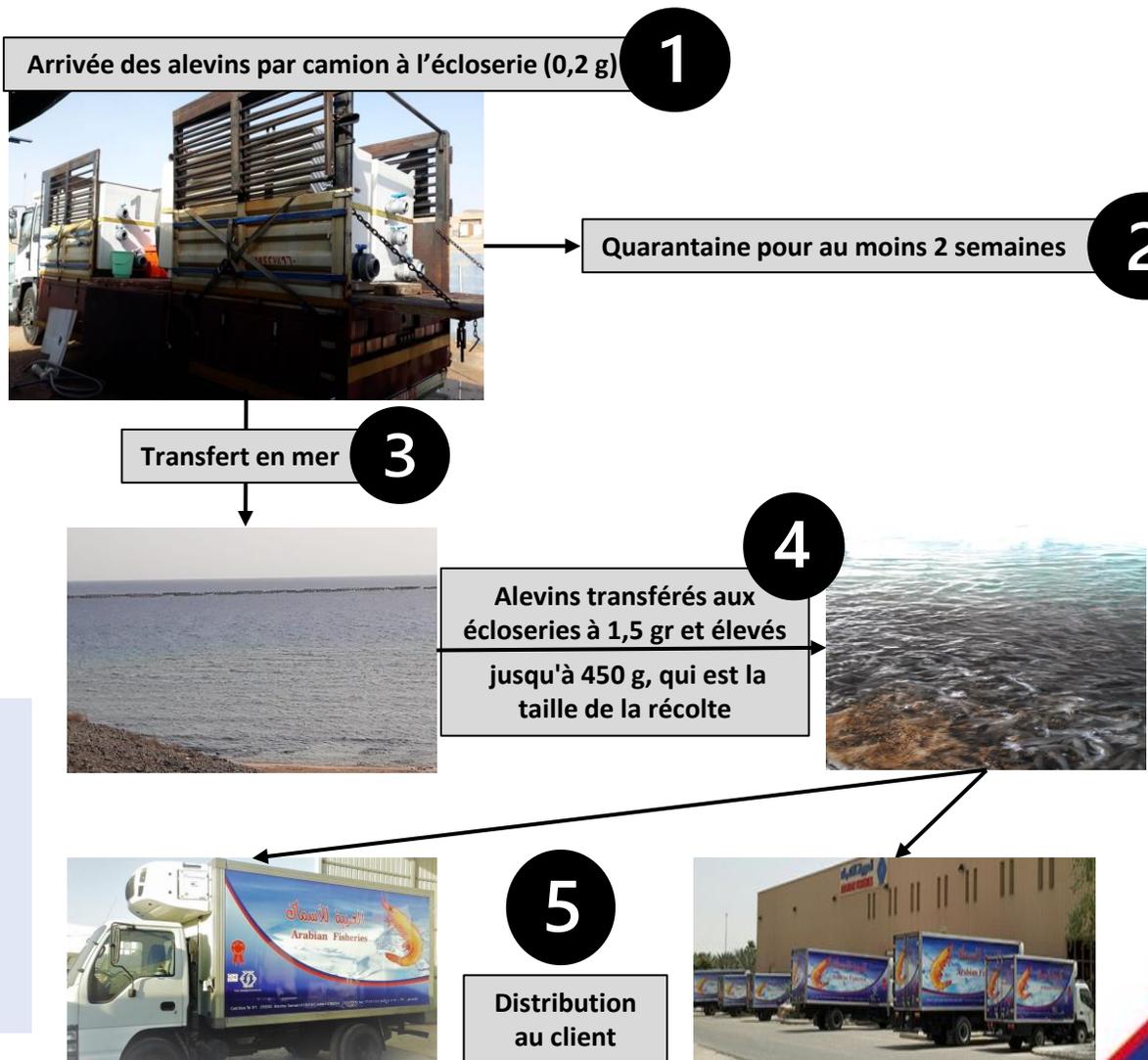


# 4. Ecosystème de l'aquaculture en Arabie saoudite

## CIRCUITS D'IMPORTATION ET DE DISTRIBUTION

- Les producteurs saoudiens importent principalement des alevins entre **0,2 et 0,5g** (plus rarement à 1g).
- Ces importations sont en provenance de certains pays européens comme la Grèce et Chypre mais aussi de Turquie et du Bahreïn.
- Par **avion**, on distingue deux types d'importation :
  - **Dans des sacs plastiques** ---> alevins entre 0,2 et 0,3g ---> Box de 25 kg ---> 1500 alevins env. --> **destinés aux petites fermes aquacoles**. Peut être coûteux ;
  - **Dans des réservoirs d'eau ou tanks** ---> alevins entre 0,5 et 1g maximum ---> 25 réservoirs ---> 1 réservoir = 500 kg. **Destinés notamment aux grandes fermes**.
- **Une fois que les alevins arrivent en Arabie**, ils sont gardés en quarantaine pour au moins deux semaines pour des questions, entre autres, de biosécurité. Ensuite, ils sont transférés en mer.
- Avec une production qui couvre aujourd'hui 55% des besoins, il est envisagé que le développement de l'industrie inclura une part importante des cultures aquacoles marines (car bon ROI). **Les acteurs auront donc besoin de continuer d'importer non seulement des alevins mais aussi des ingrédients et des équipements (Exemple de Red Sea Aquaculture) : des effets d'aubaines pour nos entreprises.**
- La **COVID-19** a provoqué des perturbations dans la chaîne d'approvisionnement en raison des problèmes logistiques et du retard au niveau de la livraison.

### Circuit de distribution des alevins (dorade) à Tabuk & Arabian Fisheries



“ Nous achetons des alevins de 0,2 grammes à Aqua Bridge. Ensuite nous les élevons jusqu'à 1,5 grammes dans nos écloseries jusqu'à distribution au client. ”

Directeur général de Tabuk Fisheries (Importateur/distributeur de produits aquacoles)

“ Nous importons les poissons congelés d'Europe dans des conteneurs et les recevons dans le port de Dammam. Ensuite, ils sont stockés dans nos chambres froides et distribués à nos clients. ”

Manager à Arabian Fisheries (Importateur/distributeur de produits aquacoles)

# 4. Ecosystème de l'aquaculture en Arabie saoudite

## IMPORTATION/DISTRIBUTION DES SOLUTIONS POUR L'AQUACULTURE

- L'augmentation de la consommation de produits aquacoles en Arabie a permis le développement de l'industrie et l'évolution des techniques d'élevage.
- Comme c'est un secteur nouveau, le marché évolue de manière constante et les besoins sont importants. On dénombre de plus en plus d'acteurs locaux et internationaux dans les différents maillons de chaîne de distribution.
- L'entreprise saoudienne ARASCO domine le secteur de l'alimentation mais est de plus en plus concurrencée par des acteurs locaux et chinois.
- S'agissant des équipements, ils sont pratiquement tous importés. Le gouvernement souhaite réduire les coûts de production de 30%. Ainsi, les experts du secteurs précisent que des matériaux et équipements qui répondent aux critères de qualité, de haute technologie, de fiabilité, de réduction de la facture énergétique et qui ont un rapport qualité/prix compétitif sont recherchés.
- Concernant les importations, les acteurs peuvent soit s'approvisionner en direct auprès des fournisseurs étrangers, soit passer par les intermédiaires de la distribution locale. Les petits producteurs en revanche passent très souvent par des importateurs-distributeurs généralistes, disposant d'une licence d'importation (*Trade license*).

**POSITIONNEMENT DE LA CONCURRENCE  
CARTOGRAPHIE SIMPLIFIÉE DES FORCES EN PRÉSENCE  
(selon les acteurs interrogés)\***  
\*Tableau non exhaustif



## 5. Acteurs locaux

### PRINCIPALES SOCIÉTÉS SAUDIENNES DE PRODUCTION AQUACOLE

\*Liste non exhaustive

Nom de l'entité	Description
<p><b>National Aquaculture Group (NAQUA)</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>National Aquaculture Group (NAQUA)</b> est l'une des plus grandes exploitations aquacoles au monde. Elle est située sur la mer Rouge en Arabie saoudite, à 180 kilomètres au sud du port de Djeddah à Al-Lith. <b>La société représente plus de 80% de la production aquacole nationale.</b> Avec des méthodes de production novatrices, elle a créé l'une des plus grandes fermes marines entièrement intégrées au monde employant plus de 2 500 personnes de 32 nationalités différentes et avec une capacité annuelle de 100 000 T.</li> <li>• <b>NAQUA est l'une des fermes aquacoles marines les plus avancées et les plus intégrées au monde.</b></li> <li>• Les principales espèces produites sont les crevettes, les crevettes à pattes blanches, le bar asiatique, le tilapia ou encore la dorade.</li> </ul>
<p><b>Jazan Energy and Development Company (JAZADCO)</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Jazan Energy and Development Company (JAZADCO)</b> est la 2ème plus grande ferme aquacole d'Arabie saoudite après NAQUA. Le portefeuille de cette entreprise est très diversifié et c'est dans les années 1990 qu'elle décide de se lancer dans l'aquaculture. En 2002, le projet Aqua-cultural a été lancé : il se concentre sur l'élevage de <b>crevettes fraîches</b>, de l'éclosion à l'exportation.</li> <li>• Le projet est une écloserie pouvant contenir <b>plus de 500 M de larves</b> sur une aire de reproduction d'environ 2 933 ha. <b>La production cible de crevettes est de 3 300 T par an.</b> La société dispose de 160 étangs d'élevage de crevettes et une usine de transformation d'une capacité de traitement de 14 T par jour.</li> </ul>
<p><b>Saudi Fisheries Company (site internet)</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Créée en 1980, Saudi Fisheries Company</b> est active dans le secteur de la pêche, des ressources aquatiques vivantes et industries connexes. La société commercialise ses produits en Arabie saoudite mais également à l'international. Elle a une expertise reconnue et dispose d'une infrastructure de pointe dans les secteurs de la pêche maritime, de l'aquaculture, de la logistique, de l'alimentation, des fruits de mer, du commerce de gros, ainsi que de l'exploitation et de la gestion d'un certain nombre de restaurants de fruits de mer.</li> <li>• <b>L'entreprise possède des fermes d'élevage de crevettes et de poissons</b> et trois usines de production, en plus d'installations de production et de stockage de glace. Elle dispose enfin d'une chaîne d'approvisionnement solide composée d'entrepôts dans différentes parties du Royaume avec une capacité de 8 000 T par an et d'une flotte de camions réfrigérés pour maintenir une qualité de produits optimale.</li> </ul>

**A noter :** On note des tentatives de rapprochement de certains acteurs afin de bénéficier d'économies d'échelles et rationaliser à la fois les aides gouvernementales et les dépenses. En effet, début 2020, 4 entreprises du secteur que sont respectivement *JAZADCO*, *Tabuk Fisheries Company*, *Tharawat Seas* et *Aquaculture Sharq Farms* **ont entamé des discussions en vue de fusions.** A date, les négociations sont encore en cours.

## 5. Acteurs locaux

### PRINCIPALES SOCIÉTÉS SAUDIENNES DE PRODUCTION AQUACOLE

Nom de l'entité	Description
<b>Tabuk Fisheries Company</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Tabuk Fisheries Company (TFC)</b> est une entreprise située dans la région de Tabuk au nord du village d'Al-Moyleh.</li> <li>• Elle a été créée en 2005 et a commencé ses activités en 2008 pour la culture de diverses espèces de poissons avec un <b>système de cages flottantes en eau de mer</b>. Depuis lors, elle a augmenté le nombre de cages d'élevage avec 3 nouvelles éclosiers sur le même site de production et un <b>volume cible de production d'environ 5 000 T par an de poisson d'élevage</b>.</li> </ul>
<b>Aquaculture Sharq Farms Company</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Aquaculture Sharq Farms Company</b> est une ferme piscicole spécialisée dans la production de poissons (Daurade Royale, mérus, ou encore loup) et de crevettes sur la mer Rouge, au sud de Djeddah, à 200 km après la ville d'Al-Lith. Disposant de plusieurs fermes aquacoles, la société exporte une part de la production et a un engagement fort envers la durabilité et la transparence tout au long du processus de production.</li> <li>• Avec les aides du gouvernement, elle souhaite poursuivre son développement et importer/élever de nouvelles espèces.</li> </ul>
<b>Saudi kandel Company</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Saudi kandel Company</b> a commencé ses activités dans le domaine de la pisciculture en 2014 sur une surface de 3 340 m<sup>2</sup> et a pu rapidement produire 20 T par an pour atteindre, fin 2015, 45 T, avec une prédominance du tilapia. Aujourd'hui, la société souhaite développer sa production à travers le développement de nouvelles fermes aquacoles.</li> </ul>
<b>Red Sea Aquaculture Co</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Red Sea Aquaculture Company</b> a été créée en Arabie saoudite en 2009. Elle développe différents projets d'élevage sur une surface de 1 125 ha. L'un des projets les plus importants pour l'entreprise est celui de Ziyad Ahmad AlRahmah.</li> <li>• L'objectif est de construire de nouveaux bassins pour atteindre une production annuelle de 20 000 T et cibler des ventes annuelles de 400 M SAR (106 M USD).</li> </ul>
<b>Al Refaei Fish Farm</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Al Refaei Fish Farm</b> est située à Shaban bay à 30km de Umm Lujj dans le nord ouest du pays près de Tabuk. La société dispose d'éclosiers de tilapias, principalement exportés vers Bahreïn. Le site peut recevoir jusqu'à 20 cages aquacoles. Aujourd'hui, 7 sont installées et 4 sont fonctionnelles, avec près de 450 K poissons.</li> <li>• La production annuelle avoisine les 600 T, avec un poids moyen de vente de plus de 350 grammes par poisson.</li> </ul>
<b>Saudi Aquaculture Society</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>La Saudi Aquaculture Society</b>, créée en 2012, est une structure parapublique qui a pour principal objectif de « <b>structurer la filière aquacole en Arabie saoudite</b>. Elle mène des études sur le secteur afin de répondre à une « demande locale, régionale et internationale grandissante ». La Saudi Aquaculture Society opère sous l'autorité du ministère de l'Environnement de l'Eau et de l'Agriculture saoudien.</li> <li>• Dans le cadre de la vision 2030, elle développe des <b>partenariats</b> avec des <b>entreprises</b> et <b>organismes étrangers</b>.</li> <li>• Dans ce contexte, les acteurs français ont l'opportunité de promouvoir des partenariats et proposer leur expertise dans le domaine de l'aquaculture.</li> </ul>

## 5. Acteurs locaux

### PRINCIPALES SOCIÉTÉS SAUDIENNES DE PRODUCTION AQUACOLE

Nom de l'entité	Description
<p><b>ARASCO</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ARASCO</b> est un leader du marché et un fournisseur majeur de produits <b>vétérinaires</b> pour la santé animale.</li> <li>• 12 Branches, ALEMAR a mis en place un réseau de distribution et assuré une large couverture de la géographie d'Arabie saoudite.</li> <li>• <b>ARASCO fabrique des aliments aquatiques pour le bétail</b> (aliments pour poissons marins, aliments pour tilapias et aliments pour crevettes), ainsi que des mélanges de fourrages («prémélanges» de vitamines et de minéraux) et d'intrants alimentaires (phosphate dicalcique).</li> <li>• Les clients dépendent d'ARASCO car c'est l'un des seuls acteurs qui fournit des mélanges d'aliments qui répondent aux exigences spécifiques aux <b>poissons, crevettes</b> et autres animaux.</li> </ul>
<p><b>Arabian Generation Trading Company</b> (<a href="#">site internet</a>)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>The Arabian Generation Trading Company</b> est une entreprise locale dans le domaine de la vente, de l'achat et de <b>l'importation</b> d'aliments pour animaux, de machines d'alimentation et d'accessoires pour les mélanges, emballages, etc.</li> <li>• La société est un <b>distributeur</b> de la National Feed Company (FEDCO), d'Alkhumasya Feed Company, de la Arab Agricultural Services Company (ARASCO) et d'autres usines.</li> </ul>
<p><b>ARTAT</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ARTAT Entreprise, basée en Arabie saoudite, est spécialisée en santé et nutrition animale pour tous types d'espèces.</li> <li>• Elle a été créée en 2003 et fournit des milliers de produits aux industries et organisations d'élevage dans le monde entier et est devenu le seul agent de nombreux fabricants internationaux d'additifs pour l'alimentation animale <b>ainsi que de vaccins, désinfectants et autres produits d'hygiène</b>.</li> <li>• ARTAT dispose également d'une expertise reconnue dans le domaine de l'<b>aquaculture</b>.</li> </ul>

## 5. Acteurs locaux

### PRINCIPAUX IMPORTATEURS DE PRODUITS AQUACOLES

Nom de l'entité	Description	Logo
<a href="#">Arabian Fisheries</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Arabian Fisheries</b> a été créé en 1986 et a son siège à Riyad, avec des bureaux à Djedda et Dammam. L'importateur est présent dans la quasi-totalité des grandes villes du Proche et Moyen-Orient (PMO).</li> <li><b>Distribution</b> : La société fournit des fruits de mer surgelés aux hôtels 5 étoiles, aux restaurants, aux compagnies aériennes, aux hôpitaux, aux universités, aux entités gouvernementales, supermarchés, entreprises de restauration (catering) ou encore aux grossistes.</li> <li><b>Approvisionnement</b> : Elle se fournit auprès de producteurs et de fournisseurs du monde entier, assurant à ses clients un approvisionnement constant et abondant tout au long de l'année. <i>Arabian Fisheries</i> détient la certification ISO 22 000 (norme internationale relative à la sécurité des denrées alimentaires).</li> </ul>	
<a href="#">Saudien Fisheries</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Saudi Fisheries Company (SFC) a été créée en 1980 et est détenue à 40% par le fonds souverain saoudien. Ils évoluent</b> dans le secteur de la <b>pêche</b> (production de +600 T/an), des ressources aquatiques vivantes (notamment <b>crevettes</b> avec +3 000 T/an) et industries connexes. La société commercialise ses produits en Arabie mais également à l'international.</li> <li><b>L'entreprise possède des fermes d'élevage de crevettes et de poissons et 4 usines de production</b>, des installations de production et de stockage de glace ainsi que 19 magasins et restaurants</li> <li><b>Distribution</b> : <i>SFC</i> dispose d'une chaîne d'approvisionnement solide de plus 50 camions de transport frigorifiques qui distribuent chaque jour environ 5 T de produits dans les régions du centre, de l'est, de l'ouest et du sud de l'Arabie. Par ailleurs, la société dispose également d'entrepôts (capacité : 8 000 T) dans différentes parties du Royaume.</li> <li><b>Approvisionnement</b> : La société a noué des alliances avec des fournisseurs internationaux basés aux Émirats Arabes Unis (EAU), en Inde, en Chine, au Sri Lanka, ainsi que dans plusieurs pays européens (Pays scandinaves notamment) et africains.</li> </ul>	
<a href="#">IZAFCO</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>IZAFCO</b> est un importateur grossiste spécialisé dans l'aquaculture depuis 1991. La société a débuté son activité à Jizan dans le sud du pays, pour s'étendre ensuite sur les villes côtières de la mer Rouge, à Dammam près du Golf Persique, dans les grandes villes du Royaume ainsi que dans une grande partie du Moyen-Orient. Elle a une présence bien établie sur de nombreux segments de produits de la mer frais et surgelés, en Arabie saoudite et dans d'autres pays du Golfe (Oman, Koweït, Dubaï, Bahreïn, etc.).</li> <li><b>Distribution</b> : La société distribue des produits frais ainsi que des produits surgelés en Arabie et dans tout le Moyen-Orient. Sa clientèle est constituée d'établissements CHR, d'enseignes de la grande distribution, de sociétés de catering, etc.</li> <li><b>Approvisionnement</b> : <i>Izafco</i> répond aux demandes des clients et se source principalement dans les pays limitrophes, en Asie ou en Europe dont la France. <b>La société souhaite trouver de nouvelles sources d'approvisionnement au regard de l'augmentation de la consommation.</b></li> </ul>	

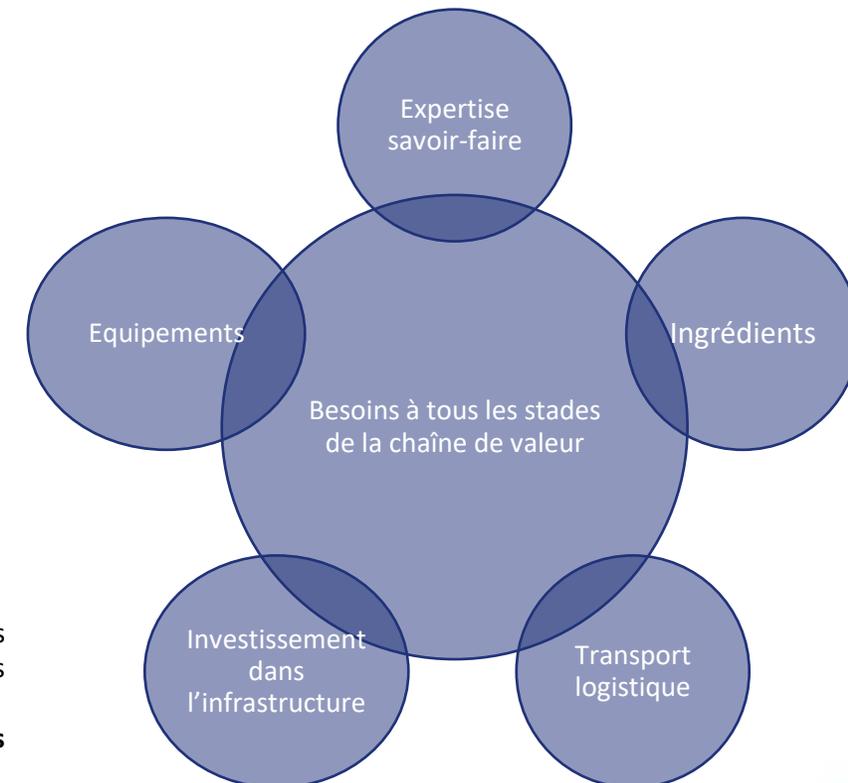
## 6. Bilan et plan d'action

### DES BESOINS IMPORTANTS ET DES OPPORTUNITÉS À SAISIR

Période	Description	Investissements requis
<b>Pré-récolte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ingrédients pour poissons</li> <li>Equipements pour les bassins</li> </ul> <p><b>Besoins :</b> Recirculation des poissons dans les eaux intérieures, alimentation des crevettes côtières et des poissons marins.</p>	1,5 Mds SAR (~400 M USD)
<b>Production</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Écloseries</li> <li>Elevage de poissons dans les eaux intérieures</li> <li>Elevage de crevettes côtières</li> <li>Elevage de poissons d'eau de mer en cage</li> </ul> <p><b>Besoins :</b> Colliers de cage, filets, amarres, stockage des aliments, bateaux, équipement d'écloseries etc.</p>	15 Mds SAR (~4 Mds USD)
<b>Post-récolte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Transport frigorifique</li> <li>Stockage réfrigéré / froid</li> <li>Transformation</li> </ul> <p><b>Besoins :</b> Transport, stockage réfrigéré, transformation secondaire / valeur ajoutée</p>	1 Mds SAR (266,5 M USD)



Les investissements dans l'aquaculture dépasseront les 17 Mds de SAR ( 4,5 Mds USD) d'ici 2030



- **Souhait de développement de « Clusters marins »** afin de fournir des services logistiques intégrés, développer des cages flottantes, des usines de glace, des stations-service, des ateliers d'entretien de bateaux, des écloseries, des usines d'aliments ou encore des usines de transformation.
- **Enfin, il est également prévu une plus grande coopération avec des institutions de recherche locales et internationales** afin d'introduire de nouvelles espèces qui sont demandées et qui disposent d'une rentabilité prouvée.
- L'ingénierie française dispose des ressources humaines et des équipements nécessaire pour répondre à la demande et au développement de l'Arabie par exemple dans le domaine des « Clusters marins ».

## 6. Bilan et plan d'action

Secteurs / produits	Situation 2021	Perspectives à moyen / long terme	Commentaires
<b>Aquaculture</b>	<b>L'Arabie saoudite espère augmenter la production de poisson d'élevage de 100 000 T à 600 000 T en 2030</b>		
<b>Génétique</b>	Avec l'aide du gouvernement, les acteurs privés souhaitent intégrer de nouvelles espèces. Bond qualitatif avec un circuit d'importation des alevins plus maîtrisé et plus de contrôle. Le Royaume est pleinement engagé dans la réalisation des objectifs de la vision 2030 (Cf. objectifs du programme national de développement)	Engagé dans une politique volontariste de développement des espèces, le gouvernement développe des partenariats avec des universités (KAUST) et des entreprises privées pour atteindre ses objectifs.	Le marché est très dynamique et l'ouverture des frontières devrait permettre de gagner des parts de marché.
<b>Equipements</b>	Une hausse du taux d'équipement des entreprises a été observée. Néanmoins, les projets en cours nécessitent du matériel importé dans sa quasi-totalité.	De nombreuses opportunités existent pour les entreprises françaises. A titre d'illustration, une entreprise française a récemment vendu des équipements au leader mondial de l'aquaculture : NAQUA.	Mettre en avant la qualité et l'efficacité de nos équipements et surtout faire le lien avec la vision 2030. Les besoins sont très importants et le gouvernement met à disposition des terres pour les investisseurs et souhaite développer les infrastructures à tous les niveaux.
<b>Savoir-faire</b>	Le savoir-faire actuel, dans le top-management, est essentiellement le fait d'experts grecs, maltais ou encore néerlandais. Avec le développement du secteur et de par nos interactions avec les entreprises locales, la France est écoutée et nos entreprises doivent être plus proactives dans leurs démarches.	Une France écoutée mais très concurrencée. Il convient donc de démontrer aux acteurs locaux quelle peut-être sa plus-value, en commençant par renforcer sa présence sur le terrain. Les professionnels français doivent prendre le temps de se déplacer tout au long de la mer Rouge et sur le Golfe Persique afin de discuter, échanger et convaincre.	Les opportunités du secteur sont rendues publiques et promues par le gouvernement. Le Royaume met l'accent sur le transfert de technologie et souhaite renforcer la coopération avec différents pays (Chine, Russie, Europe notamment) et développer des ateliers d'information.
<b>Alimentation</b>	L'alimentation animale est un sujet extrêmement important. Des moyens considérables sont déployés pour localiser la production et diminuer la dépendance aux importations, <i>a fortiori</i> depuis les derniers soubresauts régionaux. La France est un acteur reconnu pour son expertise dans ce secteur.	On note une demande très importante d'aliments pour les espèces actuellement majoritaires dans le Royaume comme pour les espèces les plus récemment intégrées (ou en réflexion d'intégration). A noter que les questions de traçabilité, de sécurité d'approvisionnement, d'utilisation d'aliments dits - écologiquement – durables, sont devenues des questions centrales.	Dans le cadre de la vision 2030, le gouvernement multiplie les partenariats avec le secteur privé (PPP) et crée un cadre juridique et économique favorable.

## 6. Bilan et plan d'action

### PERSPECTIVES POUR LES ENTREPRISES FRANÇAISES (AFOM)

#### ATOUTS

- Savoir-faire reconnu : entreprises françaises présentes dans différents secteurs (alimentation, génétique, équipements, algues, etc.) sur le marché et qui ont donné satisfaction.
- La France est classée au 3<sup>ème</sup> rang des pays européens producteurs et consommateurs de produits aquacoles d'origine marine.
- Expertise française dans les systèmes aquaponiques, hydroponiques.
- Les aides du gouvernement dans le cadre du plan de relance ouvrent de nouvelles perspectives à l'export notamment dans cette zone.

#### FAIBLESSES

- L'offre française est jugée de qualité mais considérée comme chère. Même lorsqu'elle répond au critères de prix, elle manque de compétitivité sur le volet du suivi/de l'accompagnement des acteurs (marketing, financier, formation).
- Les Français sont réputés pour être distants, alors qu'en Arabie saoudite le caractère amical prime souvent sur l'aspect business.
- Aujourd'hui, pour intégrer avec succès le marché saoudien, il convient d'être proactif, d'envisager de localiser la production (co-investissement très apprécié), de proposer des transferts de technologie à forte valeur ajoutée et surtout effectuer un suivi des partenaires/clients dans la durée, avec des visites régulières voire une présence sur place.

#### OPPORTUNITES

- Dans le cadre de la vision 2030, le Roi Salman a indiqué que le Royaume « allait développer un cadre garantissant la sécurité alimentaire où l'aquaculture serait un pilier essentiel ».
- Dans ce cadre, le ministère de l'Environnement, de l'Eau et de l'Agriculture (*MEWA*) met à disposition des terres, débloque des budgets pour les producteurs et les investisseurs, développe ses infrastructures notamment près de la Mer Rouge et du Golfe Persique et multiplie les partenariats avec les centres de recherches et de nombreux pays (Chine, Russie, Vietnam, France) pour répondre aux objectifs fixés.
- NAQUA, leader mondial du secteur, ainsi que d'autres acteurs, continuent de construire des fermes aquacoles et les besoins sont très importants en termes de savoir-faire, de génétique, de protection contre les maladies, d'équipements ou encore d'alimentation animale.

#### MENACES

- Concurrence exacerbée notamment de la Grèce, de la Chine (avec laquelle a récemment été signé un contrat de coopération), de la Thaïlande, des Emirats Arabes Unis, d'Oman, d'Indonésie et plus récemment de Norvège.
- Sur la partie « équipements », la concurrence est plutôt allemande et néerlandaise avec deux critères principaux : le prix et la qualité.
- Secteur considéré comme oligopolistique, très concentré et inégal. Ainsi, ne pas travailler avec NAQUA revient à se priver de 80% du marché.
- Incertitude suite à la chute des prix du pétrole et à la pandémie. Beaucoup de mesures de soutien au secteur ont été votées avec la crise sanitaire. Certains acteurs ont indiqué des pertes allant jusqu'à 50% de leur activité. La reprise sera lente et l'incertitude demeure.

# Chapitre 2 :

## Solutions et ingrédients destinés aux IAA

---

**Chapitre 1 : Aquaculture**

**Chapitre 3 : Filière viande bovine et ovine**

**Chapitre 4 : Filière volaille de chair**

**Chapitre 5 : Filière Produits gourmets**

# 1. Aperçu du marché

## CONTEXTE ET POLITIQUES PUBLIQUES

- Dans le cadre du projet Vision 2030, l'Arabie saoudite souhaite développer une politique de sécurité alimentaire moins dépendante des importations. En effet, le Royaume importe près de 80 % de ses besoins alimentaires.
- Les nouveaux choix politiques et économiques soutenus par les autorités imposent de réduire cette dépendance et de **localiser une partie de la production agroalimentaire au sein du pays**. Le Royaume considère la sécurité alimentaire comme l'un des éléments-clés et stratégique de sa politique et prévoit notamment des aides importantes pour développer son industrie tout en affichant ses ambitions avec un TCAC (taux de croissance annuel composé) de 4,5 % attendu entre 2019-2024. Soutenue par une croissance démographique positive, la population saoudienne connaît une augmentation proche de 13 M d'habitants entre 2000 et 2020. Les prévisions pour 2030 sont aux alentours de 40 M d'habitants, la plus importante du Moyen-Orient.
- **Le marché saoudien est en constante mutation** en lien avec les préférences alimentaires des consommateurs et l'expansion de l'industrie. Le développement des différents secteurs crée les conditions de l'émergence d'un écosystème agroalimentaire nouveau avec des besoins très spécifiques en termes d'emballage, d'étiquetage, d'éléments nutritifs ou encore d'équipements innovants.
- En effet, **l'industrie de l'emballage** est l'une des plus actives du Royaume, avec un taux de croissance annuel de 15%. Au cours des dernières années, des investissements ont également été réalisés dans le domaine agroalimentaire avec 9 000 installations (y compris les constructions en cours). L'objectif est également de mettre en place 600 nouvelles usines de transformation alimentaire d'ici 2022. Le degré d'exigence de ces nouvelles installations est au niveau des normes internationales. Le marché saoudien des emballages plastiques était évalué à 7,64 Mds USD en 2018, et il devrait atteindre 10,64 Mds USD d'ici 2024, enregistrant un TCAC de 5,6 % au cours de la période 2018-2024.
- Quant au marché de la restauration, il devrait atteindre 31,6 Mds USD d'ici 2024, avec un TCAC de 5,9 % au cours de la période 2019-2024.
- Enfin, **l'industrie alimentaire pour les produits sains ou biologiques** devrait augmenter avec un TCAC de 16 % entre 2019-2025.
- Dans un secteur où la France est très concurrencée notamment par la Chine, les Emirats Arabes Unis ou encore l'Allemagne, il conviendra pour nos entreprises de comprendre les nouveaux enjeux, à l'ère de la vision 2030, et de repenser les partenariats avec les acteurs locaux. Les Saoudiens se savent courtisés et en ce sens il est nécessaire de bâtir une relation de confiance qui s'inscrit dans le long terme.

CHIFFRES CLES DU SECTEUR*	
Niveau d'importation de solutions pour l'IAA (2019)	<b>1,26 Mds USD</b>
Niveau d'exportation d'équipements/solutions pour l'IAA (2018)	<b>430 M USD</b>
Niveau d'importation de solutions pour l'IAA depuis la France (2018 – données directes)	<b>19,6 M USD</b>
Dont appareils pour la filtration ou l'épuration des eaux – 2018* (Code SH 842121)	<b>5,1 M USD</b>
*Sont pris en compte les codes SH suivants (données miroir) :	
392310, 392321, 392330, 392350, 392410, 441520, 441600, 480421, 480530, 4807, 4808, 4819, 4823, 701020, 701090, 731021, 841720, 842111, 842121, 842122, 842230, 842240, 843420, 843810, 843820, 843830, 843840, 843850, 843860, 843880, 843890, 844110, 844120, 844130, 847730	
Source : ITC Trade Map, 2020	
<p><b>Note :</b> Données miroir 2018 basées sur les déclarations des pays au moment de l'extraction des données.</p>	

# 1. Aperçu du marché

## PROJET DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE

- L'Arabie saoudite entreprend de nombreux projets ayant pour but de soutenir le développement du secteur industriel et agroalimentaire notamment via l'autorité saoudienne de la propriété industrielle (Saudi Industrial Property Authority). Également appelée MODON, la structure est un organisme public indépendant créé par le gouvernement saoudien en 2001.
  - **Sa mission** est la « promotion et la mise en place d'une réglementation des zones industrielles et technologiques au sein du Royaume ». MODON souhaite également « favoriser l'intégration du secteur privé au sein de ce projet afin d'encourager son implication dans le développement, l'exploitation et la maintenance des zones industrielles ». Plus globalement, Modon recherche la création d'une industrie novatrice et concurrentielle en Arabie saoudite et dans tout le Moyen-Orient.
- Modon a créé 14 villes sur une superficie totale d'environ 237 M de m<sup>2</sup>, dans les provinces de Riyad, Djeddah, Dammam, La Mecque, Qassim, Al-Ahsa, Médine, Asir, Al Jouf, Tabouk, Haïl et Najran. Avec un investissement d'environ 53 Mds USD, MODON est responsable de la supervision, du suivi et de la maintenance de ces villes. Le projet emploie 300 000 travailleurs.
- Modon est particulièrement impliqué dans l'établissement de Cités industrielles et de cités économiques comme :
  - KAEC, King Abdullah Economic City, 168 km<sup>2</sup>, entre La Mecque et Médine,
  - KEC, Knowledge Economic City, à Médine,
  - PABMEC, Prince Abdulaziz bin Mousaed Economic City, à Haïl, à 720 km au nord de Djeddah,
  - JEC, Jizan Economic City, à Jizan, à 725 km au sud de Djeddah
- Le projet prévoit aussi la construction de 5 oasis dans les villes de Djeddah, AlAhsa, Qassim, Al Jouf et Yanbu. Au sein de ces oasis, une centaine d'usines verront le jour (50 usines sont déjà en production), spécialisées dans les domaines **de l'industrie agroalimentaire**, l'industrie des fournitures médicales, l'industrie du caoutchouc et l'industrie de haute technologie. Beaucoup de projets sont également en place dans la transformation alimentaire et la production de dattes.



*King Abdullah Economic City*



*Prince Abdulaziz bin Mousaed Economic City*



Dans le contexte actuel, de nombreux projets de développement d'usines agroalimentaires ou de renouvellement de matériels sont mis en attente. Les raisons évoquées sont les incertitudes sur l'avenir (baisse de la consommation locale sur le moyen terme notamment) ainsi que la frilosité des banques à prêter de l'argent.



# 1. Aperçu du marché

## FACTEURS DÉMOGRAPHIQUES, TOURISTIQUES ET LOGISTIQUES

- L'Arabie saoudite connaît une croissance démographique soutenue. Estimée à environ 34.8 M par les organisations internationales, la population saoudienne est jeune avec un âge médiant de 31,8 ans vivant en ville à 84 %. La densité de population en Arabie saoudite est de 16 habitants par km<sup>2</sup> (42 habitants par km<sup>2</sup>).
- L'année 2019 a été marquée par des investissements importants dans le secteur du tourisme, de l'ordre de 27 Mds USD. En effet la société américaine TRIPLE 5 s'est engagée pour un montant de 10 Mds USD dans le domaine des sites touristiques et du divertissement à usage mixte et Majid Al Futtaim (EAU) envisage d'investir 5,3 Mds USD dans le domaine du divertissement et du shopping en Arabie saoudite. **Ayant pour objectif de devenir un véritable eldorado touristique**, l'Arabie prévoit des investissements de plus de 810 Mds USD d'ici 2030, dans des mégaprojets aux quatre coins du Royaume. Le projet phare au bord de la mer Rouge intitulé « Neom » représente à lui seul un investissement de 500 Mds USD, suivi du projet Qiddiyah de 10 Mds USD, répartis sur 334 km<sup>2</sup> à Riyad.
- **L'Arabie saoudite est la plus grosse économie du Moyen-Orient** et le pays arabe le plus riche de la région. Le royaume a commencé à **diversifier son économie non pétrolière** et se lance dans une voie ambitieuse pour devenir un Hub logistique de premier plan dans la région du Golfe d'ici 2030. La volonté du Royaume de devenir un centre logistique de premier plan dans la région repose sur son poids économique et sa situation géographique. Le Royaume contribue à hauteur de 38 % du PIB et 21 % de la population dans cette zone, **son emplacement central est idéal pour la distribution vers toute la péninsule arabique**, l'Asie et l'Afrique. En outre, il est situé directement sur la route commerciale Asie-Europe où transite 12 % du commerce annuel de conteneurs (cf. introduction sur les atouts logistiques du Royaume).
- A travers sa démographie et sa volonté de dynamiser les secteurs du tourisme et de la logistique, l'Arabie saoudite souhaite faciliter ses importations et développer ses exportations dans l'ensemble du Moyen-Orient. L'attractivité nouvelle de l'économie favorisera sans doute une évolution positive du secteur de l'IAA, avec des opportunités que les entreprises françaises doivent pouvoir saisir.



### FOCUS SUR LE HALAL

- Le secteur de la consommation alimentaire saoudienne représente environ 70 Mrd USD (2018).
- Le marché du Halal a atteint 6 Mrd USD en 2020.
- En 2019, environ 50 000 points de vente au détail en alimentation ont été recensés.
- **L'industrie de la transformation des aliments en Arabie saoudite évolue très rapidement** et le potentiel demeure important. La demande locale et internationale sont en constante évolution, **notamment concernant les aliments Halal**.
- Le marché mondial du Halal représente près de 1 300 Mrd USD. Le Royaume souhaite augmenter sa PDM en développant ses capacités de production dans de nombreux secteurs agroalimentaires. En effet, d'ici 2024, le marché des aliments halal en Arabie saoudite devrait croître à un TCAC de plus de 9% en termes de valeur.
- **La hausse croissante de la consommation des produits halal (jugés plus sûrs par la population)**, additionnée à une réglementation plus stricte d'importation et à l'augmentation de la population musulmane dans le pays, encouragent davantage la croissance de la production.

## 2. Production locale et importations

### PAYS FOURNISSEURS DE SOLUTIONS POUR LES IAA

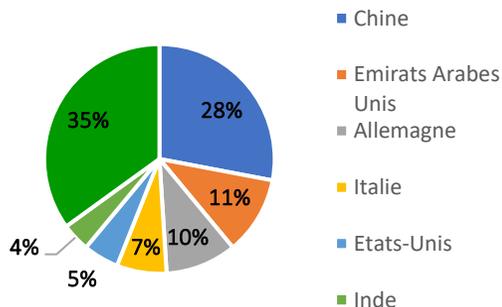
**1,26 Mrd USD**

Valeur des exportations totales vers l'Arabie en 2018

**15**

Place de la France parmi les fournisseurs  
PDM valeur : 1,6 %

#### PRINCIPAUX FOURNISSEURS DE L'ARABIE (2018 – DONNÉES MIROIR EN VALEUR)



Sont pris en compte les codes SH suivants (données miroir) :

• **Process:**  
843810,843820,843830,843840,843850,843860,843880,843890,842111,842121,842122,841720,843420.

• **Équipement emballage:**  
842240,842230,844120,844130,844110,847730.

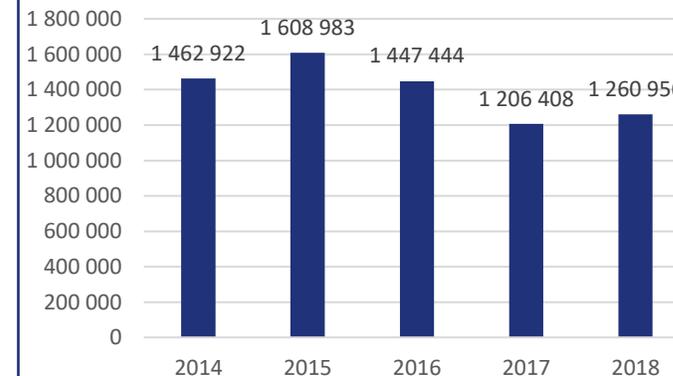
• **Emballage :**  
392310,392321,392330,392350,392410,441520,441600,480421,480530,4807,4808,4819,4823,701020,701090,731021

#### EVOLUTION DES IMPORTATIONS ET POSITIONNEMENT DE LA FRANCE

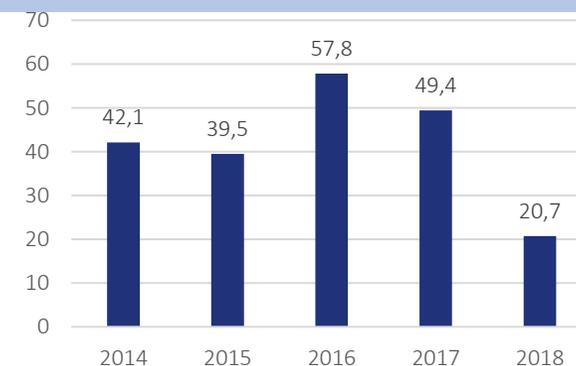
- **Concurrence locale** : Quelques entreprises fabriquent localement des solutions d'emballage (Ex : ASPCO, Napco, Zamil) mais proposent également des équipements et machines importés.
- Le secteur des solutions pour l'IAA en Arabie saoudite **est dominé par 3 pays** qui représentent **49 %** des importations (représentant un total de **616 Mio USD** en 2018 – données miroir) :

- **La Chine** : détenant **28 %** des parts du marché des solutions pour IAA, elle est le premier pays fournisseur avec une valeur de **350 Mio USD** en 2018.
- **Les Emirats Arabes Unis** se placent en deuxième position avec **11 %** de parts de marché et des exportations atteignant **140 Mio USD**. Ils sont suivis de **l'Allemagne** détenant **10 %** des parts de marché (**125 Mio USD**).
- **La France est le 15e pays fournisseur de solutions pour IAA** de l'Arabie saoudite, avec une valeur d'exportation à 21 Mio USD, dont 26,1 % en « Appareils pour la filtration ou l'épuration des eaux » ou encore 9,6 % en « Bonbonnes, bouteilles, flacons, bocaux, pots, emballages tubulaires et autres récipients ».
- Les importations saoudiennes de solutions pour les IAA ont diminué de **13,8 %** entre 2014 et 2018. **Les exportations françaises vers l'Arabie, portées par les grands groupes français qui ont des contrats sur le long terme** (Ex : Veolia), accusent une baisse de 51% sur la même période. Depuis 2014, les Chinois ainsi que les Allemands sont très agressifs et ont un volume de PME plus importants que les Français.

#### EVOLUTION DES IMPORTATIONS SAOUDIENNES DE SOLUTIONS POUR LES IAA ENTRE 2014 ET 2018 (DONNÉES MIROIR - 000 USD)

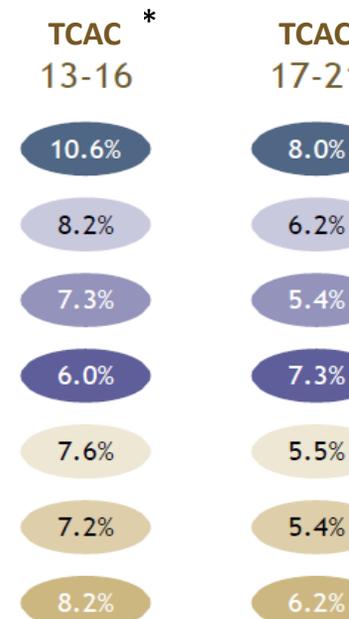
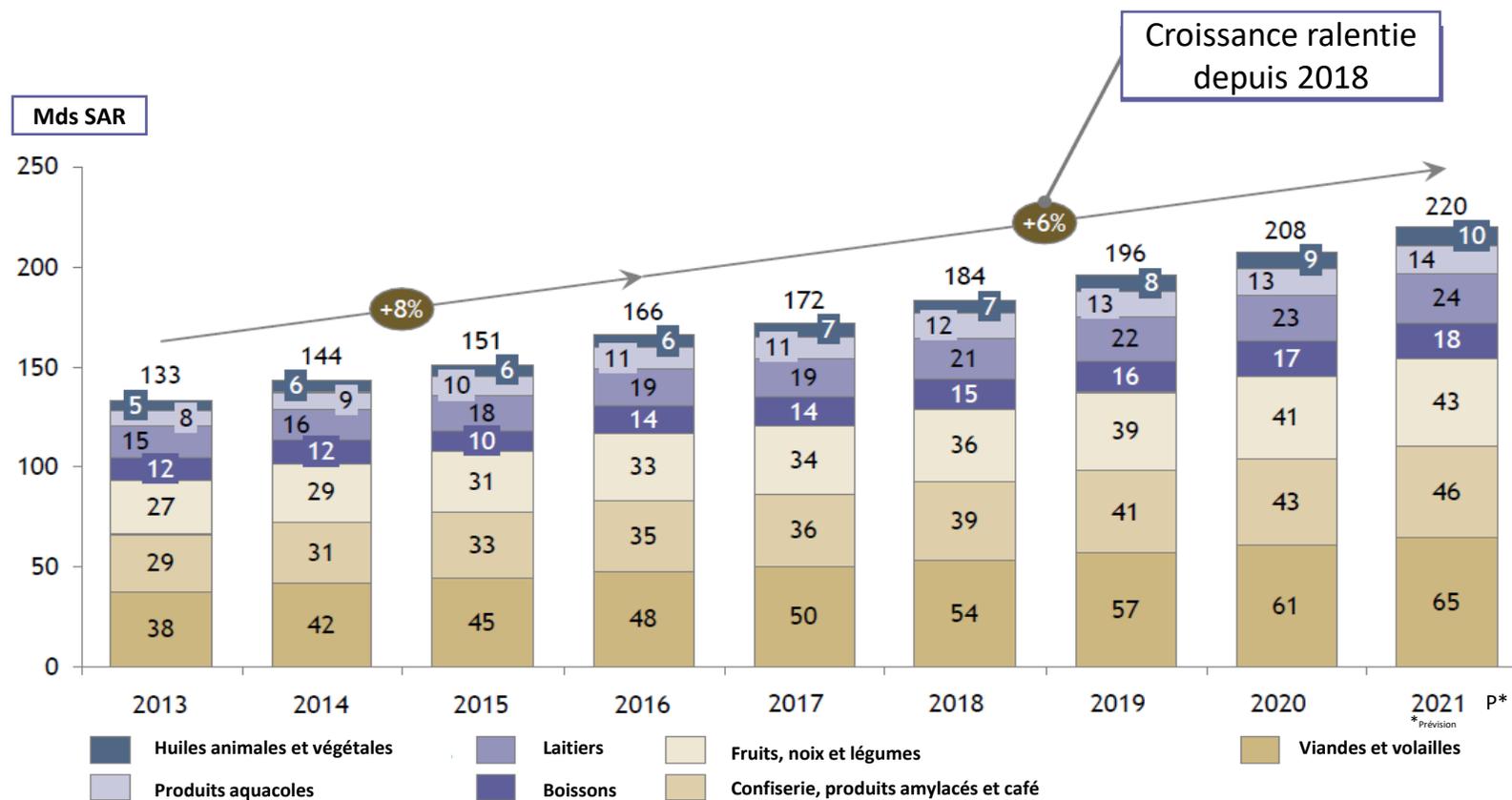


#### EVOLUTION DES EXPORTATIONS FRANÇAISES DE SOLUTIONS POUR LES IAA EN ARABIE SAOUDITE ENTRE 2014 ET 2018 (DONNÉES MIROIR - Mio USD)



## 2. Production locale et importations

### UNE CROISSANCE SOUTENUE DANS TOUS LES SECTEURS



\* Taux de croissance annuel composé

Croissance de l'ensemble des secteurs entre 2013 et 2021, malgré un ralentissement noté à partir de 2018.

## 2. Production locale et importations

### DYNAMIQUE DE CROISSANCE SOUTENUE

- Le secteur agroalimentaire en Arabie saoudite est dans une dynamique de croissance continue, notamment dans les secteurs de l'emballage, de la production agricole, des produits laitiers, des confiseries, des boissons non alcoolisées.

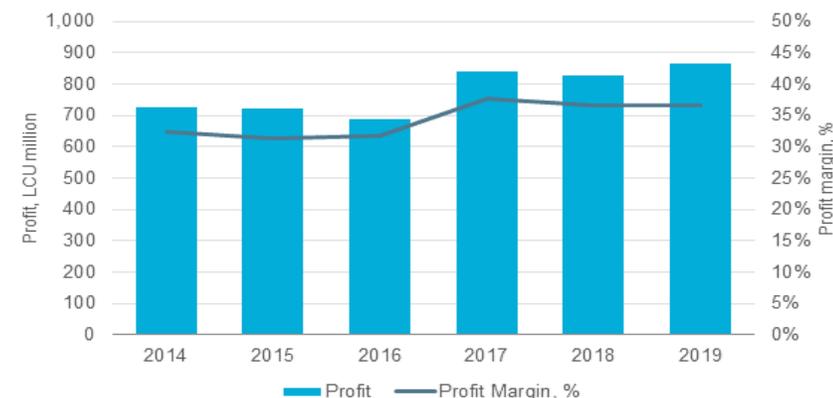
#### Production agroalimentaire en Arabie saoudite (2019) :

- 1,1 Mio T de dattes ;
- 100 000 T de produits de la mer ;
- 900 000 T production de volailles ;
- 7,5 Mio T par jour, de produits laitiers (lait, fromage, crème, beurre) ;
- 1 620 000 T de production de légumes (60% d'autosuffisance)
- 650 000 T de production fruits et citrons (35% d'autosuffisance)
- 1 539 000 T de production de dattes(125% d'autosuffisance)

Sur tous ces secteurs, les entreprises saoudiennes font état de besoins importants d'équipements

- Les bénéfices et marges bénéficiaires sont globalement en hausse dans le secteur agroalimentaire entre 2014 et 2019 (37 % de marge bénéficiaire en 2018). En moyenne, **pour chaque USD investi dans le secteur agroalimentaire en 2019, une marge de 0,37 centime est récupéré par les investisseurs;**
- L'administration saoudienne favorise le développement de l'IAA** à travers la réduction de droits de douane pour les équipements industriels (ex : quand les entreprises s'installent dans des zones spéciales comme MODON) et accorde des aides aux financements des différents projets. Les aides du gouvernement permettent au secteur de consacrer une part importante de leurs investissements à la recherche et à l'innovation.
- Les importations alimentaires augmentent chaque année** et devraient atteindre 35 Mrd USD en 2021. L'indice d'attractivité affiche également des tendances positives en termes de valeur de marché.
- In fine*, on note, de manière concrète, une croissance du secteur sur le plan local mais également régional.

#### BÉNÉFICE ET MARGE BÉNÉFICIAIRE\* 2014-2019 DANS LE SECTEUR AGROALIMENTAIRE



Source: Euromonitor International à partir de statistiques officielles  
\*Marge bénéficiaire : différence entre prix de vente et coût de revient

#### Vente\* des produits manufacturés - par catégorie 2020 En Mds USD

Catégorie	Valeur de la catégorie	Croissance de l'année en cours	% CAGR 2020-2025 (e) **
Ingrédients de cuisine et repas	1,9	9,1 %	3,9
Produits laitiers et substituts	5,2	5,7 %	4,3
Snacks	4,4	3,0 %	4,0
Aliments de base	9	7,6 %	5,5

CAGR : taux de croissance annuel composé

\* Prix de vente au détail

\*\* E = estimation

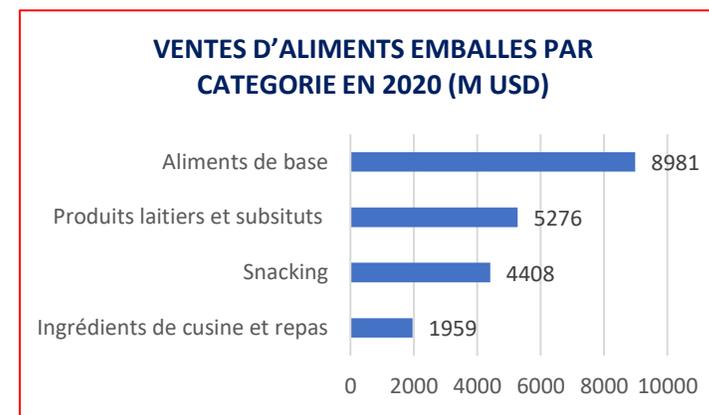
## 2. Production locale et importations

### LA DEMANDE EN PRODUITS ALIMENTAIRES TRANSFORMES

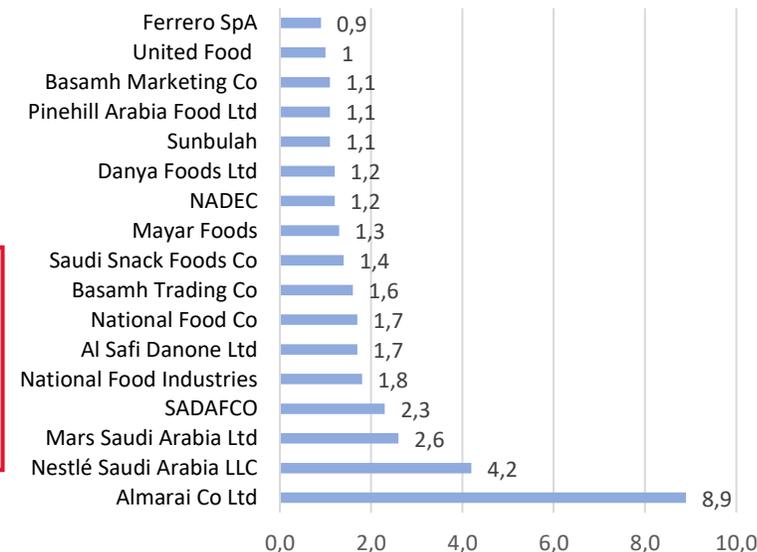
- Les ventes de produits alimentaires transformés ne cessent de croître. On observe, entre 2015 et 2020, une croissance de 3 Mds USD passant de 17 à 20 Mds USD.
- Tout au long de l'année 2021, le marché des aliments et boissons (F&B) devrait maintenir une croissance constante. Les autorités saoudiennes estiment que les dépenses globales en produits alimentaires et en boissons augmenteront de 5,4 %, ce qui équivaut à 50,6 Mds USD.
- Les produits alimentaires transformés les plus demandés sont le riz, les pâtes, les nouilles, les confiseries, les sauces/condiments et les snacks. La majeure partie des produits sont importés, cependant les producteurs locaux proposent des produits de plus en plus divers et compétitifs. **Il y a donc une forte demande d'IAA pour les produits transformés.**

#### Parmi les plus grands producteurs locaux, on retrouve :

- Almarai, industriel saoudien, qui détient 8,9 % de PDM des produits alimentaires transformés en 2020
- Nestlé détient une PDM de 4,2 % en 2020 et propose ses produits dans la région, voire dans le monde pour certains produits.
- Mars détient 2,6 % des PDM des produits alimentaires emballés en 2020. Le groupe a décidé d'arrêter sa production aux EAU pour développer sa ligne de production en Arabie saoudite et en Egypte.
- Saudi Dairy & Foodstuff Co Ltd détient une part de marché des produits emballés de 2,3 %.



#### PRODUITS ALIMENTAIRES TRANSFORMES : PARTS DE MARCHÉ DES ENTREPRISES, 2020 (%)



Malgré la crise de la COVID-19, les aliments emballés ont été l'un des secteurs les plus performants en 2020. La crise a amené les ménages à plus stocker. Ainsi, les industriels ont réorienté une partie de leur industrie vers ce segment. Enfin, la mise en œuvre de la TVA de 15% et les nouvelles possibles restrictions viennent faire craindre une hausse des prix de la part des industriels du secteur.

## 2. Production locale et importations



Lait et laban d'Almarai



Produits laitiers de NADEC



Laban d'AlSafi Danone

### FILIÈRE LAITIÈRE

- **L'Arabie saoudite est le plus grand producteur laitier des pays du CCG** avec plus de 2 Mds de litres de lait produit et la plus forte consommation de produits laitiers par habitant. Le pays possède également la plus grande usine de transformation de produits laitiers au monde.
- Selon Euromonitor International, le marché des produits laitiers saoudiens devrait croître à un TCAC de 3,6 % au cours de la période de prévision (2020-2025).
- **Les préférences des consommateurs saoudiens** pour des aliments plus sains profitent au lait. Depuis plusieurs décennies, la consommation de produits laitiers est passée de la seule consommation de lait liquide aux produits laitiers comme le fromage, le yaourt, le beurre, la crème, etc. Le lait est considéré par les consommateurs comme un aliment hautement nutritif.
- **En 2020, le marché des produits laitiers en Arabie saoudite est évalué à 4,14 Mds USD.** L'industrie laitière locale poursuit son développement. La consommation de produits laitiers augmente de 5 % en valeur et en volume de vente au détail pour atteindre respectivement 1,39 Mds USD et 761 900 T en 2020.

### PANORAMA DES ACTEURS LOCAUX :

- **Le marché des produits laitiers en Arabie saoudite est très concurrentiel** avec de fortes barrières à l'entrée. Les stratégies de développement reposent ces dernières années sur l'innovation de nouveaux produits, les fusions/acquisitions ainsi que les partenariats.
- **Les principaux acteurs du marché** sont Almarai, NADEC, AlSafi Danone, Sadafco, Halwani Bros, Arla, Fonterra, Nestlé ou encore Mondelez International.

### TENDANCES À SUIVRE :

- **Confrontés à une concurrence agressive**, les industriels locaux mettent en place différentes stratégies basées notamment sur la diversification de leur gamme de produits ou encore l'innovation dans le packaging afin d'optimiser leurs investissements et augmenter leur part de marché.
- **Le consommateur saoudien est exigeant**, il recherche des produits de qualité et nutritifs. Conscient de ces exigences, le groupe Almarai propose dans le cadre de ses projets novateurs de la poudre de lait, enrichie en vitamines A, C et D3. La société mise à la fois sur des produits novateurs, mais également sur une grande quantité de nutriments. On note également, ces dernières années, une forte demande de produits laitiers emballés (fromage et beurre essentiellement).

### DERNIÈRES ACTUALITÉS DU MARCHÉ :

- **Almarai** a acheté, en 2016, 14 000 hectares de terres en Californie pour cultiver de la luzerne et la réexporter en Arabie pour nourrir son cheptel bovin ;
- **SADFCO** a lancé deux nouveaux produits dans la région : la boisson *Saudia* à base de lait et de datte ainsi qu'une boisson à base de soja ;
- **La coopérative laitière irlandaise Ornu**a a mis en place une unité de fabrication de fromage blanc à Riyad pour le marché saoudien ;
- **Le groupe Al Amoudi** ouvre une nouvelle usine de reconditionnement de beurre à la pointe de la technologie à Djeddah, en Arabie saoudite.

### 3. Ecosystème des IAA par filière

#### BESOIN DES ENTREPRISES SAOUDIENNES DANS LES ÉQUIPEMENTS DE PRODUITS LAITIERS

- **Les entreprises du secteur laitier en Arabie saoudite souhaitent aujourd'hui combiner deux stratégies en termes d'équipements** : 1- Moderniser leurs équipements autant que faire se peut et 2- continuer d'augmenter la capacité de production. Comme vu précédemment, les acteurs saoudiens (parmi le plus grands au monde comme Almarai) misent sur le développement du secteur et la croissance démographique ainsi que sur la politique d'autosuffisance alimentaire.
- **Les entreprises du secteur ont indiqué rechercher des équipements** de mélange et d'alimentation comprenant des mélangeurs mobiles, des wagons mobiles de livraison d'aliments, des équipements d'alimentation laitière de haute qualité qui ne nécessitent pas beaucoup de maintenance et facile d'utilisation. En effet, la main d'œuvre locale est souvent du sous continent indien recruté à faible coût et qui n'est pas – dans la grande majorité des cas – formée à l'utilisation des matériels.
- Par exemple, selon les dernières statistiques, le lait à température normale a augmenté de +3% par an depuis 2007, mais le lait frais a augmenté à un taux de +11% par an. Par conséquent, **la machine de traitement du yaourt en Arabie saoudite a un potentiel énorme.**
- Par ailleurs, les grands acteurs comme NADEC, bien qu'à la pointe de la technologies, sont toujours en **quête d'optimisation** sur les différents segments : emballages, conditionnement, remplissage, étiquetage, systèmes d'inspection plus légers et plus performants etc.

#### RÉSUMÉ DES BESOINS D'ÉQUIPEMENTS LAITIERS EN ARABIE SAOUDITE (LISTE NON EXHAUSTIVE)

- |   |  |
|---|--|
| • Étiquettes d'identification animale et micropuces | • Clôture électrique                                   |
| • Automatisation des systèmes agricoles             | • Systèmes de chauffage et d'éclairage                 |
| • Chambre froide                                    | • Pulvérisateurs, pompes et accessoires haute pression |
| • Équipement de contrôle                            | • Matériaux d'isolation et équipement de ventilation   |
| • Outils, équipements et services de diagnostic     | • Transport et transporteurs de bétail                 |
| • Désinfectants et autres produits chimiques        | • Camions frigorifiques                                |
| • Machines à traire                                 |  |



Équipement pour la production laitière chez le géant NADEC



Équipements Almarai pour l'étiquetage et l'emballage

## 3. Ecosystème des IAA par filière

### FILIÈRE DES ÉQUIPEMENTS POUR LA RESTAURATION

#### PRÉSENTATION GÉNÉRALE :

- Le gouvernement saoudien prévoit d'investir 21,3 Mds USD dans l'industrie du « Food Service » qui est actuellement l'un des secteurs les plus dynamiques du pays. La hausse de la TVA n'a pas freiné le secteur notamment grâce à l'augmentation des revenus des consommateurs via la « saoudisation » et l'entrée en force des femmes sur le marché du travail. Le dynamisme du marché est l'un des facteurs qui favorise les investissements.

Les appareils de cuisine comprennent : les gros appareils tels que lave-vaisselles, cuisinières à gaz, fours à micro-ondes et fours, réfrigérateurs, petits appareils comme centrifugeuses/mélangeurs, cafetières et théières, grille-pains, friteuses à air et petits articles comme les bouilloires, etc.

D'après le site *Allied Market*, le marché des équipements de cuisine en Arabie saoudite se caractérise par une augmentation du nombre d'acteurs locaux, régionaux et internationaux. Le commerce électronique est encore peu utilisé par les consommateurs dans ce domaine. Cependant, il risque à terme de s'imposer comme un concurrent important pour les importateurs traditionnels, à fortiori si la crise de la COVID-19 perdure.

#### PANORAMA DES ACTEURS LOCAUX :

L'Arabie saoudite compte de nombreux fournisseurs d'équipements locaux ou étrangers dans le secteur du food service :

- Al-Reziza Trading & Contracting Co** est l'une des entreprises leaders en Arabie saoudite depuis 1974. Elle est spécialisée dans deux catégories principales, l'équipement de restauration et l'équipement pour champs pétrolifères.
- Kawader Al-Jazeera Trading Est** a été créé en 2007 et est spécialisée dans la distribution d'équipements dans le secteur de l'HORECA.
- Gulf Wagar** (Groupe Al Dhahry) est un des leaders des installations de cuisines commerciales et de restaurations. La succursale est l'unique agent et distributeur d'un grand nombre de fabricants européens et américains.
- Le français **Robot-Coupe** conçoit, développe et fabrique des équipements de préparation culinaire destinés aux professionnels de la restauration commerciale, collective et aux métiers de bouche du monde entier. Ses principaux distributeurs en Arabie saoudite sont Al-Reziza, Al Haleef et Kawader Al-Jazeera.

#### SUIVEZ LA TENDANCE !

- Des nouveaux facteurs sont à prendre en compte dans le domaine des équipements, notamment au niveau des attentes clients. En effet, les clients souhaitent disposer d'équipements qui combinent efficacité opérationnelle, gain de temps, réduction des coûts, efficacité énergétique, automatisation et solutions intégrées.



Sources: Al Haleef



Sources: Gulf Wagar

### 3. Ecosystème des IAA par filière

#### FILIÈRE DE LA BOULANGERIE VIENNOISERIE ET PÂTISSERIE (BVP)

##### PRÉSENTATION GÉNÉRALE :

- **D’après ITC Trade Map**, le marché des IAA « machine et appareils pour la fabrication industrielle des produits de boulangerie, pâtisserie [...] sauf four et machine à rouler la pâte » (Code SH 843810) en 2018, représente près de 19,4 M USD. Il est **très largement dominé par l’Italie avec 7,6 M USD soit 39,3 % de PDM** suivi par la Turquie, 1,7 M USD avec 8,8 % de PDM, le Liban, 1,43 M USD avec 7,3 % de PDM.
- **La France arrive juste derrière le Liban et est donc le deuxième pays européen à fournir l’Arabie. Elle exporte env. 1,41 M USD soit près de 7,2% de PDM**
- **D’après les douanes saoudiennes, les droits de douanes appliqués pour la majorité de ces machines sont de 5%. A suivre :** La recherche de ressources autres que le pétrole et la volonté de produire fait craindre une augmentation des droits de douanes pour les prochaines années.

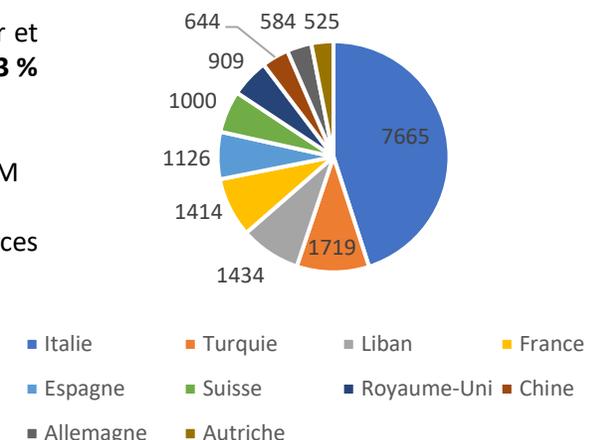
##### PANORAMA DES ACTEURS LOCAUX (LISTE NON EXHAUSTIVE) :

1. Al-Awael Food Industries Factory - Premier Foods Factory
2. BASURRAH FOR HOME SUPPLIERS CO LTD
3. Shuaib Oven Factory
4. AL-OBAIKAN
5. Abdul Wahab Abdullah Al Garawi Group
6. ABANA ENTERPRISES GROUP CO

Nous pouvons également citer Abdullah Abunayyan Trading Co Ltd, ABDULLAH AL SUWAIKAT FOR TRADING & CONTRACTING CORPORATION ou encore ABDUL AZIZ ABU BAKER BARAKAT TRADING EST

“ En fonction de la machine ou du matériel exporté, il convient de bien choisir son partenaire. Vous pouvez être une entreprise parmi d’autres dans un portefeuille sans qu’une attention particulière vous soit donnée ou vous pouvez être, grâce à votre importateur, une entreprise à qui l’on accorde de l’attention. Enfin, il convient de différencier un « trader » d’un vrai importateur/distributeur. Dans le premier cas, son objectif est de générer un maximum de revenu sur la vente de vos produits dans le second, la notion de partenariat est plus forte. ”  
 Importateur d’équipements et de matériaux pour a BVP

PDM en valeur des pays exportateurs d’IAA pour la BVP - code SH 843810



**La France est le 4<sup>ème</sup> pays fournisseur de l’Arabie et le 2<sup>ème</sup> européen avec 7,2 % de PDM en valeur soit 1,41 M USD**

**De 2015 à 2018, les exportations françaises ont chuté de -54,3 % en valeur !**

**Forte concurrence locale (montée en gamme de ces derniers) et internationale grâce à une politique de prix et marketing plus adéquate**

### 3. Ecosystème des IAA par filière



AANI & DANI (A&D) a commencé ses activités dans les années 1998. M. Khaled Al-Othaim, président de l'entreprise, a souhaité importé des chocolats, biscuits et produits de confiserie européens considérés de qualité. A&D présente ses produits avec un packaging soigné, dans des présentoirs, pour valoriser ses créations. Aujourd'hui, A&D est présent à travers tout le Royaume et est reconnu comme un leader dans l'industrie des aliments et des boissons, faisant partie du top 10 dans le magazine Forbes Moyen-Orient.



## FILIERE DES CONFISERIES SUCRÉES ET CHOCOLAT, BISCUITS SUCRÉS, BARRES ET SNACKS FRUITÉS

### PRÉSENTATION GÉNÉRALE :

- **Chocolat** : En 2020, les ventes au détail en valeur ont diminué de 3% pour se chiffrer à 4,5 Mds SAR (1,2 Mds USD) et les ventes au détail en volume ont augmenté de 1% à 65 000 T. **Mars Saudi Arabia Ltd** est le leader des ventes avec une PDM de 40% en 2020.
- **Les géants internationaux comme Mars ou Nestlé**, devraient conserver leur avance dans la confiserie chocolaterie en raison notamment de lancements fréquents de nouveaux produits (Ex : Twix au beurre de cacahuète pour Mars) et des campagnes de publicité importantes. Les consommateurs saoudiens sont connus pour leur amour des marques internationales, en particulier dans la confiserie au chocolat, et leur fidélité à Mars en particulier est susceptible de rester élevée.
- **Des produits plus petits** pour augmenter la rentabilité et **bio** pour répondre aux exigences des consommateurs soucieux de leur santé.
- Les principales ventes concernent les barres de chocolat (49,9%), les tablettes (24,6%), les pochettes et sacs de chocolat (5,5%), les assortiments en boîte (18,2%), les chocolats avec jouets (1,5%). Le secteur devrait connaître une forte croissance des ventes au détail jusqu'en 2025.
- Selon Euromonitor International, en 2019, le **marché des emballages de confiserie** a enregistré une croissance en volume positive. Le consommateur se tourne de plus en plus vers des formats plus petits. Les petits contenants en plastique de (20g, 45g et 30g) ont connu une croissance de 450% en 2019 alors que l'utilisation de papier d'aluminium diminue de 91%. **Le marché des emballages de confiserie devrait enregistrer un TCAC en volume de 3% jusqu'en 2024.**
- Les importations de produits de confiserie s'élèvent à 6,4 Mds USD. Les estimations font état d'un marché de 12,3 Mds USD en 2021. L'Arabie saoudite importe une quantité importante de produits de confiserie, pour répondre à une demande locale importante et grandissante.

### PANORAMA DES ACTEURS LOCAUX :

- Parmi les leaders du marché, MARS occupe le premier rang, suivi de différents acteurs nationaux et internationaux tels que Kraft Foods, Nestlé, Hershey Foods Corporation, Shirin Asal Company, Ferrero Group, Unilever Group, Strauss Elite.

### SUIVEZ LA TENDANCE !

- Les produits biologiques sont à la mode, le consommateur saoudien étant soucieux de la qualité des produits qu'il consomme. Depuis plusieurs années, les saoudiens consomment de plus en plus de confiseries biologiques, plus particulièrement du chocolat (un des produits les plus vendus en 2019 dans ce domaine). Les tendances récentes du marché mettent également l'accent sur la montée en gamme des produits de confiserie. Les maîtres mots sont la qualité, l'innovation, la praticité, l'origine biologique, la santé.



Chocolat bio de la marque de distributeur Carrefour vendu 12,5 SAR (soit 3,3 USD / 100g)



Chocolat en petit format de la marque Hershey's vendu chez Carrefour au prix de 20,75 SAR (soit 5,53 USD / 275g)



Avec la crise de la COVID-19, l'élément prix est devenu le plus important dans le critère d'achat. D'après les spécialistes, la crise devrait avoir un effet négatif sur les ventes de confiserie avec cependant un pic de consommation pendant les fêtes (Aïd, ramadan, etc.) et un taux de croissance annuel positif entre 2020 et 2025 (~4%).

## 3. Ecosystème des IAA par filière

### BESOIN DES ENTREPRISES SAOUDIENNES DE CONFISSERIES

#### PRÉSENTATION GÉNÉRALE :

- Le marché saoudien des snacks devrait croître à un TCAC de 12% sur la période 2020 - 2025.
- En 2020, la catégorie d'aliments ayant connu la plus forte croissance est celle des noix, des pépites et des mélanges de fruits secs avec une augmentation de 7 % en termes de ventes.
- Les entreprises européennes et américaines détiennent les parts de marché les plus importantes.
- En 2020, la valeur des ventes au détail a augmenté de 5% avec 3,5 Mds SAR (933 M USD) et le volume des ventes au détail de 4% avec 62 200 T.

#### PANORAMA DES ACTEURS :

- **SAUDI SNACK FOODS CO** est leader en 2020 avec 29,7% DE PDM en valeur des ventes au détail ;
  - **UNITED FOOD INDUSTRIES CORP LTD CO** est deuxième avec 8,9% de PDM ;
  - **NATIONAL BISCUITS & CONFECTIONERY CO LTD** est 3<sup>ème</sup> avec 7,5 % de PDM ;
  - **AL-RIFAI ROASTERIES EST** complète ce classement avec 5,7% de PDM.
- Nous pouvons également citer l'entreprise française **BAYARA** qui connaît un développement important dans tout le Moyen-Orient.

#### TENDANCES À SUIVRE :

- Les tendances en matière de santé et de bien-être ont un impact sur la consommation de collations salées.
- Parmi les produits les plus consommés, les chips arrivent en première position, malgré une baisse d'investissement dans le secteur.
- Le groupe Panda-Savola est très actif sur ce segment et devrait connaître une croissance ces prochaines années. En effet, l'entreprise propose de nombreux produits en marque propre, non seulement en collations salées, mais également en céréales pour petit-déjeuner et biscuits sucrés. La qualité et l'emballage des chips et des noix s'apparentent à de nombreuses marques haut de gamme, avec des prix plus compétitifs. Avec la mise en œuvre de la TVA, les consommateurs se sont tournés vers des produits moins onéreux mais continuent d'être exigeants sur la qualité. On note ainsi une croissance de la part des MDD, avec des opportunités à saisir pour les sociétés françaises.



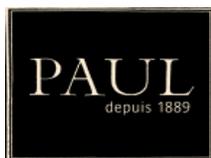
**Note :** Cliquez sur les images pour accéder au site internet

### 3. Ecosystème des IAA par filière

#### UNE FORTE PRÉSENCE FRANÇAISE DANS LA FILIÈRE DES CONFISERIES EN ARABIE SAOUDITE



Boulangerie Paul



Produits LADUREE



Le Grenier à Pain



French Corner



Boutique Lenôtre

**Note** : De manière globale, le secteur de la confiserie-chocolaterie connaît un pic de consommation et plus particulièrement pendant les fêtes religieuses, notamment celle du Ramadan.

- Le ramadan est une période clé et les ventes connaissent une augmentation significative du fait que ces produits sont largement utilisés par les consommateurs et les pâtisseries dans la confection de desserts par exemple.
- De plus en plus d'entreprises comme Paul, French corner ou Ladurée diversifient leurs activités. On les retrouve dans le secteur de la chocolaterie, boulangerie, pâtisserie mais également dans la restauration ou le catering.
- **En ce sens, les besoins des acteurs pendant ces périodes sont particulièrement importantes en termes d'équipements, de chaîne du froid, etc.**

## 3. Ecosystème des IAA par filière

### FILIÈRE SUCRIÈRE

#### PRÉSENTATION GÉNÉRALE :

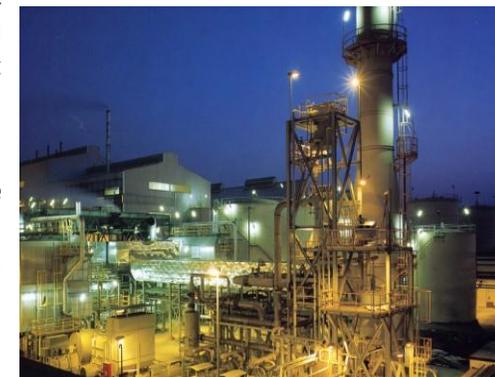
- **Un secteur concentré** : Le secteur du sucre en Arabie saoudite dispose d'acteurs importants au rayonnement régional et d'infrastructures qui répondent aux normes internationales. Le Royaume produit et exporte du sucre dans tout le Moyen-Orient à travers des sociétés locales comme UNITED SUGAR COMPANY ou encore AL OSRA. Le marché est estimé à 3,5 Mds USD et devrait continuer à croître dans les années à venir grâce notamment à l'industrie des aliments et boissons sucrés. Les consommateurs préfèrent le sucre brun au sucre blanc.
- **Importations** : En 2019, le volume total des importations saoudiennes de sucre s'élevait à 1,3 M T. Il devrait atteindre 1,22 M T en 2021.
- **Production** : En 2019, l'Arabie saoudite a produit 496 000 T de sucre (500 000 T en 2018). **Les acteurs souhaitent développer la production . Ainsi, la demande en équipement sera importante pour les prochaines années.**
- **Développement des dérivés et investissements** : Bien que certains consommateurs se tournent vers les édulcorants artificiels ou le sucre hypocalorique, l'augmentation des investissements et la place prépondérante de l'innovation combinée au lancement de nouveaux produits pourrait encore renforcer la croissance du marché.

#### PANORAMA DES ACTEURS LOCAUX :

- **USC – UNITED SUGAR COMPANY** : considérée comme l'une des trois plus grandes raffineries au monde en termes de capacité, USC - UNITED SUGAR COMPANY (filiale de Savola Group Company), est l'un des plus grands fabricants locaux du Royaume. Les produits du groupe USC sont exportés dans toute la région du Moyen-Orient, via trois raffineries en Arabie saoudite et en Égypte.
- **Al-OSRA** : Également filiale de Savola Group Company, Al-Osra produit du sucre destiné à la vente au détail en Arabie saoudite. En tant que première marque de sucre du pays, Al-Osra a développé et commercialisé le premier et le seul sachet de « sucre debout » sur le marché, une innovation qui rend le produit plus visible et facile à utiliser.
- **Besoins** : L'évolution à la hausse du marché, la volonté des acteurs de continuer d'innover en termes d'amélioration de la rentabilité, de conception de packaging plus différenciant, de réduction de la facture énergétique sont autant de facteurs d'opportunités pour les entreprises françaises. Limite : Marché oligopolistique.

#### TENDANCES À SUIVRE :

- Réduction de la teneur en sucre dans certains aliments. Taxes d'accises pour les boissons sucrées. Sensibilisation des consommateurs au 'manger sain' (obésité, cholestérol, etc.). Demande d'équipements spécifiques.
- Consuma (raffinerie marocaine) investit dans le marché saoudien du sucre. En effet, la raffinerie de Yanbu ayant une capacité de 850 000 T, approvisionnera le marché saoudien (Djeddah, Médine, la Mecque ainsi que le marché de la région de Mena à partir de 2021).



Usine de *United Sugar Company* à Djeddah



Sucre de la marque locale Al-Osra

## 3. Ecosystème des IAA par filière

### FILIÈRE DES BOISSONS SANS ALCOOL – EAU EN BOUTEILLE

#### PRÉSENTATION GÉNÉRALE :

- Selon des données publiées par le ministère de l'Environnement, de l'Eau et de l'Agriculture (MEWA), la consommation d'eau potable en Arabie saoudite a augmenté de 8 % en 2018 par rapport à 2017 pour atteindre 3,39 Mds de mètres cubes. L'eau dessalée représentait 63 % soit 2,14 Mds de mètres cubes de l'eau distribuée pour l'année, tandis que les eaux souterraines représentaient 37 % soit 1,26 Mds de mètres cubes.
- La production nationale d'eau embouteillée est essentiellement d'origine marine, obtenue grâce aux nombreuses stations de dessalement d'eau de mer. Les eaux de source et les eaux minérales sont principalement importées du continent européen dont la France (Ex : Evian, Perrier). L'eau en bouteille connaît une croissance en valeur de 5% en 2020 pour atteindre 3,9 Mds SAR (~1 Mds USD).
- Bin Zomah Group Trading & Mfg est leader avec une PDM de 14%. Le marché est très concurrentiel.

#### PANORAMA DES ACTEURS LOCAUX :

- Le marché saoudien de l'eau en bouteille est en plein essor avec l'explosion de la demande d'eau plate et d'eau gazeuse liée notamment à une croissance démographique positive avec une jeunesse importante. Dans ce contexte, le marché saoudien de l'eau embouteillée est marqué par la présence d'acteurs mondiaux et régionaux tels que Nestlé SA, Agthia Group PJSC, Hana Water Company ou encore Maeen Mineral Water.
- Les acteurs continuent d'investir dans la R&D, en marketing et en élargissant leurs réseaux de distribution pour gagner ou maintenir leurs positions sur le marché. Toutes les entreprises mentionnées ci-après disposent d'usines avec des technologies de pointe et les besoins sont constants ([ICI Exemple de l'usine Aloyoun Water Factory](#)).
- Le marché des boissons est dominé par Nestlé SA (Al Manhal Water Factory, 14,1 % de PDM des ventes au détail en valeur en 2019), National plant for healthy water (5,7 % PDM en 2019), Coca-cola Co (5,1 % PDM en 2019), et Health water bottling co (4 % PDM en 2019).

#### TENDANCES À SUIVRE :

- La réglementation liée à l'exportation reste très stricte et sous contrôle de l'Etat qui prend en compte tout d'abord les intérêts du marché interne et les besoins. Plusieurs marques poursuivent leur ascension sur le marché telles que Evian (Arrow food), Perrier (Basmh co), Manhal (Nestlé) et BERAIN qui proposent une large gamme de formats de de 200 ml à 12 l.



Le format 'à emporter' de la marque Evian est très apprécié

### 3. Ecosystème des IAA par filière

#### EXEMPLE DE L'USINE ET DU CIRCUIT DE DISTRIBUTION DE LA SOCIÉTÉ ALOYOUN

**aloyoun Water**  
Ultimatum Refreshing

**TO EACH HIS/HER OWN PACK COLLATION**

Aloyoun Water Factory sells its water in various practical collations:

- the smaller 300 ml bottles are the perfect size for children, because they easily fit inside their school bags or lunch boxes;
- the 600 ml bottle is extremely versatile and suitable for a number of situations: it is perfect for people who work in offices, are ideal to keep in your car, on a meeting table or at home during meals;
- do not forget that thanks to the slim design of the 1,500 ml bottle, it occupies very little space and fits perfectly between the refrigerator's shelves;
- the 2 L and 3 L bottles are inseparable companions for hiking and picnics.

Finally, the 5L (gallon) bottle is a must for campers or group outings, a size that is also suitable for fresh water dispensers at home, work or school.

**THE HUMAN BODY AND MINERAL SALTS** - OUR BODY HAS A DAILY NEED OF: 1.2 GRAMS OF PHOSPHORUS, 0.8 GRAMS OF CALCIUM AND 0.3 GRAMS OF MAGNESIUM. THE NEED FOR CALCIUM IS GREATER IN CHILDREN, PREGNANT WOMEN AND PEOPLE OVER FIFTY. THE ALOYOUN WATER CONTAINS ALL THE SALTS AND MINERALS NECESSARY TO THE WELL-BEING OF OUR BODY, RECOMMENDED BY ASSOCIATIONS WORLDWIDE.

**ALOYOUN WATER FACTORY**

- Year founded: 1994
- Offices and production plants: these occupy approximately 250,000m<sup>2</sup>
- Branch offices and distribution points: located in various regions of Saudi Arabia.
- Employees: 400

High quality standards: adopted on a daily basis by the company to offer quality products and services.

Pure and healthy products: proposed in various types of packaging, thanks to the use of sophisticated machines and systems and cutting-edge technologies.

**HOW DO YOU READ THE SIGNS OUR BODY SENDS WHEN IT NEEDS WATER?**  
AS SOON AS OUR BODY LOSES BETWEEN 1 AND 2% OF ITS WATER CONTENT, IT SENDS A SIGNAL THAT MAKES US FEEL THIRSTY. WE USE THIRST AS A GUIDE TO KNOW HOW MUCH WATER WE NEED TO DRINK... AND THIS IS DEFINITELY A GREAT WAY TO HYDRATE OURSELVES PROPERLY DAY AFTER DAY.

L'usine de l'entreprise Aloyoun est basée dans la ville de Djedda. Fondée en 1994, Aloyoun emploie plus de 400 personnes. Elle utilise différentes tailles de bouteilles pour la production et le conditionnement (cf. photo ci-dessus). En ce sens et afin de passer facilement et rapidement d'un format à un autre, l'entreprise saoudienne a besoin de « machines flexibles, faciles à utiliser par n'importe quel opérateur de ligne ».

**TECHNOLOGIES THAT ARE FRIENDS WITH HEALTH AND WELL-BEING**

SMI SOLUTIONS FOR ALOYOUN WATER

Since the Aloyoun Water company pays special attention to consumers' health and well-being, this is why it uses the best production technologies available on the market within its facility. It also adopts the best health standards to ensure water of excellent quality, among the best on the market, containing a perfect balance of minerals and salts, essential for everyone's health and well-being. This is why Aloyoun Water uses only cutting-edge machines as well as advanced bottling and packaging systems

### 3. Ecosystème des IAA par filière

#### FILIÈRE DES BOISSONS SANS ALCOOL

##### PRÉSENTATION GÉNÉRALE :

- L'industrie saoudienne des boissons sans alcool est la plus importante en volume et en valeur au Moyen-Orient. Les principaux acteurs mondiaux côtoient de plus en plus d'acteurs locaux qui fabriquent des boissons gazeuses avec des formats divers pour répondre aux demandes du consommateur toujours plus exigeant.
- Selon une étude de « [Market Watch](#) », le marché des boissons sans alcool en Arabie saoudite représentait 4,8 Mds USD en 2018 et devrait atteindre près de 10 Mds USD en 2030.

##### PANORAMA DES ACTEURS LOCAUX:

- Al Jomaih Bottling plant ( PEPSI) est leader avec une PDM de 22,3%.
- Autres acteurs saoudiens : Mirinda Citrus (Hamdiyat), Aujan, Saudi Champagne - Shaani.



##### TENDANCE A SUIVRE

- Février 2020 : The Coca-Cola Company a annoncé le lancement d'une boisson aromatisée au gingembre au sein de sa boisson traditionnelle intitulée Sprite. Connue sous le nom de Sprite Ginger, le produit sera disponible sous différents formats.
- Mars 2020 : PepsiCo, Inc., a annoncé l'acquisition du fabricant américain de boissons énergisantes Rockstar Energy Beverages, pour un montant 3,85 Mds USD. Cette acquisition permettra à Pepsi d'élargir son portefeuille produits.
- L'Arabie a modifié la loi sur la taxe d'accise pour inclure les boissons sucrées parmi les produits soumis à un droit d'accise de 50 %. La taxe sur les boissons sucrées est entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> décembre 2019. A cela s'ajoute l'augmentation de la TVA de 5 à 15%.

La pandémie de COVID-19 devrait impacter les ventes de boissons non alcoolisées en 2021/22. En effet, il y a encore des restrictions d'ouverture et des couvre-feux début 2021. Cependant, la plupart des acteurs ont maintenant réévalué leurs réseaux de distribution, leurs chaînes d'approvisionnement et leurs budgets afin de réduire l'impact de la crise, ce qui permettra aux entreprises de résister plus efficacement voire d'augmenter leurs ventes dans certaines catégories.



**A noter** : Bien que la production et donc la vente de boissons biologiques restent très marginales, les consommateurs s'y intéressent et des acteurs comme Nadec ou Almarai investissent dans le secteur



Usine de packaging PepsiCo en Arabie



Equipement industriel embouteillage Coca-Cola Co

### 3. Ecosystème des IAA par filière

#### FILIÈRE DES RIZ, PÂTES ET NOUILLES

##### PRÉSENTATION GÉNÉRALE :

- La consommation annuelle de riz en Arabie saoudite est estimée à 45,3 Kg par personne et environ 1,3 M T de riz sont importés chaque année.
- Les ventes au détail (en valeur) devraient augmenter de 13% et les ventes au détail (en volume) devraient augmenter de 8% pour atteindre respectivement 4,4 Mds SAR (1,17 Mds USD) et 470 000 T.
- Jusqu'en 2025, les ventes au détail de riz, pâtes et nouilles devraient augmenter de 6% en valeur.
- En 2019, environ 90 % du marché du riz en Arabie saoudite se compose de riz à grains longs, y compris le riz basmati, les 10 % restants sont constitués de variétés à grains moyens.
- Les MDD bénéficieront d'une sensibilité croissante de la population aux prix.
- Les pâtes ont enregistré la plus forte croissance des ventes au détail. Ce produit est l'un des aliments les plus consommés du pays.

##### PANORAMA DES ACTEURS LOCAUX :

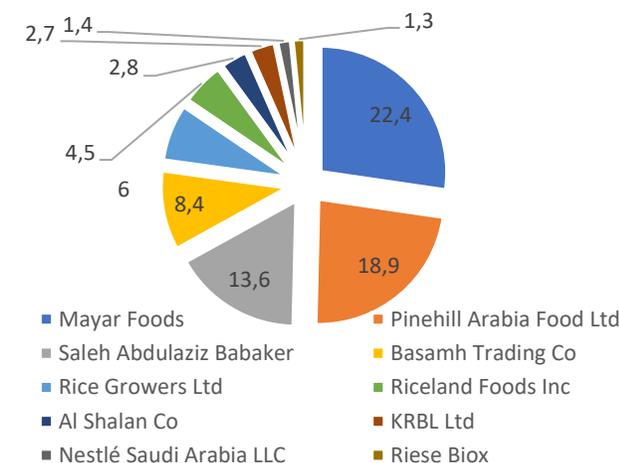
- En 2020, Mayar Foods reste le leader du marché avec 22,4 % de PDM en valeur des ventes au détail. Pinehill Arabia Food Ltd arrive en deuxième position et Saleh Abdulaziz Babaker complète le podium.
- En 2020, la marque Goody continue de dominer le marché des pâtes et a lancé la nouvelle gamme Treva. La marque bénéficie d'une solide réputation auprès des consommateurs.
- Mayar Foods continue de dominer le marché du riz avec une gamme de marques diverses malgré la popularité du leader de la marque Abu Kas. Ce dernier propose une gamme de riz (basmati essentiellement) de haute qualité utilisée dans les repas quotidiens courants et traditionnels.

##### TENDANCES À SUIVRE :

- Les nouilles instantanées non végétales, à saveur (poulet principalement) gagnent de plus en plus de PDM.
- Le riz au poulet AlFaham est très apprécié, c'est un aliment traditionnel très populaire dans toutes les régions d'Arabie.



PDM EN VALEUR DES VENTES AU DETAIL (RIZ, PÂTES ET NOUILLES)



La crise de la COVID-19 avec la fermeture des magasins et le couvre-feu, a engendré une activité de stockage importante de riz, de pâtes et de nouilles. Ce qui a entraîné une augmentation considérable de la demande, ces produits faisant partie de l'alimentation de base des Saoudiens. Enfin, avec l'augmentation de la TVA, le consommateur est devenu plus sensible au prix.



## 3. Ecosystème des IAA par filière

### FILIÈRE DE LA CHAÎNE DU FROID

- Selon la revue Argaam « le secteur de la chaîne du froid en Arabie saoudite **augmentera à un TCAC de 11,2%** d'ici 2023 ».
- **Plusieurs facteurs peuvent expliquer cette tendance à la hausse :**
  - Augmentation de la demande de produits laitiers, de viande, de produits transformés ou encore de produits pharmaceutiques.
  - Augmentation des magasins de détail modernes, de petits commerces et de l'activité touristique.
  - Croissance de la demande et de la consommation de produits périssables.
- Par ailleurs, rappelons que **plus de 80% des besoins alimentaires du Royaume sont importés** et les conditions climatiques du Royaume sont arides, avec des températures qui peuvent atteindre entre 50 et 60 degrés pendant l'été.
- Selon le rapport de Ken Research, le marché saoudien voit l'installation de plus de plus en plus de centres de distribution plus ou moins intégrés avec des entrepôts logistiques, frigorifiques, etc. En conséquence, la demande d'installations logistiques de nouvelle génération (construites sur mesure) augmente et le potentiel de croissance des entreprises de logistique tierces (3PL) s'en voit renforcé.
- Actuellement, la majorité des entrepôts frigorifiques sont concentrés dans les grandes villes : Riyad, Djeddah et Dammam. Cependant, plusieurs entreprises 3PL prévoient d'étendre leurs activités dans d'autres villes afin de saisir les opportunités offertes.
- **De plus en plus d'acteurs entrent sur ce marché et les grands acteurs continuent d'investir** et d'étendre leur rayonnement sur tout le Royaume, grâce notamment aux aides du gouvernement et la création de zones industrielles comme MODON. Nous pouvons citer Al Abu Dawood, Tamer, Sunbulah, Al Baik et Flow Progressive entrant sur le marché.
- **Tendances :**
  - Cloud Kitchen ;
  - Dark stores ;

**“L'augmentation des importations et des dépenses de consommation au détail vont continuer à stimuler le marché de la chaîne du froid en Arabie saoudite. ”**

Extrait du rapport Ken Research

**Note : Pour plus de précisions sur le volet logistique, voir la partie introductive de cette étude**



Entrepôt frigorifique à Riyad

L'entreprise Flow est un nouvel entrant sur le marché de la logistique et chaîne du froid

**BahriBolloré**  
Logistics

Joint Venture entre le saoudien Bahri et le français Bolloré

#### Quelques conseils :

- Marché concurrentiel, privilégier le partenariat avec un acteur local ;
- Marché tiré par les prix suite à la crise COVID-19 et l'augmentation de la TVA ;
- Bien étudier la concurrence et mettre en avant ses avantages compétitifs ;
- Technologies spécifiques dans un climat aride ;
- Besoins importants de modernisation des infrastructures

## 3. Ecosystème des IAA par filière

### FILIÈRE DES PRODUITS DE LA PÊCHE/ AQUACULTURE

*“ Nos besoins sont importants et évoluent constamment dans toute la chaîne de valeur. Nous incitons les entreprises françaises à venir nous rencontrer, proposer leurs offres et nous pourrions voir comment évoluer ensemble ”*

Entreprise du secteur de la transformation aquacole

- L'industrie de transformation des produits de la pêche et de l'aquaculture est un secteur nouveau en Arabie saoudite. Aussi, les lois et le cadre commencent à être définis mais changent également rapidement du fait de la priorisation de ce secteur par le gouvernement. Ainsi, nous ne disposons que peu d'informations en sources ouvertes.
- **Par ailleurs, c'est un secteur extrêmement concentré** avec quelques acteurs et donc uniquement quelques usines. Souvent, les acteurs importent pour leur propre compte mais deviennent également importateurs / distributeurs pour le marché local voire pour le marché régional.
- Les entreprises, sauf quelques exceptions (essentiellement celles cotées en bourse), n'ont pas obligation de publier leurs comptes. *NAQUA* représente 80% du marché. Son poids économique est très important et non comparable aux autres acteurs. Par ailleurs, et c'est souvent le cas au Moyen-Orient, les structures ont des activités diversifiées dans plusieurs branches. Il est en ce sens compliqué de déterminer si l'activité est d'ordre principal ou secondaire.
- L'activité de transformation se concentre sur les façades maritimes ou dans les grandes villes particulièrement sur la côte Ouest.
- **L'essentiel des équipements est importé.** L'étude s'efforce de donner des clés pour comprendre l'activité de transformation et de lister quelques acteurs.

#### Équipement de traitement des produits aquacoles transformés

- L'utilisation des équipements de transformation importés permet, selon les producteurs des produits aquacoles, d'avoir un produit final de qualité et une durée de conservation plus longue. L'obtention de produits aquacoles congelés ou en conserve passe par l'utilisation de hautes technologies et des équipements de transformation des aliments qu'on ne trouve pas encore dans le Royaume.
- L'objectif de l'Arabie saoudite est d'encourager la production nationale de produits aquatiques transformés, d'augmenter les exportations, d'attirer les investisseurs et de diversifier l'économie.
- Une partie de cette étude est dédiée à l'aquaculture et démontre que la rentabilité globale du secteur s'améliore significativement en valeur et en volume dégageant des opportunités à saisir.

### 3. Ecosystème des IAA par filière

#### FILIÈRE DES PRODUITS DE LA PÊCHE/ AQUACULTURE: SOLUTIONS DIGITALES

##### PRÉSENTATION GÉNÉRALE :

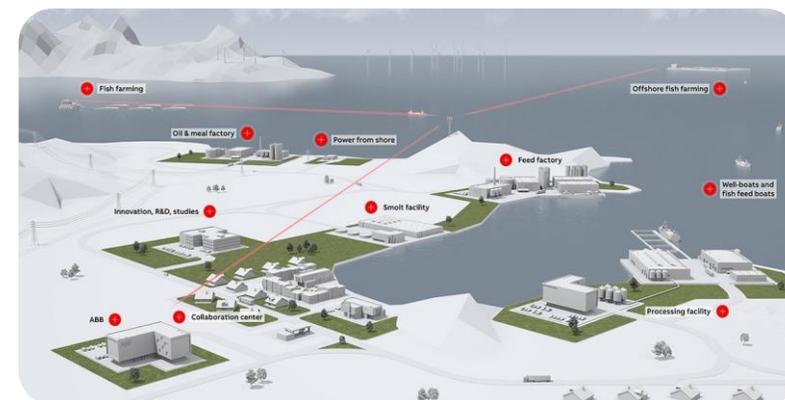
Les équipements aquacoles digitaux représentent une industrie majeure de la stratégie du pays visant à rendre plus connectée l'industrie afin de mieux maîtriser les données, avoir une compréhension plus fine des besoins et y répondre dans les meilleures conditions de coût et de temps. Dans le cadre du plan de Vision 2030, l'ensemble des acteurs de l'industrie aquacole (producteurs, gouvernement, instituts de recherche et universitaires, etc...) travaillent de concert afin d'atteindre à terme les objectifs fixés à savoir une production et une consommation proche de la moyenne mondiale.

Parmi les **acteurs privés qui participent au projet figurent ABB, SCHNEIDER et SIEMENS qui font partie des leaders du marché. Ces entreprises proposent des solutions digitales** qui permettent aux entreprises de moderniser et augmenter le rendement de leur production.

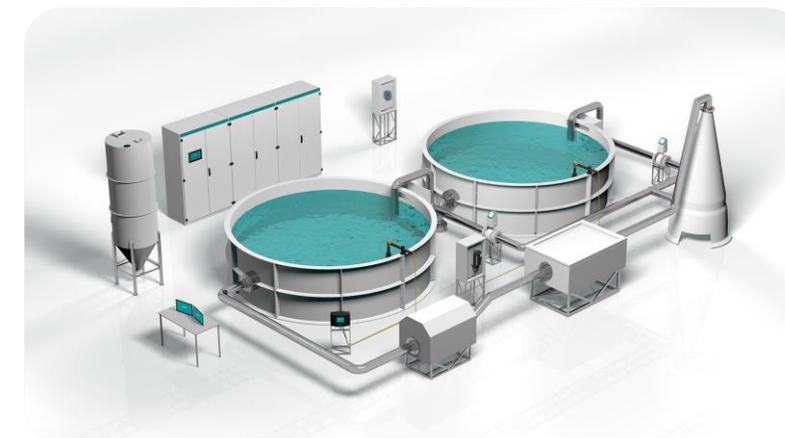
##### PANORAMA DES ACTEURS LOCAUX :



- **ABB**  
La société ABB fournit des systèmes intégrés EICT (électricité, instrumentation, contrôle et télécommunication) complets sur l'ensemble de la chaîne de valeur qui permet une production accrue et plus intelligente.
- **SCHNEIDER ELECTRIC**  
Schneider Electric fournit des solutions numériques d'énergie et d'automatisation pour l'efficacité et la durabilité de la production, cela permet aux producteurs d'augmenter leur production et réduire les coûts liés à l'énergie et l'automatisation à travers le digital.
- **SIEMENS**  
Siemens propose des solutions complètes pour l'industrie de l'aquaculture qui combine l'électrification, l'automatisation et la numérisation avec des technologies de pointe pour une productivité et une durabilité. Les solutions proposées couvrent toute la chaîne de valeur de l'aquaculture.



Modèle de solution digitale aquaculture - ABB



Modèle de solution digitale aquaculture - SIEMENS

### 3. Ecosystème des IAA par filière

#### FILIÈRE DES PRODUITS DE LA PÊCHE/ AQUACULTURE: NAQUA, LEADER DU MARCHÉ AQUACOLE EN ARABIE SAOUDITE



*La plus grande ferme aquacole d'Arabie saoudite et l'une des plus importantes au monde*

- NAQUA (National Aquaculture Group) est la plus grande ferme aquacole d'Arabie saoudite et ses produits sont exportés vers 32 pays. Située à 180 km au sud de Djeddah (Al Leith), la ferme s'étend sur 250 km<sup>2</sup> de long sur le littoral de la mer Rouge et emploie +2 500 personnes.
- **NAQUA dispose de 16 fermes pour crevettes et 3 fermes circulaires** en cage pour les poissons composées de 14 à 20 cages chacune.
- Chaque ferme a une capacité de ~4 500 T de production de poisson alimentée par les eaux de la mer Rouge.
- La société NAQUA a également développé 5 000 hectares de zones désertiques sur la côte de la mer Rouge et les a transformées en une zone d'eau utilisable.
- L'entreprise possède des écloseries modernes d'une capacité de production journalière de 150 M de larves de poissons et de crevettes. L'usine de transformation de crevettes est l'une des plus grandes au monde avec une capacité de 1 000 T par jour.
- NAQUA vise à produire 250 000 T d'ici 2025 avec un chiffre d'affaires supérieur à 1,33 Mds USD.



*“Nous avons légèrement diminué le volume de récolte sans connaître l'impact du COVID sur notre activité. Mais nous avons été surpris par les nombreuses commandes anticipées reçues, mais ment les besoins et l'attractivité du marché en ce moment”*

Jaap Berkenbosch - Chief Executive Officer at National Aquaculture Group



National Aquaculture Group NAQUA - Fermes de cages à poissons.



Les fermes de vannamei de NAQUA

## 3. Ecosystème des IAA par filière

### FILIÈRE DE TRANSFORMATION DE PRODUITS CARNÉS

- En Arabie saoudite, l'industrie des équipements dans le domaine des produits carnés est un marché en pleine expansion. Le secteur d'activité est très concurrentiel et dépend fortement des importations.
- Depuis quelques années, la dynamique a changé et l'industrie met l'accent sur l'innovation et la proximité du client.
- Les principaux importateurs sont des grands groupes, principalement saoudiens, spécialisés dans le domaine de la viande, présents sur le volet importation/production et distribution. Ces groupes ont un impact national et régional dans leur secteur d'activité et disposent d'installation et de moyen au niveau international. Ils importent des équipements industriels pour leur propre compte ou via des fournisseurs et intermédiaires locaux.



Usine de traitement de la viande de la société brésilienne Minerva Foods à Djedda

#### Équipement de traitement de la viande dans le domaine des produits carnés

- L'utilisation des équipements permet aux acteurs d'assurer leur production et s'adapter au marché saoudien qui évolue selon les tendances des consommateurs à la fois dans le choix du produit acheté mais également dans le domaine du packaging.
- L'objectif du gouvernement saoudien est d'encourager la production nationale d'équipement industriel, de diminuer les exportations, attirer les investisseurs et diversifier l'économie.

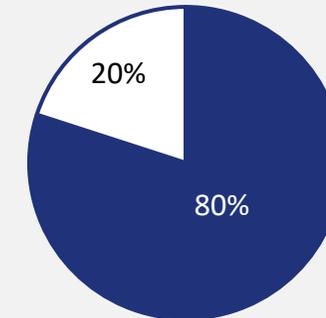
### 3. Ecosystème des IAA par filière

#### FILIÈRE DE TRANSFORMATION DE PRODUITS CARNÉS : GROUPE AMERICANA

- **La Kuwait Food Company , connue en Arabie sous le nom de Americana Group**, est un groupe alimentaire koweïtien dont le siège est situé à Sharjah. Il est présent dans toute la région du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord. C'est l'une des plus grandes entreprises alimentaires intégrées du Moyen-Orient.
- **Le groupe possède un réseau de plus de 1 200 points de vente** répartis sur une dizaine de marques comme KFC , Pizza Hut , Hardee's , TGI Friday's , Costa Coffee , Baskin Robbins , Krispy Kreme , Olive Garden , Red Lobster , LongHorn Steakhouse , Chicken Tikka et Signor Sassi.
- Americana Group produit une large gamme de produits alimentaires et possède un portefeuille de 10 marques telles que California Garden , Farm Frites , Koki et Americana Meat.
- **Acteur majeur au sein de l'industrie des produits carnés**, Americana est bien implanté en Arabie saoudite. Le groupe importe 80% de son matériel agroalimentaire en provenance d'Allemagne et 20% de Chine, des Pays-Bas et du Danemark. Le groupe fait marginalement appel aux équipements français pour les emballages et dans des domaines très spécifiques comme la découpe de produits alimentaires.
- **Le directeur d'Americana** a indiqué qu'il optait essentiellement pour du matériel allemand pour les raisons suivantes : proximité avec les fournisseurs, qualité des machines et disponibilité du service après-vente. Il souligne par ailleurs le fait que les fournisseurs allemands sont à l'écoute des besoins du groupe et offrent une panoplie d'équipements riches et variés.
- Americana indique une absence des sociétés françaises dans le domaine des équipements et process, notamment au niveau de la prise de contact. Le groupe souhaiterait avoir davantage d'attention de la part des fournisseurs français sur le marché du Moyen-Orient.



#### PDM DES FOURNISSEURS DE MATÉRIEL AGROALIMENTAIRE CHEZ AMERICANA



■ Allemagne 80% □ Chine/Pays-Bas/Danemark 20%

“ *Nous sommes sollicités de toutes parts et je dois dire que je ne vois pas beaucoup les Français...* ”

Directeur achat du groupe Americana



**50 YEARS OF LEADERSHIP IN THE MIDDLE EAST**

For more than half a century, **Americana Group** has been a leading franchisee for quick service, casual, and fine dining restaurants in the Middle East. The group's turnover in 2013 was US\$3.1bn and it has a growing network of 1,480+ outlets, operating in 13 countries. Americana is not only the largest operator in the Mena region, but also one of the most successful franchise operators in the whole world.

In addition to the vast restaurant sector, Americana Group also manufactures premium consumer packaged goods from their 17 world-class factories. These goods too are dominant in the MENA region, with an extensive range of brands in frozen foods, snacks, canned foods, dairy products, and bottled water.

**AMERICANA QUALITY**  
Life tastes better

so good | Pizza Hut | Hardee's | FRIDAYS | Krispy Kreme  
Olive Garden | RED LOBSTER | LONGHORN STEAKHOUSE | COSTA COFFEE | THE COUNTER

50th anniversary  
www.americana-group.com

# 3. Ecosystème des IAA par filière

## FILIÈRE DE TRANSFORMATION DES CULTURES VÉGÉTALES



Culture sous serre au sud de l'Arabie



Les jardins de Bisha, une agriculture de dattes Bio au cœur de la palmeraie - Arabie saoudite

### ETAT DES LIEUX ET ÉVOLUTION

- Pour rappel, dans le cadre de la vision 2030 et la politique de sécurité alimentaire, le Royaume porte une attention toute particulière à l'agriculture qui représente un élément essentiel de l'économie saoudienne. L'agriculture représente 2,2 % du PIB et emploie 4,8 % de la population active.
- En raison des contraintes climatiques et géographiques, la productivité agricole reste limitée et tributaire des investissements. Le secteur est dépendant des importations et le ministre de l'Agriculture M. Al Fadley souhaite donner une nouvelle tendance au secteur en dynamisant les relations entre le secteur privé et public.
- En ce sens, **le Royaume favorise le développement du secteur agricole** au travers de grands projets d'irrigation sur des vastes zones désertiques changées en champs agricoles.
- **En très peu de temps, l'Arabie saoudite a transformé de vastes étendues de désert en terrains agricoles.** En l'espace de 40 ans la superficie a évolué de 160 000 ha à des M d'hectares aujourd'hui.
- En 2019, la production totale de dattes était de plus de 1,5 M T atteignant un taux d'autosuffisance de 125 %, tandis que la production de légumes était d'environ 1,6 M T, atteignant un taux d'autosuffisance de 60 %. La production de pommes de terre a atteint près de 403 000 T, ce qui rend le Royaume autosuffisant à 92 % dans ce secteur. En revanche, la production de fruits et d'agrumes s'établit à 650 000 T avec un taux d'autosuffisance de 35 %, en augmentation de 144 % par rapport à 2016 où le taux d'autosuffisance était de 15 %.
- Enfin, les principaux légumes destinés à **l'exportation** sont les suivants :



Source : Shutterstock

- Choux-fleurs et brocolis ;
- Choux et brassicas ;
- Aubergines ;
- Concombres et citrouilles.



### CHIFFRES DU SECTEUR

Part de l'Agriculture dans le PIB **2,2 %**

Superficie des terres arables **1 %**

Superficie agricole **1,73 M ha**

Importations en solutions pour cultures végétales 2019\* **249 783 M EUR**

Exportations de Solutions pour cultures végétales 2019\* **59 M EUR**

**Note :** Données miroir 2019 basées sur les déclarations des pays à date (par exemple, données EAU 2019 non disponibles au moment de l'extraction des données).

## 3. Ecosystème des IAA par filière

### FILIÈRE DES ÉQUIPEMENTS POUR LES CULTURES VÉGÉTALES

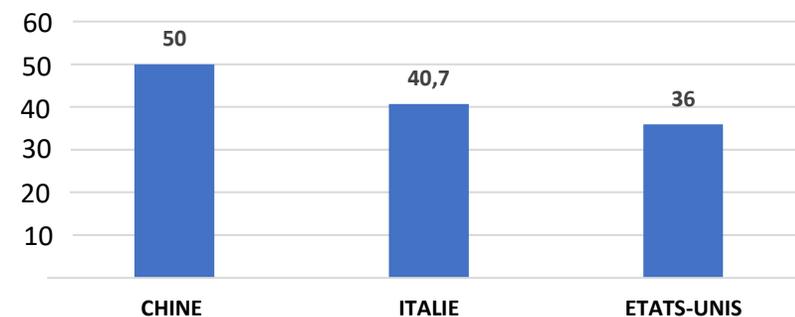
#### LE MARCHÉ DES EQUIPEMENTS AGRICOLES EN ARABIE SAOUDITE

- **La France est le 10<sup>ème</sup> fournisseur de l'Arabie pour les équipements et machines dédiés aux cultures végétales.** En 2019, l'Arabie saoudite en importait pour une valeur totale de 250 M USD dont 3,5 M USD depuis la France. L'essentiel des importations en provenance de France sont des moissonneuses-batteuses, leader avec 94 % des parts de marché.
- **En 2019, la Chine est le premier fournisseur d'équipements et de machines pour les cultures végétales** de l'Arabie saoudite avec 50 M USD (essentiellement des machines et appareils de levage, minoterie, traitement de céréales ou encore engins de récolte). Le deuxième pays exportateur est l'Italie avec 40,7 M USD et enfin les Etats-Unis avec près de 36 M USD (Cf. graphique ci-après).
- **L'Arabie saoudite importe beaucoup** de machines et appareils de levage, chargement, déchargement ou manutention ainsi que des machines de minoterie pour le traitement des céréales ou légumes (50 %). Cela représente des secteurs stratégiques pour l'économie saoudienne.

#### IMPORTATION - DISTRIBUTION

- En Arabie saoudite, l'importation et la distribution de matériel agricole peuvent se faire en direct ou via un agent/distributeur local. Un bon nombre d'importateurs/distributeurs disposent de bureaux ou de représentations dans les autres pays du Moyen-Orient. De grandes ramifications existent entre les marchés.
- Comme évoqué précédemment, le ministère saoudien de l'Agriculture (MEWA) à travers le fond de développement Agricole (Saudi Agriculture Development Fund), peut être intermédiaire dans l'achat et le financement d'équipements agricoles à destination des producteurs.
- Enfin, la Chine occupe la première place avec une concurrence de prix très agressive. Il est nécessaire de développer une offre en adéquation avec le marché. La compétitivité hors prix est également primordiales (suivi, campagnes marketing, formation, etc.).

PDM EN VALEUR (M USD) DES PRINCIPAUX FOURNISSEURS D'EQUIPEMENTS POUR CULTURES VEGETALES



Source : Business France, ITC Trade Map



#### Réglementation

Les solutions pour cultures végétales : la réglementation varie en fonction de la stratégie du gouvernement et des besoins. Exemple : l'Arabie saoudite vient de réintroduire la production intérieure de blé, malgré les préoccupations concernant la consommation d'eau pour l'irrigation. Il convient donc de mener des veilles actives afin de rester en alerte sur l'évolution de la législation et donc des opportunités.

# 3. Ecosystème des IAA par filière

## FILIÈRE DES ÉQUIPEMENTS POUR LES CULTURES VÉGÉTALES



Irrigation par aspersion - désert d'Arabie saoudite. Technique de moins en moins utilisée.



Irrigation localisée dans la région de Wadi Uranah – Arabie saoudite

- **Le marché des systèmes d'irrigation par aspersion en Arabie saoudite était évalué à 28,4 M USD et devrait atteindre 32,4 M USD d'ici 2026.** Le marché devrait croître à un TCAC de 2,01 % entre 2020 et 2026.
- La bonne gestion de l'eau est un défi mondial, d'autant plus pour les pays pauvres en eau comme l'Arabie saoudite. Le stock en eau est directement lié à la sécurité alimentaire, à l'assainissement et à l'hygiène de la population. Ainsi, le gouvernement saoudien se tourne de plus en plus vers les nouvelles technologies comme les objets connectés (IOT = Internet Of Things) afin de mieux analyser les caractéristiques du sol et faire des économies sur les systèmes d'irrigations.
- L'intégration des nouvelles technologies de pointes telles que les techniques de gestion de l'eau basées sur l'humidité du sol et les conditions météorologiques encouragent l'adoption de systèmes d'automatisation d'irrigations.
- Les besoins en eau douce dans les régions arides et dans les villes, ainsi que l'avancée technologique dans le domaine des projets de serres, amènent une forte dépendance à des techniques d'irrigation modernes basées sur des capteurs aidant les systèmes d'automatisation de l'irrigation par aspersion et goutte à goutte. Les terrains de golf, les plantations résidentielles et l'aménagement paysager urbain qui demandent des techniques d'approvisionnement en eau pratiques et stables sans aucune intervention manuelle entraînent la croissance du marché de l'automatisation de l'irrigation.

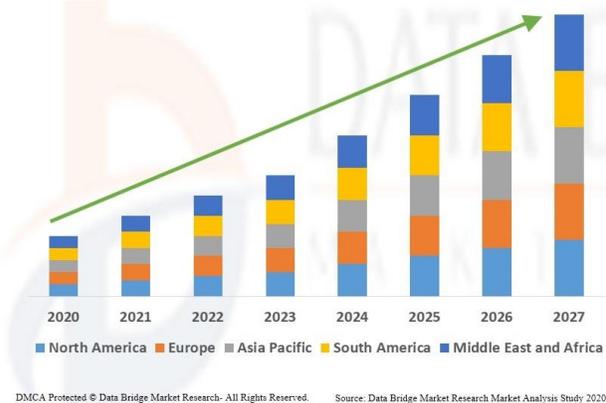
Les principaux acteurs sur le marché saoudien de l'automatisation de l'irrigation sont les suivants :

- **HUNTER INDUSTRIES INC**
- **VALMONT INDUSTRY**
- **GALCON**



Pour plus de précisions cf. chapitre sur l'eau

### L'ÉVOLUTION DU MARCHÉ MONDIAL DE L'AUTOMATISATION DE L'IRRIGATION ENTRE 2020 ET 2027



DMCA Protected © Data Bridge Market Research- All Rights Reserved. Source: Data Bridge Market Research Market Analysis Study 2020

Selon cette étude de **Data Bridge Market**, le Moyen-Orient et l'Afrique seront les marchés les plus attractifs au monde dans le domaine de l'automatisation de l'irrigation entre 2020 et 2027

### 3. Ecosystème des IAA par filière

#### FILIÈRES EN DÉVELOPPEMENT

##### I. SAUCES ET CONDIMENTS :

- Ce secteur devrait connaître une augmentation de la demande en 2020 en raison d’une plus grande consommation à domicile (COVID-19).
- Les ventes au détail de la catégorie devraient croître de 5% en volume et de 9% en valeur, pour atteindre respectivement 258 000 T et 3,8 Mds SAR (1,01 Mds USD).
- **Acteurs** : **SADAFCO** domine le marché avec **15 %** de PDM des ventes au détail en 2020. Il est suivi par **National Food** avec 14,2% de PDM et Al Othman Agricultural avec 10,2% de PDM.
- **Tendances à suivre** : Le mot d’ordre est **INNOVER**. De nombreux produits ont été lancés dans le domaine des sauces, vinaigrettes et condiments, tels que les bouillons liquides, les sauces sèches, le glutamate monosodique, les sauces de poisson, les sauces aux huîtres, les pâtes à tartiner à base de levure... Suite à la popularité de ces produits, les fabricants s’adaptent à la demande.

##### II. VIANDES TRANSFORMÉES :

- Les emballages de produits carnés et produits aquatiques transformés enregistrent une croissance en volume de 5 % en 2019.
- **Peu d’innovation dans les emballages** de viande et de **produits aquatiques transformés** en 2019, les consommateurs semblent avoir peu d’attentes à ce niveau.
- Les boîtes métalliques bénéficient de la forte croissance des ventes de produits aquatiques de longue conservation en 2019, enregistrant une croissance de 7 % en 2019.

##### III. FRUITS ET LÉGUMES TRANSFORMÉS :

- Les fruits et légumes transformés devraient enregistrer une croissance des ventes au détail en volume de 3 % pour atteindre 264 000 T en 2020, et en valeur de 7 % pour atteindre 663,6 M USD. Les prix unitaires devraient augmenter de 5 % pour les fruits et légumes transformés en 2020.
- Les acteurs locaux sont Gulf Food Industries (21,3 % de PDM), National Food Industries Co Ltd (9,1 % de PDM), Basamh Trading Co (8,7 % de PDM), Sunbulah Food & Fine Pastries Mfg Co Ltd (6,4 % de PDM), Orient Provision & Trading Co Ltd (5,5 % de PDM).

On observe une volonté de la population saoudienne de consommer mieux, le marché **des fruits et légumes biologiques** est en vogue et représente donc une réelle opportunité.



Ligne de production de l’entreprise Americana



Fin 2019, le géant brésilien BRF a annoncé ouvrir une usine à Djedda Article [ICI](#)

## 4. Acteurs locaux

### PRINCIPAUX ACTEURS DES PRODUITS CARNÉS

Nom de l'entité	Description
<a href="#">AMERICANA GROUP</a>	<b>La Kuwait Food Company</b> , connue en Arabie sous le nom de Americana Group, est une entreprise alimentaire koweïtienne dont le siège est à Sharjah City. Elle est présente dans toute la région du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord. C'est la plus grande entreprise alimentaire intégrée du Moyen-Orient.
<a href="#">BRF SA (BRAZIL FOODS)</a>	<b>BRF SA</b> est une entreprise brésilienne. C'est l'une des plus grandes entreprises alimentaires au monde, avec plus de 30 marques dans son portefeuille, parmi lesquelles Sadia, Perdigão, Qualy, Paty, Dánica et Bocatti. Ses produits sont vendus dans plus de 150 pays, sur les cinq continents. Plus de 100 000 employés travaillent dans l'entreprise. Le groupe possède des usines en Arabie saoudite notamment une importante à Dammam.
<a href="#">HALWANI BROTHERS COMPANY</a>	<b>Halwani Bros</b> est l'une des entreprises saoudiennes les plus connues dans le domaine de la fabrication et de la distribution de produits alimentaires. Le groupe produit intervient sur un panel de produit assez large allant du poulet pané à la confiture, aux produits laitiers, aux jus et aux Halawa (produit similaires à la pâte à tartiner).
<a href="#">GROUPE ALMUNAJEM</a>	<b>Almunajem</b> compte parmi les plus grandes entreprises agroalimentaires du Royaume (volaille, viande, poissons, fromage, fruits et légumes, huile...). Le groupe possède des usines de produits alimentaires réfrigérés, une chaîne de restaurants et un réseau de distribution de gros et de détail. C'est un des plus importants partenaires de la France sur le secteur volaille. Premier client de la marque « Doux », Al Munajem est son importateur exclusif en Arabie saoudite. Le 2 mars 2021, le groupe a annoncé avoir augmenté de 60% les capacités de production de son usine de transformation de viande à Djedda.
<a href="#">SUNBULAH GROUP</a>	<b>Sunbulah</b> (Food & Fine Pastries Al Sunbulah Manufacturing Co.) est l'une des plus grandes entreprises de fabrication de produits alimentaires en Arabie et au Moyen-Orient. Elle est surtout spécialisée dans les produits congelés (pâtisserie, légumes surgelés, viande transformée surgelée, fromage ou encore miel naturel).
<a href="#">AL KABEER GROUP</a>	<b>AL KABEER</b> est une entreprise présente dans l'industrie des aliments surgelés et l'un des principaux acteurs dans la zone du CCG dans ce domaine. Le groupe dispose de trois marques différentes. AL KABEER produit, transforme et distribue plus de 200 produits. Parmi ces produits, nous avons de la volaille transformée congelée, du bœuf, des fruits de mer, des produits à base de pâte et des fruits et légumes.
<a href="#">LABOON FOOD PRODUCTION</a>	<b>Laboon</b> est l'une des entreprises leaders dans le domaine de la production de viande fraîche en Arabie saoudite. Les fermes sont situées dans la région d'Al-Kharj à Al-Sahabah, à environ 80 km de la ville de Riyad.



## 4. Acteurs locaux

### PERSPECTIVES POUR L'OFFRE FRANCAISE DANS LA TRANSFORMATION DES PRODUITS CARNÉS

#### FORCES

- Le « made in France » préserve son image d'excellence. La France est considérée comme une terre industrielle qui dispose d'une forte expertise.
- L'offre française est portée par les grands groupes reconnus internationalement.

#### OPPORTUNITES

- Le secteur de la viande est en pleine expansion et reste fortement dépendant des importations dans le domaine industriel.
- Volonté de la part des grands groupes de vouloir travailler avec les entreprises françaises : l'industrie saoudienne attend des actions et des propositions de la part des entreprises françaises.

#### FAIBLESSES

- Des prix de vente élevés concernant les machines et une diversité d'équipement industriel inférieure à celle de la concurrence.
- Un manque de contact direct entre les groupes saoudiens et les fournisseurs français.
- Concurrence allemande et européenne très agressive et jugée plus flexible par rapport à l'offre française.
- Pas assez de PME dans les différents segments de la production IAA.

#### MENACES

- L'industrie chinoise poursuit son ascension avec des investissements importants
- Introduction de la TVA + réglementation parfois chronophage.
- Volonté du gouvernement de localiser la production. Exemple d'actions : augmentation des taxes à l'import.

## 4. Acteurs locaux et internationaux

### PRINCIPAUX ACTEURS DE LA TRANSFORMATION DES PRODUITS AQUATIQUES

NOM DE L'ENTITÉ	DESCRIPTION
<b>National Aquaculture Group (NAQUA)</b>	Les infrastructures de <b>National Aquaculture Group (NAQUA)</b> sont à la pointe de la technologie, équipées de machines modernes de hautes technologies. NAQUA dispose des compétences pour des activités telles que le dosage, le broyage, l'ajout direct de micro-ingrédients, la double granulation, le post-conditionnement à 95 ° C , le revêtement sous vide etc.
<b>Jazan Energy and Development Company</b>	<b>JAZADCO</b> est un groupe saoudien important qui intervient sur un secteur d'activité riche et varié allant de l'industrie agro-alimentaire à l'agriculture, à l'industrie manufacturière et au secteur immobilier. Il dispose d'une usine pour le conditionnement des crevettes. L'usine produit annuellement près de 3 000 T de crevettes exportées dans le monde entier.
<b>Saudi Fisheries Company</b>	<b>Saudi Fisheries Company</b> importe principalement de l'Europe (Allemagne, Angleterre) et de la Turquie des pompes à eau, des filtres, des réservoirs, des équipements d'analyse de l'eau, des équipements pour alimenter les animaux, traitement de l'eau ou encore des systèmes d'oxygène spécifiques.
<b>Tabuk Fisheries Company</b>	<b>Tabuk Fish Company</b> a été créée en 2005 et a progressivement augmenté le nombre de cages de fermes/écloseries. Aujourd'hui la société dispose de trois fermes avec un volume de production cible d'environ 5 000 T par an de poissons d'élevage. La capacité de production actuelle de TABUK FISHERIE est d'environ 2 000 T par an.
<b>Saudi kandel Company</b>	<b>Kandel</b> intervient dans la production agricole, la transformation et la commercialisation des produits agricoles ou encore la pisciculture. Kandel « utilise les dernières méthodes de recherche scientifique et nouvelles technologies pour répondre à la demande croissante en produits aquacoles ».
<b>Red Sea Aquaculture Co</b>	L'entreprise est spécialisée dans la production de crevettes Vannamei utilisant des étangs terrestres, avec une production de 500 T par an. Red Sea utilise du matériel industriel haute technologie pour son activité de R&D.
<b>Saudi Aquaculture Society (SAS)</b>	<b>SAS</b> vise à promouvoir l'industrie aquacole et ses produits tout en faisant développer ce secteur. Elle a un rôle à la fois de régulation mais surtout de prescripteur.
<b>Arabia Fisheries Co</b>	<b>Arabia Fisheries</b> importateur et transformateur de produits aquacoles, dispose de 5 entrepôts frigorifiques à Djeddah, Dammam, La Mecque, Médine et Riyad. Chaque chambre froide a une capacité de 400 T de fruits de mer surgelés. Chaque jour, la société reçoit 1 ou 2 conteneurs de 40 pieds de Taiwan, Malaisie, Norvège et aussi du Golfe. Arabia fisheries utilise principalement des équipements importés de la société allemande CGS.



## 4. Acteurs locaux et internationaux

### PRINCIPAUX MATÉRIELS AQUACOLES IMPORTÉS EN ARABIE

Nom de Société	Pays d'origine	Exemple de produit	Photo	Description
<b>ENEXIO Water Technologies GmbH</b>		2H BIOdek - Milieu de remplissage pour la pisciculture en intérieur		Production et conception de surfaces fonctionnelles pour le traitement de l'eau et de l'air et les tours de refroidissement.
<b>AquaBioTech Group</b>		3D Computer Aided Design		Logiciel qui comprend l'intégration de l'imagerie par satellite et des systèmes d'information géographique (SIG).
<b>Addfield Environmental Systems Ltd.</b>		Addfield - Modèle TB-AB Aqua - Grand incinérateur de poisson (2000 Kg)		Incinérateur spécialement conçu pour la gestion des déchets de poissons.
<b>Inciner8 Limited</b>		Inciner8 - Incinérateurs de déchets aquacoles		Incinérateur de déchets aquacoles.

## 4. Acteurs locaux et internationaux

### PRINCIPAUX MATÉRIELS AQUACOLES IMPORTÉS EN ARABIE

Nom de Société	Pays d'origine	Exemple de produit	Photo	Description
Addfield-Environmental-Systems Ltd		Addfield - Modèle Thunder 1000		Le Thunder 1000 est incinérateur de déchets d'aquaculture avec une capacité de charge jusqu'à 1000 kg.
Akuakare Aquaculture Equipments		Filets de cage		AKUAKARE-Aquaculture Ltd, tout type de services, et des équipements.
DELTEX		Filets d'ombre		Structure de Deltex pour protéger les bassins de poissons.

## 4. Acteurs locaux et internationaux

### PRINCIPAUX MATÉRIELS DE CULTURES VÉGÉTALES IMPORTÉS EN ARABIE

Nom de Société	Pays d'origine	Type de produit	Photo
KONGSKILDE NCS 1500		EPANDEUR D'ENGRAIS	
KONGSKILDE ProfiLine		SEMOIRS	
CLAAS		FOURRAGES	
JOHN DEERE		MOISSONNEUSES-BATTEUSES	



**Il convient de retenir que les machines recherchées par les producteurs saoudiens doivent répondre à 3 critères essentiels :**

1. Qualité / Prix
2. Technologies multifonctions et qui ne consomment pas ou peu d'eau
3. Service après-vente / garantie



Rappelons ici que les négociations en Arabie prennent du temps. Le suivi dans la durée et les visites permettent - le plus souvent - de conclure des affaires *a fortiori* pour des montants importants

## 4. Acteurs locaux et internationaux

### PRINCIPAUX MATÉRIELS DE CULTURES VÉGÉTALES IMPORTÉS EN ARABIE

Nom de Société	Pays d'origine	Type de produit	Photo
LINDSAY		Pivot d'irrigation central	
IRRITECH		Pivot d'irrigation latéral	
GALCON		Station météo en temps réel	
HUNTER		Rotors d'entrée	

“ En Arabie, nous apprécions les « Proof Of Concept (POC) », afin de voir de nos propres yeux ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas. Les Allemands, les Chinois ou encore les Américains sont, le plus souvent, prêts à investir pour nous envoyer une machine et nous démontrer son utilité. Ce que historiquement les français ne sont pas prêts à faire. Alors oui, c’est un investissement mais qui est rapidement rentabilisé sur le long terme. ”

Acteur du secteur de la transformation des cultures végétales



*De nouvelles technologies agricoles bio se développent en Arabie saoudite ayant pour objectif de créer une agriculture autonome, saine tout en réduisant la consommation énergétique et obtenir une meilleure maîtrise des ressources naturelles*

## 4. Acteurs locaux et internationaux

### UNE TRÈS BELLE PROGRESSION POUR LES ÉQUIPEMENTS FRANÇAIS DESTINÉS À L'ÉLEVAGE/AGRICULTURE

Arabie saoudite statistiques import							
Groupe produit 842890, 8437 : Machines et appareils de levage + nettoyage, triage							
Pays partenaire	Milliers USD			% Part de Marché			% variations 2016/2018
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	
Total	172 468	98 494	89 455	100	100	100	
Allemagne	18 910	19 827	18 332	10,9	20,1	20,4	-3
Italie	34 887	17 332	11 911	20,2	17,5	13,3	+66
Etats-Unis d'Amérique	51 816	8 675	11 782	30	8,8	13,1	+77
Emirats arabes unis	4 539	3 299	9 338	2,6	3,3	10,4	+106
Chine	6 363	8 299	5 976	3,6	8,4	6,6	-6
France	965	7 593	4 803	0,5	7,7	5,3	+398
Pays-Bas	8 010	4 764	4 786	4,6	4,8	5,3	+40
Canada	273	1 085	4 041	0,1	1,1	4,5	+1380
Finlande	6 235	2 879	2 310	3,6	2,9	2,5	-63
Royaume-Uni	6 716	3 257	2 246	3,8	3,3	2,5	-66

Arabie saoudite statistiques import de France								
Produit : machinisme agricole. Code SH : 842890, 8437, 8433, 8436, 842820, 8434, 8435, 870190, 842481, 8432)								
Produit	Description	milliers USD			% Part de marché			% variation 2016/2018
		2016	2017	2018	2016	2017	2018	
Machine agricole - Etude MAA		11 354	4 810	7 393	100	100	100	-35
'842890	Machines et appareils de levage, chargement, déchargement ou manutention, n.d.a.	3 586	494	1960	31,5	10,2	26,5	-45
8437	Machines pour le nettoyage, le triage ou le criblage des grains ou des légumes secs; [...] et autres récipients	52	62	1220	0,4	1,2	26,5	+2246
8433	Machines, appareils et engins pour la récolte et le battage des produits agricoles, [...] et autres récipients	3 931	1 787	1 273	34,6	37,1	17,2	-68
8436	Machines et appareils, n.d.a., pour l'agriculture, la sylviculture, l'horticulture, l'apiculture ou l'apiculture, [...] et autres récipients	1 414	149	1 083	12,4	3	14,6	-23
'842820	Appareils élévateurs ou transporteurs, pneumatiques	35	585	878	0,3	12,1	11,8	+2408
8434	Machines à traire et autres machines et appareils de laiterie, et leurs parties [...] et autres récipients	737	1 127	395	6,4	23,4	5,3	-46

Source : ITC Trade Map, Business France

- En termes de machinisme agricole / solution pour l'élevage, l'Arabie saoudite importe de France essentiellement : 1- Les machines et appareils de levage, 2- pour le nettoyage, triage des grains ou des légumes, 3- engins pour la récolte et battage des produits agricoles et 4- Pour l'agriculture, la sylviculture, l'horticulture, l'apiculture ou l'apiculture. **A eux 4, ces secteurs représentent 74 % des importations saoudiennes.** Les besoins sont extrêmement importants et sur les deux premiers postes d'exportation (Code SH : 842890 et 8437 (machines pour le levages, chargement, nettoyage etc.) la part de marché de la France reste faible (5,3%) par rapport aux Allemands, Italiens, Américains, Emiriens, ou encore Chinois. Il faut noter par ailleurs que les exportations françaises sont celles qui ont noté la progression la plus importante entre 2016 et 2018 (X5). A noter que les Pays-Bas sont juste derrière tout comme le Canada.
- Dans ce domaine, les Saoudiens apprécient** les technologies de pointe (multifonctions), la qualité, l'innovation, le prix et de plus en plus les appareils et équipements qui ont faible impact sur l'environnement. A ce titre, la consommation en énergie des technologies est un sujet qui revient souvent.
- S'agissant des circuits d'importation, il convient de ne négliger aucun canal : importateurs, distributeurs, importation en directe. Les Saoudiens apprécient les Proof Of Concept (POC) qui leur permettent de juger sur place - dans un environnement parfois contraint - l'efficacité des appareils et machines.

## 5. Bilan et plan d'action

### Segments

### Atouts de l'Arabie

#### Produits Laitiers



- Production très forte
- Présence d'Almarai : la plus grande ferme laitière au monde
- Autosuffisance non atteinte en lait concentré, beurre et fromage
- Importante exportation vers la région MENA (~1 Md USD)



### Atouts et faiblesses de l'industrie saoudienne

- + Présences de grande usines totalement intégrées
- + Expertise développée
- + Technologie de pointe en production
- + Réseau de distribution très développé
- Réforme énergétique et suppression des subventions augmenteront les coûts

### Besoins

- Développer les activités de l'industrie en termes d'innovation, augmentation des volumes
- Investir dans les équipements en énergies renouvelables pour compenser l'augmentation des prix de l'énergie
- IAA qui se concentrent sur des produits laitiers sains pour répondre aux exigences des consommateurs (ex: lait sans lactose)

#### Fruits, noix, légumes



- Production bien établie de dattes pour la réalisation de jus de fruits
- Exportations importantes vers la région MENA (~ 100 M USD), certaines exportations vers l'UE (~ 14 M USD)

- + Sol adapté à la croissance des dattes
- + Présence d'usines de production de jus de fruits bien établies
- Processus de dédouanement long causant retards et dommages aux marchandises
- Manque de confiance dans les produits saoudiens en raison d'un étiquetage jugé quelques fois inapproprié
- Manque de savoir-faire technique et de capital pour investir dans des machines de pointe pour le traitement des dattes par exemple
- Nombre limité de fruits / légumes peuvent être cultivés localement (principalement des tomates, pommes de terre et pastèques).

- Développer la coopération avec les pays européens dont la France qui ont une expertise reconnue dans l'intégration des filières industrielles
- Améliorer l'emballage et l'étiquetage des dattes pour rendre les produits plus sophistiqués, plus attrayants et plus fiables sur les marchés étrangers (autosuffisance à 125%)
- Améliorer et diversifier les circuits de distribution

#### Confiseries, produits amylacés



- Faible production de chocolat, de biscuits, de bonbons et de chewing-gum
- Exportations importantes vers la région MENA (~150 M USD);
- Quelques exportations vers l'Afrique subsaharienne (~40 M USD)

- + Demande locale et régionale importante
- + Marchés à l'export pas encore développés
- + Coûts de main-d'œuvre encore faibles
- Coût élevé des importations de matières premières comme le sucre, le cacao, le lait en poudre
- Augmentation des coûts d'emballages

- Développer les partenariats avec des exportateurs pour sécuriser les matières premières à des prix compétitifs
- Développer la production de biscuits et chocolats
- Focus sur équipements « confiserie petit format » et développement des produits sains (Ex: chocolat sans sucre)
- Equipements qui permettent d'augmenter la production pour développer l'exportation

# 5. Bilan et plan d'action

## Segments

## Atouts comparatifs de l'Arabie



## Atouts et faiblesse de l'industrie saoudienne

## Besoins

### Viande, volaille



- La production saoudienne satisfait la majorité des marchés locaux / Moyen-Orient
- Segment de volaille bien établi
- Le segment de la viande fraîche et les coupes entières sont les industries les plus représentées
- Exportations vers la région MENA uniquement

- + Augmentation de la demande mondiale de produits halal
- + Fortes activités de traitement de la viande
- Forte dépendance aux importations de matières premières, augmentation des coûts et exposition aux fluctuations de prix
- Conditions climatiques parfois non adaptées à l'élevage du bétail ou à la culture de fourrage
- Pénurie d'abattoirs et chaînes du froid

- Devenir autonome en développant l'élevage et en investissant dans des machines de traitement de pointe et des chaînes du froid
- Innover, promouvoir et développer des standards de production pour l'industrie de la viande halal
- Développement des segments des plats préparés

### Produits aquacoles



- Le poisson frais + emballé connaissent la croissance la plus rapide (5% TCAC)
- Les crevettes, maquereaux, crabes de mer sont les principales espèces capturées en Arabie saoudite
- L'Arabie est un pays autorisé à exporter vers l'UE

- + Richesse de la mer Rouge et du golfe Persique en poissons créant un potentiel pour une industrie en croissance
- + Grande production prête à être exportée
- + Fortes exportations de crevettes qui pourraient être davantage cultivées
- La pénurie de chaînes du froid et de produits de la mer nécessite des exigences de manutention spécifiques
- Activités de transformation peu disponible (conservation, conditionnement, etc.)

- Capitaliser sur l'aquaculture existante et développer les activités de pêche et de transformation du poisson
- Investissement dans la chaîne du froid
- Améliorer le rendement des machines pour développer les circuits d'exportation (Europe, Amérique etc.)
- Développement des produits aquacoles comme les surgelés pour répondre aux habitudes des clients

### Boissons



- Forte production de boissons gazeuses et d'eau en bouteille (en particulier l'eau "Zamzam")

- + Le tourisme religieux fait augmenter la demande particulièrement pendant le Ramadan et périodes chaudes
- Le gouvernement saoudien a augmenté les taxes sur les boissons sucrés ce qui a un impact négatif sur les ventes

- Développer les activités de production
- Focus IAA sur les boissons saines telles que l'eau pétillante, sans sucre, etc.
- Améliorer l'emballage et l'étiquetage des boissons pour les rendre plus lisibles.

### Huiles animaux et végétales



- Activités moyennes dans le raffinage des huiles (grand acteur de SAVOLA)
- Production limitée d'huile d'olive domestique

- + Les usines actuelles peuvent être mieux utilisées / exploitées
- Forte dépendance aux importations d'huiles en raison du manque de capacité agricole (nécessitant beaucoup d'eau)
- Marché relativement petit

- Améliorer les activités de fabrication actuelles
- Trouver des partenaires avec une expertise spécifique notamment sur la labellisation et traçabilité

## 5. Bilan et plan d'action

### Besoins de Technologie



- Culture en serre pour la production de fruits et légumes



- Échange de données informatisées pour améliorer la chaîne d'approvisionnement



- Logiciel de gestion de ferme



- Capteurs intégrés sans fil dans les usines de fabrication



- Internet des objets dans la logistique



- Hydroponie

### Domaine d'application

- Agriculture
- Production
- Agriculture, élevage
- Fabrication
- Logistique
- Agriculture

### Besoins

- Serres avec des conditions environnementales contrôlées (air, température, humidité, gaz atmosphérique etc.). Technologies qui permettent aux cultures d'être cultivées hors saison et dans des conditions qui ne sont pas naturellement disponibles.
- Échange M2M (Machine to Machine) de documents commerciaux qui facilitent le partage en temps réel et permet une meilleure gestion des flux d'informations.
- Objets connectés (*IoT*) dans les exploitations agricoles qui enregistrent les données via un logiciel + recommandations quantité et le calendrier des intrants aux agriculteurs en fonction de leurs dépenses et prévisions sur l'année.
- Capteurs qui enregistrent les données en temps réel et effectuent – en fonction des besoins - des ajustements rapides dans le traitement
- Les composants IoT (ex: RFID (radio-identification), GPS, capteurs de température) permettent aux entreprises de surveiller l'état des marchandises en temps réel tout au long de la chaîne d'approvisionnement
- Culture de plantes sur des sols dits « moyens » ou dans un environnement aquatique.

### Avantages comparatifs souhaités

- Grâce à ces technologies, l'Arabie peut surmonter les contraintes naturelles telles que les terres non arables et le manque d'eau
- Augmentation des revenus des agriculteurs car diverses cultures peuvent être cultivées toute la saison
- Contrôle efficace des dommages aux cultures car l'exposition aux bactéries et aux maladies est moindre à l'intérieur des serres
- Dématérialisation
- Amélioration de la productivité / Rapport coût-efficacité
- Suivi amélioré
- Prédiction du rendement des cultures
- Création d'horaires de travail efficaces et productifs
- Archivage en centralisation de toutes les données
- Optimisation de la production
- Amélioration de la qualité
- Réduction des coûts de production
- Suivi des stocks
- Routage et planification intelligentes et efficaces
- Prévention des pertes et dommages
- Automatisation des processus métiers (ex: livraison de marchandises, réapprovisionnement des stocks etc.).
- Réduction de l'utilisation de l'eau et des terres
- Des formes simples de cultures hydroponiques pourraient être facilement adaptées

# 5. Bilan et plan d'action

## SYNTHÈSE DES ENSEIGNEMENTS TERRAIN

Equipement industriel	
Machinisme agricole	
Aquaculture	
Aviculture	Offre française insuffisante, acteurs locaux dominant le marché, fournisseurs répondant aux demandes sur-mesure
Elevages laitiers	Insuffisance au niveau de la flexibilité, du SAV et de la nouveauté dans le domaine des équipements industriels français, face à une demande exigeante qui privilégie la proximité et la recherche constante d'innovation.
Produits laitiers	
Viandes rouges	
Céréales pour l'alimentation animale	
Céréales pour la minoterie et alimentation humaine	
Ingrédients	
Fruits et légumes	
Produits gourmets, bio	
Boissons	Un marché en plein essor, forte présence des acteurs mondiaux et régionaux disposant d'équipement à la pointe de la technologie

*NB : Les secteurs retenus ont tous été identifiés comme porteurs. Ces conclusions sont une photographie des perceptions du marché sur les données disponibles et sur les retours sur le terrain en 2020/21, telles qu'elles nous ont été exposées lors de nos multiples échanges et mises en parallèle avec les faits et chiffres disponibles. Il s'agit avant tout d'une matière à discussion.*

### Légende

**Secteurs à fort potentiel, marché et demande en croissance**

**Secteurs à potentiel limité, que ce soit en raison des faiblesses de l'offre française, d'une faible croissance et/ou demande sur le marché, ou saturation du marché**

## 5. Bilan et plan d'action

### RECU DE LA FRANCE DEPUIS 2016

France (ITC Trade Map – données miroirs) Statistiques Export vers l'Arabie saoudite

Produit: Equipements des industries agroalimentaires (Code SH retenus : 842121, 701090, 392350, 847730, 843810, 843890, 392330, 842230, 843880, 843830, 392410, 843860, 843420, 731021, 842111, 481920, 392310)

Année Civile: 2016 - 2018

Code produit	Libellé produit	Milliers USD			% Part de Marché			% variation 2018/2016
		2016	2017	2018	2016	2017	2018	
	Equipements des industries agroalimentaires	51 307	42 872	19 616	100	100	100	-62
'842121	Appareils pour la filtration ou l'épuration des eaux	7 619	6 767	5 138	14.8	15.7	26.1	-32
'701090	Bonbonnes, bouteilles, flacons, bocaux, pots, emballages [...] et autres récipients	3 480	1 633	1 890	6.7	3.8	9.2	-46
'392350	Bouchons, couvercles, capsules et autres dispositifs de fermeture, en matières plastiques	1 188	1 525	1 805	2.3	3.5	9.2	+52
'847730	Machines à mouler par soufflage pour le travail du caoutchouc ou des matières plastiques [...]	10 666	2 097	1 617	20.7	4.8	8.2	-85
'843810	Machines et appareils pour la fabrication industrielle des produits de boulangerie, pâtisserie	1 882	979	1 174	3.6	2.2	5.9	-38
'843890	Parties des machines et appareils pour la fabrication d'aliments ou de boissons	616	995	1 020	1.2	2.3	5.1	+65
'392330	Bonbonnes, bouteilles, flacons et articles simil. pour le transport ou l'emballage, en matières plastiques	1 304	1 275	920	2.5	2.9	4.6	-29
'842230	Machines et appareils à remplir, fermer, boucher [...] et autres récipients	9 397	6 473	903	18.3	15	4.6	-90
'843880	Autres machines et appareils non définis ailleurs pour la préparation ou la fabrication industrielles d'aliments ou de boissons	1 010	1 198	790	1.9	2.7	4.2	-22

- Note : à ce niveau de détail, les chiffres (tableau ci-contre) sont à prendre avec prudence car les équipements industriels ne sont pas précisés et leur spécialisation est indéterminée.
- S'il est difficile de connaître l'exacte répartition par secteur, ces données permettent néanmoins de dégager de grandes tendances. Quand on se concentre sur les exports des équipements IAA français, la France recule et presque dans tous les segments entre 2016 et 2018.
- Les exportations françaises dans le secteur des IAA sont portées par les grands groupes. En effet, le premier poste d'exportation en IAA sont les "Appareils pour la filtration ou l'épuration des eaux (Code SH 842121) » pour un montant de 5,1 M USD pour une part de marché de 26,1% en 2018. Dans le même temps, est à noter que les exportations sur ce code ont baissé de 62% entre 2016 et 2018.
- La France exporte principalement en Arabie saoudite des machines et équipements concernant la fabrication industrielle d'aliments et boissons (bouchons, couvercles, capsules, machines à mouler ou encore des équipements, machines et appareils pour la fabrication industrielle des produits de boulangerie, pâtisserie et biscuiterie).
- Enfin, on note une nette progression de deux postes (parties des machines et appareils pour la fabrication d'aliments ou de boissons) entre 2016 et 2018, de respectivement +52 et +65%.

Les entreprises françaises souffrent d'un déficit de représentation (peu nombreuses de manière générale et uniquement dans quelques segments). D'après les professionnels interrogés, elles ne répondent pas assez aux appels d'offres.

# 5. Bilan et plan d'action

## RECOMMANDATIONS POUR LES ENTREPRISES FRANÇAISES (AFOM)

### FORCES

- Qualité des équipements français reconnue notamment dans le domaine de la boulangerie/pâtisserie porté par des entreprises comme Paul, Eric Kayser, Grenier à Pain, Gontran Cherrier, etc.
- Les franchises d'origine française sont réputées pour avoir du succès en Arabie. Il peut s'agir d'un petit restaurant ou d'une boulangerie qu'on ne trouve que dans certaines villes. Mais les Saoudiens apprécient l'originalité et la singularité française (Ex: Ouverture prochaine du restaurant « le Mashou » basé à Nice).

### FAIBLESSES

- Le manque de flexibilité des Français en ce qui concerne l'envoi d'échantillons, les délais de paiement ou encore le service après-vente a été mis en évidence par les acteurs.
- Les Français sont réputés pour être distants, alors qu'en Arabie saoudite, le caractère amical prime souvent sur l'aspect business.
- Aujourd'hui, pour intégrer avec succès le marché saoudien, il convient d'être proactif, d'envisager de localiser la production (co-investissement très apprécié), de proposer des transferts de technologie à forte valeur ajoutée et surtout effectuer un suivi des partenaires/clients dans la durée, avec des visites régulières voire une présence sur place.

### OPPORTUNITES

- Vision 2030 : Production locale en plein essor, développement d'usines (*MODON*)
- Aide du gouvernement aux partenaires locaux (mise à disposition des terres, aides financières etc.)
- Accélération des privatisations des minoteries (la demande d'équipements sera demain importante sur ce segment)
- Tous les grands acteurs dans les différents secteurs (transformation de la viande, aquaculture, secteur agricole, NAQUA, leader mondial du secteur, ...) continuent de se développer avec même l'apparition de nouveaux acteurs. Toutes les études montrent que la demande en IAA va significativement augmenter les prochaines années.

### MENACES

- L'Arabie saoudite augmente divers droits de douane jusqu'à 15% sur les machines, équipements et pièces (comme les réfrigérateurs, les congélateurs, les refroidisseurs de boissons, les systèmes d'irrigation).
- Concurrence exacerbée notamment de la Chine, des Emirats Arabes Unis, de l'Italie.
- Il convient de bien choisir son partenaire saoudien pour ne pas retarder votre développement qui peut être de plusieurs années sur certains projets.
- Incertitude suite à la chute des prix du pétrole et à la pandémie de la COVID-19. L'investissement des acteurs est tributaire du redémarrage de l'économie. Beaucoup d'acteurs ont dû licencier des salariés du fait de la baisse de leur chiffre d'affaires.

Exemples d'entreprises ayant exprimé et/ou un intérêt pour l'offre française

**Obeikan**, machines d'emballage et de remplissage pour aliments et boissons

**Al-Humaidan** : Recherche d'automatisation des métiers dans ses différents restaurants

**Al Hoshani**: Produits d'emballage alimentaire selon les normes d'hygiène

Le géant **NADEC** cherche à construire des abattoirs pour développer sa propre marque de viande

## 5. Bilan et plan d'action

### LES CLÉS D'ACCÈS AU MARCHÉ DES IAA EN ARABIE SAOUDITE

- **Les salons** : Comme beaucoup de pays de la zone du Proche et du Moyen-Orient, les acteurs locaux apprécient d'échanger de vive voix, de rencontrer leurs interlocuteurs. Ainsi, il est indispensable d'y venir et de participer aux grands salons régionaux comme le Gulfood mais aussi locaux comme le [SAUDI HORECA](#) (du 5 au 7 septembre 2021) : Le salon annuel est devenu un lieu de rendez-vous d'affaires incontournable pour les industries de l'hôtellerie, de la restauration, des équipements et des boissons en Arabie saoudite.
- **Des partenariats sur le long terme** et une localisation de la production : le gouvernement souhaite de plus en plus localiser la production et les acteurs souhaitent développer des relations sur le long terme. En fonction du secteur, la concurrence est plus ou moins importante mais il y a des constantes notamment sur la compétitivité prix et hors prix, la recherche d'équipements de haute technologie ou encore ceux qui ont un impact positif sur l'environnement.
- Nouer un partenariat sur le long terme implique **persévérance** et **patience**. Dans tous les cas, la notion de temps en Arabie est très importante et diffère de la notion française et ce, dans les deux sens. Les Saoudiens peuvent prendre énormément de temps avant de signer un contrat (et c'est le cas de manière générale) comme ils peuvent vouloir aller très vite.
- **Vision 2030** : De manière globale, la vision 2030 est le moteur du/des changement(s) et l'ensemble des acteurs s'inscrivent dans cette trajectoire. Ainsi, une proposition française de produit doit prendre en compte / inclure cette vision stratégique. Les entreprises locales sont très réceptives quant à ces sujets car elles savent qu'elles pourront bénéficier des aides de l'Etat.
- Pendant longtemps, le voisin émirien était considéré comme une plateforme régionale pour cibler le marché saoudien. Cette réalité n'est plus d'actualité et **le gouvernement saoudien entend localiser la production et voir les entreprises sur son sol**.

“ Les machines doivent être faciles à utiliser pour les personnes sans formation et les réparations peuvent être effectuées en Arabie saoudite. ”

Directeur général d'une entreprise aquacole

“ Les acheteurs de sociétés d'équipements du monde entier peuvent se connecter avec des partenaires saoudiens à travers des expositions, trouver de nouveaux contacts et conclure des affaires. ”

#### Les salons incontournables



Lieu : Riyad KSA  
Date : Octobre  
Fréquence : annuel



Lieu : Riyad, KSA  
Date : Septembre  
Fréquence : annuel



Lieu : Djeddah, KSA  
Date : Novembre  
Fréquence : annuel



Lieu : Dubaï, UAE  
Date : Février  
Fréquence : annuel



Lieu : Paris, France  
Date : Février  
Fréquence : Octobre  
tous les 2 ans

## 5. Bilan et plan d'action

### Enseignements :

- **Des acteurs français présents mais encore loin d'avoir saisi le potentiel du marché :**
  - Le marché saoudien est le plus grand du Moyen-Orient et son potentiel est réel.
- **Les politiques du gouvernement** des 5 dernières années ont considérablement changé le paysage du Royaume et de l'Arabie saoudite. Plus de facilité d'accès au marché, réglementation clarifiée, avantages octroyés aux investisseurs (moins de taxes etc.).
- **Les exportations françaises dans le domaine des équipements pour les IAA sont irrégulières.** Par exemple, entre 2015 et 2016, elles ont augmenté de 46,3% puis ont diminué de 64,1 % entre 2016 et 2018. On note qu'elles sont principalement portées par les grands groupes français qui ont une certaine notoriété et une reconnaissance internationale.
- **Sur 1,26 Md USD d'exportations totales d'équipements IAA vers l'Arabie, la part de marché de la France** (15<sup>ème</sup> fournisseur) **n'est que de 1,6 %.**

### Conseils :

- **Être plus agressif commercialement :** La visibilité des produits français en Arabie saoudite est à développer. En effet, l'offre française doit acquérir de la notoriété.
- **Être plus flexible :** Les Saoudiens apprécient l'exclusivité, des délais de paiement peuvent être demandés et le processus de décision est parfois long (notamment pour des montants importants dans les IAA). Ainsi, il est nécessaire d'être flexible, tout en analysant la stratégie des concurrents et en gardant un filet de sécurité adéquat.
- **Comprendre la structure des entreprises saoudiennes :** Certaines entreprises saoudiennes évoluent dans divers secteurs. En effet, il existe des structures locales développant des activités à la fois dans le textile et dans l'IAA. Par ailleurs, certaines bien qu'extrêmement importantes n'ont pas de sites internet.
- **Répondre aux appels d'offres :** Dans le domaine des équipements des IAA, il convient de mener une veille active afin de répondre aux appels d'offres des entreprises. Dernièrement, un appel d'offres de l'entreprise de volaille Tanmiah a été déposé sur son site internet. Elle recherchait des solutions pour réduire son empreinte écologique et « gérer les volumes croissants de déchets et de coproduits issus de ses activités ». Des entreprises françaises ont répondu à cet appel d'offres.

PDM de marché de la France en valeur 1,6%

**“Quand vos concurrents perdent notre confiance sur un projet particulier, dès le lendemain, nous recevons un appel pour comprendre ce qui n'a pas fonctionné, procéder à des changements et discuter des projets futurs”**  
Leader dans le secteur du packaging basé à Riyad



Les concurrents de la France sont plus présents, en plus grand nombre et surtout dans pratiquement tous les segments : Equipements pour produits laitiers, pour les boissons, BVP, produits agricoles ou encore produits transformés. Les grands groupes français montrent la voie et bien que la France ait un tissu de TPE/PME moins important que la Chine ou l'Allemagne, la compréhension des enjeux et l'historique industriel de la France devrait permettre de gagner des parts de marché.

## 5. Bilan et plan d'action

Secteurs / produits	Besoins de type de machine (Liste non exhaustive)	Commentaires
<b>BOULANGERIE VIENNOISERIE ET PATISSERIE</b>	Réfrigérateur professionnel et chambre froide, chambre de fermentation, four professionnel spécial boulangerie, batteur-Mélangeur, pétrin, échelle Pâtissière, trancheuse à pain	Le marché est dominé par l'Italie, la Turquie et le Liban. La France est en 4ème position. Les sociétés saoudiennes sont friandes de machines françaises renommées pour leur qualité. Cependant les marques françaises manquent de représentants sur le territoire, qui pourraient créer une proximité avec les clients saoudien. Ce constat touche l'ensemble des secteurs cités.
<b>INDUSTRIE SUCRIÈRE</b>	Machine de remplissage et de scellage automatique, emballage automatique, moulin à sucre glace, bâton à sucre automatique, machine de fabrication de sucre en cube	L'industrie sucrière est estimée à 3,5 Mds USD et selon les prévisions, il devrait continuer à se développer. Les producteurs locaux souhaitent augmenter la production, la demande en équipements sera importante pour les prochaines années.
<b>SNACKS SALÉS</b>	Extrudeuse automatique, machine d'entrée automatique, remplisseuse électrique automatique, machines d'emballages, machine d'extrusion d'épluchage	Les entreprises européennes et américaines détiennent les parts de marché les plus importantes dans ce secteur. Le marché saoudien des snacks devrait croître à un TCAC de 12% sur la période 2020 - 2025. La demande en machine est forte et en développement
<b>BOISSONS SANS ALCOOL</b>	Machine de remplissage, emballage, dissolvant de sucre, dosage et mélangeur d'ingrédients, système de pasteurisation, carbonateur, système de stockage pour sirop	Le secteur est en plein essor, les acteurs continuent d'investir dans le matériel et les usines qui sont équipées de technologies de pointe et les besoins en machine industriel sont constants.
<b>RIZ, PATES, NOUILLES</b>	Machine de blanchiment (riz), trieur et séparateur de riz selon la taille, machine à pâtes et raviolis, séchoirs et pré-sécheurs à pâtes, convoyeurs alimentaire, ligne de production complète riz, pâtes	Secteur qui poursuit son développement, concurrence très active, cependant comme dans les exemples des différents marchés, le secteur des riz, pâtes et nouilles est ouvert aux propositions et aux nouveautés
<b>PRODUITS CARNES</b>	Paneuses, poussoirs à viande, lieuse, découpeuse, machine à couper en cubes, machine d'emballage sous vides, cutters, ligne de croquette et hamburgers	Les machines industrielles françaises sont appréciées dans le secteur de la viande cependant les machines allemandes et chinoises sont préférées pour des raisons de coût, service après vente et proximité dans la relation BTOB
<b>CONFISERIE SUCRE ET CHOCOLAT</b>	mélangeur, machine à cuisson, machine à film froid, étaleur de crème, construction de blocs, pré-extrudeur, extrudeur, laminoir, tunnel de refroidissement, empileur et tambour de concassage	Marché en plein développement dominé par les acteurs étrangers. Les groupes allemands et américains se démarquent, la concurrence est féroce mais le marché est ouvert à tout équipement innovant pouvant faire la différence.

# Chapitre 3

## Filières viande bovine et ovine

---

**Chapitre 1 : Aquaculture**

**Chapitre 2 : Industries agroalimentaires**

**Chapitre 4 : Filière volaille de chair**

**Chapitre 5 : Filière Produits gourmets**

# 1. Aperçu du marché

## TENDANCE DE LA CONSOMMATION DE VIANDE EN ARABIE SAOUDITE

- **Les Saoudiens ont une consommation de viande très élevée**, de l'ordre de **50 kg par an et par habitant**. La viande de volaille domine largement dans le régime alimentaire saoudien. La consommation de viande augmente régulièrement, entre + 2,3 % et + 2,6 % par an sur les cinq dernières années en lien avec la croissance démographique.
- Les viandes rouges traditionnellement consommées en Arabie saoudite sont essentiellement les viandes ovines, caprines et de camélidés. Les viandes bovines sont nettement moins consommées.
- **Le nombre d'abattage d'ovins est ainsi 25 fois supérieur à celui des abattages de bovins** dans le Royaume.



**50 KG** Consommation de viande par habitant et par an

### Les préférences des consommateurs saoudiens

- Selon une étude d'un cabinet de consulting menée auprès des consommateurs saoudiens, les critères d'achats majeurs de la viande par ordre d'importance sont :
1. **La « naturalité du produit »**, les consommateurs plébiscitent des produits simples avec le moins d'additifs et un faible degré de transformation.
  2. **La qualité de la viande**
  3. **La provenance et la certification Halal**. Il est primordial pour une grande partie des consommateurs de connaître et de s'assurer de la provenance de l'animal.

**Les Saoudiens apprécient particulièrement de consommer de la viande fraîche.** L'achat de viande fraîche ou l'achat d'animaux sur pieds pour les abattre sont donc privilégiés en particulier pour le mouton et l'agneau. Ces préférences sont notamment liées à des aspects culturels qui seront précisés dans la suite de cette étude.

**CONSOMMATION DE VIANDE EN VOLUME  
(EN MILLIERS DE TONNES)**



“ Pour une grande partie des consommateurs, il est primordial de connaître la provenance de la viande. Les Saoudiens veulent pouvoir demander à leur boucher d'où vient la viande, et quand est-ce que l'animal a été abattu ”  
- Extrait d'entretien

# 1. Aperçu du marché

## LA DEMANDE SAOUDIENNE POUR LES ANIMAUX VIVANTS RESTE TRÈS IMPORTANTE

### Une préférence pour l'achat d'animaux sur pieds

- **Une des spécificités du marché saoudien est l'importance des achats d'animaux vivants par les particuliers.** En effet, pour des raisons notamment culturelles et religieuses, il est d'usage d'abattre un animal pour un certain nombre d'occasions : une naissance, un mariage, l'Aïd, la réception d'invités... ainsi les particuliers achètent les animaux vivants dans des marchés souvent mitoyens des abattoirs et font abattre l'animal directement.

*“Quand tu as des invités, tu n'achètes pas de viande congelée, tu abats un animal !”*

- Extrait d'entretien

### L'impact du pèlerinage sur la demande en animaux vivants

- Dans ce pays de tradition musulmane et qui héberge les lieux saints vers lesquels les pèlerins du monde entier se dirigent, **les abattages rituels sont très nombreux.** Dans la religion musulmane il est préconisé d'abattre un mouton selon ses moyens à l'occasion de la fête religieuse de l'Aïd el Kebir. Ce sacrifice commémore la foi d'Ibrahim (Abraham) lequel a reçu un commandement divin de tuer son fils. Au dernier moment, l'enfant est substitué par un mouton qui servira d'offrande sacrificielle. Dans la tradition judéo-chrétienne, on appelle ce moment "la ligature d'Isaac".

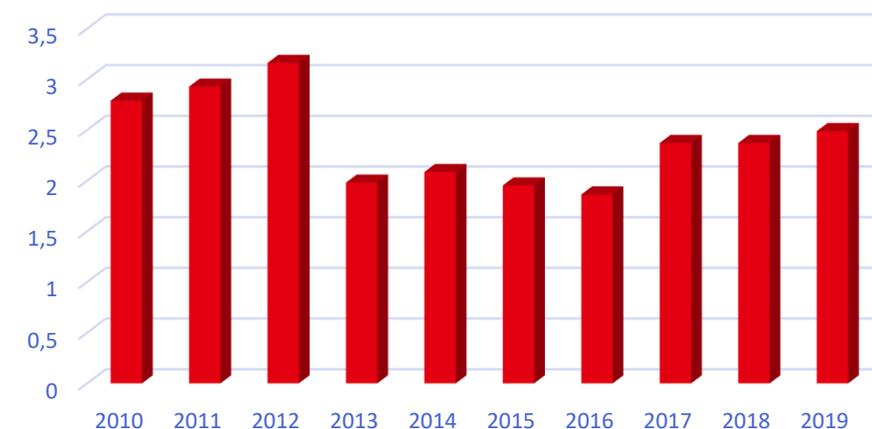
→ Cette fête marque aussi la fin de la période du *Hajj*, le pèlerinage traditionnel à la Mecque, l'un des 5 piliers de l'Islam.

- L'afflux des pèlerins venus de l'étranger à cette occasion s'ajoute à la demande des résidents saoudiens et entraîne donc un pic annuel d'achats d'ovins vivants. La viande des animaux sacrifiés est ensuite partagée ou distribuée aux œuvres de charité. En 2019, 2,48 M de fidèles se sont déplacés à la Mecque dont 1,85 M venus de l'étranger. Ce marché saisonnier est l'une des plus grandes spécificités saoudiennes.



2,48 M de pèlerins à la Mecque en 2019  
dont 1,85 M d'étrangers.

NOMBRE DE PÈLERINS AU COURS DES 10 DERNIÈRES ANNÉES\*



\*Le calendrier utilisé ici est le calendrier grégorien or les fêtes religieuses musulmanes suivent le calendrier hégirien. Ces calendriers ne se recoupant pas parfaitement, les dates données sont les équivalences les plus proches.

## 2. Production locale et transformation

### CONSOMMATION DE PRODUITS TRANSFORMÉS À BASE DE VIANDE

#### Surreprésentation des produits transformés à base de bœuf

- S'il existe une grande variété de produits transformés à base de bœuf, comme les steaks hachés pour burgers, les produits de type saucisses, boulettes de viande, les Saoudiens consomment **moins la viande ovine transformée**. En 2018, sur les produits transformés à base de viande rouge, seuls 5% (en volume) étaient des produits à base de viande ovine, 93 % étaient des produits à base de viande bovine.

→ Les pratiques de consommation des viandes bovines et ovines sont donc très différentes.

#### Les produits transformés, un débouché encore marginal

- **La viande est très majoritairement achetée fraîche**, les produits transformés ne représentent qu'une faible part des débouchés sur le marché de la viande.
- **Néanmoins**, on peut observer des tendances de fond qui conduisent à une augmentation de la consommation de produits transformés. Les produits faciles à préparer sont de plus en plus plébiscités par les ménages saoudiens notamment sous l'effet de l'entrée de plus en plus massive des femmes dans le monde du travail.

→ Ainsi, les ventes de produits transformés à base de viande ont augmenté de 25 % en valeur entre 2014 et 2019.

#### Les produits surgelés dominent largement les ventes de produits transformés

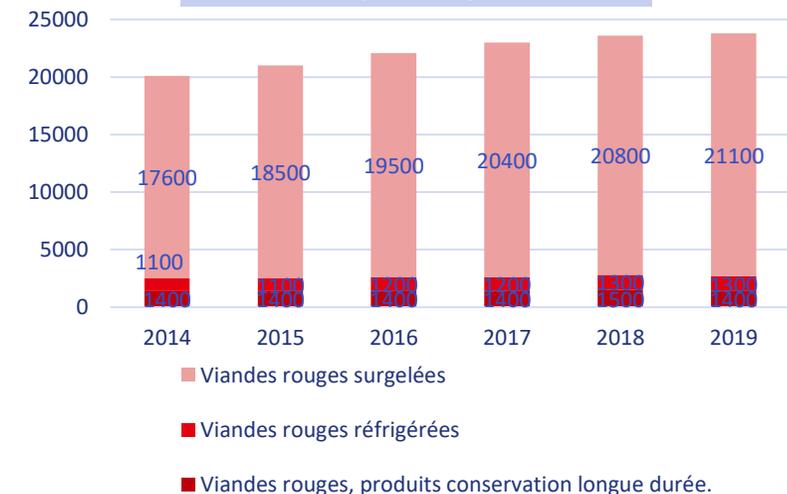
- Parmi les produits transformés à base de viande rouge, **les produits surgelés représentent 89 % des ventes en volume** et en **valeur**, les produits de consommation longue durée 6 % et les viandes réfrigérées 5 %.
- **Entre 2014 et 2019, les ventes de produits transformés ont progressé de 18 % en volume**. Cette progression est essentiellement **due** à l'augmentation de la consommation de produits surgelés et réfrigérés, les produits longue conservation ayant stagné sur la période.

→ Les produits transformés sont distribués très largement par les grandes et moyennes surfaces.

VENTES DE PRODUITS TRANSFORMÉS  
(M USD)



VENTES DE PRODUITS TRANSFORMÉS  
(TONNES)



## 2. Production locale et transformation

### TAILLE DES ÉLEVAGES BOVIN ET OVIN

L'offre locale, certes insuffisante, répond en partie à la demande locale en viande ovine et bovine. En 2018, le taux d'autosuffisance en viande était seulement de 48,6 %.



#### L'élevage bovin dominé par l'élevage laitier

L'élevage bovin est très largement dominé par l'élevage laitier. Les élevages de bovins allaitants sont quasiment inexistantes, seules des fermes d'engraissement d'animaux importés ou de veaux issus d'exploitations laitières existent. En effet, dans le cadre de la vision 2030, le gouvernement saoudien a pour objectif d'accroître le taux d'autosuffisance en viande et donc de développer la production locale de viande bovine.

De grandes entreprises comme NADEC, Al Safi – Danone, Almarai possèdent des fermes laitières de plusieurs milliers de vaches, essentiellement de race Holstein. Les veaux produits par ces élevages sont vendus localement pour leur viande. Ils constituent l'essentiel des animaux locaux destinés à la consommation de viande. Certains acteurs comme NADEC réfléchissent à développer un marché local de viandes bovines transformées.

Le cheptel bovin en Arabie saoudite en 2018 est estimé à 368 400 têtes. A titre d'exemple, la société Almarai, considérée comme la plus grande ferme laitière au monde, détient un cheptel de plus de plus de 200 000 vaches. L'entreprise NADEC en possède à peu près 83 000.



#### L'élevage ovin : les races locales plébiscitées

Les races locales *Najdi* et *Naeemi* sont les plus appréciées des saoudiens, essentiellement pour des raisons de goût et de réputation de qualité. Ces animaux élevés sur place sont souvent bien plus chers que les animaux importés de Roumanie (merinos de Palas, de transilania, tigmaie, turcana) ou d'Espagne (Roncalesa et l'Ansotana) en raison de la faiblesse de l'offre disponible.

Des fermes d'engraissement pour les ovins importés existent. Le pays est un grand importateur d'ovins vivants destinés à être engraisés et abattus sur place. Des entreprises se sont spécialisées dans l'import, l'engraissement et l'abattage.

En 2018, le cheptel saoudien s'élevait à 9,4 M d'agneaux et 17,5 M d'autres ovins (hors agneaux).

Le consommateur doit être éduqué afin qu'il puisse comprendre les différences de races/goût.

## 3. Ecosystème des filières ovine et bovine

### ABATTAGE ET TRANSFORMATION

- **Le Ministère en charge des abattoirs est le MOMRA (Ministry of Municipal Affairs).** En effet, ce sont directement les municipalités qui sont en charge de la construction et la gestion des abattoirs. L'abattage, en dehors des établissements possédant des agréments, est banni. Les municipalités sont en charge du contrôle du respect des règles d'abattage (selon la tradition islamique) et d'hygiène.
- **Les acheteurs d'animaux vivants qui font appel aux abattoirs** peuvent être des professionnels (IAA, restaurateurs, bouchers, supermarchés... ) ou des particuliers.
- **Les particuliers constituent une cible importante** en raison de pratiques culturelles et religieuses très répandues. Certains abattoirs à l'image de l'abattoir Al-Azizia à Riyad, disposent ainsi de deux sections distinctes : une dédiée aux particuliers, l'autre aux professionnels (ovine et bovine).
- La majorité des abattoirs est équipée pour l'abattage mais aussi pour la découpe des carcasses.
- Les particuliers achètent très régulièrement des animaux vivants pour les faire abattre. Les abattoirs et les marchés d'animaux vivants sont donc très liés et se situent souvent à proximité, comme c'est le cas autour de l'abattoir d'Al-Aziza où jusqu'à 50 000 bêtes peuvent être accueillies dans des parcs prévus à cet effet. Les clients apprécient de choisir l'animal qu'ils souhaitent abattre et entretiennent une relation de confiance avec les vendeurs.
- En plus des abattoirs permanents, des abattoirs mobiles sont mis en place pour absorber les demandes des saoudiens et des pèlerins durant la période de l'Aïd.

COVID-19  
Coronavirus



Pendant la crise de la COVID-19 et le confinement, la municipalité a développé une application sur smartphone pour se faire livrer directement depuis les abattoirs, afin de permettre aux habitants de Djedda de se procurer de la viande fraîche.



Marché d'ovins à Al-Aziza Riyad

Clients ayant acheté des ovins sur le marché juxtaposant l'abattoir, attendant les carcasses

### 3. Ecosystème des filières ovine et bovine

#### ABATTAGE ET TRANSFORMATION

وزارة الشؤون البلدية والقروية  
Ministry of Municipal & Rural Affairs



##### Les établissements

- En 2017 (derniers chiffres disponibles), le MOMRA recensait 364 établissements d'abattage dont 309 abattoirs et 55 points d'abattage. Les points d'abattage correspondent à la mise en place d'abattoirs temporaires dans le cadre d'une augmentation de la demande type : pèlerinage/hajj.
- Parmi les 364 abattoirs et points d'abattages, seuls 6 sont automatiques et 63 semi-automatiques. 81% des établissements pratiquent l'abattage à la main.
- Un abattoir se distingue : *the Mina Abattoir*, considéré comme le plus grand au monde. A pleine capacité, 300 000 animaux peuvent y être abattus chaque jour. L'abattage y est automatisé, jusqu'à 16 000 employés y travaillent néanmoins en saison de Hajj. Il apparaît que cet abattoir a été construit par une société italienne : [COGEMAT](#).

81 %

des établissements  
pratiquent  
l'abattage manuel

##### Les grands animaux abattus (hors volailles)

- En 2017 selon le MOMRA, les abattoirs agréés dans les différentes régions du Royaume avaient abattu environ 12,06 M d'animaux (ovins, caprins, camélidés et bovins). Parmi lesquels 7,17 M étaient des animaux locaux (59,5 %) et 4,89 M étaient importés (40,5 %).
- 33 000 abattages ont eu lieu chaque jour au cours de l'année 2017, cette moyenne cache cependant des disparités avec une activité bien plus importante au moment de l'Aïd.

##### Ovins et caprins dominent les abattages

- En Arabie saoudite, pays traditionnellement musulman, les sacrifices de moutons ou de chèvres sont des rituels majeurs pratiqués par une large partie de la population. Les ovins et caprins dominent donc largement les abattages.
- En 2017, le nombre d'ovins abattus s'élevait à 7,89 M, soit 65 % des abattages. La seconde espèce, les caprins, étaient au nombre de 3,41 M soit 28 %.
- Les camélidés arrivent en 3<sup>ème</sup> position : 446 300 animaux ont été abattus en 2017, soit 3,7 %. Viennent ensuite les bovins (308 500, soit 2,6 % des animaux abattus).

#### 12 M d'animaux abattus



65 % d'ovins



28 % de caprins



3,7 % de chameaux



2,6 % de vaches

#### NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS DANS LES PRINCIPALES PROVINCES

Riyad	68
Qassim	43
Hail	39
Assir	37
Médine	25
Jizan	21
Djedda	20

### 3. Ecosystème des filières ovine et bovine

#### LE RYTHME SOUTENU D’ABATTAGE LORS DU HAJJ

- Chaque année, à l’occasion de l’aïd, les municipalités publient des listes d’abattoirs autorisés à prendre en charge les sacrifices de l’Aïd. Certains de ces abattoirs ne réalisent habituellement pas les abattages pour les particuliers mais le font de manière exceptionnelle afin de soulager les autres structures.
- Ci-contre, une liste des abattoirs autorisés à réaliser les sacrifices de l’Aïd dans les municipalités de Djeddah et de Riyad et leur capacité d’abattage.



Source photo : [saudigazette.com.sa/article/591850](http://saudigazette.com.sa/article/591850)

- Comme vu précédemment, 81 % des établissements pratiquent l’abattage manuel. Il y a un besoin criant d’automatisation afin d’augmenter les capacités et donc absorber toute la demande.

**“ Un de nos abattoirs de Riyad a été construit par une entreprise allemande. Une fois la construction finalisée, un technicien a été envoyé pour accompagner et former nos agents. Dès que nous avons un problème, l’entreprise est joignable 24h/24h et 7j/7. Nous apprécions ce service de proximité. A l’avenir, nous aimerions construire d’autres abattoirs mais qu’ils soient cette fois-ci construits et opérés de bout en bout. ”**

- Extrait d’entretien un responsable d’abattoir de Riyad

Abattoirs des municipalités de Riyad et Djedda	Localisation	Capacité
Abattoir principal de Djedda	A l’est d’Haramain	5000 têtes/jour
Marché central des abattoirs	Sud de Djedda	5000 têtes/jour
Hiraa Al Ahly Abattoir	Rue Hira, Djedda	1500 têtes/jour
Abattoir Al Sabeel Al Ahli	Kilo 2, Djedda	1500 têtes/jour
Abattoir Al-Nuzha Al Ahli	Quartier d’Al-Nuzha neighborhood à Al Warsh	1500 têtes/jour
Abattoir automatisé	Al Mansuriyah, Al Masani, Riyad	800 têtes/heure
Abattoir d’Al Azizia	Marché de bétail d’Al-Aziziyah	800 têtes/heure
Abattoir d’Al-Saada	Quartier d’Al-Saada	500 têtes/heure
Abattoir de Riyad ouest	Marché de bétail Al Uraiija	600 têtes/heure
Abattoir du nord de Riyad	Marché de fruits et légumes du nord	400 têtes/heure
Abattoir d’Al Munsiyah	Route Sheikh Jaber Al-Sabah	300 têtes/heure
Abattoir de Marwah	Quartier d’Al Marwah	300 têtes/heure

## 3. Ecosystème des filières ovine et bovine

### SECTEUR DE TRANSFORMATION DE LA VIANDE

- Le chiffre d'affaires de l'industrie de la viande rouge\* s'élève en 2019 à 1017,4 M USD, en augmentation de 38 % par rapport à 2014.

#### La transformation traditionnelle/artisanale : les boucheries.

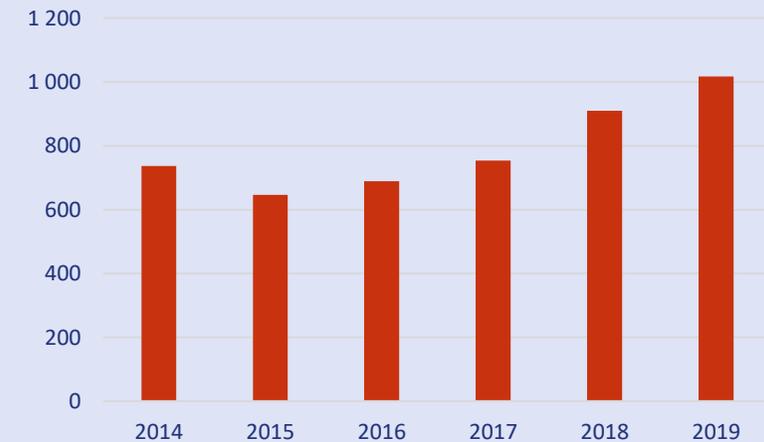
- Les boucheries traditionnelles** représentent un canal majeur de distribution de viandes. Ces acteurs sont le plus souvent des indépendants. Quelques chaînes existent néanmoins à l'image **de Laboon Food Production** qui dispose d'une dizaine de boucheries.
- Ces acteurs distribuent de la viande d'animaux abattus localement. Ils s'approvisionnent directement auprès des abattoirs. La viande est alors découpée et éventuellement transformée directement par les boucheries.
- Quelques boucheries haut de gamme côtoient les boucheries traditionnelles mais proposent des produits très différents. Elles commercialisent des viandes importées qu'elles mûrissent et transforment. C'est le cas par exemple de la boucherie *Veal Butchery Shop* : <https://vealbs.com/>



#### La transformation industrielle

- De grands acteurs locaux transforment localement de la viande locale ou importée pour en faire des produits transformés, en conserve ou surgelés. L'Arabie saoudite compte 4 acteurs majeurs : Americana, Almunajem, Sunbulah group, Halawani bro.
- Ces acteurs importent des carcasses ou des pièces désossées qu'ils transforment en produits de type steak haché, saucisses, boulettes de viandes à destination des supermarchés ou des chaînes de restauration.

CHIFFRE D'AFFAIRES DE L'INDUSTRIE DE LA VIANDE ROUGE\*  
M USD (PRIX CONSTANT 2019)



#### LES PRINCIPAUX ACTEURS



\*On entend par « Industrie de la viande rouge » toutes les activités d'abattage, de transformation et de conditionnement de viande rouge fraîche, réfrigérée et congelée.

### 3. Ecosystème des filières ovine et bovine

#### BESOINS EN ÉQUIPEMENTS POUR LES ABATTOIRS ET LA TRANSFORMATION

##### Niveau d'équipement dans les abattoirs et savoir-faire

- Le niveau d'équipement est encore faible dans les abattoirs pour les grands animaux (hors abattage de volaille). Sur 364 abattoirs recensés en 2017, seuls 6 sont automatiques et 63 semi-automatiques.
- 81 % des établissements pratiquent donc l'abattage à la main et/ou ont un niveau d'équipement faible.
- L'augmentation de la demande en raison de la croissance démographique et de la hausse du nombre de pèlerins devrait pousser les abattoirs à s'équiper pour pouvoir augmenter leur capacité d'abattage.
- Les acteurs locaux importent la majeure partie des équipements liés à leur activité. Les besoins sont essentiellement dans le domaine de la production avec les machines et les équipements (Type : rails aériens avec suspension à plafond, fente manuelle en demi-carcasse sur rails bas), le stockage (systèmes de réfrigération, chambres froides) ainsi que la distribution (camion classique et camion frigorifique, système de traçabilité, GPS, équipement de mesure de la température).
- Les acteurs locaux sont également demandeurs d'ingénierie et de savoir-faire de l'étranger, allant de la construction physique d'abattoirs (le plus grand abattoir du monde construit par les Italiens à la Mecque) à la manipulation de la viande et des co-produits qui en résultent. Dans le cadre du projet Vision 2030, l'Arabie souhaite relever les défis liés à la production, au volume et les contraintes liées aux ressources naturelles (énergies renouvelables, l'eau...). Ainsi, les acteurs font appel en masse aux fournisseurs et spécialistes étrangers. L'industrie est également vierge de tout organisme structurant le secteur.

##### Importation d'équipements pour la transformation de la viande

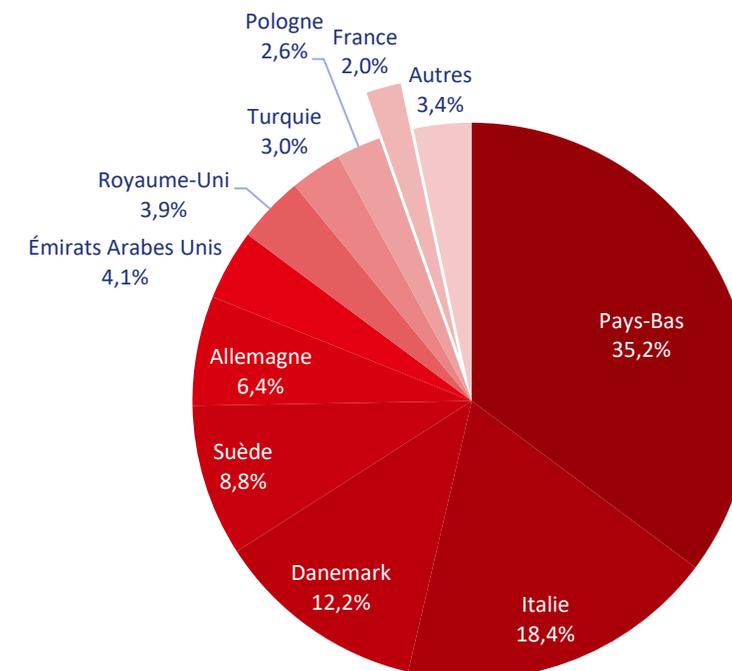
- Le Royaume a importé en 2018 des machines pour le traitement industriel de la viande pour une valeur de 10,4 M USD.
- Ces importations sont irrégulières sur les 5 dernières années. Elles s'inscrivent en légère baisse entre 2017 et 2018 (-14 %)
- Les principaux fournisseurs du pays sont des pays européens, néanmoins, la Chine dispose également d'une part de marché importante. En 2017, la Chine était le 4<sup>ème</sup> fournisseur de l'Arabie saoudite.
- Les Pays-Bas dominent assez largement le marché depuis de nombreuses années.
- En 2018, la France se positionne comme 10<sup>ème</sup> fournisseur du Royaume avec des exportations s'élevant à 210 000 USD soit 2% des exportations totales. Les exportations françaises vers l'Arabie saoudite sont stables par rapport à 2017.



**10,4 M USD**

Exportations de machines pour le traitement industriel de la viande vers l'Arabie saoudite en 2018 (SH : 843850)

##### PRINCIPAUX PAYS FOURNISSEURS



NB : la Chine n'apparaît pas comme fournisseur, n'ayant pas déclaré ses exportations vers le Royaume en 2018. En 2017, elle occupait le 4<sup>ème</sup> rang. fournisseur de l'Arabie saoudite sur ce segment.

## 3. Ecosystème des filières ovine et bovine

### BESOINS EN ÉQUIPEMENTS POUR LES ABATTOIRS ET LA TRANSFORMATION

#### Conditionnement

- Dans le domaine du conditionnement, les acteurs locaux font appel à des producteurs afin d'importer des emballages alimentaires (principalement plastiques) et des machines d'emballages manuelles et industrielles afin d'assurer la préservation et la distribution des produits. Certains acteurs comme Americana, disposent de leurs propres usines de transformation et d'emballage.

#### Exemples d'investissements dans le secteur viande

- Février 2021 : La [SALIC](#), une société anonyme détenue par le Fonds d'investissement public « a conclu un accord avec le brésilien *Minerva Foods* pour acquérir des actifs en Australie et créer une *joint venture* pour la transformation et l'exportation de viande de bœuf et les produits de l'agneau ».
- Décembre 2020 : L'entreprise pakistanaise, *The Organic Meat Company Ltd* (TOMCL) a remporté un contrat de près de 3,9 M USD pour fournir de la viande désossée congelée à l'importateur Americana.
- → Comme exprimé dans la partie IAA (Industrie Agro-Alimentaire), il est pertinent de rappeler que le gouvernement souhaite (re)localiser sa production et ainsi créer des zones industrielles nouvelles dont l'autorité [MODON](#) a la charge avec des conditions très avantageuses pour les investisseurs (mise à disposition du terrain, faibles charges, etc.).

#### Chaîne du froid et processus d'importation/exportation

- Les principaux acteurs locaux sont équipés de moyens logistiques importants et modernes. Ils disposent de l'ensemble des équipements pour acheminer la marchandise et assurer la distribution (avion, bateau, conteneur, camion et camion frigorifique).
- Les marchandises sont importées par voie aérienne ou par transport maritime pour ensuite rejoindre les dépôts via des véhicules adaptés. Nous pouvons citer en exemple la marque Al Munajem, leader dans plusieurs secteurs en Arabie qui importe 95% de sa viande rouge via des conteneurs pour des raisons liées à la durée de péremption du produit. Le groupe dispose de plus de 2000 véhicules pour acheminer et distribuer ses produits. Al Munajem a développé sa flotte de véhicules au travers d'agences locales (importation de véhicules essentiellement de marques asiatiques). Le groupe applique une stratégie similaire concernant les équipements IAA et notamment le stockage réfrigéré (systèmes de réfrigération, chambres froides..) Des agents locaux sont présents en Arabie saoudite et apportent des équipements des Pays-Bas, du Danemark et de l'Italie entre autres, pour ensuite les commercialiser sur le marché saoudien.

“ En tant qu'importateur, nous faisons face à des défis importants, le gouvernement a augmenté les droits de douanes de 5 à 20 % car il souhaite favoriser les producteurs locaux. Nous nous diversifions et sommes preneurs de nouvelles idées/innovations. ”



Machines et appareils d'abattage nouvelle génération  
Abattoir AMIRAL situé à Riyad - Arabie saoudite



Flotte de camions frigorifiques du producteur AL MUNAJEM



## 3. Ecosystème des filières ovine et bovine

### LE GROUPE AMERICANA : LEADER DE LA TRANSFORMATION DE VIANDE

The Americana Group



- **Americana est un groupe d'envergure régionale**, il est implanté dans les pays du Golfe et en Egypte. Il possède deux activités principales : la restauration et l'industrie agroalimentaire.
- **Son activité de restauration est essentiellement centrée** sur la gestion de franchises de chaînes de restauration rapide comme KFC ou Pizza Hut. Le groupe possède 1 800 restaurants.
- **Son activité de transformation agroalimentaire** est répartie dans 4 pays : les Emirats arabes unis, l'Arabie saoudite, le Koweït et l'Égypte au travers de 25 sites de production dont 4 sont destinés à la viande. Le premier fut établi en 1972 au Koweït. En Arabie saoudite, l'usine de transformation de viande a été mise en service en 2004.
- **Americana importe l'essentiel de la matière première dans ses usines.**



**Viande bovine**

- **La société importe des quartiers désossés congelés** essentiellement depuis l'Amérique du Sud, en particulier du Brésil. Elle s'approvisionne par exemple auprès de la multinationale JBS. Depuis peu, la Pologne a réussi à pénétrer le marché grâce à des prix très compétitifs.
- **Americana importe 2 500 T de viande bovine par mois.**
- Les critères d'achats sont essentiellement le prix, l'âge (viande issue d'animaux de moins de 24 mois) et les découpes. **La race n'importe pas** sauf sur le marché de niche de l'Angus où la viande est importée des Etats-Unis ou d'Australie.



**Viande ovine**

- **Americana importe 150 T de viande ovine par mois**, essentiellement d'Australie. «*Les autres origines ne sont pas compétitives en termes de prix* » (dires d'expert).

### LE GROUPE EN QUELQUES CHIFFRES

- ✓ 60 000 employés
- ✓ 25 sites de production dont 4 pour la viande
- ✓ 2 500 T de bœuf importées / mois
- ✓ 150 T de viande ovine importées / mois
- ✓ 1800 restaurants dans 13 pays
- ✓ Des produits distribués sur 20 marchés.

“**Nous importons ~2500 T de viande bovine chaque mois**”

- Extrait d'entretien



**Les produits d'Americana Meat**

“**Nous serions heureux de développer une collaboration avec les acteurs français**”

- M. Ahmed Ghanem, responsable achat du groupe Americana

## 4. Distribution des produits carnés en Arabie saoudite

### LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

#### Les Hypers/Supermarchés

- Les Hypers/Supermarchés disposent le plus souvent d'une boucherie.
- Le libre-service reste encore minoritaire pour la distribution de la viande en supermarché. Selon un acteur local, la part du libre-service est estimée à 30 %. Les saoudiens apprécient de discuter avec le boucher, de demander d'où vient l'animal, de vérifier la date d'abattage etc. Ils aiment cette relation de proximité, de tradition qualifiée de tribale.
- Ce circuit de distribution prend de l'ampleur du fait notamment de la gentrification et de l'urbanisation. De plus, culturellement, pour certaines familles saoudiennes, il est encore honteux d'acheter sa viande en supermarché quand on reçoit des invités. Les boucheries des Hypers/Supermarchés travaillent donc pour proposer des viandes ultra-fraîches avec un réseau logistique (entrepôts, flotte de camions) efficient permettant d'avoir dans les étals de la viande abattue – autant que faire se peut - le jour même. Ceci dans l'optique de répondre à la demande des consommateurs et de les fidéliser.
- Les produits transformés à base de viande, les produits surgelés représentent encore de petits rayons dans les supermarchés en comparaison à leur section boucherie.

#### Les boucheries

- Les petites boucheries indépendantes sont nombreuses. A titre d'exemple, à Riyad, elles seraient selon un professionnel du secteur, environ un millier.
- Elles disposent d'une clientèle fidèle, de quartier qui n'achète généralement pas au kilo mais à la pièce. Il s'agit, la plupart du temps, d'une clientèle différente de celle des supermarchés, qui tient à connaître la provenance des animaux qu'elle achète et à s'assurer de l'extra fraîcheur de la viande (abattage le jour même).
- Des boucheries haut de gamme se sont récemment développées et côtoient les établissements traditionnels. Ce sont des boucheries indépendantes sur un marché de niche qui proposent des viandes importées et/ou considérées comme de très grande qualité. C'est le cas par exemple de la boucherie *Chopped* →



“ Les boucheries de supermarché doivent répondre à la demande des clients pour une viande ultra fraîche, les circuits logistiques doivent donc permettre de livrer sur les étals des supermarchés des viandes issues d'animaux abattus depuis moins de 24h, ce qui nécessite un réseau d'entrepôts et une flotte de camions très efficace ”

- Extrait d'entretien

#### BOUCHERIE DE PROXIMITÉ À RIYAD



“ La clientèle saoudienne achète généralement à la pièce et non au kilo ”

- Extrait d'entretien

# 4. Distribution des produits carnés en Arabie saoudite

## LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

### HORECA

- Les acteurs du secteur HORECA s’approvisionnent en viande auprès d’importateurs, grossistes ou directement auprès des abattoirs. Il est à noter de nouvelles tendances, notamment une montée en qualité des acteurs locaux. Les tendances santé impactent directement les menus, les offres des restaurants se diversifient. Ces tendances sont en partie liées aux directives du gouvernement en lien avec les recommandations des instances spécialisées comme l’Organisation Mondiale de la Santé (OMS), à l’influence des réseaux sociaux (Facebook, Instagram). Les influenceurs deviennent des prescripteurs importants, impactant ainsi les habitudes alimentaires des saoudiens. **Par ailleurs, depuis 2019**, les restaurateurs sont dans l’obligation d’afficher sur leurs menus le nombre de calories de chaque plat. Mettre au menu des options faibles en calories devient incontournable pour répondre à la demande des clients.
- L’ouverture du pays au tourisme avec la mise en place des visas touristiques électroniques pour les ressortissants de 49 pays en 2019 doit également booster le tourisme et donc le secteur hôtelier. Le Royaume se fixe pour ambition d’attirer 100 M de touristes d’ici 2030.

“Deux tendances majeures sont relevées dans les restaurants saoudiens, d’une part une augmentation de la qualité - on mange de mieux en mieux dans les restaurants saoudiens -, d’autre part une tendance santé qui conduit les professionnels à diversifier leurs menus.”  
 - Extrait d’entretien avec un fournisseur de la restauration

### Un menu de restaurant avec affichage des calories

ALL DAY BREAKFAST	إفطار طوال اليوم
<b>HUEVOS RANCHEROS</b> TORTILLA, EGGS, RED BEANS, GUACAMOLE, SOUR CREAM, EGGS, PICO DE GALLO, MIX CHEESE (890 calories)	<b>ويغوس رانشيروس</b> تورتيلا، بيض، فاصوليا حمراء، جواكامولي، الساور كريم، بيكو دي جالو، مكس الجبن (890)
<b>EGG TACOS</b> TORTILLA, EGGS, CHEESE, SOUR CREAM & SALSA (290 calories)	<b>تاكو البيض</b> تورتيلا، بيض، الجبن، الساور كريم & الصلصة (290)
<b>QUESADILLA CHEESE</b> TORTILLA, MIX CHEESE (570 calories)	<b>كساديا الجبنة</b> تورتيلا، مكس الجبن (570)
<b>BURRITO SHAKSHUKA</b> TORTILLA, SHAKSHUKA EGGS, CHEESE & SALSA (635 calories)	<b>شكشوكة بوريتو</b> تورتيلا، شكشوكة، الجبن & الصلصة (635)

Le secteur a été l’un des plus touchés durant la crise de la COVID-19. En mars 2020, le gouvernement saoudien a ordonné la fermeture des tous les cafés, restaurants et autres magasins. Cependant, ils ont eu la possibilité de proposer des services à emporter « Take away » en « drive-through ». L’Arabie saoudite a pris certaines des mesures les plus drastiques parmi les États du Golfe en interrompant les vols internationaux ou encore en annulant le pèlerinage de la Omra et limitant celui du Hajj. L’impact a été important, atténué par l’explosion du commerce en ligne et les aides du gouvernement.

COVID-19  
Coronavirus



## 4. Distribution des produits carnés en Arabie saoudite

### LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

#### Les œuvres de charités

- **La Zakât** : L'Arabie est un pays où 99 % de la population est musulmane. Dans la tradition islamique, l'aumône (Zakât) est le troisième pilier de l'Islam après la profession de foi et la prière. Dans ce cadre, beaucoup d'œuvres de charité existent en Arabie, un ministère y est même consacré : le ministère « Human Resources and *Social Development* » ainsi qu'une « *General Authority of Zakat & Tax* ».
  - Beaucoup de banques proposent des options de dons sur leurs applications. En effet, la zakat, aumône obligatoire pour les musulmans, se calcule en fonction des revenus et du capital.
  - En supplément de la zakât, obligation religieuse pour le croyant, le don volontaire est également une pratique extrêmement courante.
  - Nous pouvons également citer le **Waqf** qui est, dans le droit et tradition islamique, une « donation faite à perpétuité par un particulier à une œuvre d'utilité publique, pieuse ou charitable ». Un segment très important au sein du Royaume géré par l'Autorité Générale des *Waqfs (General Authority for Awqaf)* qui dépend du ministère du « *Social Development* »
- Ces œuvres de charité constituent ainsi un débouché très important pour les animaux vivants et la viande qui est ensuite redistribuée aux populations les plus démunies, en Arabie saoudite et dans d'autres pays musulmans ou partenaires.

#### Zakat pour les entreprises

- La Zakat est imposée aux entreprises sur le territoire, et son calcul est important à considérer par leurs directions financières. La « valeur Zakat » d'une entreprise est calculée en ajoutant la valeur globale de tous les produits qu'ils ont en stock depuis la dernière fois que la Zakat a été payée additionnée aux actifs actuels, qui sont le montant total existant au jour du paiement Zakat + revenus accumulés, qui est de l'argent dû à l'entreprise → **2,5%** de cette somme correspond à la Zakat de l'entreprise.



Ministry of Human Resource  
and Social Development  
Kingdom of Saudi Arabia



الهيئة العامة للزكاة والدخل  
General Authority of Zakat & Tax



Crédit photo : secours.islamique.org

## 4. Distribution des produits carnés en Arabie saoudite

### LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

#### Profil d'un acteur majeur de la grande distribution : Carrefour

- Carrefour en Arabie saoudite et dans toute la région appartient à la famille émirati *Majid Al Futtaim*, qui exploite plus de 320 magasins dans la péninsule arabique. Le Royaume comprend **20 supermarchés, qui disposent tous d'un rayon boucherie.**
- **Le rayon boucherie domine largement la distribution de produits carnés** au sein des supermarchés. En viande fraîche, les sections boucheries représentent environ 70 % des volumes commercialisés, le libre-service uniquement 30 %.
- Carrefour dispose de **différents circuits d'approvisionnements** pour la viande bovine et ovine :
  - **En local, le groupe** achète environ 350 T de bœuf et 250 T de veau par an. Le bœuf provient d'animaux importés puis engraisés et abattus sur place. La viande de veau provient des grandes fermes laitières mais n'est pas achetée en direct à ces acteurs, les achats se faisant, la plupart du temps, auprès de grossistes intermédiaires.
  - **A l'import**, la viande de bœuf provient principalement de 3 pays que sont le Brésil (340 t/an), l'Australie (50 t/an) et la Nouvelle-Zélande (20 t/an). Carrefour importe également de la viande de veau des Pays-Bas.
  - Pour la viande ovine, les deux pays fournisseurs sont principalement l'Australie (30 t/an) et la Nouvelle-Zélande (25 t/an)



~ 1 000 T de viande bovine achetée par an  
dont 40 % importée



Source : [twitter.com/AddadRuh/status/998375441705721856/photo/3](https://twitter.com/AddadRuh/status/998375441705721856/photo/3)

“ *Les ménages saoudiens attachent beaucoup d'importance à l'échange avec leur boucher, ils souhaitent pouvoir se renseigner sur la provenance de la viande, sur la date d'abattage... Le rayon libre-service est donc encore largement minoritaire.* ”

- Extrait d'entretien avec le directeur des boucheries Carrefour KSA

## 4. Distribution des produits carnés en Arabie saoudite

### ACHATS D'ANIMAUX VIVANTS : PRIX ET CRITÈRES DE SÉLECTION

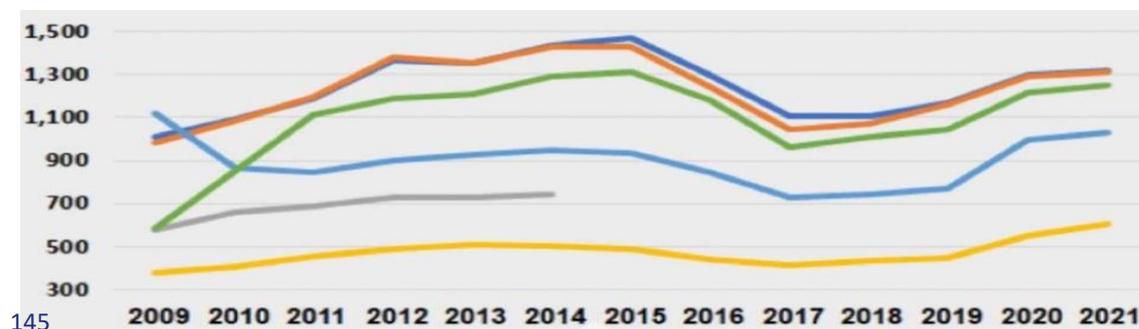
- **Les ovins sont choisis sur pied** par les consommateurs dans les marchés proches des abattoirs. Les animaux sont alors achetés entier, à l'unité.
- **Pour les ovins, la race est un critère de choix majeur. Les races locales *Najdi* et *Naeemi* sont préférées** des consommateurs saoudiens, leur prix est le plus élevé.
- **Hormis la race, les critères de choix d'un ovin vivant sont** son aspect général, sa taille, l'aspect de sa queue et de sa tête (source : entretiens avec les professionnels).
- **Les bovins sont vendus au kilo de carcasse.** La race importe peu, ce sont généralement des animaux importés puis engraisés sur place.
- **Les prix, en particulier des ovins, connaissent une augmentation saisonnière au moment de l'*Aïd el Adha*,** en raison d'une demande en forte hausse sous l'effet de l'arrivée des pèlerins pour le grand pèlerinage.

PRIX ET POIDS MOYENS DANS LES ABATTOIRS 2019*			
Race	Prix	Poids	Photo illustrative
Ovin Najdi	1500 à 2500 SAR 400 à 666 USD	Environ 60 Kg	
Ovin Naeemi	900 à 1700 SAR 240 à 453 USD	Environ 40 Kg	
Ovin Hurri	1100 à 1700 SAR 293 à 453 USD	Environ 25 Kg	
Ovin Swakini	900 à 1000 SAR 240 à 266 USD	Environ 22 Kg	
Bœuf	16 SAR / Kg 4,6 USD / Kg	Environ 250 Kg	

\*Données communiquées par un abattoir basé à Riyad

### PRIX DES MOUTONS DANS LE ROYAUME AU COURS DE LA PÉRIODE 2009-2021

OVINS HURRI OVINS SWAKINI OVINS BURBURY OVINS D'AUSTRALIE OVINS NAEEMI OVINS NAJDI



## 4. Distribution des produits carnés en Arabie saoudite

### PRIX À LA CONSOMMATION

#### Inflation sur les produits transformés carnés

- **La valeur des ventes augmente plus que les volumes.** Ainsi, les ventes de produits à base de viande rouge ont augmenté en valeur de 23 % alors qu'elles sont restées stables en volume sur les 5 dernières années.
- **L'inflation s'explique notamment par la structure du marché :** beaucoup de produits sont importés ou fabriqués sur place à partir de carcasses ou morceaux de viandes importés. L'augmentation des taxes et des droits de douane ainsi que des coûts renchérissants de l'électricité et de l'énergie en général, constituent une hausse des charges pour les fournisseurs du marché saoudien qui augmentent leurs prix. Des interdictions d'import ont par ailleurs été prononcées par le gouvernement pour certains pays comme la corne de l'Afrique, du fait de maladie comme la Fièvre de la vallée du Rift (FVR). Ces interdictions réduisent de facto le nombre de fournisseurs et contribuent à l'augmentation des prix.
- **Néanmoins, les acteurs locaux notent une réduction de l'écart de prix entre les produits importés et les produits locaux.** Un acteur de la grande distribution précise que cet écart était de 50 % il y a quelques années, contre 20% aujourd'hui.

 **15 à 16 USD**  
Prix moyen d'un kilogramme de viande de mouton ou agneau  
Source : FAO

- En juin 2020, le Royaume d'Arabie saoudite a fermé le pays aux voyageurs internationaux cherchant à participer au hajj, réduisant de 50% la demande de moutons, de chèvres et de bovins. Pour les producteurs et les commerçants pour qui cette période représentait un moment (le plus important de l'année en termes de ventes), la perte de marché laisse avec des milliers d'animaux sans marché alternatif.
- Pour l'année 2021, rien n'a encore été décidé pour l'instant. Certains importateurs saoudiens ont fait part de leur intérêt du marché français. Ils souhaitent avoir davantage de détail sur la race et surtout le prix. Les Saoudiens importent déjà de certains pays européens comme l'Espagne et ils souhaitent continuer à trouver de nouvelles sources d'approvisionnement limitant l'impact de la COVID-19 et de certaines maladies.

COVID-19  
Coronavirus



## 5. Importations

### IMPORTATIONS DE BOVINS VIVANTS

#### Des importations majoritairement en provenance des pays voisins

- **L'Arabie saoudite importe très majoritairement ses bovins vivants de la corne de l'Afrique et des pays voisins :** Djibouti, Somalie et Emirats arabes unis. En 2018, le pays a importé des bovins pour une valeur de 18,4 M USD dont 49 % en provenance de Djibouti, 37 % de Somalie et 12 % des EAU.
- **Les animaux sont principalement transportés par bateau** et entrent par les ports du royaume, notamment le port Islamique de Djeddah - premier port d'entrée des animaux vivants du pays. C'est dans ce port que les abattoirs et les négociants en bestiaux viennent s'approvisionner auprès des grands importateurs. 90 % des bovins importés du pays passent par ce port.
- **Les importateurs se soucient peu des races qu'ils importent.** Ils importent des races locales à bas prix. Hormis le prix, la résistance des animaux à la chaleur est un critère déterminant. En effet, une large partie des bovins importés est engrainée avant d'être vendue sur le marché. Selon un importateur, les animaux en provenance d'Europe, notamment d'Europe de l'Est (Roumanie), sont compétitifs en prix et résistent au climat local.

#### En 2019, le Brésil fait une entrée remarquable sur le marché saoudien des bovins

- Selon le MEWA, 11 896 bovins sont arrivés dans les ports saoudiens en 2019. Parmi ces animaux, une partie non négligeable provenait du Brésil. En effet, en 2018, l'Arabie saoudite et le Brésil ont conclu un accord permettant aux bovins brésiliens d'accéder au marché. Ainsi, les importations en provenance du Brésil étaient nulles en 2018 mais font un début remarqué en 2019 avec une valeur de 6,6 M USD.
- **Le Brésil a notamment profité d'interdictions temporaires d'importer du cheptel en provenance** du Soudan et de Djibouti pour des raisons sanitaires. En effet, des cas de fièvre de la Vallée du Rift (*Rift Valley Fever*) ont été décelés sur des animaux en provenance de ces pays, ce qui a conduit l'Arabie saoudite à bannir temporairement ces origines. Les importateurs ont donc dû se tourner vers des origines tierces malgré des prix moins compétitifs.

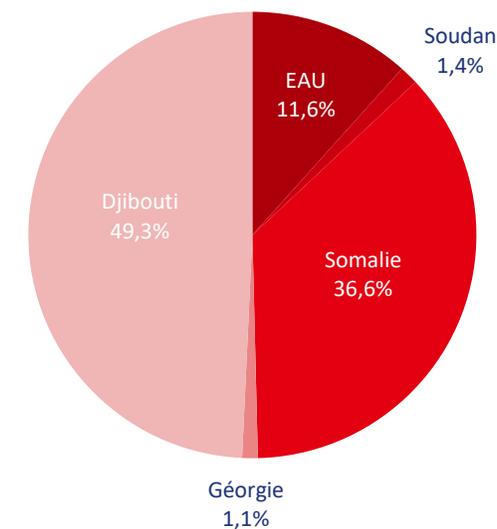


A ce jour, la France n'est pas encore autorisée à exporter des bovins vivants en Arabie. Le certificat sanitaire est encours de négociation



**18,4 M USD**

Valeur des importations de bovins vivants en 2018 de l'Arabie saoudite (SH : 0102)



**PRINCIPAUX FOURNISSEURS DE L'ARABIE SAOUDITE EN 2016  
PDM EN VALEUR**

En ce sens, l'Europe (Roumanie, Géorgie, Espagne...) est devenue une source d'approvisionnement. La France pourrait également répondre à certains besoins.

## 5. Importations

### IMPORTATIONS D'OVINS VIVANTS

Pour couvrir son déficit de production, le Royaume saoudien importe massivement des animaux vivants pour l'engraissement et l'abattage.

#### Le Soudan domine largement le marché de l'ovin vivant

- **Comme pour les bovins, les pays africains (principalement les pays de la Corne de l'Afrique) sont les principaux pourvoyeurs d'ovins vivants en Arabie saoudite.** En 2018, le Royaume a importé des ovins vivants pour une valeur de 518 M USD dont 88 % en provenance du Soudan. La Somalie, Djibouti et la Jordanie se partagent le reste du marché avec respectivement 7 %, 3 % et 2 % de PDM.
- **Seul pays européen présent sur le marché en 2018, la Roumanie** ne représente que 0,3 % de PDM. La Roumanie exporte des agneaux et des moutons de races locales (merinos de Palas, de transilania, tigraine, turcana) vers le Royaume. En 2020, des exportations d'ovins espagnols se développent également. Néanmoins, selon un importateur local, ces derniers emportent peu de succès notamment à cause de races différentes qui n'ont pas le goût des races locales *Najedi*, *Naemi* préférées des consommateurs saoudiens.
- **Selon le MEWA en 2019, les importations d'ovins vivants s'élevaient à 7 586 115 têtes.** Les ovins vivants entrent dans le Royaume saoudien majoritairement via le port Islamique de Djeddah qui a accueilli 90 % des ovins importés du pays en 2019. Le port dispose de deux postes d'amarrage dédiés aux navires bétailiers.

#### Le sacrifice de l'Aïd et le pèlerinage à la Mecque comme moteur

- L'Arabie saoudite voit chaque année un afflux de pèlerins arriver de l'étranger à l'occasion du *Hajj*. A cette occasion, les pèlerins se rendent dans les villes saintes de la Mecque et Médine. La tradition musulmane impose aux pèlerins un sacrifice lors de l'*Aïd el Kebir*. Ce sont essentiellement des ovins et caprins → **La période du pèlerinage est donc une période d'importation massive d'ovins.**

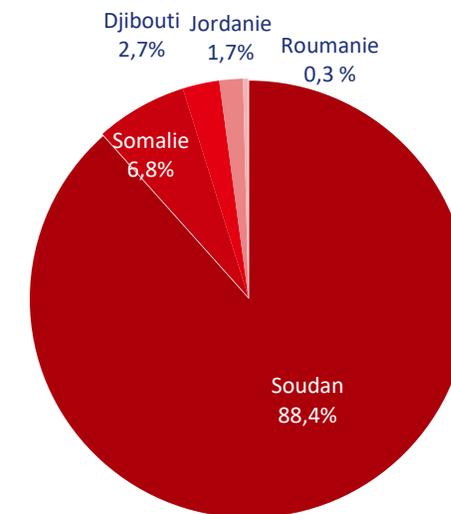
#### Une offre française méconnue des importateurs et consommateurs saoudiens

- Il n'y a pas, à l'heure actuelle, d'exportations françaises d'ovins vivants vers l'Arabie saoudite. Le certificat sanitaire permettant l'exportation a été signé en avril 2020 et permet donc aux entreprises françaises de pénétrer le marché. Néanmoins, les opérateurs saoudiens n'identifient pas la France comme fournisseur potentiel et ne connaissent pas l'offre → **Ils sont demandeurs d'informations et se disent prêts à importer des animaux d'origine française.**

# 518 M USD

Valeur des importations d'ovins vivants en 2018 de l'Arabie saoudite (SH:010410)

En 2019, selon le MEWA, les importations d'ovins vivants s'élevaient à 7 586 milliers de têtes



PRINCIPAUX FOURNISSEURS DE L'ARABIE SAOUDITE EN 2018  
PDM EN VALEUR

## 5. Importations

### PRINCIPAUX IMPORTATEURS D'ANIMAUX VIVANTS

L'importation d'animaux vivants est contrôlée par un petit nombre d'acteurs qui opèrent très majoritairement via le port islamique de Djeddah.

Les principaux importateurs d'animaux vivants sont :

- Al-Jabri Holding Group,
- Al-Khalaf,
- Mohamad Qaid Said,
- Fahd Al-Salmi,
- Islamic Development Bank



→ Exemple d'un navire bétailier

#### Al-Jabri Holding Group



- L'entreprise Al-Jabri est un importateur majeur de cheptel bovin et ovin.
- **A la saison du Hajj, la société distribue près d'un M d'ovins importés** aux abattoirs publics, cela représente près de 45 % des ovins importés sur la période.
- **Ses clients sont diversifiés** : privés, industriels, œuvres de charités, Etat, Banque Islamique de Développement.
- **Al-Jabri importe par bateau grâce à une flotte de 11 navires bétailleurs** de capacité variable mais pouvant contenir jusqu'à 100 000 têtes.
- **Al-Jabri possède 3 fermes où les animaux importés** sont engraisés pour des périodes variant de 3 semaines à 2 mois. Cela permet à la fois à l'entreprise de vendre au moment le plus opportun pour elle mais aussi d'avoir des animaux plus charnus qui correspondent à la demande du marché.
- **Al-Jabri possède également ses propres abattoirs.**

#### La Banque Islamique de Développement (BID)



- La BID est une banque de développement qui comprend 57 pays membres. Elle se donne pour mission « d'améliorer les conditions de vie des populations en favorisant le développement socio-économique dans les communautés et pays musulmans dans le monde ».
- En 1983, elle a créé le système *ADAHI* en partenariat avec certains importateurs afin de faciliter « aux pèlerins les rituels de sacrifice et d'aumône, faire des offrandes et tout autre type de charité pour ceux qui le souhaitent et enfin, procéder à la distribution de la viande sacrificielle ». En ce sens, la BID est un grand consommateur d'ovins vivants.
- La BID dispose d'un comité d'importation d'animaux vivants. L'objectif étant de gérer l'importation, l'abattage et la distribution de la viande pour le compte des nombreux pèlerins qui viennent en Arabie saoudite à l'occasion du Hajj.

## 5. Importations

### IMPORTATIONS D'ANIMAUX VIVANTS PENDANT LA PÉRIODE DU HAJJ

- En 2019, 2,48 M de pèlerins se sont déplacés à la Mecque dont 1,85 M venus de l'étranger, en augmentation 5% par rapport à 2018.

#### Détail du système ADAHI (sacrifice)



- L'Arabie saoudite, avec la Banque Islamique de développement, a mis en place un système permettant aux pèlerins d'acheter en ligne un « rite » (Udhiya, Hady, Sadaqa, Fidya...), le sacrifice de l'animal et la distribution de la viande aux œuvres de charités sont ensuite assurés par le service. La viande sacrificielle est distribuée sous forme fraîche ou congelée en Arabie saoudite, notamment aux populations démunies de la Mecque et des villes avoisinantes mais aussi dans plusieurs autres pays, membres de la BID ou partenaires.

→ Ce système, qui existe depuis 1983, s'est très largement digitalisé et permet une meilleure gestion des sacrifices rituels par les pèlerins de la Mecque. Pour plus d'informations, il est possible de consulter le site suivant : <https://www.adahi.org/fr/Pages/Home.aspx>

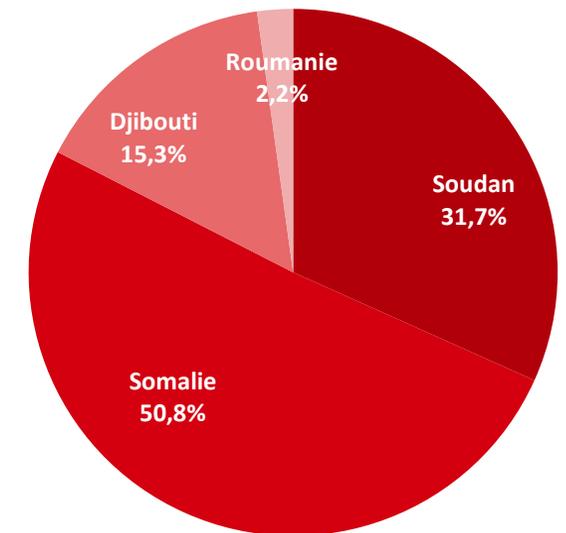
#### 2,24 M d'ovins importés durant le Hajj

- A l'occasion des célébrations religieuses en Arabie, 2,24 M d'ovins ont été importés par le Royaume dont 1,4 M soit 62,5 % directement à destination de la Mecque et donc des pèlerins.
- Les importations d'animaux vivants, pour la période du Hajj ont augmenté de 25 % entre le pèlerinage de 2018 et celui de 2019.
- En 2019, la Somalie était le 1<sup>er</sup> fournisseur du Royaume avec une part de marché de 51 % devant le Soudan (32 %) et Djibouti (15 %). La Roumanie, seul pays européen fournisseur, a fourni 2 % des ovins sur cette période.
- Les ovins les plus onéreux, préférés des consommateurs saoudiens, sont les animaux de races locales : Najdi et Naeemi. Viennent ensuite la race Hurri de Géorgie, Swakini du Soudan et Berbari d'Ethiopie.
- Les ovins en provenance de Roumanie sont des races locales (merinos de Palas, de transilania, tigraine, turcana). Les ovins en provenance d'Espagne sont essentiellement de races merinos et manchega.
- Selon les professionnels interrogés, les ovins roumains trouvent leur marché en Arabie saoudite depuis 3 ans mais les ovins espagnols n'ont pas connu le même succès. Il apparaît que le goût de la viande ne correspondrait pas aux attentes des consommateurs.



2,24 M d'ovins importés durant le Hajj en 2019

#### PROVENANCE DES OVINS VIVANTS IMPORTÉS À L'OCCASION DES CÉLÉBRATIONS RELIGIEUSES ISLAMIQUES EN 2019



# 5. Importations

## IMPORTATIONS DE CARCASSES DE VIANDE ROUGE

- La production locale ne couvre pas les besoins de l'Arabie saoudite en viande rouge (Autosuffisance de ~30%). Ce défaut de production locale est compensé par des importations d'animaux vivants mais également de carcasses, morceaux et produits transformés à base de viande.
- Les importations de viandes bovines (41 906 T) sont légèrement supérieures aux quantités de viandes ovines importées (36 355 T).
- **Les importations de viande fraîche et congelée sont essentiellement à destination des acteurs de la transformation ou des acteurs de la RHD via des grossistes.** Très peu de viande est importée puis vendue en l'état aux consommateurs finaux. La viande est le plus souvent *a minima* découpée, parfois conditionnée et souvent transformée avant d'être commercialisée auprès du consommateur final.

### Les importations de carcasses bovines et ovines

- En 2018, les carcasses de bovins et d'ovins sont majoritairement importées fraîches ou réfrigérées plutôt que congelées.



**29,8 M USD**  
Importations 2018

- **En bovins, le Pakistan est le fournisseur quasi exclusif de carcasses :** il fournit 95% des carcasses de bovins fraîches ou réfrigérées importées. Ceci s'explique en partie par la proximité du pays et donc un transit court jusqu'en Arabie saoudite (~7 jours). Le Pakistan fournit également 89 % des carcasses de bovins congelés.

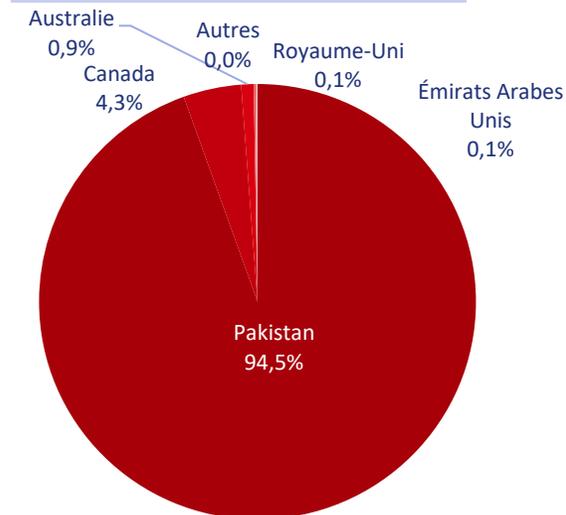


**24,5 M USD**  
Importations 2018

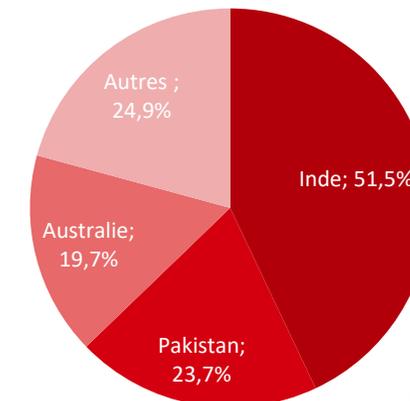
- La France n'a pas exporté de carcasses ou semi-carcasses vers l'Arabie saoudite depuis 2012 (montant des transactions très faible, de l'ordre de 400 USD).
- En ovins, les deux pôles d'exportation vers l'Arabie saoudite sont composés de l'Australie/la Nouvelle Zélande et de l'Inde/du Pakistan,
  - 92 % des carcasses d'agneaux fraîches ou réfrigérées sont importées d'Australie.
  - 65 % des carcasses d'ovins (hors agneaux), fraîches ou réfrigérées sont importées d'Inde, 29% du Pakistan.
  - 49% des carcasses d'agneaux congelés proviennent de Nouvelle-Zélande, 34% d'Australie.
  - 89 % des carcasses d'ovins congelés sont importées d'Australie.



### PAYS FOURNISSEURS DE CARCASSES BOVINES (FRAÎCHES & SURGELÉES) EN VALEUR ; 2018



### PAYS FOURNISSEURS DE CARCASSES OVINES (FRAÎCHES & SURGELÉES) EN VALEUR ; 2018



# 5. Importations

## IMPORTATIONS DES MORCEAUX NON DÉSOSSÉES

L'Australie et la Nouvelle-Zélande : fournisseurs très majoritaires sur ce segment

Les morceaux non désossés de bovins et d'ovins sont majoritairement importés congelés. L'Australie et la Nouvelle-Zélande se placent comme fournisseurs dominant sur l'ovin comme le bovin.



**12 M USD**

Importations 2018

- En morceaux non désossés de **bovins congelés**, l'Australie représente 76 % des exports vers l'Arabie saoudite, la Nouvelle-Zélande 13 %.
- L'Australie représente 57 % des exportations de morceaux non-désossés de **bovins frais ou réfrigérés** vers le Royaume, la Nouvelle-Zélande 35 %.



**108,5 M USD**

Importations 2018

- L'Australie et la Nouvelle-Zélande représentent chacune 47% des exportations de morceaux non désossés **d'ovins congelés**.
- L'Australie représente 83 % des exportations de morceaux non désossés **d'ovins frais ou réfrigérés**, la Nouvelle-Zélande 17 %.



### LES EXPORTATIONS FRANÇAISES

La France est un fournisseur minoritaire du Royaume en viande bovine. En 2018, elle a exporté vers le Royaume des morceaux non désossés de bovins frais ou réfrigérés pour une valeur de 75 034 USD et des morceaux non désossés de bovins congelés pour une valeur de 12 844 USD.

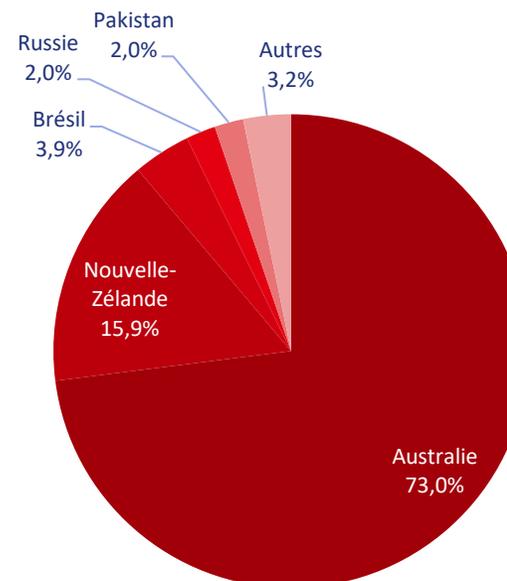


**87 878 USD**

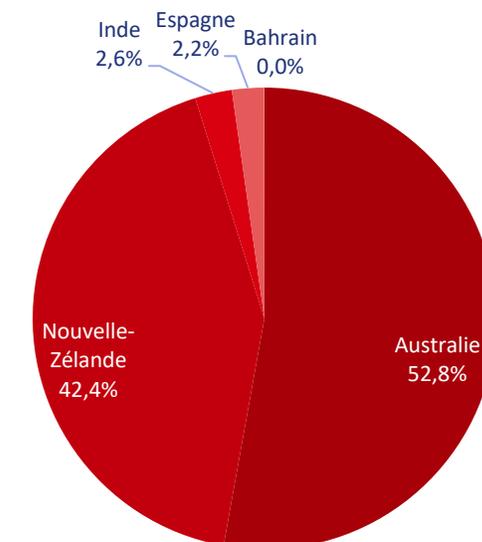
Exportations françaises de morceaux non désossés, frais et congelés vers l'Arabie saoudite



**FOURNISSEURS DE MORCEAUX DE VIANDES BOVINES NON DÉSOSSÉS (FRAIS & CONGÉLÉS) EN VALEUR 2018**



**FOURNISSEURS DE MORCEAUX DE VIANDES OVINES NON DÉSOSSÉS (FRAIS & CONGÉLÉS) EN VALEUR : 2018**



# 5. Importations

## IMPORTATIONS DE MORCEAUX DÉSOSSÉS

- Les **morceaux désossés**, tout comme les non-désossés, de bovins et d'ovins sont majoritairement importés congelés.



**347,9 M USD**  
Importations 2018

- En bovins, le Brésil, l'Inde et l'Australie se partagent le marché. Pour les **morceaux désossés frais ou réfrigérés**, les PDM sont respectivement 43 % pour le Brésil, 27 % pour l'Australie et 22 % pour l'Inde. Pour les **morceaux désossés congelés**, les PDM sont respectivement de 45 % pour le Brésil, 36 % pour l'Inde et 12 % pour l'Australie.



**20,7 M USD**  
Importations 2018

- En ovins, l'Australie se place en fournisseur incontesté du Royaume saoudien. Elle représente la totalité des importations saoudiennes de morceaux **désossés frais ou réfrigérés** et 94 % des morceaux désossés **congelés**.



### LES EXPORTATIONS FRANÇAISES

En 2018, la France a exporté vers l'Arabie saoudite des morceaux de viande bovine désossés frais ou réfrigérés pour un montant de 135 milliers d'USD (moins d'1 % de PDM). En 2019, ce montant atteignait 193 milliers d'USD.

Avant 2018, il n'y avait pas eu d'exportation vers le Royaume depuis 2010.

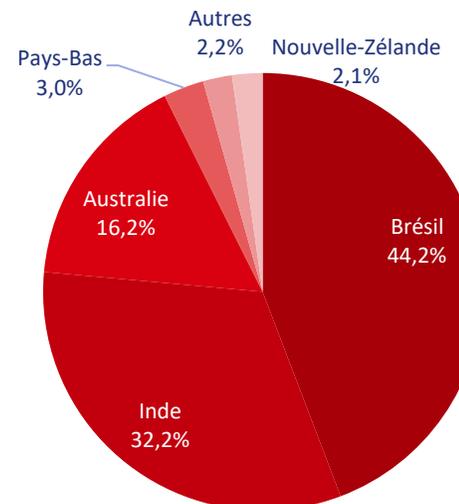
La France a exporté vers l'Arabie saoudite des morceaux de viande bovine désossés congelés en 2016 pour un montant de 128 000 USD, PDM 4,07% et en 2019 pour un montant de 130 000 d'USD PDM 4,55%. \*Il se peut que lors de l'extraction des données certains pays fournisseurs n'avaient pas encore déclaré.

**“ Pour notre activité de transformation (steaks pour burger, boulettes...) nous importons exclusivement des morceaux de bœuf désossés congelés. Au-delà du prix, le critère de choix le plus important correspond aux découpes, nous avons des demandes spécifiques sur les morceaux. En raison du prix, le Brésil est notre principal fournisseur.”**

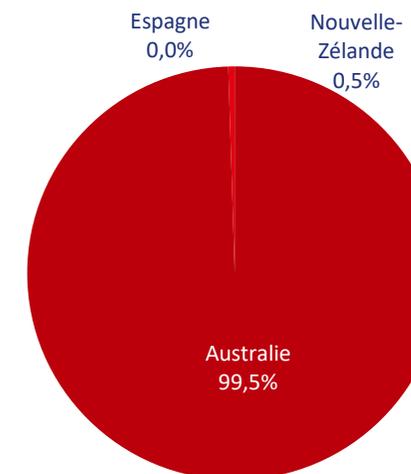
- Extrait d'entretien avec Americana



**FOURNISSEURS DE MORCEAUX DE VIANDES BOVINES DÉSOSSÉS (FRAIS & CONGÉLÉS) EN VALEUR ; 2018**



**FOURNISSEURS DE MORCEAUX DE VIANDES OVINES DÉSOSSÉS (FRAIS & CONGÉLÉS) EN VALEUR ; 2018**



## 5. Importations

### PROCÉDURES ET RÉGLEMENTATIONS

#### Une attention particulière portée aux questions sanitaires

- Le Royaume est très attentif aux questions sanitaires. Il adopte souvent le principe de précaution afin d'éviter toute épidémie.
- L'ensemble du cheptel importé doit être muni de **certificats vétérinaires approuvés par le MEWA**, attestant de l'absence de maladies infectieuses ou épidémiques. A l'occasion de l'Aïd 2019, 100 000 animaux ont été saisis par la quarantaine vétérinaire.
- Au-delà des contrôles imposés par la quarantaine vétérinaire, **le Royaume interdit les importations – de manière temporaire -** en provenance de certaines origines lorsque des cas de maladies infectieuses se déclarent dans ces zones ou que des animaux malades en provenance de ces pays sont détectés.
- **A titre d'exemple**, en 2019, les importations de bovins depuis la Somalie et Djibouti ont été interdites après des signalements de cas de fièvre de la vallée du rift dans les deux pays. Ces mesures ont des répercussions importantes sachant que ces pays sont les principaux fournisseurs du Royaume. **Les prix ont ainsi augmenté et les importateurs ont dû se tourner vers d'autres pays fournisseurs.**

→ Cette situation est une **aubaine pour les exportateurs européens particulièrement français et il convient d'en profiter.**

#### Certificats sanitaires négociés entre le France et le Royaume saoudien



##### Bovins vivants

**La France est en cours de négociation de certificats sanitaires pour l'exportation de bovins vivants en Arabie saoudite.** L'aboutissement de ces négociations est un prérequis à tout export vers le Royaume.

##### Viandes bovines

Des certificats sanitaires pour la viande bovine et les produits à base de viande sont négociés entre l'Arabie saoudite et la France **permettant ainsi aux opérateurs français d'exporter. A date, ce n'est pas possible.** Les principaux exportateurs européens étaient le Danemark et la Roumanie en 2019, l'Espagne en 2020 (11,1 M USD).



##### Ovins vivants

Depuis avril 2020, un certificat sanitaire négocié entre les autorités françaises et saoudiennes **permet aux opérateurs français d'exporter des ovins vivants sur le marché saoudien.**

##### Viandes ovines

Les exportations françaises de viandes ovines sont toujours interdites vers l'Arabie saoudite, aucun certificat sanitaire n'est négocié.

### Procédures d'importation d'animaux vivants

- **Chaque chargement doit être accompagné** du certificat sanitaire vétérinaire délivré par le pays exportateur et garanti par l'Ambassade d'Arabie saoudite ou l'ambassade d'un des pays du Conseil de Coopération du Golfe (CCG).
- **L'importateur doit obtenir un permis d'importation** a minima un mois avant l'envoi du chargement et le soumettre aux autorités de quarantaine 15 jours avant son arrivée.
- **Les animaux vivants sont soumis à une période de quarantaine** à leur arrivée en port.
- **Les animaux doivent être accompagnés de certificats sanitaires** garantissant qu'ils n'ont pas été nourris avec des protéines animales ou des hormones de croissance, qu'ils sont issus de zones et de cheptel indemnes de certaines maladies infectieuses.

### Procédures d'importation de la viande

- Les établissements (abattoirs, usines) qui souhaitent exporter vers l'Arabie saoudite doivent être enregistrés auprès de la Saudi Food & Drug Authority.
- Fin 2019, 43 établissements français ont été agréés par [la Saudi Food & Drug Authority](#)

## 6. Bilan et plan d'action

### OPPORTUNITÉS POUR L'OFFRE FRANÇAISE

#### Pour les ovins vivants :

- Le marché est ouvert depuis avril 2020 grâce à la négociation de nouveaux certificats sanitaires. La demande pendant le pèlerinage annuel est très élevée.
- L'offre française n'est pratiquement pas représentée et il convient, prenant en considération les critères d'achats des importateurs – de s'intéresser à ce marché. Les professionnels souhaitent connaître l'offre française et voir comment elle est reçue par le consommateur. Si elle est compétitive et que les clients l'apprécient, les importateurs seront désireux de trouver un débouché aux ovins français.

#### Pour la viande bovine :

- Pour les bovins vivants, le marché est en cours d'ouverture. A date, il n'est pas possible d'exporter des bovins vivants de France.
- **Pour le reste, le marché est très concurrentiel. Le marché a été ouvert pour les français en 2015 après un embargo de 15 ans. Les consommateurs se sont tournés vers d'autres viandes et il convient de rattraper son retard.** La coupe de la viande est importante ainsi que les aspects prix et qualité. Des entreprises françaises présentes sur le Gulfood ont fait remonter que les saoudiens sont de plus en plus soucieux de la race mais surtout de la traçabilité.

#### Pour la viande rouge de manière globale (ovine, bovine) :

- **Un marché porteur** : Le marché est sans contexte porteur notamment du fait de l'ouverture de l'économie au tourisme et aux investisseurs (HORECA notamment). Selon les dernières statistiques, la consommation de mouton et de bœuf continue de croître.
- **L'expérience française de vente sur internet** (en termes marketing, livraison etc.) peut également être un facteur différenciant car les ventes de viande rouge en ligne en sont à un stade très naissant mais continuent de croître en Arabie saoudite en raison de l'amélioration du système de paiement en ligne.
- **Proposition de valeur sur les conditions de stockage** : Par ailleurs, le type de stockage joue un rôle crucial sur le marché de la viande rouge en raison des volumes importants d'importations. Le marché de la viande fraîche est dominé par la viande d'agneau, qui est facilement disponible auprès des bouchers locaux. Par conséquent, des facteurs, tels que des avantages nutritionnels élevés et une disponibilité facile, stimulent le marché de la viande fraîche.
- **Diversifier ses canaux de distribution** : Comme vu précédemment, le marché de la viande rouge en Arabie saoudite peut être segmenté en HORECA, Supers/Hypermarché, détaillants d'abattoirs ou encore détaillants en ligne.

## Recommandations

#### Pour les ovins vivants :

- Faire connaître l'offre française auprès des grands acteurs saoudiens qui ne l'ont pas encore bien identifiée.
- Anticiper le calendrier des fêtes religieuses et du pèlerinage annuel afin de proposer l'offre française au moment où la demande et les prix sont les plus élevés.

#### Pour la viande de bœuf :

- Marché en cours d'ouverture pour les bovins vivants, pour la viande de bœuf c'est un marché non négligeable : il faut savoir s'adapter aux attentes en termes de découpes pour fournir les grands acheteurs de ce secteur qui ont des demandes très standardisées.

#### Tendances :

- Souhait d'avoir des durées de conservation plus importantes.
- Les entreprises investissent considérablement dans les barres protéinées à base de viande.
- Viandes organiques.

“C'est simple, nous ne connaissons pas l'offre française, ni sur la viande ovine ni sur la bovine”

- Importateur local basé à Djedda

## 6. Bilan et plan d'action

### SWOT

#### FORCES

- Un protocole de sécurité sanitaire exigeant
- Qualité reconnue notamment pour les équipements
- Différenciation des races et expertise en génétique
- Traçabilité forte
- Le goût des ovins français peut-être très apprécié par le consommateur saoudien et créer un flux d'affaires important.

#### OPPORTUNITES

- Ouverture et diversification de l'économie
- Ouverture récente du marché avec la négociation des certificats sanitaires ovins vivant
- Besoin croissant d'animaux vivants pour les pèlerins
- 70 % de la viande rouge en Arabie est importé
- Développement de la distribution en ligne, vente au détail, HORECA, augmentation de la population

#### FAIBLESSES

- Le prix : Comme il y a une concurrence extrêmement importante, des acteurs régionaux (donc de proximité) et internationaux, le prix est une composante primordiale de la négociation.
- Faible sensibilisation des saoudiens aux races de viande bovine et le manque de connaissance des races ovines françaises
- Les certificats sanitaires en cours de négociation pour les bovins vivants. Pour la viande de bœuf – ouvert depuis 2015 – pour les français, il convient de reconquérir le marché ou se faire connaître.
- Manque de suivi et service après-vente.

#### MENACES

- Concurrence d'Europe de l'Est, polonaise pour la viande de bœuf, roumaine pour les ovins et de plus en plus asiatique.
- Les contraintes économiques et les restrictions notamment réglementaires et sanitaires (Certification, COVID-19, soupçons de maladies) imposées par l'Arabie saoudite
- Inflation des prix (une tonne de viande est passée de 6 050 à 6 100 USD) durant la crise sanitaire + embargo sur certains pays.

# Chapitre 4

## Filière volaille de chair

---

**Chapitre 1 : Aquaculture**

**Chapitre 2 : Industries agroalimentaires**

**Chapitre 3 : Filière viande ovine et bovine**

**Chapitre 5 : Filière Produits gourmets**

# 1. Aperçu du marché

## Taille du marché saoudien de produits avicoles

- **Les Saoudiens ont une consommation importante de produits avicoles par habitant.** En 2020, elle est estimée à 40 kg /habitant. En effet, la viande de volaille domine largement dans le régime alimentaire saoudien.
- **En 2020, la consommation totale de viande de poulet en Arabie** est estimée à **1,48 MT. Elle continue d'augmenter** en raison de la croissance démographique (augmentation d'env. 2%/an), de la fermeture des frontières liée à la COVID-19 (augmentation de la consommation locale), du fait que la viande de volaille est moins chère que le bœuf et l'agneau. Le consommateur saoudien préfère la viande de volaille d'apparence blanche (considérée comme étant de haute qualité).
- **Par ailleurs, les estimations de consommation pour 2021 (+7%)** et les années à venir sont très favorables. En plus des éléments évoqués plus haut, nous pouvons ajouter la réouverture des frontières (prévue pour mai 2021), la reprise du tourisme (visas touristes + religieux) qui vont stimuler le secteur de la restauration, hôtellerie, café ou encore de la grande distribution. Cette dynamique nouvelle devrait avoir pour conséquence d'augmenter la demande en viande de volaille.
- **Menace** : Les Saoudiens tendent à consommer de plus en plus de poissons, au détriment de la viande. Néanmoins, l'augmentation de la TVA de 5 à 15%, couplée à l'augmentation du prix du pétrole et à la baisse de certaines subventions étatiques, a impacté le pouvoir d'achat des ménages. **La demande en viande de volaille devrait donc rester à un niveau élevé pour 2021**, étant meilleur marché que le poisson.

### Autosuffisance et dépendance

- Le pays est **autosuffisant** en production d'oeufs :
  - **Production** = 15 M œufs / jour. **Autosuffisance** : 125 %
- Le pays reste **dépendant** des importations de la viande de poulet :
  - **Production** = 800 000 T / an. **Autosuffisance** = 60%

### A noter :

- **Il existe un élevage traditionnel de volailles** à petite échelle dans les régions en développement, se concentrant sur l'autoconsommation.
- Ce type d'élevage joue un rôle important dans le maintien des moyens de subsistance en créant des emplois et en approvisionnant les zones rurales en produits avicoles.



Catégorie	Production en M / jour	Autosuffisance (%)
Œuf	15	125



Catégorie	2019 - Production en milliers de Tonnes	Autosuffisance (%)
Poulets	800	60

# 1. Aperçu du marché

## Evolution des habitudes de consommation

- **Les derniers chiffres indiquent que 80% de la viande commercialisée en Arabie saoudite est réfrigérée.** Une partie des producteurs de volaille ont délaissé la production de viandes congelées au détriment des produits réfrigérés pour augmenter leurs marges, notamment grâce à l'économie faite sur les frais de congélation et d'entreposage frigorifique.
- **Le consommateur saoudien fait de plus en plus attention à la qualité du produit qu'il consomme.** Il n'est plus réticent à payer jusqu'à 50 % de plus pour du poulet local – frais ou réfrigéré – plutôt que congelé importé. Le degré de confiance en la production locale est élevé, notamment du fait des questions liées à l'abattage rituel.
- **Question du halal :** aucun produit ne peut entrer sur le territoire saoudien s'il n'a pas la certification halal justifiant l'abattage selon le rituel islamique comme précisé sur l'étiquette de l'image ci-après : « *Slaughtered and processed in accordance with Islamic sharia principles* » = « Abattu et transformé conformément aux principes de la charia islamique ».
- **Le consommateur saoudien préfère une volaille de taille moyenne** (entre 900 g et 1,1 kg) qu'il considère plus tendre à une volaille de plus gros calibre (1,2 à 1,5 kg). Voir image ci-contre.
- **Les professionnels du secteur notamment du secteur de l'HORECA,** optent eux pour un poulet de taille moyenne (qu'ils découpent ensuite). Cette dimension leur permet de proposer aux clients un poulet en moitié ou en quart mais également de proposer un produit plus léger donc plus rentable.
- **La viande de poulet préférée des professionnels provient du Brésil.** En effet, le poulet brésilien correspond aux critères recherchés en termes de taille, de poids ou encore de rapport qualité/prix.
- **Spécificité :** En Arabie saoudite, pour pouvoir livrer/distribuer les institutions gouvernementales - ou des structures dirigées par celles-ci – comme les ministères, camps militaires, hôpitaux ou encore universités, il est imposé aux entreprises d'avoir un contenu à 70% local.
- **A noter :** Le gouvernement souhaite inciter les consommateurs à avoir un équilibre dans leur alimentation entre la viande blanche, rouge ou encore les produits d'origine aquacole.



Photo: dinde congelée de l'entreprise ARASCO Foods



Les très populaires poulets français Doux (congelés) vendus en Arabie depuis des décennies. Le saoudien AlMunajem a racheté le site de production de Châteaulin destiné à l'exportation



+80% de la viande de volaille locale est vendue réfrigérée



Etiquette d'un poulet réfrigéré de la marque AlYoum (Almarai) - 900 g - vendu chez Carrefour au prix de 18,25 Sar ~4,8 USD. Lien : [ICI](#)

## 2. Production avicole en Arabie saoudite

### Production locale

- La quasi-totalité de la volaille produite en Arabie saoudite est de la viande de poulet à l'exception de 1 500 T de viande de caille produite par Astra Farms à Tabuk.
- En 2020, la production totale de viande de poulet en Arabie a été de ~900 000 T
- La production industrielle et commerciale est très importante et croissante (3,5 M d'oiseaux/jour). Elle est essentiellement répartie entre 10 acteurs dont les 3 plus grands (AlWatania Poultry, Fakieh et Almarai) représentent 80% du marché. Ces grands industriels ont une production intégrée verticalement. Le nombre d'incubateurs ainsi que leur niveau d'équipement et de savoir-faire (vétérinaire, structures, etc.) ont fortement augmenté et devrait continuer de croître.
- Selon le MEWA, entre 2016 et 2019, la production a augmenté de +30,7% passant de 612 000 à 800 000 T. Les projets d'expansion dans des fermes existantes et la création de nouvelles fermes devraient augmenter la production de viande de poulet à 950 000 T d'ici la fin de 2021. Cf. graphique ci-après.
- Coût de production : estimé entre 1,6 et 1,9 USD / kg poids paré.
- Souhait de développer une production locale plus importante de sorte à arriver à une autosuffisance de 100 % à l'horizon 2030.
  - Réforme du secteur : Facilitation d'accès au crédit, octroi de terres de la part du gouvernement, arrêt des subventions sur certains produits importés, accompagnement technique des producteurs, etc.
- Les producteurs / distributeurs indiquent que le marché saoudien de la viande de volaille connaît un pic de consommation en hiver et pendant la période du Hajj et de l'Omra et les fêtes religieuses (Aïd).
- A noter : L'Arabie s'oriente de plus en plus vers l'élevage biologique. En 2018, plus de 1 400 projets de conversion d'élevages vers le biologique ont vu le jour dans le secteur de la volaille.

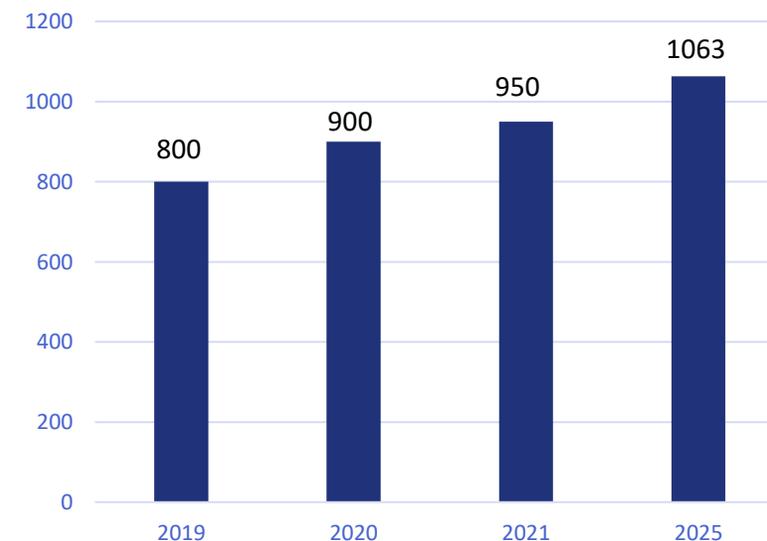


80% de la production locale



En 2020, la production totale de viande de poulet en Arabie a été de ~900 000 T

PRODUCTION ET ESTIMATION DE VOLAILLE EN ARABIE SAOUDITE ENTRE 2019 et 2025 (EN MILLIERS DE TONNES)



## 2. Production avicole en Arabie saoudite

### Exemples de projets dans le secteur avicole en 2018

#### Projets de production avicole:

Type de projet	Nombre de projets	Capacité de production	Unité
Poulet (en batterie)	118	418 300 587	Volailles/an
Viande de poulet (en batterie) avec abattoir robotisé	17	122 142 852	Volailles/an
Abattoir robotisé de volaille	10	10 000	Volailles/heure
Caille	1	32 850 000	Volailles/an
Poule pondeuse	27	3 645 000 000	Œufs/an

Répartition des fermes de volailles saoudiennes par provinces		Nombre de poulets en M
Al-Qassim	34 %	259,4
La Mecque	15 %	115,3
Riyad	14 %	110,4
Aseer	13 %	97,7
Hail	12 %	90,2
Provinces Est	5 %	38,2
Autres	7 %	53,5
<b>Total</b>	<b>100 %</b>	<b>764,7</b>

#### Le ministère délivre 2 types de licences de production de poulets :

1. Licence d'exploitation: capacité de production de +482 M de poulets
2. Permis de construire: 80 nouvelles exploitations et une capacité de production de +220 M oiseaux

#### Les coûts de production restent relativement élevés :

- **Contrôle des températures dans les poulaillers dans des conditions météorologiques très chaudes ;**
- **Forte dépendance aux importations** : Aliments ; Vaccins ; équipements.

**Afin de réduire les coûts**, le gouvernement octroie des subventions directes aux producteurs ainsi que des prêts sans intérêts et des réductions sur l'achat d'équipements (des précisions sont apportées dans la slide suivante).

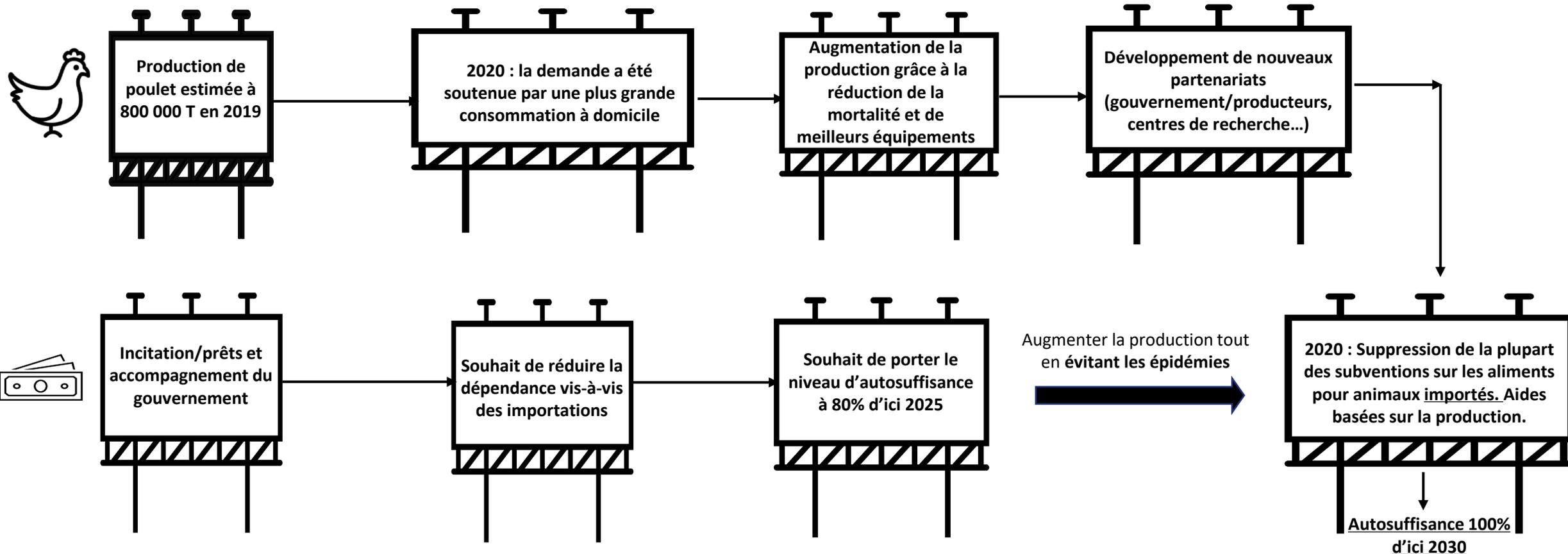


En moyenne, l'alimentation représente ~70% des coûts de production de poulet

Les élevages de volailles en Arabie sont situés dans 12 provinces, mais 93 % de la production provient de 6 provinces.

## 2. Production avicole en Arabie saoudite

### PROCESSUS D'AUTOSUFFISANCE DE LA FILIÈRE AVICOLE SAOUDIENNE



# 3. Importations

## Viandes de volaille - Code SH : 0207\*

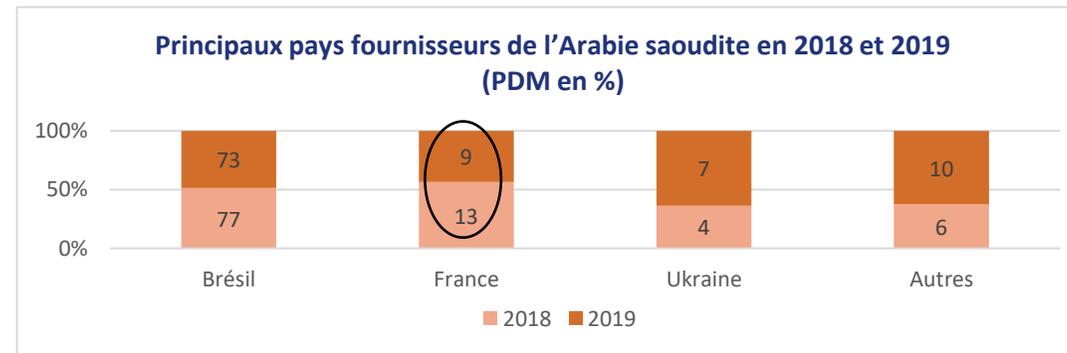
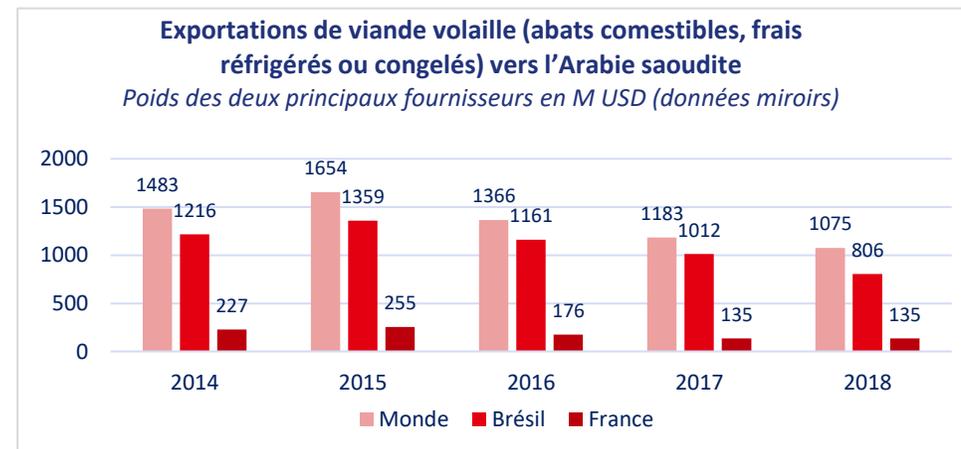
- **L'Arabie saoudite est le cinquième importateur mondial de viande de volaille.** La majorité des importations de produits à base de volaille proviennent du Brésil (captant une part de plus de 75% des importations totales), suivi par la France et l'Ukraine.
- En 2019, le **Brésil** a exporté pour près de 469 765 T de viande de volaille en Arabie, en diminution de 8,4% par rapport à 2018. **La France est le 2<sup>ème</sup> pays fournisseur.** En 2019, elle a exporté pour 66 382 T en Arabie (en baisse de 25% par rapport à 2018). En valeur, la France a exporté pour près de 100 M USD en 2019 **soit une part de marché de près de 9%.**
- Le partenariat avec le saoudien Almunajem est la principale force de la viande de volaille française car il draine d'autres acteurs qui bénéficient de cette relation stratégique et privilégiée. Le principal point faible est lié à l'agressivité des concurrents, notamment brésiliens, qui suivent les recommandations du gouvernement en investissant massivement avec la création d'usines sur place. Ils se prémunissent ainsi de l'augmentation des taxes à l'import.
- **S'agissant de la viande de volaille congelée,** la France se place 2<sup>ème</sup> au niveau monde et 1<sup>er</sup> au niveau européen, suivie par l'Ukraine. La France a exporté pour 134,4 M USD vers l'Arabie saoudite en 2019.
- **L'Arabie saoudite a donc une demande importante de viande de volaille et dépend des importations** pour satisfaire sa demande interne. Dans ce cadre, le pays a conclu plusieurs accords commerciaux avec les principaux pays producteurs (Ex : Brésil).

**1,07 Md USD**

Valeur des exportations de viandes volaille congelées vers le Royaume en 2018

**2**

La France a exporté près de 134,4 M USD de viandes de volaille congelées vers l'Arabie saoudite en 2018 (13% de PDM)



Les experts estiment, du fait de la crise de la COVID-19, que les **importations ainsi que les exportations** de viande de poulet **devraient baisser au premier trimestre 2021**. En effet, tout le secteur de l'HORECA avait été touché par les fermetures durant la pandémie a fortiori quand le confinement avait été prononcé lors du début 2020. A l'inverse, des **importations plus élevées sont attendues au second semestre 2021** en raison de la levée de la plupart des restrictions relatives au COVID-19.



### 3. Importations

#### EVOLUTION DES IMPORTATIONS ET POSITIONNEMENT DE LA FRANCE

**Focus viandes de volaille fraîches** - Codes SH : 020711, 020713, 020724, 020726, 020741, 020744, 020751, 020754\*

\*Il se peut que lors de l'extraction des données certains pays fournisseurs n'aient pas encore déclaré.

**1,9 M USD**

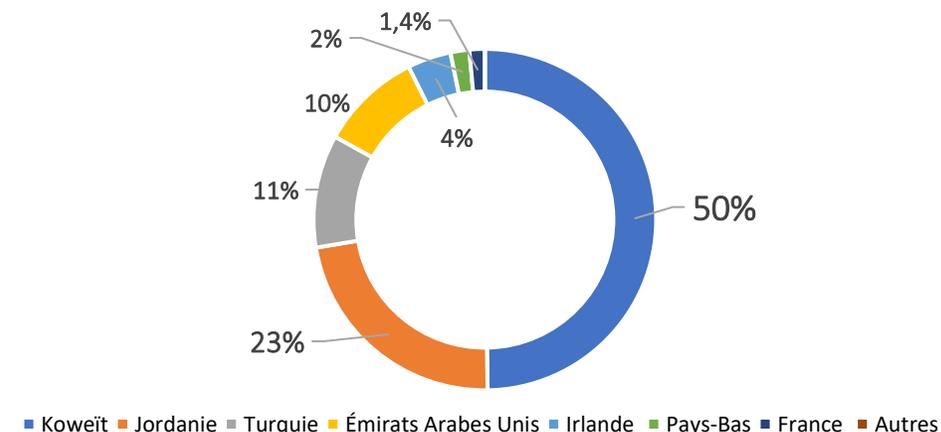
Valeur des exportations de viandes de volaille fraîches en 2018

**7<sup>ème</sup> fournisseur**

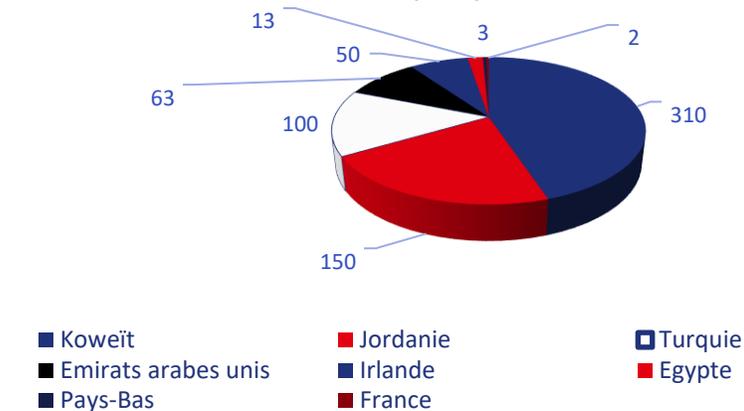
La France a exporté près de 28,3 K USD de viandes de volaille fraîches en 2018. PDM : 1,4%

- **Le Koweït et la Jordanie fournissent près de 73% de la viande de volaille fraîche** de l'Arabie saoudite.
- **Pour l'année 2018, la France est le 7<sup>ème</sup> pays fournisseur et le 3<sup>ème</sup> européen derrière respectivement l'Irlande (5<sup>ème</sup>) et les Pays-Bas (6<sup>ème</sup>).**
- **Les exportations** françaises ont atteint 28,3 K USD soit une part de marché de 1,4%. L'Irlande exporte vers l'Arabie 82 K USD (PDM de 4%) et les Pays-Bas exportent 36 K USD (PDM de 2%).
- **En termes de quantités**, les exportations vers l'Arabie saoudite ont atteint 691 T. Le Koweït en a exporté 310 T, la Jordanie 150 T, la Turquie 100 T, les Emirats Arabes Unis 63 T et l'Irlande 50 T. La France n'a exporté que 2 T (Cf. diagramme ci-après).
- **A noter** : Le Royaume est lui-même exportateur : en 2018, 68,9 M USD - principalement vers les pays limitrophes. Les EAU et le Bahreïn importent +98% de viande de volaille fraîche saoudienne.

PRINCIPAUX PAYS FOURNISSEURS DE L'ARABIE SAOUDITE EN 2018 (PDM en valeur – données miroirs)



2018 - QUANTITÉ DE VIANDES VOLAILLE FRAÎCHES IMPORTÉES (EN T)



### 3. Importations

#### EVOLUTION DES IMPORTATIONS ET POSITIONNEMENT DE LA FRANCE

##### Focus volaille vivante Codes SH : 0105\*

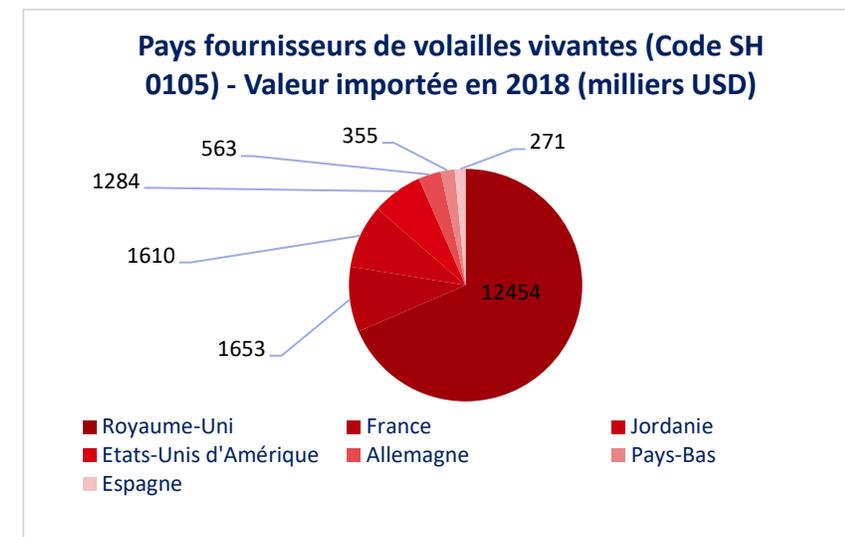
\*Il se peut que lors de l'extraction des données, certains pays fournisseurs n'aient pas encore déclaré

- En 2018, les exportations de **volailles vivantes** ont représenté **18,6 M USD**. Il s'agit quasiment exclusivement de poussins d'un poids inférieur à 185 g.
- Le Royaume-Uni domine largement avec 12,4 M USD (66,7% PDM) suivi de la France avec 1,65 M USD (8,8% PDM), la Jordanie avec 1,61 M USD (8,6% PDM) et les Etats-Unis avec 1,2 M USD (6,8% PDM). **A eux 4, ils assurent +90% des exportations totales de volailles vivantes vers l'Arabie saoudite.**
- **La France est le pays fournisseur qui a connu la progression en valeur la plus importante entre 2015 et 2019, de l'ordre de 25%.** A l'inverse, les Pays-Bas ont connu la baisse la plus importante (-39% en valeur) sur la même période.
- **La France est nouvelle sur ce marché.** En 2017, aucune exportation n'a été enregistrée. En 2016, seulement 65 000 USD ont été enregistrés. A l'inverse, les britanniques ont exporté pour plus de 12,9 M USD en 2017. La relation britanno-saoudienne sur ce segment est ancienne. **Il semble également que la France exporte essentiellement des poussins d'un poids supérieur à 185 g quand les anglais sont sur les deux segments mais avec une dominante nette pour les poussins de -185g.**
- A noter : Une partie des importations est réexportée, essentiellement vers les pays limitrophes : Qatar, Bahreïn, Jordanie, le Koweït ou encore les Emirats Arabes Unis.

**2<sup>ème</sup>**  
La France a exporté près de 1,65 M USD en 2018 (8,8% de PDM)

**18,6 Mds USD**  
Valeur des exportations en 2018

\*Coqs, poules, canards, oies, dindons, dindes et pintades



##### Importations de poussins en 2018

Pays	Quantité (En T)
Royaume-Uni	103
Jordanie	99
Koweït	24
<b>France</b>	15
EAU	8

# 3. Importations

## EVOLUTION DES IMPORTATIONS D'ÉQUIPEMENTS

**Focus équipements** - Codes SH : 843850, 84361000, 84362129, 84368090, 84369100\*

\*Il se peut que lors de l'extraction des données, certains pays fournisseurs n'aient pas encore déclaré

**38,3 M USD**

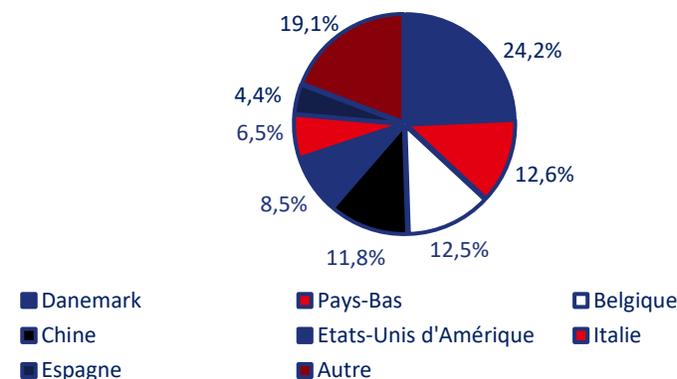
Valeur des exportations d'équipements et process en 2018

**15<sup>ème</sup>**

La France a exporté 456 000 USD vers l'Arabie saoudite en 2018 (1,1% de PDM)

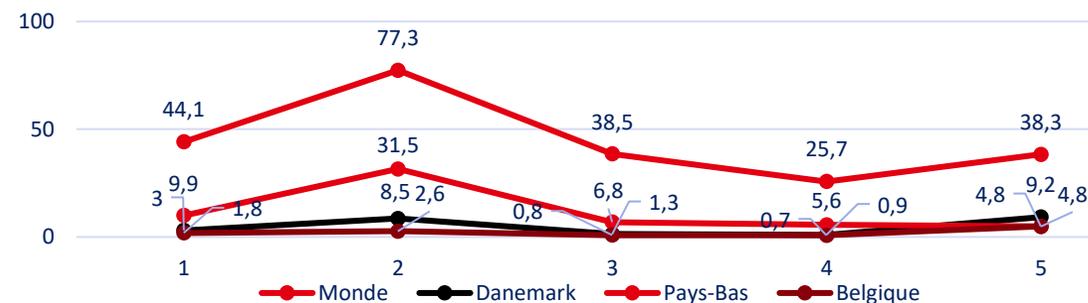
- Le Danemark est le premier fournisseur du Royaume avec une part de marché en valeur de 24,2% correspondant à 9,2 Mio USD. Les Pays-Bas et la Belgique arrivent en deuxième position.
- La France, quant à elle, a exporté en 2018 près de 456 000 USD en valeur d'équipements de volaille, ce qui la place en 15<sup>ème</sup> position avec une part de marché de 1,1%. Elle est la 9<sup>ème</sup> nation européenne à exporter des équipements et process en Arabie saoudite (pré-Brexit).
- A noter : la France n'est pas suffisamment identifiée par les acteurs saoudiens comme fournisseur d'équipements avicoles. Un travail de renforcement de la notoriété de la France pourrait être mené par les filières concernées.
- Le marché saoudien présente des opportunités intéressantes pour les sociétés françaises. Il s'agira pour la France d'aller identifier ces opportunités sur place, les acteurs locaux ne pensant pas à aller sonder la France pour ce type de matériel.

Principaux pays fournisseurs de l'Arabie saoudite en 2018 (PDM en %)



Exportations vers l'Arabie saoudite

Poids des 3 principaux pays fournisseurs (en Mio USD)



“ Nous n'avons pas identifié la France comme étant un fournisseur important d'équipements avicoles. Nos besoins sont clairement identifiés afin d'arriver à une autosuffisance de 100% d'ici 2030. Les Danois nous sollicitent régulièrement tout comme les Néerlandais ou les Belges mais les Français sont plutôt absents. Les Français, de manière générale, sont dans une démarche de signer un contrat et c'est suffisant. Les concurrents sont dans une démarche différente qui s'inscrit sur le long terme. ”

Producteur local de volaille basé à Riyad

## 4. Politique gouvernementale en matière d'aviculture

### Priorité du gouvernement

- La priorité du gouvernement est d'atteindre les objectifs stratégiques du Royaume en matière de sécurité alimentaire. Sur le segment de la viande de poulet, il souhaite atteindre un niveau d'autosuffisance de 100% à l'horizon 2030 (rappel : 60% en 2020). Les spécialistes interrogés précisent que l'atteinte de cet objectif ambitieux va nécessiter des investissements conséquents qui vont permettre d'accroître la capacité de production, avec, par exemple, la création d'un système de biosécurité unifié permettant de diminuer le taux de mortalité des volailles au sein des élevages.

### Aides et soutiens du gouvernement

- Le Royaume encourage la création de nouveaux élevages de poulets et l'expansion de ceux existant en subventionnant l'alimentation animale et en octroyant des prêts sans intérêts et des remises sur l'achat de certains équipements avicoles.
- Le Ministère de l'Environnement, de l'Eau et de l'Agriculture subventionne plus d'une trentaine d'ingrédients alimentaires, tels que le maïs jaune, la farine de soja, les drêches de distillerie séchées avec des solubles (*Dried Distillers Grains with Solubles, DDGS*), le gluten de maïs (CGF) ou encore le sorgho. Les taux de subvention à l'importation sont calculés en fonction des niveaux d'énergies et de protéines de chaque ingrédient alimentaire.
- Le MEWA joue également le rôle de prescripteur et formule des recommandations en mettant en place des ateliers visant à faciliter et accélérer les procédures d'obtention des licences et autorisations de projets avicoles. Il dispense également des services vétérinaires et formations (lutte contre les épidémies – grippe aviaire (H5N8, H9N2), bronchite infectieuse aviaire – etc.). Le taux de mortalité, en Arabie, est estimé à moins de 8%.



وزارة البيئة والمياه والزراعة  
Ministry of Environment, Water & Agriculture



Abdullah ABALKHAIL  
Porte-parole du MEWA

“Le fonds appelle les petites et moyennes entreprises à demander des prêts de fonctionnement pour soutenir leur production.”

صندوق التنمية الزراعية  
Agricultural Development Fund  
المملكة العربية السعودية



- Le fonds de développement agricole (*Agricultural Development Fund - ADF*) en soutien des producteurs pendant l'épidémie : Dès le début de la COVID-19, le fonds a annoncé un plan d'action de 533 M USD pour soutenir la sécurité alimentaire et la production locale. En avril 2020, il avait déjà fourni 48 M USD en soutien direct aux petits propriétaires de bétail, aux producteurs aquacoles et aux producteurs de volaille. En octobre 2020, le fonds a approuvé l'accord de prêts et de facilités de crédit d'une valeur de plus de 820 Mds de SR (221 M USD) dans le but de renforcer le secteur agricole du Royaume grâce à divers programmes notamment dans le secteur avicole.
- Le MEWA incite fortement les entreprises à « bénéficier des initiatives et mesures prises afin de répondre à la crise sanitaire et aux objectifs de sécurité alimentaire du Royaume ».

COVID-19  
Coronavirus



## 4. Politique gouvernementale en matière d'aviculture

### Investissements publics

- Le gouvernement soutient le secteur de la volaille au travers des subventions mais également grâce à **l'allégement des procédures administratives**. Au-delà de cet accompagnement – indispensable - le gouvernement saoudien investit massivement pour trouver des solutions innovantes afin de répondre aux défis régionaux de la production de volaille avec une demande toujours plus croissante. **Sur le plan financier**, c'est le Fonds de Développement Agricole (FDA) – basé à Riyad - qui est le bras armé de gouvernement. Il fournit jusqu'à 70% du capital pour les nouvelles fermes avicoles.
- Ainsi, cette politique vise à soutenir le développement du secteur, améliorer son efficacité de production en utilisant les technologies les plus avancées et contribuer aux objectifs de sécurité alimentaire du Royaume.**
- En 2018, le **MEWA a octroyé 194 nouvelles licences d'investissement** dans le secteur avicole pour une **valeur d'investissement de 4,7 Mds USD**. Le taux de croissance du nombre de licences d'investissement dans le secteur a augmenté de 35% entre 2017 et 2018.
- Plus spécifiquement**, en octroyant plus de licences, le **MEWA** souhaite atteindre **5 objectifs** :
  1. L'expansion des opérations d'investissement pour augmenter la production nationale ;
  2. L'autosuffisance ;
  3. Augmenter la capacité macroéconomique et attirer de nouveaux investisseurs ;
  4. Créer des opportunités d'emploi pour les cadres nationaux ;
  5. Développer le secteur rural.
- Par ailleurs**, le gouvernement saoudien organisera du 11 au 13 octobre 2021, **la plus grande exposition de la région du Moyen-Orient spécialisée dans le secteur de la volaille** pour des échanges commerciaux et scientifiques entre fournisseurs et investisseurs locaux. Intitulée « *Middle East Poultry Expo 2021* », l'exposition internationale sera organisée par le **MEWA** sous le patronage du ministre S.E. Abdulrahman Al Fadley, avec la participation de l'Association mondiale des sciences avicoles. L'exposition permettra aux entreprises de découvrir le marché du Moyen-Orient et participer à l'évolution de ce marché en pleine croissance. Seront présents des décideurs du secteur avicole issus d'entreprises, d'organismes gouvernementaux et des experts du secteur.



Siège du fonds de développement agricole à Riyad

**799 M USD**

En 2019, 3 Mds SAR de prêts (~799 M USD) sont alloués par le FDA sous forme de prêts au secteur agricole, dont le secteur avicole

معرض  
الشرق الأوسط  
للدواجن  
MIDDLE EAST  
POULTRY EXPO



## 4. Politique gouvernementale en matière d'aviculture

- **Au vue de la forte demande interne, le gouvernement saoudien prévoit également des partenariats internationaux et régionaux** dans le secteur de la volaille. Par exemple, en 2020, les responsables saoudiens et le Fonds d'Investissement Direct Russe (RDIF) ont évoqué la possibilité d'un partenariat dans le domaine de la **production** avicole (cf. image ci-après). L'objectif étant d'acheter des terres et de produire à l'étranger, puis de réexporter en Arabie.
- **Plus largement, le MISA (Ministère de l'Investissement de l'Arabie) mobilise beaucoup d'efforts pour localiser la production** et stimuler les exportations régionales.

### Investissements privés

Le secteur de la production de volaille est plein essor en Arabie saoudite, soutenu à la fois par le gouvernement mais également par le secteur privé. Les acteurs majeurs (locaux et internationaux) présents sur le marché sont conscients de la demande et n'hésitent pas à investir massivement.



- **BRF SA** (plus grand transformateur de poulet du **Brésil**) participe aux ambitions nationales de l'Arabie saoudite. Le groupe brésilien prévoit de multiplier par cinq la capacité de production annuelle de l'usine saoudienne, de 3 600 T actuellement à 18 000 T. Il a par ailleurs investi 120 M USD pour construire sa première usine de transformation de poulet en Arabie saoudite dans le but de renforcer sa position sur le marché.



- **Almarai** a annoncé son intention de développer ses installations de production et de fabrication de volaille avec un investissement de 73,33 M USD. Le groupe a annoncé qu'il envisageait de développer des installations d'agriculture de bout en bout afin de permettre une intégration verticale complète de l'approvisionnement en volaille.



- **Fakieh Poultry Farms** augmente ses investissements dans des projets d'agrandissement de ses infrastructures de production de poulet (~800 M USD depuis 2015) avec un objectif de production de 1 M de poulets / jour en 2020. Fakieh vient également de créer une société d'élevage de poulet dans la province d'Al-Jouf pour fournir le marché irakien.



- **AlWatania Poultry** a développé ses infrastructures en 2020 avec la construction d'une nouvelle ferme de production de volaille à Bisaita dans la province Est (*Buraidah*) ayant une capacité de 1 M de poulets/jour. Par ailleurs, un programme est en cours de développement pour augmenter la production d'œufs à 3 M / an.



**Kirill DMITRIEV**  
PDG de la RDIF

**“ Nous envisageons plusieurs projets avec notre partenaire saoudien, la Saudi Agricultural and Livestock Investment Company (SALIC), qui souhaite investir dans de grandes fermes avicoles en Russie avec la possibilité d'exporter ”**



Usine de transformation de poulets d'Almarai.  
Marque ALYOUM

## 5. L'écosystème de l'aviculture en Arabie saoudite

### L'ENJEU IMPORTANT DE LA NUTRITION ANIMALE

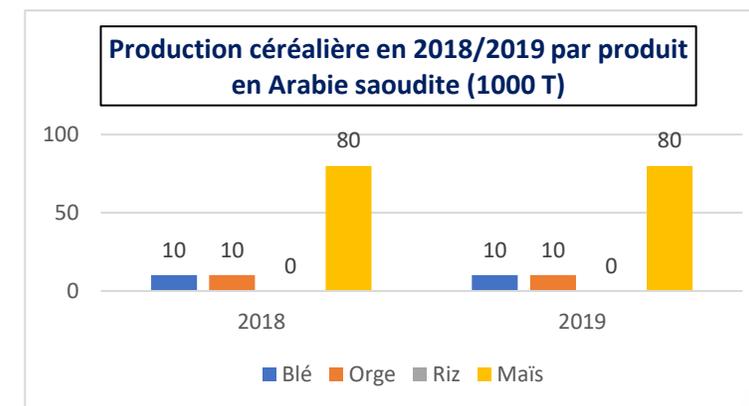
- **Le gouvernement a des objectifs ambitieux et les acteurs saoudiens souhaitent profiter « des effets d'aubaines » mis en place afin de s'équiper en matériel, monter en compétence et développer leurs activités.**
- **Marché des additifs destinés à l'alimentation animale :** Selon les professionnels interrogés, le marché des additifs destinés à l'alimentation animale en Arabie saoudite devrait connaître une croissance soutenue estimée à +7% par an entre 2019 et 2025.
  - Les raisons de cette croissance se trouvent notamment dans l'augmentation croissante du cheptel et du nombre d'exploitations boostées par la hausse de consommation de produits carnés (essentiellement de volaille).
  - En valeur, ce marché était évalué à 189,8 M USD en 2018 et devrait atteindre +285 M USD d'ici 2025.
  - **A noter** que les propriétaires de fermes font de plus en plus attention à la qualité des produits qu'ils achètent au regard des maladies qui se développent actuellement.
  - **Marché concurrentiel :** Ce marché est considéré comme concentré avec des acteurs locaux et étrangers . Ils disposent d'une PDM estimée à 40%.
- **Besoins en céréales :** En 2019, le Royaume a importé pour près de **~16,3 M de T de céréales**. En effet, en 2008, du fait notamment des ressources limitées en eau, le Royaume a abandonné sa stratégie d'autosuffisance alimentaire (qu'il a reprise à partir de 2016). Après 2008, l'Arabie est devenue un importateur net de blé et d'orge. La demande de **blé** devrait croître à un taux annuel de 3,2 % pour atteindre 4,5 MT d'ici 2025, en raison de la baisse de la production agricole intérieure et de la forte demande en alimentation animale.
- **Le gouvernement encourage les investissements agricoles à l'étranger pour ensuite importer la production.** Cette initiative cible essentiellement le blé, le riz, l'orge, le maïs jaune, le soja et le fourrage vert.

#### Céréales utilisées pour la nutrition animale en Arabie saoudite:

- La production céréalière totale (blé, orge, maïs) en Arabie saoudite a été de 100 000 T en 2019, à un niveau stable par rapport 2018.
- Le Royaume est parmi les principaux importateurs au monde de blé et a donc une production très limitée;
- **Il n'y pas de production de riz au sein du Royaume.** Tout est importé principalement d'Inde (+70% de PDM) ;
- **Etant l'un des premiers importateurs au monde, le Royaume a une production d'orge très limitée** principalement destinée à la consommation humaine (Production très consommatrice en eau) ;
- **La production de maïs est la plus importante mais reste limitée** (80 KT) essentiellement pour la consommation humaine et pour le bétail de quelques fermes (avicoles entres autres).

**Notes :** Pour réduire la dépendance aux importations, sur certains aliments, le gouvernement a autorisé le recours aux produits transformés. A noter également la privatisation des meuneries saoudiennes.

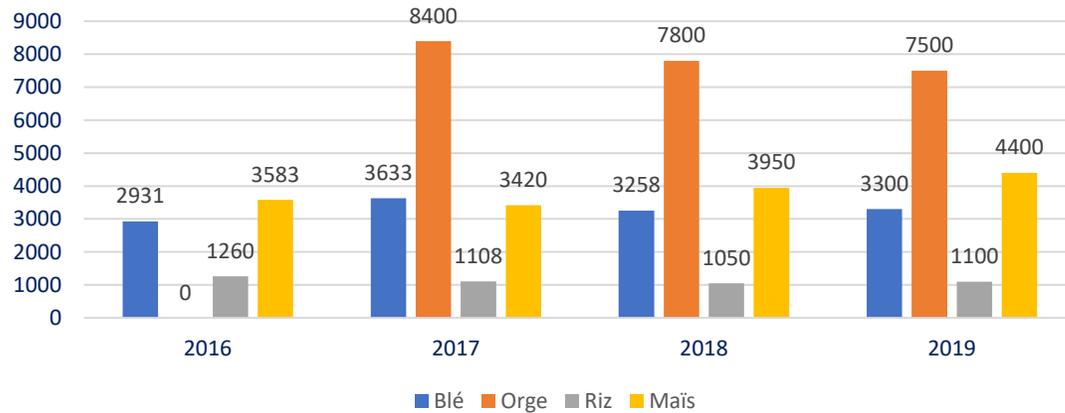
### Principaux acteurs



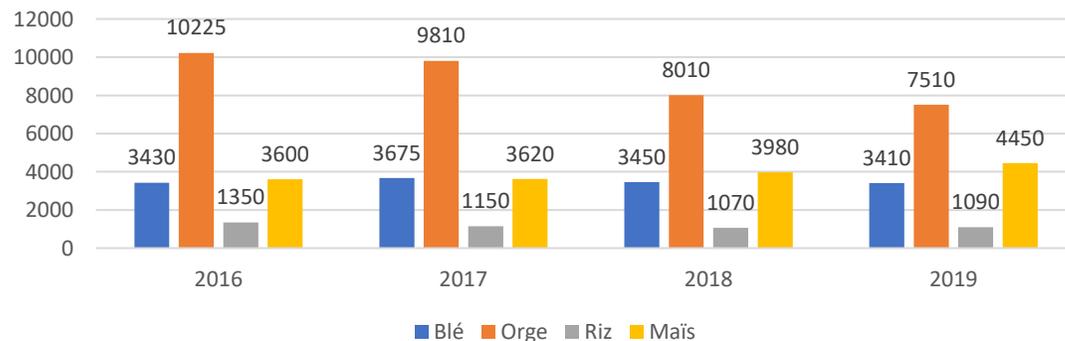
# 5. L'écosystème de l'aviculture en Arabie saoudite

## BESOINS DES ACTEURS LOCAUX

Importation de céréales en Arabie saoudite (1000 T)



Consommation de céréales par produits en Arabie saoudite entre 2016 et 2019 (1000 T)



### Importations :

Entre 2016 et 2019, les importations saoudiennes de :

- **Blé** ont augmenté de +12,6% ;
- **Riz** ont diminué de -12,7% ;
- **Maïs** ont augmenté de +22,8%.

### Consommation :

- Entre 2016 et 2019, la consommation de :
  - Blé a baissé de -0,5% ;
  - Orge a chuté de -26,5% ;
  - Riz a chuté de -19,2% ;
  - Maïs a augmenté de +23,6%.

### Opportunités pour les sociétés françaises:

- **La quasi-totalité des céréales consommées sont importées.** Les cultures consommatrices en eau sont de moins en moins autorisées à la production. Les acteurs locaux qui en produisent encore se montrent très intéressés par des équipements avancés comme par exemple des systèmes de goutte à goutte.
- Les céréales pour la nutrition animale ainsi que les équipements permettant de produire ces céréales en économisant l'eau (dans une région fortement aride), l'énergie et les intrants sont recherchés par les acteurs saoudiens.

En janvier 2020, le gouvernement saoudien a supprimé la plupart des subventions sur les aliments pour animaux importés. Pour le secteur de la volaille, il octroie dorénavant des subventions basées sur la production.

# 5. L'écosystème de l'aviculture en Arabie saoudite

## BESOINS DES ACTEURS LOCAUX EN SANTÉ ANIMALE

### STATISTIQUES DU NOMBRE TOTAL D'ÉTABLISSEMENTS DE SANTÉ PRIVÉS ET PUBLICS EN 2019

No	Region	Nombre de pharmacies	Cliniques spécialisées	Cliniques mobiles	Laboratoire de diagnostic	Total
1	Riyad	187	14	1	2	<b>204</b>
2	La Mecque	140	19	0	1	<b>159</b>
3	Région de l'Est	127	20	20	0	<b>167</b>
4	Madinah	45	5	1	0	<b>51</b>
5	Qassim	78	5	0	0	<b>83</b>
6	Asir/Tabuk/Hail/Nord/Jizan /Najran/Al Baha/Al Jouf	139	12	12	1	<b>163</b>
Total		774	92	34	4	<b>907</b>
Nombre d'établissements de santé privés		907		Lors d'un entretien mené dans le cadre de l'étude, le MEWA a indiqué avoir des <b>besoins</b> criants en <b>génétique</b> (races, amélioration de la production, compréhension de l'alimentation, <b>laboratoires de diagnostic, centres d'accueils ...</b>		
Nombre d'établissements de santé gouvernementaux affiliés au ministère		188				
Nombre total d'établissements santé privés et gouvernementaux affiliés au ministère		1095				



وزارة البيئة والمياه والزراعة  
Ministry of Environment Water & Agriculture

Kingdom of Saudi Arabia المملكة العربية السعودية

Au sein du Ministère saoudien de l'Environnement, de l'Eau et de l'Agriculture (MEWA), il existe un département - créé en 2017 - de la **santé et du contrôle vétérinaire**. Son rôle est de « tenir à jour la réglementation et les législations existantes dans le domaine de la santé animale, d'élaborer des mesures et des stratégies de lutte contre les maladies, et mettre en place des contrôles sur les services de santé vétérinaire ».

**A travers le Royaume, on dénombre, en 2019, près de 1095 établissements de santé et contrôle vétérinaire.** On note une répartition inégale entre les régions. **Les principaux établissements sont concentrés** dans les grandes villes à Riyad, la Mecque, région de l'Est ou encore à Médine.

On compte à Riyad 187 pharmacies en santé animale pour 14 cliniques spécialisées seulement. **Il y a donc près de 13 fois plus de pharmacies que de cliniques.** A la Mecque, on compte 7,3 fois plus de pharmacies que de structures spécialisées.

D'après les fonctionnaires du ministère, ils souhaitent - comme pour les bovins Holstein - **trouver des races résistantes à la chaleur et qui répondent aux objectifs de production** (exemple des races africaines, résistantes et « productives »).

**Les Saoudiens sont demandeurs d'études qui viendraient les aider à une meilleure compréhension des génotypes de volaille.**

## 5. L'écosystème de l'aviculture en Arabie saoudite

### BESOINS DES ACTEURS LOCAUX EN SANTÉ ANIMALE ET NUTRITION

Répartition des élevages de poulets de chair et besoins en sels, vitamines, médicaments vétérinaires et désinfectants - par région (2018)

Régions	Désinfectants	Médicaments vétérinaires	Sels et vitamines	Répartition des fermes de volailles
	Quantité (litre)	Quantité (litre)*	Quantité (T)	En %
Riyad	326 763	43 448	26 416	14
La Mecque	378 093	137 604	40 313	15
Médine	48 215	27 444	16 170	
Qassim	700 517	275 248	954 634	34
Région de l'Est	292 729	134 251	112 381	5
Asir	214 836	49 807	55 111	13
Tabuk	22 797	112 144	15 195	
Haïl	26 267	20 000	7 284	12
Jizan	4 909	5 824	52	
Najran	17 316	6 203	2 412	
Al-Baha	2 712	1 124	3 389	
Al-Jouf	5 577	139	149	
<b>Total</b>	<b>2 040 736</b>	<b>813 241</b>	<b>1 233 511</b>	<b>93*</b>

Besoins - par tête - des 3 régions qui concentrent les plus grandes exploitations avicoles, à savoir Qassim, la Mecque et Riyad :

- **La région de Qassim** concentre 34% des exploitations avicoles pour une production estimée à 259,4M de poulets. Les besoins de la région sont les suivants :
  - **2,7 g / volaille de désinfectants**
  - **1 g / volaille de médicaments vétérinaires**
  - **sels et vitamines**
- **La région de la Mecque** concentre 15 % des exploitations avicoles pour une production estimée de 115,3 M de poulets
  - **3,2 g\* / volaille de désinfectants**
  - **1,1 g / volaille de médicaments vétérinaires**
  - **sels et vitamines**
- **La région de Riyad** concentre 14% des exploitations avicoles du Royaume pour une production estimée de 110,4 M de poulets. Ce qui revient à
  - **2,9 g / volaille de désinfectants**
  - **0,39 g / volaille de médicaments vétérinaires**
  - **sels et vitamines**

\*Ce chapitre se focalise sur la volaille de chair mais il convient de noter qu'on trouve également des spécificités et d'autres types d'élevages avicoles en Arabie saoudite comme les fermes de poules pondeuses et de reproducteurs de poulets de chair (parentaux et grands parentaux). Il existe également des fermes d'autruches, de cailles et de pigeons.

## 6. Acteurs locaux

### PRINCIPAUX PRODUCTEURS DE VOLAILLE

Nom de l'entité	Description
<p><b>AlWatania Poultry</b> Site internet</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La société <b>AlWatania Poultry</b> est détenue par le milliardaire saoudien Sheikh Suleyman Al Rajhi.</li> <li>• Un des plus grands producteurs de volaille avec une part de marche estimée de +33%.</li> <li>• Sa production journalière de poulets et d'œufs est de respectivement 1 et 1,5 M. L'entreprise dispose également de trois abattoirs équipés de technologies modernes pour atteindre les objectifs de production.</li> <li>• 80% de la production de viande de poulet vendue «fraîche/réfrigérée» et 20% vendue surgelée.</li> <li>• AlWatania Poultry est également la première entreprise dans le royaume à avoir introduit la technologie d'emballage sous vide.</li> </ul>
<p><b>Fakieh Poultry Farms</b> site Internet</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La société <b>Fakieh Poultry Farms</b> appartient à la famille du même nom dont le président est M. Sheikh AbdulRahman Abdul Qader Fakieh ;</li> <li>• L'entreprise est le deuxième plus grand producteur de volaille dans le royaume avec près de 1 M de poulets / jour et 3 M œufs de table. Elle opère dans environ 230 exploitations agricoles, dont 102 sont détenues en propre et 128 sont des fermes sous contrat ;</li> <li>• La société exporte chaque année environ 10% de sa production (œufs, viande de poulet congelée et produits issus de viande de poulet) dans tout le Moyen-Orient ;</li> <li>• Il est à noter que 80% de la viande de poulet est vendue fraîche et 20% en congelée ;</li> <li>• <b>Fakieh Poultry Farms</b> est la première entreprise avicole saoudienne à ouvrir et exploiter une chaîne de restauration rapide qui utilise des produits exclusivement issus de ses propres fermes (<a href="#">Al Tazaj</a>)</li> </ul> 
<p><b>Almarai (ALYOUM)</b> site Internet</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Almarai « Poultry Farm »</b>, comme tout le groupe Almarai, appartient à la famille Al Kabeer. Le chairman est aujourd'hui le Prince Naif Bin Sultan bin Mohammed Al Kabeer. La division volaille produit ~500 000 poulets/jour.</li> <li>• <b>2009</b> : C'est au cours de cette année, après le rachat de la ferme avicole Hail Agricultural Development Company (HADACO), qu'Almarai a démarré la production de viande de poulet.</li> <li>• <b>Considéré comme les leaders du marché en termes de qualité</b> (prix élevés). 100% des produits sont vendus frais / réfrigérés.</li> <li>• En avril 2020, le conseil d'administration d'Almarai a approuvé un investissement de 275 M SAR (73,3 M USD) pour agrandir ses installations de transformation existantes dans le secteur de la volaille. A également été approuvé un plan d'affaires stratégique quinquennal pour la période 2020-2025 avec un investissement en capital qui devrait atteindre 7,1 Mds de SAR (~1,9 Md USD) ;</li> <li>• L'entreprise exporte aussi une partie de sa production vers les pays du Golfe. La crise régionale avait cependant ralenti le courant d'affaires.</li> </ul>

## 6. Acteurs locaux

### PRINCIPAUX PRODUCTEURS DE VOLAILLE

Nom de l'entité	Description
<p><b>Tanmiah Food Group</b> <a href="#">Site Internet</a></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>TANMIAH Food Group (TFG)</b> est détenu par Al Dabbagh Group Holding Co. qui est un groupe de sociétés spécialisées dans le secteur de l'alimentation et de l'agriculture.</li> <li>• Fondé en 1962, TFG est devenu un fabricant et distributeur leader de produits alimentaires et agricoles avec plus de 1 800 employés et 6 succursales réparties dans 3 pays. Le groupe dispose d'une exploitation avicole entièrement intégrée et a développé un vaste réseau logistique desservant plus de 2 200 livraisons quotidiennes.</li> <li>• La société investit pour développer son activité de poulet frais conformément à l'objectif stratégique du gouvernement saoudien de répondre à 80% de la demande locale de volaille au cours des cinq prochaines années.</li> </ul>
<p><b>Entaj</b> <a href="#">Site Internet</a></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entaj est la marque <b>d'Arasco Foods</b> depuis 2004 et est devenue l'un des plus importants producteurs de volaille du Royaume. La capacité de production atteint plus de <b>60 M de volailles par an</b>.</li> <li>• Sa gamme de produits entaj couvre une partie importante du marché saoudien.</li> <li>• Faisant partie du groupe ARASCO, l'un des leaders de la distribution animale en Arabie, Entaj dispose aussi de technologies et d'équipements de pointe à chaque étape du processus de production de volaille. De l'élevage jusqu'aux fermes, aux usines de transformation de la volaille, à l'entreposage frigorifique et à la distribution.</li> </ul>
<p><b>Osoul Poultry Coopérative</b> <a href="#">Site Internet</a></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Assir Cooperative appartient à l'entrepreneur Dr. Abdellah Kadman.</b> Elle est l'une des seules qui existent dans le Royaume. Pour son démarrage, le Fonds de Développement Agricole (FDA) lui a accordé près de 200 M SAR (53 M USD).</li> <li>• 60 producteurs de volaille se sont réunis pour travailler ensemble et créer cette coopérative. Ils disposent de deux fermes, ont créé un abattoir et une usine de viande de volaille. La capacité de production annuelle est de 60 M.</li> <li>• Les équipements dont dispose Osoul Poultry sont essentiellement européens (Danemark et Pays-Bas).</li> </ul>
<p><b>Golden Chicken Farms</b> <a href="#">Site Internet</a></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Golden Chicken Farms</b> a été fondée en 1981 et produit aujourd'hui près de 35 M de poulets/an avec 120 000 T d'ingrédient « naturels ».</li> <li>• C'est une entreprise qui dispose d'une filière intégrée de bout en bout, présent de la production (élevage, alimentation, fermes), emballage, la distribution au consommateur final.</li> </ul>

## 6. Acteurs locaux

### PRINCIPAUX PRODUCTEURS DE VOLAILLE

Nom de l'entité	Description
<p>Al-Ain Agricultural Development Est  <a href="#">Site Internet</a></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>AL-AIN AGRICULTURAL DEVELOPMENT EST est un groupe de sociétés dont le siège est à Dammam et qui possède une expérience de plus de 20 ans dans la production de viande de poulet avec une capacité de <b>5 M de poulets par an</b>. La société dispose d'installations très avancées, d'entrepôts frigorifiques modernes et distribue des produits à un réseau de clients de détaillants et de grossistes.</li> </ul>

Autres fermes  
(Producteurs ou  
importateurs de poulet)\*

\*Liste non exhaustive



Al Wadi Poultry Company



Dijla Poultry Farm



SEDCO Holdings  
(Arabian Farms)



Al Kabeer



Addoha Poultry Co



Saudi Radwa Food Co. Ltd



Sadia Chicken



Al Waziyah Poultry Co

Les importateurs saoudiens ont tendance à acheter plus que les besoins réels sur le marché lorsque les prix sont attractifs et vendent lorsque les prix augmentent

## 6. Acteurs locaux

### PRINCIPALES SOCIÉTÉS DE SANTÉ ET NUTRITION ANIMALE

Nom de l'entité	Description
<p><b>Mansour Al Mosaid Group</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>En 1993, <b>MM Group</b> s'est lancé dans l'industrie pharmaceutique <b>vétérinaire</b> en ouvrant une entité à Riyad. Le groupe est le seul agent des produits et services pharmaceutiques Avico Veterinary dans le Royaume.</li> <li>La gamme d'AVICO comprend des antibiotiques, traitements contre coccidiose, vitamines, etc.</li> </ul>
<p><b>ARASCO</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Un des leaders du marché et fournisseur majeur de produits <b>vétérinaires</b> pour la santé animale.</li> <li>Avec la division ALEMAR, l'entreprise a développé un réseau d'une douzaine d'entités à travers le Royaume et dispose d'un réseau de distribution et une couverture géographique importante. Parmi ses produits phares : désinfectants et détergents, additifs alimentaires ou encore des vaccins.</li> </ul>
<p><b>Pharma Care</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Pharma Care</b> est une entreprise qui fabrique une large gamme d'antibiotiques, de produits nutritionnels, de vermifuges (antiparasite).</li> <li>Les équipes sont composées de vétérinaires, pharmaciens, chimistes et biologistes. La société dispose de laboratoires conformes aux BPL (Bonnes Pratiques de Laboratoire), ce qui garantit la qualité et un processus maîtrisé lui permettant d'assurer la qualité de ses produits.</li> </ul>
<p><b>ARTAT</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>ARTAT Enterprise</b>, basée en Arabie saoudite, est spécialisée dans la santé et nutrition animale, pour tous types d'élevages en particulier laitiers et avicoles. Elle a été créée en 2003 et a fourni des milliers de produits à des exploitations à travers le monde. Elle est devenue le seul agent de nombreux fabricants internationaux d'additifs pour l'alimentation animale ainsi que de vaccins, de désinfectants et d'autres produits d'hygiène.</li> </ul>

**Note :** L'Arabie saoudite détecte souvent des virus comme celui lié à la grippe aviaire hautement pathogène H5N8 dans des élevages de volailles. Ces épidémies ont pour conséquence un abattage de cheptels entiers extrêmement préjudiciable pour les producteurs. En ce sens, le gouvernement et les producteurs investissent pour se prémunir – autant que faire se peut - de ce risque (vaccins, campagnes de sensibilisation, biosécurité etc.).

## 6. Acteurs locaux

### PRINCIPAUX IMPORTATEURS ET DISTRIBUTEURS DE VIANDE DE VOLAILLE

Nom de l'entité	Description
<p><u>National Food Company</u> (Americana - Meat &amp; Bakery Cluster)</p> 	<p>La National Food Company - Americana Foods est un groupe Koweïtien créé en 1972, présent dans une quinzaine de pays principalement situés au Moyen-Orient (CCG), en Côte d'Ivoire et au Pakistan. Le groupe emploie environ 2 000 personnes, ses produits 100 % Halal sont fabriqués dans quatre usines différentes en Arabie saoudite et au Koweït. Americana possède un réseau de distribution important dans toute l'Arabie saoudite et dans d'autres pays de la zone PMO.</p>
<p><u>Al Munajem Cold Stores Company</u></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le groupe Al Munajem Cold Stores est l'une des principales entreprises alimentaires saoudiennes qui intervient dans le domaine de l'importation, la distribution et la commercialisation de produits alimentaires surgelés, réfrigérés et secs (volaille, viande, légumes, produits laitiers et olives).</li> <li>• Il possède une capacité de stockage importante avec une quantité de marchandises importées jusqu'à 350 000 T par an, de diverses marques.</li> <li>• Les capacités logistiques du groupe couvrent environ 10 à 30 % de la demande locale, selon la catégorie de produit. Le groupe distribue plus de 500 produits (congelés, réfrigérés et secs) à plus de 20 000 clients dont 1 000 grossistes. Al Munajem est le distributeur exclusif de la marque française de volaille « DOUX ».</li> </ul>
<p><u>Tanmiah Food Group</u></p> 	<p>Tanmiah Food Group (TFG) est une entreprise saoudienne créée en 1962. Elle intervient dans le domaine de la viande transformée (bœuf, volaille), achète des produits surgelés en quantités importantes et les transforme. Elle recherche activement des fournisseurs, pour assouvir son besoin d'un flux constant de produits tels que des poitrines de poulet désossées et sans peau, des ailes de poulet, des poitrines de poulet coupées en deux. TFG est également présente aux Émirats arabes unis.</p>

## 6. Acteurs locaux

### PRINCIPAUX IMPORTATEURS DE VIANDE DE VOLAILLE

Nom de l'entité	Description
<p><u>Z. M. AL MADANI FOOD TRADING</u></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Zuhair M al Madani Cold Stores Co</b> est un groupe saoudien créé dans les années 1980, reconnu dans le domaine de la volaille et des produits à base de viande congelée. Spécialisé dans l'importation et la distribution de marques internationales de produits réfrigérés, congelés et secs sur le marché saoudien, Zuhair gère de nombreuses chambres froides dans différentes parties de l'Arabie, couvrant l'ensemble du pays avec près de 350 000 T de marchandises par an. Zuhair est le principal distributeur de la marque brésilienne GLOBOAVES spécialisée dans la volaille.</li> </ul>
<p><u>Al Berri United Food Co (AUFCO)</u></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Al-Berri United Food Co. Ltd (AUFCO)</b> est un groupe créé en 1983, dont l'activité principale est l'importation et la distribution de viande ovine, bovine et de volaille surgelée. AUFCO approvisionne les secteurs de la restauration, de l'hôtellerie étoilée, des loisirs et de la vente en gros. Le groupe est reconnu pour ses moyens logistiques importants (propre flotte de véhicules disposant d'un système de congélation) lui permettant d'effectuer des livraisons tout au long de l'année. Al Berri dispose de centres de distribution à travers tout le pays.</li> </ul>
<p><u>Quality Food Company</u></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>QUALITY FOOD COMPANY (QFC)</b> est une entreprise saoudienne créée en 1970 à Djeddah. Le groupe importe plus de 300 variétés de produits : volaille, viande, poisson, fruits et légumes de sources mondiales certifiées. QFC distribue ses produits dans l'ensemble du pays via 7 succursales.</li> </ul>

**Note** : Les grandes exploitations avicoles et les importateurs vendent leurs produits aux détaillants, aux grossistes et directement aux consommateurs via leurs propres entrepôts frigorifiques. Les consommateurs peuvent acheter de la viande de volaille auprès de grossistes ou en morceaux dans des magasins de détail et des supermarchés. Ainsi, les clients s'approvisionnent en volaille auprès d'importateurs / distributeurs, d'élevages avicoles ou des deux.

# 6. Acteurs locaux

## PRINCIPAUX ABATTOIRS

“ L’Arabie saoudite dépend principalement des équipements d’abattage importés d’Allemagne, d’Italie, des États-Unis, de Chine. Tous les acteurs souhaitent, notamment grâce aux aides gouvernementales, développer la production. Ainsi, si les acteurs français sont capable de construire et gérer avec nous des fermes avicoles, nous sommes prêts à étudier leurs propositions.”

*Témoignage d’un acteur d’une ferme avicole privée*

Capacité abattage des principaux producteurs de volaille

Entreprise	Capacité abattage
AlWatania Poultry	<ul style="list-style-type: none"> <li>Al Watania dispose de 3 abattoirs d’une capacité totale de 850 000 animaux par jour.</li> </ul>
Tanmiah Food Group	<ul style="list-style-type: none"> <li>300 000 têtes/ jour (A Shaqra 180 000 et à Salboukh 120 000 / jour).</li> </ul>
Almarai	<ul style="list-style-type: none"> <li>200 M de poulets par an (+537 000 / jour).</li> </ul>



Usine d’abattage avicole  
*AlWatania Poultry*



Usine d’abattage avicole  
*Fakieh Poultry*



Usine d’abattage avicole  
*Tanmiah Food Group*



Usine d’abattage avicole  
*Almarai (ALYOUM)*

## 6. Acteurs locaux

### ALSAHLI, PRODUCTEUR ET DISTRIBUTEUR D'ÉQUIPEMENT POUR L'AVICULTURE

**ALSAHLI HOLDING CO** est une entreprise saoudienne spécialisée dans la conception et la construction de fermes avicoles (poulets de chair, ponte et élevage) depuis plus de 30 ans. Elle conçoit et construit des fermes et distribue de nombreuses marques internationales.

#### Principaux fournisseurs de Alsahli Hoding Co

Big Dutchman ( <a href="#">site Internet</a> )	Allemagne
Garamco ( <a href="#">Site Internet</a> )	États-Unis
Exafan ( <a href="#">Site Internet</a> )	Espagne
Munters ( <a href="#">Site Internet</a> )	États-Unis

Depuis 1980, le groupe a construit et opère plus de 325 projets en Arabie et plus d'une vingtaine dans d'autres pays comme le Maroc, le Yémen ou encore le Soudan.

- La holding ALSahli dispose également d'une division pour les produits vétérinaires appelée « Zaghwan co. for veterinary Medicines » qui importe et distribue des produits de santé animale (médicaments, vaccins, additifs alimentaires et désinfectants).
- Elle continue à diversifier son portefeuille pour fournir aux acteurs locaux des solutions qui couvrent les besoins de bout en bout de la chaîne de production (systèmes d'ingénierie, refroidissement, ventilation, de contrôle, etc. cf. ci-contre).

**ALSAHLI HOLDING Co.** construit également des abattoirs automatiques avec des équipements spécifiques qui couvrent toute la chaîne de production :



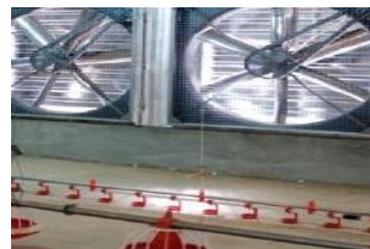
Construction de structures métalliques



Systèmes d'alimentation



Systèmes d'eau



Systèmes de refroidissement et de ventilation



Systèmes de contrôle

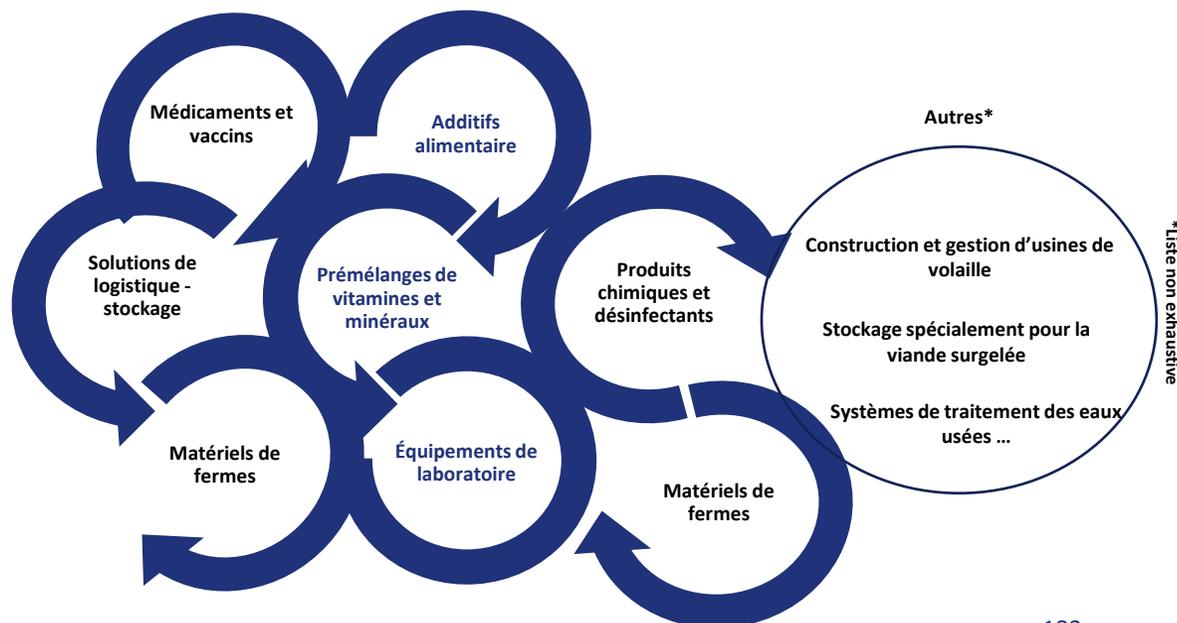
Photos : ALSAHLI HOLDING CO

## 6. Acteurs locaux

### INTÉGRATION VERTICALE DU GROUPE TANMIAH

“ Le marché saoudien est sur le point de devenir un hub régional et international majeur. Tous les voyants sont au vert ! Le secteur de la volaille est considéré comme une priorité du gouvernement : aide et octroi de prêts de la part des banques pour répondre à une demande interne et régionale extrêmement forte. En ce sens les besoins sont extrêmement importants et la France et les sociétés françaises peuvent nous aider à y répondre en partie. ”

*Besoins exprimés par M. Javed de l'entreprise Tanmiah, directeur général du groupe en charge de la chaîne logistique (Supply chain)*



- Le groupe *Tanmiah Food* a été créé en 1962 et est un des leaders régionaux de la production et distribution de produits agro-alimentaires.
- Il compte plus de 1 500 employés, 8 succursales réparties dans 7 pays et assure 8 500 livraisons hebdomadaires.

La division volaille qui est gérée par l'entité *Agriculture Development Company Ltd* produit **350 000 poulets/jour** sous la marque **TANMIAH**. Son réseau de distribution s'étend sur toute la région Proche et Moyen-Orient.



Alimentation des poussins



Vaccination des poussins



Ferme avicole



Camion frigorifique Tanmiah



Poulet Tanmiah



Réunion du groupe

## 7. Bilan et plan d'action

### L'offre française de volaille en Arabie saoudite

#### FORCES

- Partenariat de longue date avec l'Arabie saoudite (notamment entre Almunajem et Doux)
- France identifiée comme un pays partenaire stratégique dans ce secteur, en particulier sur la viande de volaille
- 2ème pays fournisseur après le Brésil
- Expertise reconnue dans le secteur de la santé et des équipements

#### OPPORTUNITES

- Le gouvernement saoudien a ciblé le secteur de la volaille comme étant stratégique dans le cadre de la stratégie de la sécurité alimentaire du Royaume
- La production de volaille et d'alimentation, privilégiée par rapport aux importations, ouvre des opportunités pour les entreprises françaises
- Consommation de volaille de chair en hausse continue en raison notamment de la croissance démographique (augmentation d'env. 2%/an)
- Viande de volaille appréciée des consommateurs saoudiens

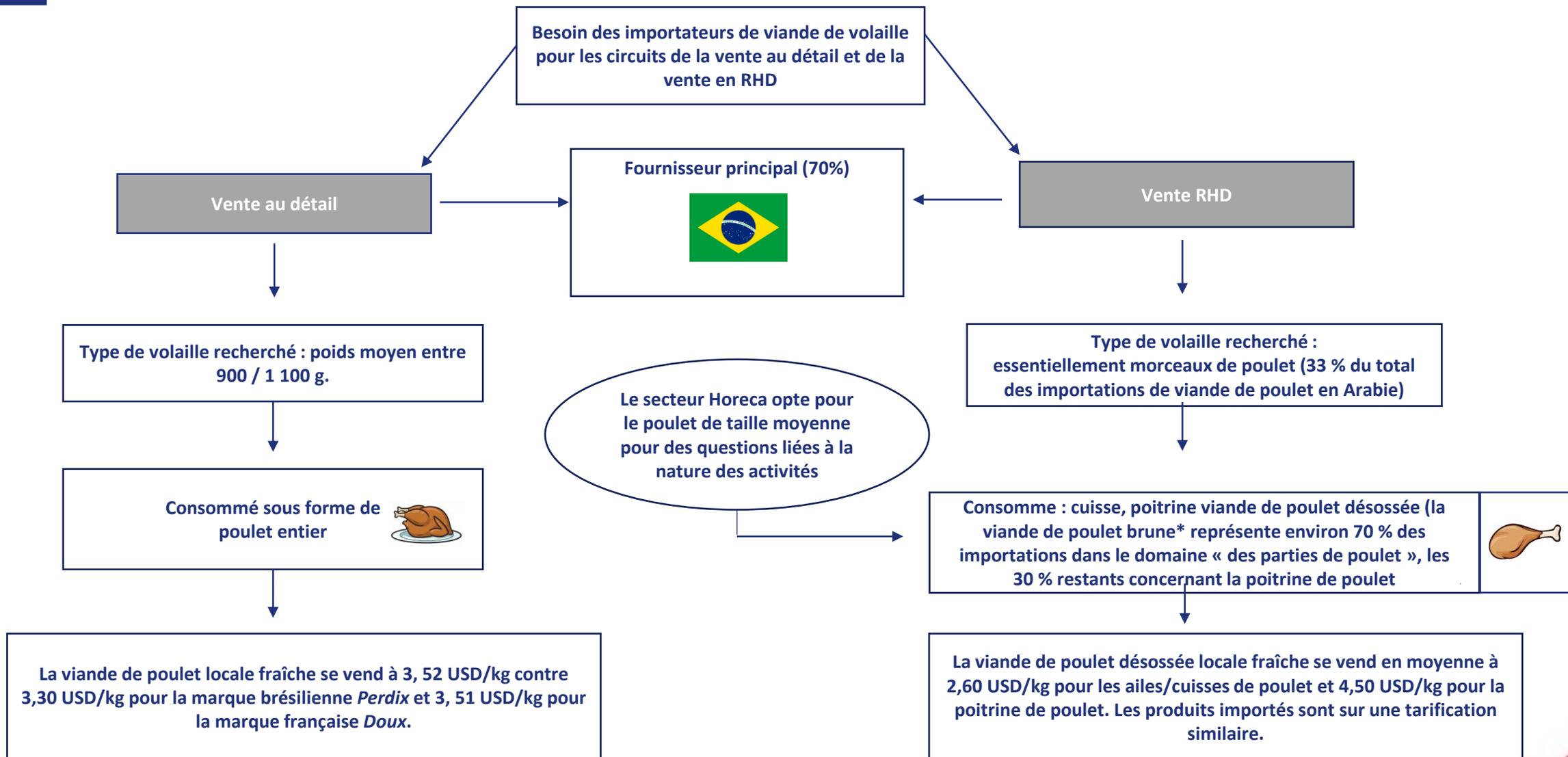
#### FAIBLESSES

- Les prix de la volaille française sont plus élevés que ceux des concurrents notamment brésiliens ;
- Forte concurrence internationale notamment chinoise sur les équipements ou encore européenne (Allemagne, Italie).
- Manque de visibilité des équipementiers français par les acteurs saoudiens
- Les consommateurs saoudiens privilégient la viande de poulet fraîche produite localement. Plus de 80 % de la viande de poulet locale est vendue réfrigérée.

#### MENACES

- Du fait essentiellement de la crise de la Covid-19, environ 1,2 M d'expatriés ont quitté l'Arabie saoudite en 2020
- Introduction de la TVA (15%) + inflation
- Volonté du gouvernement de localiser la production et d'atteindre l'autosuffisance.

# 7. Bilan et plan d'action



# 7. Bilan et plan d'action

## BESOIN DES IMPORTATEURS DANS LA GRANDE DISTRIBUTION

### Poulet frais

### Poulet congelé

### Poulet transformé

Entreprises



Sociétés	Poulet frais			Poulet surgelé			Produits à valeur ajoutée		
	Poulet entier	Poitrine de poulet	Cuisses de poulet	Poulet entier	Poitrine de poulet	Cuisses de poulet	Poulet mariné	Nuggets de poulet	Galettes de burger
Al-Watania	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
Radwa	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
Fakieh	✓	✓	✓	✓	✓	✓			
Golden Chicken	✓	✓	✓	✓	✓	✓			
Almarai	✓	✓	✓	✓			✓		
Tanmiah	✓	✓	✓				✓		
ARASCO (Entaj)	✓	✓	✓	✓					
Al Kabeer				✓	✓	✓	✓	✓	✓
Americana				✓	✓		✓	✓	✓
Al-Munajem				✓	✓	✓		✓	✓
Sadia				✓	✓	✓		✓	✓

# 7. Bilan et plan d'action

## PERSPECTIVES POUR L'OFFRE FRANÇAISE

SECTEUR / PRODUIT	BESOINS EN GRANDE DISTRIBUTION	BESOINS EN RHD	GO ?
Volaille	<ul style="list-style-type: none"> <li>Préférence : poids entre 900 et 1 100 g et poulet entier</li> <li>Volaille bio/<i>healthy</i> : Exemple : Doux Fitlife</li> <li>Viandes d'animaux élevés en plein air</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Volaille de taille moyenne du fait de leur activité</li> <li>Viande de poulet transformée</li> <li>Variété de volaille : local, importé, bio + disponibilité selon la saison</li> </ul>	
Equipements et process	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'Arabie saoudite dispose d'une infrastructure adéquate pour la distribution de viande de volaille. Les producteurs et importateurs de volaille disposent généralement d'installations de stockage adaptées (camions et entrepôts frigorifiques, etc.). La viande et les produits de volaille sont disponibles dans tous dans les points de vente du Royaume en gros et au détail.</li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Besoins d'équipements de réfrigération, de contrôle de la température</li> </ul>		
Volaille fraîche	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le Royaume importe de la volaille dite « fraîche » mais plus de 80% de la viande de volaille locale est vendue réfrigérée.</li> </ul>		
Œufs	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le pays est autosuffisant en production d'œufs avec 15 M œufs / jour (autosuffisance de 125 %).</li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>En février 2020, une épidémie de grippe aviaire (H5N8) s'est déclarée dans des élevages de poules pondeuses. Couplée à une augmentation de la consommation du fait de la COVID-19, le gouvernement a été dans l'obligation d'importer massivement. Certains restaurateurs privilégient également les œufs importés, plus chers mais qui correspondent plus aux besoins de leurs clients (Exemple : œufs biologiques).</li> </ul>		

Importance de la certification halal

“ Si la consommation de viande de volaille s'effectue majoritairement sous forme de poulets de chair entiers, la demande de viande de poulet transformé augmente néanmoins en raison de la demande accrue de la restauration rapide et des plats de volaille prêts à cuire appréciés des célibataires et des couples de travailleurs. Par ailleurs, nous conseillons aux exportateurs français de garder un contact régulier car la concurrence est très importante et la place vite perdue. ”

” Importateur-distributeur de produits européens pour la RHD

# 7. Bilan et plan d'action

## PRINCIPAUX SALONS D'AVICULTURE

Nom de l'entité	Description
<b>Alliance 7 (délégation)</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Business France recevra une délégation française (<b>Alliance 7</b>) à Riyad du 26 au 28 Octobre 2021 spécialisée dans le domaine de l'alimentation, des ingrédients, des produits laitiers, des boissons et des équipements.</li> <li>C'est une grande opportunité de se rencontrer en groupe avec des entreprises saoudiennes.</li> </ul>
<b>French Food Days, Produits alimentaires (Focus halal)</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Business France recevra une délégation française à partir du 21 novembre 2021 à Riyad (French Food Days, Produits alimentaires - <b>Focus halal</b>).</li> <li>Business France a la capacité de réunir les meilleurs importateurs et distributeurs pour rencontrer la délégation française. <b>En attente</b></li> </ul>
<b>Salon HORECA</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le plus grand salon international de l'alimentation, des boissons et de l'hôtellerie d'Arabie saoudite aura lieu à SAUDI HORECA Riyad du 5 au 7 septembre 2021.</li> </ul>
<b>Foodex Saudi Salon (Site Internet)</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Du 15 au 18 novembre 2021, aura lieu la FOODEX SAUDI dans la ville de Djeddah. Spécialisé dans le domaine de la nourriture et les boissons, l'exposition s'adresse à la fois aux entreprises leaders de l'industrie et aux producteurs de produits de niche. Les visiteurs trouveront une large gamme de produits et les exposants auront une bonne occasion de présenter de nouveaux produits ou de valoriser leur marque.</li> </ul>
<b>Saudi Agriculture Salon</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le salon de <b>l'agriculture saoudienne</b> débutera du 18 au 21 octobre 2021 à Riyad. Cette organisation sera marquée par des nouveautés telles que l'intelligence artificielle qui permettra d'introduire une approche futuriste de l'agriculture, améliorant l'efficacité, la durabilité et le profit pour l'industrie.</li> </ul>
<b>Middle East Poultry Expo (Site Internet)</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Middle East Poultry Expo (MEP)</b> aura lieu du 11 au 13 octobre 2021 à Riyad. C'est une exposition internationale organisée par le ministère de l'Environnement, de l'Eau et de l'Agriculture, avec la participation de l'Association mondiale des sciences avicoles. Spécialisée dans le secteur avicole, l'exposition accueillera de nombreuses organisations locales et entreprises internationales.</li> </ul>

# Chapitre 5

## Produits d'épicerie et gourmets

---

**Chapitre 1** : Aquaculture

**Chapitre 2** : Ingrédients et équipements destinés aux IAA

**Chapitre 3** : Les filières viandes bovine et ovine

**Chapitre 4**: Filière volaille de chair

# 1. BVP

Code SH : 1905\* - Il se peut que lors de l'extraction des données, certains pays fournisseurs n'aient pas encore déclaré

## EVOLUTION DES IMPORTATIONS ET POSITIONNEMENT DE LA FRANCE

**578 M USD**

Valeur des exportations de produits de BVP vers l'Arabie saoudite en 2018

Evolution entre 2014 et 2018 : + 12 %

**14<sup>ème</sup>**

Place de la France parmi les fournisseurs en valeur en 2018

PDM : 1,8 %

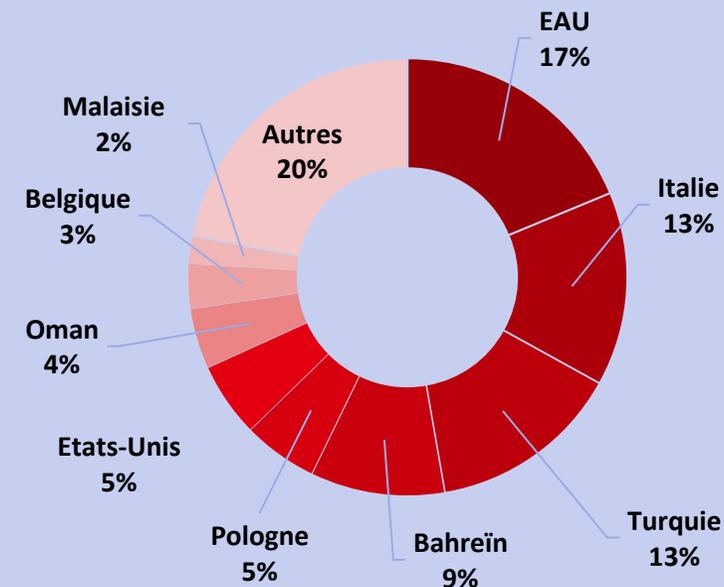
En 2018, les exportations de produits de BVP vers l'Arabie saoudite sont dominées par les Emirats Arabes Unis, l'Italie, la Turquie, le Bahreïn et la Pologne qui détiennent 57 % des parts de marché. La France se place en 14<sup>ème</sup> position. Elle est devancée par 5 concurrents européens : l'Italie, la Pologne, la Belgique, le Royaume-Uni et l'Allemagne respectivement 2<sup>ème</sup>, 5<sup>ème</sup>, 8<sup>ème</sup>, 10<sup>ème</sup> et 13<sup>ème</sup> fournisseurs.

Les exportations françaises de produits de BVP vers l'Arabie saoudite ont augmenté de 12,4 % entre 2014 et 2018 (87 % des exportations françaises concernent les produits de la BVP code SH 190590)

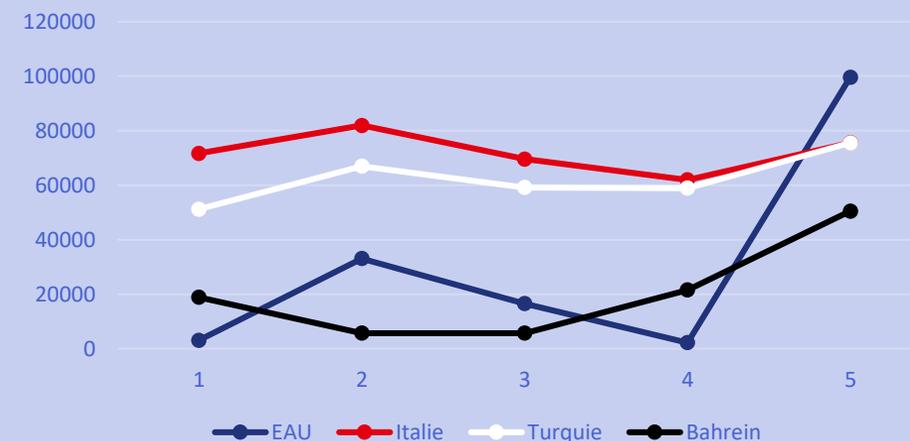
### EXEMPLES D'ENTREPRISES FRANÇAISES PRÉSENTES SUR LE MARCHÉ :

- ERIC KAYSER
- GONTRAN CHERRIER
- BRIDOR
- LE GRENIER À PAIN
- LENÔTRE
- LA BOULANGÈRE
- KAMBLY SA
- GAVOTTES

## PRINCIPAUX PAYS FOURNISSEURS DE L'ARABIE SAOUDITE EN PRODUITS DE BVP EN 2018 (PDM VALEUR)



## EXPORTATIONS DE PRODUITS DE BVP : POIDS DES PRINCIPAUX PAYS FOURNISSEURS (EN M USD)



# 1. BVP

## RAYONS « BVP » SUPERMARCHE DANUBE ET PANDA, ARABIE SAOUDITE



# 1. BVP

## TENDANCES DU MARCHÉ

- Les ventes de produits de BVP ont enregistré une augmentation de 3 % en 2019 (marché de 5,6 M USD) avec 2,8 M T de produits vendus.
  - Le commerce électronique est en hausse : Le consommateur saoudien apprécie de plus en plus de pouvoir se faire livrer des produits BVP directement à domicile.
  - La distribution des produits de BVP s’effectue principalement par la voie des GMS modernes (60 % des ventes). Ce canal de distribution est à la hausse contrairement aux épicerie traditionnelles qui canalisent 40 % des ventes mais qui voient leur part diminuer.
  - En 2019, la consommation par habitant de produit de BVP en Arabie saoudite est de 128,4 kg par an.
- Le secteur de la BVP est un marché dynamique en Arabie saoudite, les consommateurs portent une attention toute particulière pour le pain et les pâtisseries qu’ils consomment quotidiennement. Les saoudiens préfèrent les galettes traditionnelles consommées trois fois plus que le pain au levain.
  - A partir de 2019, les consommateurs sont devenus plus soucieux du coût des produits, avec la hausse des prix et l’augmentation des taxes. Naturellement, leurs choix se sont orientés plutôt sur des produits de gamme inférieure. Conscients de ce changement, les producteurs ont orienté leur stratégie vers des produits moins chers, mais tout en faisant attention à ne pas négliger la qualité du produit.
  - Au-delà du prix, le consommateur suit également de près les évolutions dans le domaine de la santé et du bien-être. Il opte principalement pour les produits à base de blé entier, sans gluten et à teneur réduite en sel et en sucre plutôt que les produits contenant de la farine blanche.
  - Le pain surgelé est aussi très populaire en Arabie saoudite. Les secteurs de la restauration rapide, les cafés et l’industrie hôtelière ont permis l’expansion de ce type de pain, qui permet aux professionnels d’accroître leurs marges via un gain de temps et une main d’œuvre moins qualifiée.



# 1.BVP

## PRODUCTION LOCALE ET CONCURRENCE EN PLACE



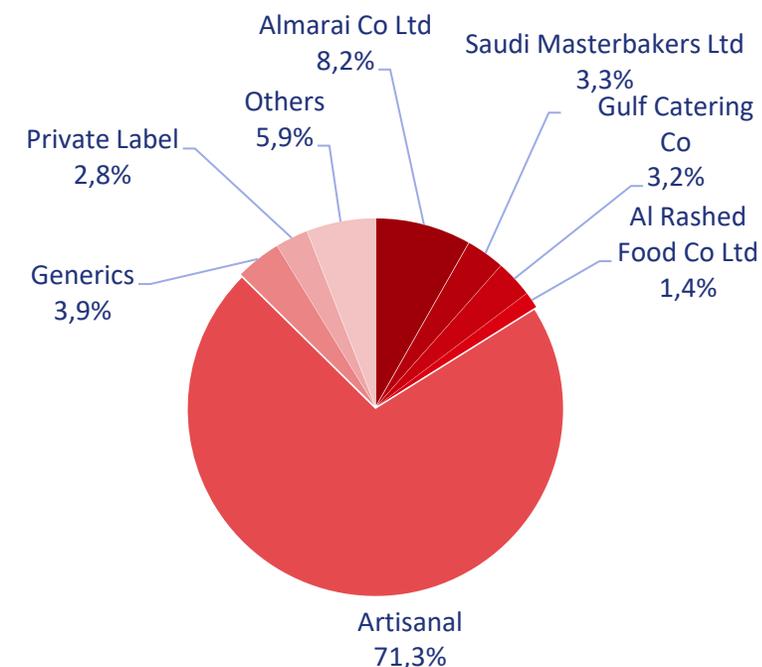
Le pain plat traditionnel saoudien : le khubz (également appelé khubooz, khubuz ou chubz)



Rayon BVP – Four artisanal au sein de l'hypermarché DANUBE à Riyad

- Les consommateurs saoudiens préfèrent les boulangeries artisanales pour la qualité des produits, mais également pour leurs prix qui sont en dessous des hypermarchés, supermarchés ou boulangeries premiums (Evolution de 57 % des parts de marché en 2015 à 71 % en 2019). Les artisans boulangers sont également très flexibles au niveau de la demande en proposant des gâteaux et des pâtisseries sur-mesure, très prisés lors d'événements et rassemblements familiaux.
- Dans le domaine industriel, le groupe saoudien Almarai se place en première position au sein des producteurs locaux industriels dans le domaine de la vente de produits BVP, au travers de ses marques L'USINE et 7 Days. Almarai fidélise ses clients en adoptant une stratégie de vente et de communication multicanale (chaînes de télévision et publicités sur Internet). La marque propose de nombreuses promotions et offres en magasin, tout en s'appuyant sur un réseau de distribution moderne qui lui permet d'être réactive par rapport à la demande du marché.
- Le digital a également bénéficié au secteur du BVP. Les utilisateurs de ce canal sont une population relativement jeune et connectée. Les hypermarchés et supermarchés se sont également adaptés aux nouveautés sur le marché avec la mise en place de livraisons à domicile via leurs sites Web et leurs applications mobiles (Ex : LULU et CARREFOUR).

PDM DES GRANDS ACTEURS DE LA BVP



# 1.BVP

## PANORAMA DES ACTEURS

### PRÉSENTATION GÉNÉRALE :

- **Les produits de boulangerie sont très prisés** par les consommateurs saoudiens, le pain et les pâtisseries sont consommés quotidiennement.
- **A partir de 2019 et la mise en place de la TVA à 15 %**, le comportement du consommateur a évolué et est passé des produits chers considérés « haut de gamme » à des articles moins onéreux.

### PANORAMA DES ACTEURS LOCAUX :

Western Bakeries est le premier fabricant de produits de boulangerie industriels.

1. Western Bakeries avec une part de marché de 16,5% en 2019 ;
2. National Food Industries Company avec une PDM de 6,2% ;
3. Nabisco Arabia Co (NAARCO) avec une PDM de 3,1% ;
4. Al Hassa Automatic Bakery avec une PDM de 2,8% ;
5. Saudi Masterbakers avec une PDM de 1,7% ;
6. Al Rasheed Food avec une PDM de 0,9 % ;
7. Herfy Food Service avec une PDM de 0,2%.

Nous pouvons également citer Saadeddin Pastry, Forsan Food, Sweet, Masdar Al Hayat etc.

Depuis le 01/05/2019, une nouvelle règle de l'autorité de régulation (SFDA) limite la quantité de sel dans le pain à 1g pour 100g

### TENDANCES À SUIVRE :

Le secteur de la boulangerie, viennoiserie et pâtisserie est très prisé par le consommateur saoudien, cela entraîne les innovations dans ce domaine d'activité. Ces dernières années, l'offre s'est largement étoffée avec le pain de campagne, la baguette tradition, le crumpets au levain, le pain de seigle... La montée en gamme est évidente afin de répondre aux tendances de produits bons pour la santé.

La société Modern Bakery diversifie encore davantage sa gamme de produits en proposant des crackers protéinés ou des pâtisseries surgelées (partenariat avec le chocolatier Hersheys) .

La Saudi Grains Organization (SAGO) a terminé la phase de la privatisation des premières et troisièmes minoteries. La deuxième minoterie possède trois succursales dans les villes de Riyad, Hail et Jizan, avec une capacité de production de 1,3 M T par an de farine, 180 000 T, pour le fourrage et 190 000 T pour les silos. La quatrième minoterie possède trois succursales à Al Dammam, Al Kharj et Al Madinah, avec une capacité de production de 945 000 T par an de farine, 90 000 T pour le fourrage et 140 000 T pour les silos.

Zoom: minoteries locales



Créé en 1960 au Liban, Wooden Bakeries a réussi à se positionner en tant qu'usine des meilleurs produits de boulangerie. La société est très présente en Arabie notamment à Riyad grâce à l'ouverture de sa principale succursale à Khurais, qui propose de nombreux types de pains et desserts pour tous les marchés. Wooden Bakery dispose de cinq succursales à Riyad.



# 1.BVP

## FORCES

- Qualité des produits français reconnue mondialement.
- Présence des marques françaises premium sur le marché saoudien.
- Marché saoudien demandeur de produits français.

## OPPORTUNITES

- Niches et micro-niches notamment dans le food service (restauration et hôtellerie de luxe) qui conviennent aux produits français tels que les fonds de tartes, les pâtisseries surgelées...
- Demande de pains et viennoiseries pour le PDJ (produit de petit-déjeuner) dans les hôtels avec l'ouverture du tourisme.
- Un marché en constante évolution ouvert aux nouveautés.
- Un marché à la recherche progressive de produits plus qualitatifs

## FAIBLESSES

- La France est 12<sup>ème</sup> dans les importations de produits de BVP en Arabie saoudite malgré une qualité premium de ses produits.
- Faible diversité des produits de BVP français au sein des grandes surfaces saoudiennes.

## MENACES

- Concurrence agressive des acteurs locaux et internationaux.
- Produits sur-mesure proposés par la concurrence à des prix très abordables sur un marché de plus en plus sensible aux prix.

## 2. Confiseries

Codes SH : 170410, 170490, 210500 - Il se peut que lors de l'extraction des données certains pays fournisseurs n'aient pas encore déclaré

### EVOLUTION DES IMPORTATIONS ET POSITIONNEMENT DE LA FRANCE

**102,5 M USD**

Valeur des exportations totales de confiseries sucrées vers l'Arabie saoudite en 2018

**13<sup>ème</sup>**

Place de la France parmi les fournisseurs en valeur en 2018  
PDM valeur : 1,4 %

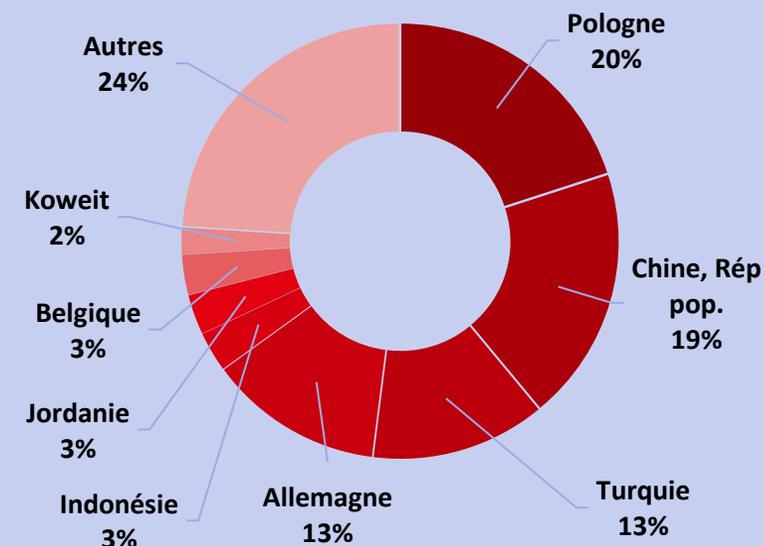
En 2018, les exportations de confiseries sucrées vers l'Arabie sont dominées par la Pologne, la Chine et la Turquie qui détiennent 52 % des parts de marché. La France se place en 13<sup>ème</sup> position. Elle est devancée par 5 concurrents européens : la Pologne, l'Allemagne, la Belgique, l'Italie et les Pays-Bas, respectivement 1<sup>er</sup>, 4<sup>ème</sup>, 7<sup>ème</sup>, 9<sup>ème</sup> et 10<sup>ème</sup> fournisseurs.

Les exportations françaises de confiseries sucrées vers l'Arabie saoudite ont augmenté de 50 % entre 2014 et 2018. La France exporte à 76 % des « sucreries sans cacao, à l'exclusion des gommes à mâcher ».

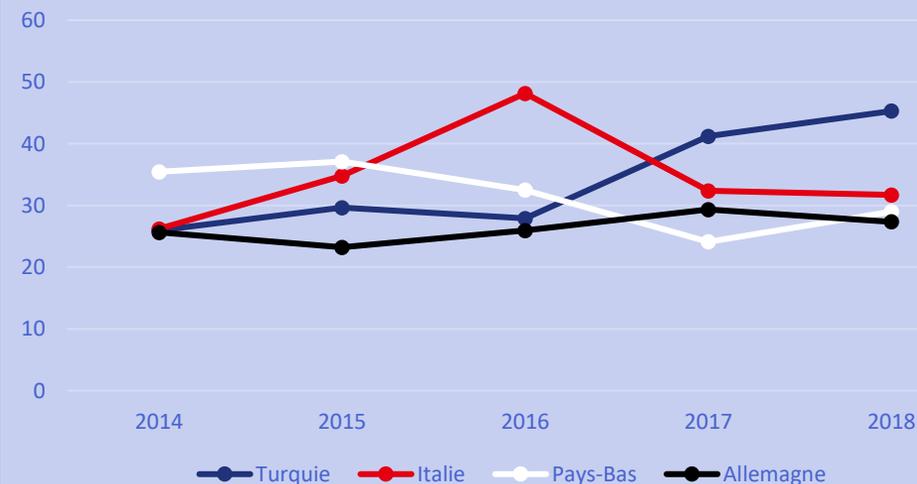
#### EXEMPLES D'ENTREPRISES FRANÇAISES PRÉSENTES SUR LE MARCHÉ:

- LA CURE GOURMANDE
- LUTTI
- BONBONS BARNIER
- DOUTRELOUX
- BONNE MAMAN

### PRINCIPAUX PAYS FOURNISSEURS DE L'ARABIE SAOUDITE EN 2018 (PDM VALEUR)



### EXPORTATIONS DE CONFISERIES SUCRÉES VERS L'ARABIE : POIDS DES PRINCIPAUX PAYS FOURNISSEURS (EN M USD)



## 2. Confiseries

### TENDANCES DU MARCHÉ



Confiserie sucrées  
« YUM EARTH »  
Crédit photo: LuLu  
Origine: USA

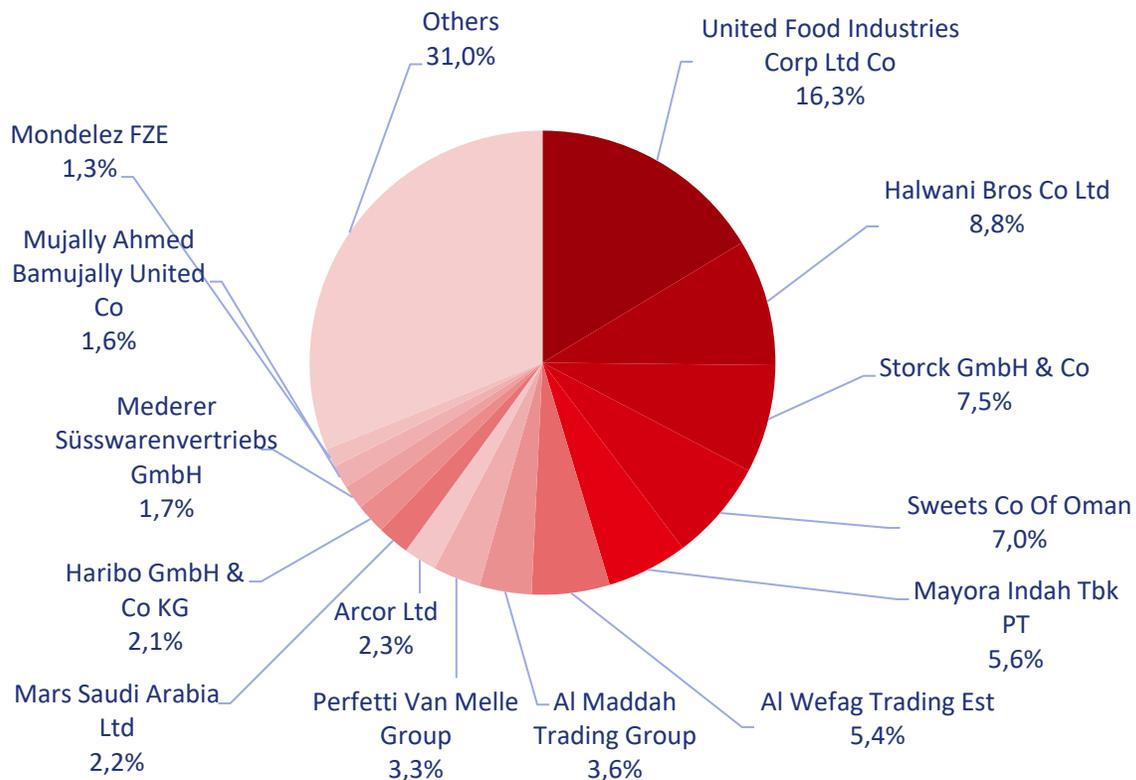
- Les ventes de confiseries sucrées en Arabie saoudite ont augmenté de 3 % en valeur et en volume pour atteindre 33 800 T en 2020.
- Ce sont les bonbons à sucer qui affichent la croissance la plus importante en 2020 avec une augmentation de 4 % des ventes.
- La crise sanitaire pousse les consommateurs à faire plus attention aux prix, boostant ainsi les marques qui offrent les prix les plus bas.
- La distribution des confiseries sucrées s'effectue principalement par le biais des GMS : 22,6 % des ventes en hypermarchés contre 35,7 % en supermarchés. Les épicerie traditionnelles (Baqalahs) canalisent quant à elles 37,7 % des ventes.
- 1 kg de confiseries sucrées est consommé par habitant par an en Arabie saoudite en 2019.
- Le secteur de la confiserie devrait être particulièrement touché par la récente prise de conscience des effets néfastes de la consommation excessive de sucre sur la santé. Cette prise de conscience touche particulièrement les parents, qui portent une attention particulière aux habitudes alimentaires de leurs enfants.
- Cette tendance bien-être et santé a poussé les marques à promouvoir de nouvelles gammes de produits pour attirer de nouveaux consommateurs. Notons par exemple l'introduction sur le marché de la marque américaine Yum Earth avec ses sucettes à base d'ingrédients d'origine biologique ou naturelle, végan, sans gluten et enrichis en Vitamine C.
- La catégorie des pastilles, gommes, bonbons gélifiés et produits à mâcher maintient sa forte présence en termes de ventes. De nouvelles marques importées dans cette catégorie, à faible teneur en sucre, arrivent sur le marché et devraient faire de l'ombre aux entreprises déjà bien implantées dans le Royaume.
- Les baqalahs (épicerie de quartier) resteront probablement le plus grand canal de distribution de confiseries sucrées avec la société leader, Deemah by United Food Industries Corp Ltd. Ces établissements sont idéalement situés dans des zones résidentielles et traditionnellement intégrés dans les habitudes d'achat locales. Bien que la vente au détail d'épicerie moderne se développe à un rythme plus rapide que les canaux traditionnels, les baqalahs devraient maintenir leur rôle de leader dans la distribution de confiseries sucrées.



## 2. Confiseries

### PRODUCTION LOCALE ET CONCURRENCE EN PLACE

PDM DES GRANDS ACTEURS DE LA CONFISERIE



La société locale Deemah (United Food Industries Corp Ltd) est le premier acteur de la confiserie en Arabie saoudite, avec 16,3 % de PDM en 2020. La marque jouit d'une bonne réputation, grâce à des prix compétitifs ainsi qu'à sa vaste gamme de produits lui garantissant une grande fidélité de la part des consommateurs. La société travaille à développer sa base de consommateurs depuis quelques années et se classe désormais première en 2020 devant les principales marques internationales comme Storck GmbH & Co, Sweets Co Of Oman, Halwani Bros Co et Al Wefag Trading Est.

L'entreprise Tema, auparavant l'un des principaux fabricants de halva (tradition turque à base de tahini, ressemblant à du nougat), a cessé son activité, ouvrant la voie à ses concurrents. Halwani Bros, son principal concurrent, en tire profit et gagne des parts de marché en 2020.

En matière d'innovations, le leader Halwani Bros, en quête de nouveaux consommateurs, a lancé du halva avec du sorbitol pour les diabétiques. Les caramels et les nougats devraient également bien performer en 2020, avec de nouveaux acteurs. Par exemple, Mentos a récemment lancé son nouveau produit à base de caramel Mentos Choco.



Confiserie « HALWANI »  
Crédit photo: LuLu  
Origine: Arabie saoudite



Confiserie « MENTOS »  
Crédit photo: Carrefour  
Origine: Italie

## 2. Confiseries

### FORCES

- Les marques françaises sont reconnues pour leur qualité et leur respect des réglementations.
- Diversité des confiseries sucrées françaises BIO et des entreprises ayant un savoir-faire traditionnel.

### OPPORTUNITES

- Tendances consommateurs : engouement pour les confiseries qui portent une image saine (arguments tels que « sans sucre », « sans colorants », « aux ingrédients naturels », ou encore « sans gluten »).
- Taux de consommation par habitant le plus élevé parmi les 10 principaux marchés d'opportunité de croissance de la confiserie et des prévisions positives sur un marché en pleine croissance.

### FAIBLESSES

- Faible compétitivité prix sur un marché où le prix compte beaucoup
- Un manque de notoriété pour les bonbons haut de gamme « à l'ancienne » (calissons, sucettes à l'ancienne, pralines...)

### MENACES

- Culture ancrée de confiseries à base de fruits à coques et de dattes
- Marché composé essentiellement de produits bas ou milieu de gamme
- Adaptabilité plus grande des concurrents dans un contexte juridique saoudien changeant.

### 3. Confiseries en chocolat

Codes SH : 180631, 180632, 180690 - Il se peut que lors de l'extraction des données certains pays fournisseurs n'aient pas encore déclaré

#### EVOLUTION DES IMPORTATIONS ET POSITIONNEMENT DE LA FRANCE

**244,9 M USD**

Valeur des exportations totales de confiseries en chocolat vers l'Arabie saoudite en 2018

**14<sup>ème</sup>**

Place de la France parmi les fournisseurs en valeur en 2018  
PDM : 1,6 %

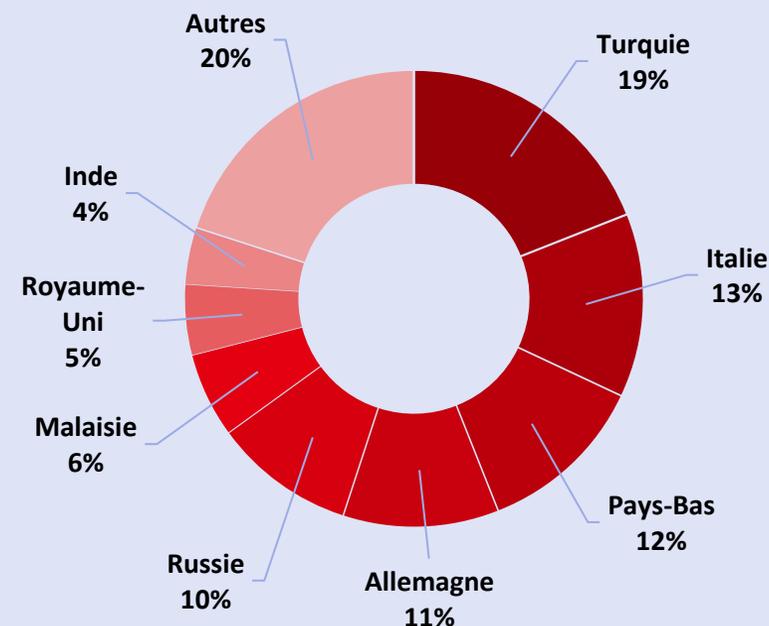
En 2018, les exportations de confiseries en chocolat vers l'Arabie sont dominées par la Turquie, l'Italie, les Pays-Bas et l'Allemagne qui détiennent 55 % des parts de marché. La France se place en 14<sup>ème</sup> position. Elle est devancée par 8 concurrents européens : l'Italie, les Pays-Bas, l'Allemagne, le Royaume-Uni, la Pologne, la Suisse, la Belgique et la Roumanie.

Les exportations françaises de confiseries en chocolat vers l'Arabie saoudite ont été multipliées par 4 entre 2014 et 2018. La France exporte majoritairement (75 %) du chocolat et autres préparations alimentaires contenant du cacao, en récipients ou en emballages immédiats d'un contenu supérieur ou égal à 2 Kg.

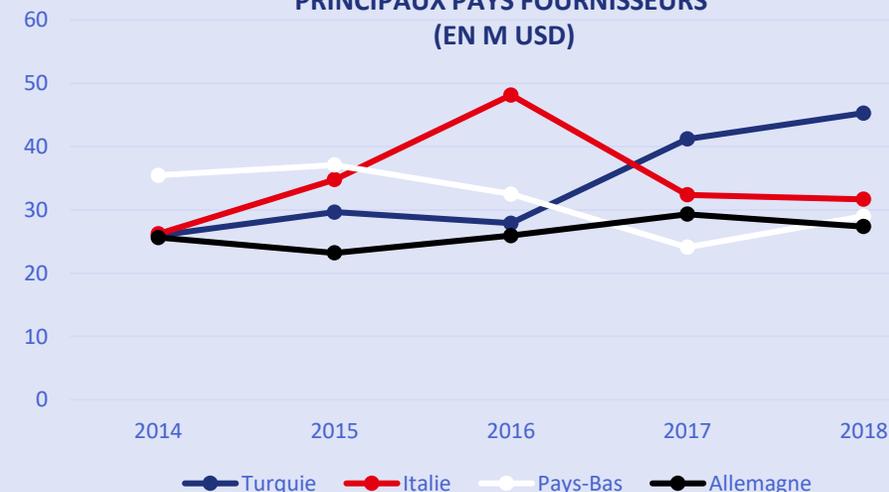
#### EXEMPLES D'ENTREPRISES FRANÇAISES PRÉSENTES SUR LE MARCHÉ :

- VALRHONA CHOCOLAT
- LA FERRIERE
- LADUREE CHOCOLAT
- FAUCHON

PRINCIPAUX PAYS FOURNISSEURS DE L'ARABIE SAOUDITE EN 2018 (PDM VALEUR)

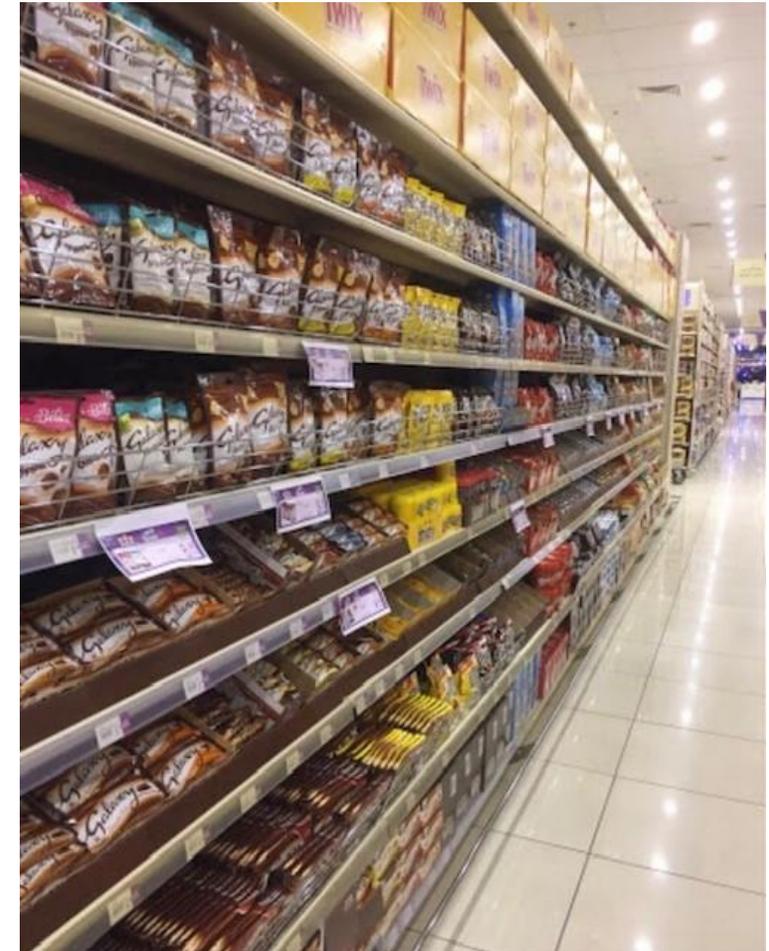


EXPORTATIONS DE CONFISERIES EN CHOCOLAT: POIDS DES PRINCIPAUX PAYS FOURNISSEURS (EN M USD)



### 3. Confiseries en chocolat

RAYONS « CHOCOLATS »  
SUPERMARCHÉ DANUBE, ARABIE SAOUDITE



# 3. Confiseries en chocolat

## TENDANCES DU MARCHÉ

- En 2020, les ventes de confiseries en chocolat diminuent de 3 % pour atteindre 1,2 Md USD tandis que le volume des ventes au détail progresse de 1 % avec 65 000 T.
- Les consommateurs deviennent plus sensibles aux prix des chocolats en réponse à la crise sanitaire.
- On observe une forte saisonnalité : les ventes de chocolat augmentent de 40 % lors du Ramadan.
- La distribution des produits de chocolaterie se fait principalement par la voie des GMS modernes : 24,2 % des ventes s’effectuent en hypermarchés et 39,2 % en supermarchés. Les épicerie traditionnelles canalisent quant à elles 33,7 % des ventes.
- 2 kg de chocolats sont consommés par habitant par an en Arabie saoudite en 2019.

C’est dans les villes que l’on recense la consommation de chocolat la plus importante. Afin de satisfaire les goûts locaux, les chocolats sont souvent mélangés à des dattes, des grains de café, des figues, des noix, des biscuits ou encore du caramel, souligne le responsable de Patchi Chocolate (marque pionnière d’origine libanaise présente dans la région).

L’obésité touche près d’un tiers de la population et l’Arabie saoudite à le taux de diabète le plus élevé au monde. Ces préoccupations de santé publique orientent les tendances de consommation vers une alimentation plus saine. Les consommateurs tendent à contrôler davantage leur apport en sucre, rendant ainsi populaires les portions plus petites ou les bouchées en chocolat. Ciblant cette demande croissante, de nombreux fabricants ont lancé ou envisagent de lancer de nouveaux formats et redimensionnent leurs gammes existantes. Dans cette même optique, l’Arabie saoudite innove en proposant du chocolat fabriqué à partir de lait de chamelle. Avec une teneur de 21 % de lait de chamelle et de 39 % en cacao, il séduit surtout un public féminin par sa richesse en vitamine C ainsi que par sa moindre teneur en graisse.

En 2020, les tablettes de chocolat biologique devraient également être l’un des produits phare. En Arabie saoudite, les produits biologiques ne souffrent pas d’une image de prix élevés. Dans le cadre de ces préoccupations de santé publique, le chocolat noir aura tendance à remplacer le chocolat au lait, perçu comme une alternative plus saine et plus riche en nutriments (fer, magnésium). Durant la période de confinement liée à la COVID-19, la vente des confiseries en chocolat a connu une croissance, car les consommateurs, assignés à résidence, ont perçu le chocolat comme un « petit plaisir » accessible.

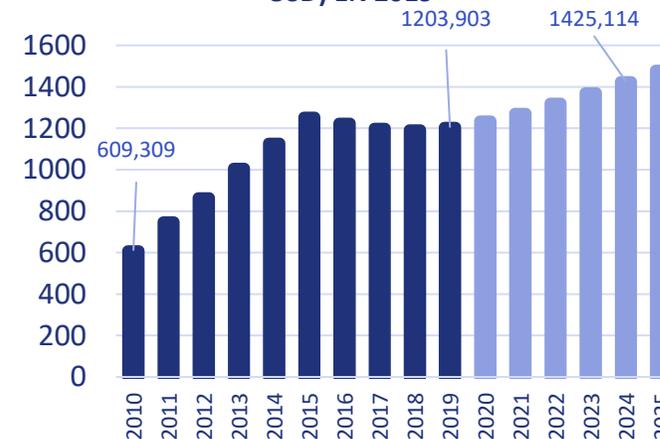


Chocolats de la marque « FERRERO »  
Crédit photo: Carrefour  
Origine: ITALIE

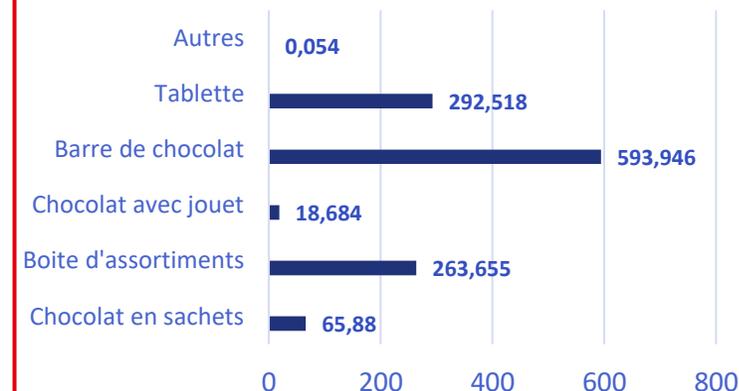


Chocolats de la marque « ÜLKER »  
Crédit photo: LuLu  
Origine: Turquie

VENTES DES CONFISERIES EN CHOCOLAT (M USD) EN 2019



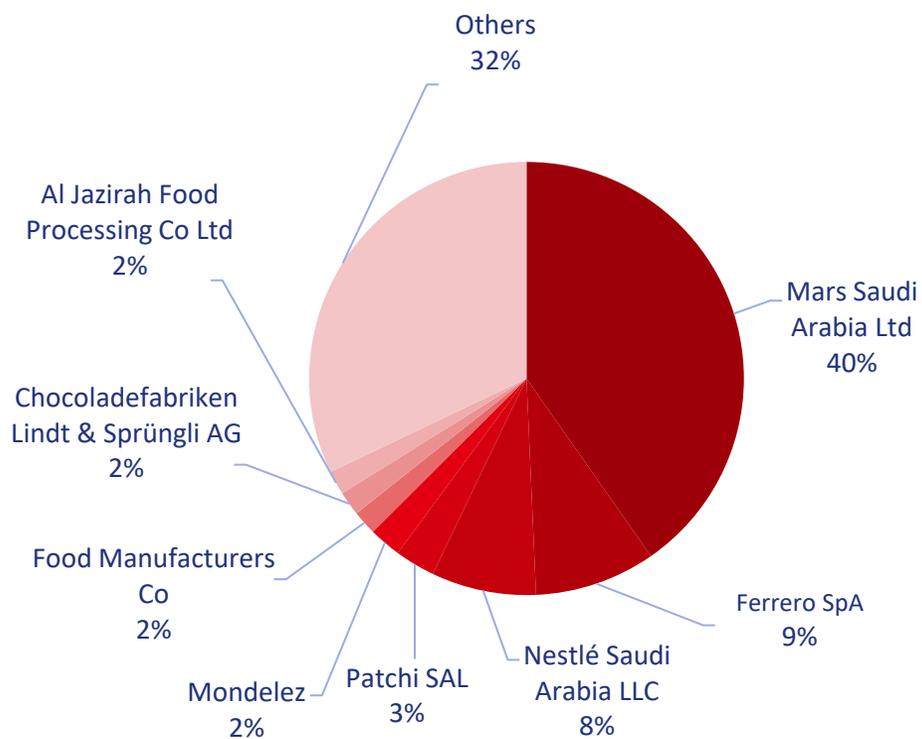
VENTES DE CONFISERIES EN CHOCOLAT (M USD, 2019)



### 3. Confiseries en chocolat

#### PRODUCTION LOCALE ET CONCURRENCE EN PLACE

##### PDM DES GRANDS ACTEURS DE LA CONFISERIE EN CHOCOLAT



- **Les géants internationaux, Mars et Nestlé, conservent leur avance en 2020**, en raison du lancement de nouveaux produits et de leur solide stratégie de publicité. La marque Galaxy, appartenant à Mars, arrive en tête en cumulant 20 % des ventes totales.
- **Les consommateurs saoudiens sont bien connus pour leur amour des marques internationales**, surtout dans le domaine de la confiserie chocolatée et leur fidélité à Mars en particulier devrait rester prédominante. L'entreprise a récemment lancé une gamme de nouveaux produits comme les Crispy Snickers, les Twix au chocolat blanc et beurre de cacahuète et une nouvelle barre Galaxy aux saveurs de chocolat blanc, de truffe et de crème.
- Alors que Mars est susceptible de conserver sa part de marché (40 %), d'autres marques internationales, comme l'entreprise Belge Godiva (introduite dans le royaume en 2019), devraient susciter l'intérêt des consommateurs saoudiens. La société propose des tablettes, des barres chocolatées ainsi que des coffrets cadeaux. Godiva est largement considérée comme une marque premium.



Chocolats de la marque « GALAXY - Mars »  
Crédit photo: LuLu  
Origine: USA



Chocolats de la marque « GODIVA »  
Crédit photo: LuLu  
Origine: USA  
Version : Barre chocolaté et tablette



Boutique entièrement dédiée à la vente de chocolats de la marque « Venchi »  
Origine: Italie

“ Nous avons, il y a encore quelques années, beaucoup d'entreprises françaises dans notre portefeuille. Depuis, le volume s'est considérablement réduit. La différence avec les Italiens ou les Américains par exemple, c'est qu'ils nous appellent tous les jours même pendant le weekend. Les Français sont plus distants, plus formels. ”

## 3. Confiseries en chocolat

### FORCES

- Qualité/tradition
- Le chocolat coûteux est un « luxe abordable »
- Bonne image des marques françaises dans le domaine du chocolat premium
- Diversité des créations (créations uniques et originales )

### OPPORTUNITES

- Engouement pour les chocolats emballés individuellement, les petites bouchées en chocolat, jugées moins « culpabilisantes »
- L'utilisation d'ingrédients à faible teneur en sucre
- Le chocolat noir, moins saturé en sucre et riche en nutriments
- Le chocolat d'origine biologique
- L'ouverture du pays au tourisme : hausse à prévoir des accueils en chambres dans l'hôtellerie de luxe

### FAIBLESSES

- Marché local peu « éduqué » en matière de chocolat de dégustation de niche. Culture à bâtir.
- Certains acteurs ont une politique peu/pas tournée vers l'international
- Le marché est qualifié de « saturé » par certains professionnels.

### MENACES

- Concurrence locale forte et bien implantée.
- Introduction de la TVA et cadre juridique qui tend vers plus de produits sains

## 4. Produits de snacking et apéritifs

Codes SH : SH080111, 080119, 080122, 080132, 080212, 080222, 080232, 080242, 080252, 080262, 080270, 080280, 080290, 081310, 081320, 081330, 081340, 081350, 120241, 120242, 190410 - Il se peut que lors de l'extraction des données certains pays fournisseurs n'aient pas encore déclaré

### EVOLUTION DES IMPORTATIONS ET POSITIONNEMENT DE LA FRANCE

**301 M USD**

Valeur des exportations totales de produits de snacking et apéritifs vers l'Arabie saoudite en 2018

**17<sup>ème</sup>**

Place de la France parmi les fournisseurs en valeur en 2018  
PDM : 0,82 %

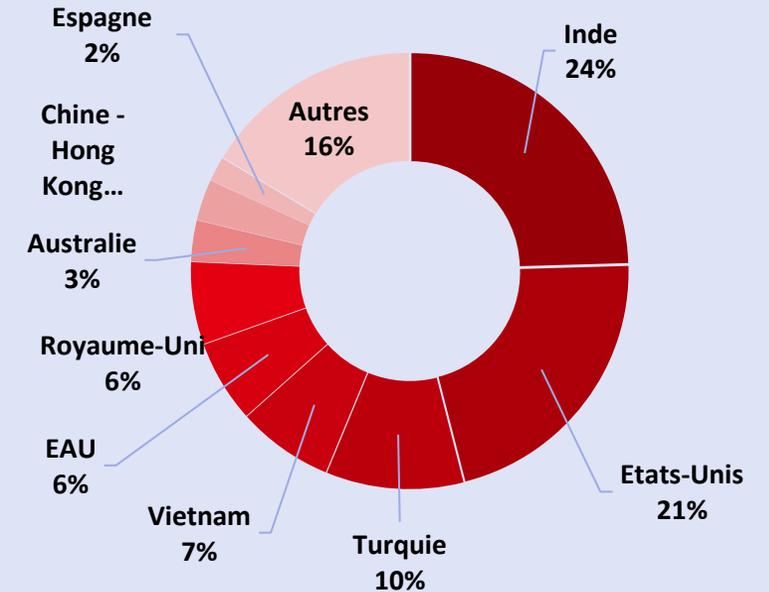
En 2018, les exportations de snacking et apéritifs vers l'Arabie sont dominées par l'Inde et Les Etats-Unis qui détiennent 45 % des parts de marché. La France se place en 17<sup>ème</sup> position. Elle est devancée par 4 concurrents européens : le Royaume-Uni, l'Espagne, la Pologne et la Belgique, respectivement 6<sup>ème</sup>, 9<sup>ème</sup>, 10<sup>ème</sup> et 16<sup>ème</sup> fournisseurs.

Les exportations françaises de produits de snacking et apéritifs vers l'Arabie saoudite ont diminué de 21 % entre 2014 et 2018. La France exporte à 86 % des produits à base de céréales obtenus par soufflage ou grillage.

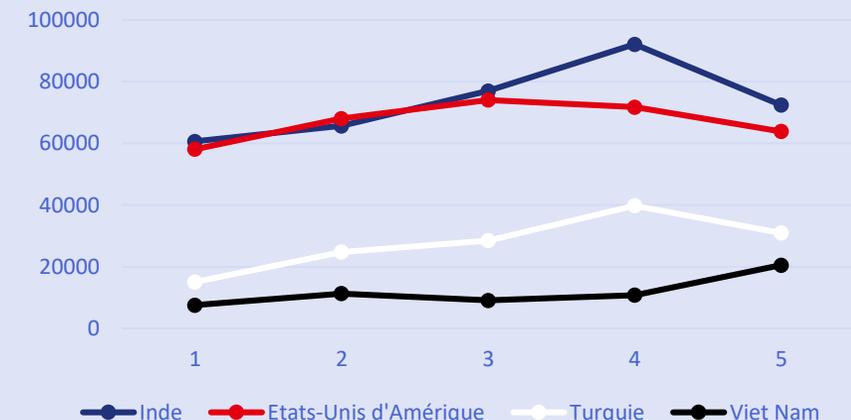
#### EXEMPLES D'ENTREPRISES FRANÇAISES PRÉSENTES SUR LE MARCHÉ:

- BAYARA
- LAY'S
- CARREFOUR
- LU
- SAINT MICHEL

### PRINCIPAUX PAYS FOURNISSEURS EN ARABIE SAOUDITE EN 2018 (PDM VALEUR)



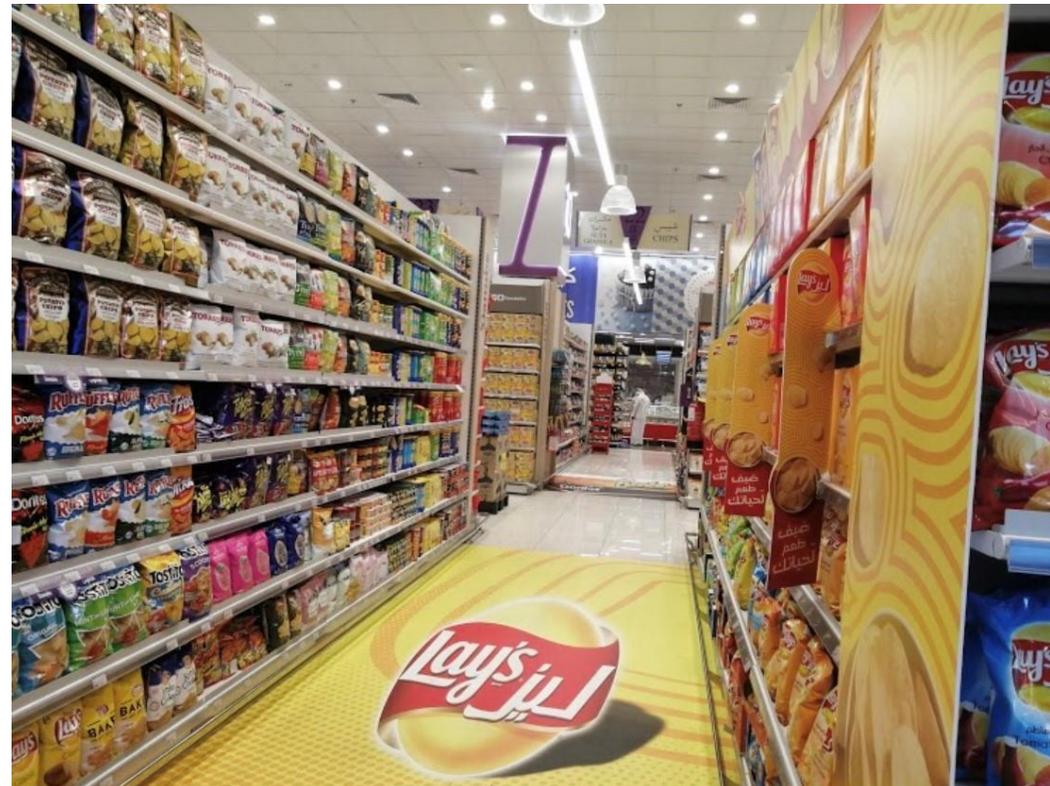
### EXPORTATIONS PRODUITS DE SNACKING ET APÉRITIFS: POIDS DES PRINCIPAUX PAYS FOURNISSEURS (EN M USD)



## 4. Produits de snacking et apéritifs



RAYON SNACKS, SUPERMARCHE DANUBE ARABIE SAOUDITE



# 4. Produits de snacking et apéritifs - Biscuits et snacks sucrés

## TENDANCES DU MARCHÉ

- Les biscuits et snacks sucrés enregistrent une croissance de 7 % en valeur en 2020 pour atteindre 998 M USD, tandis que les volumes augmentent de 6 % pour atteindre 94 500 T.
- La crise sanitaire a un impact sur la sensibilité des consommateurs aux prix mais a parallèlement boosté les ventes de produits issus de cette catégorie.
- Les fruits secs, traditionnellement appréciés dans la région (en particulier les dattes), restent la catégorie la plus dynamique en 2020 avec une croissance de + 8 %.
- La distribution des snacks sucrés se fait principalement par la voie des GMS modernes : 34 % des ventes s’effectuent en hypermarchés et 38,1 % en supermarchés. Les épicerie traditionnelles canalisent quant à elles 18,9 % des ventes.
- 3 kg de snacks sucrés sont consommés par habitant par an en Arabie saoudite en 2019.

Les consommateurs se tournent de plus en plus vers un mode de vie sain, que ce soit dans leurs habitudes alimentaires ainsi que dans leur pratique du sport. Ces deux éléments ont pour effet une augmentation de la consommation de barres énergétiques et protéinées. Outre leur distribution via les canaux classiques (hypermarchés, supermarchés), on les retrouve de plus en plus en vente en pharmacie, mais également dans les clubs et centres de fitness, contribuant à véhiculer un véritable mode de vie.

Dans cette même veine en matière de santé et de bien-être, les ventes de biscuits natures devraient augmenter en 2020. On s'attend à ce que les consommateurs considèrent les biscuits natures comme une collation saine. Par exemple, les biscuits Digestive et Kleja sont enrichis en fibres et contiennent moins de sucre ajouté.

La vente des biscuits fourrés arrive en seconde position grâce à la popularité du *maamoul*, biscuit fourré principalement aux dattes, l'une des collations les plus célèbres d'Arabie saoudite, souvent servie en accompagnement du café ou du thé. Avec la baisse de la population expatriée et l'augmentation du pouvoir d'achat des consommateurs locaux, les ventes de produits traditionnels devraient croître.



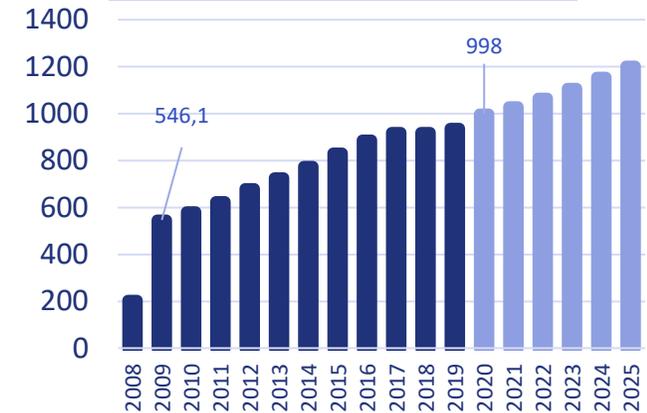
Kleja, 62 g

Biscuits de la marque « KLEJA BELVITA LU »  
Crédit photo: Carrefour  
Origine: FRANCE

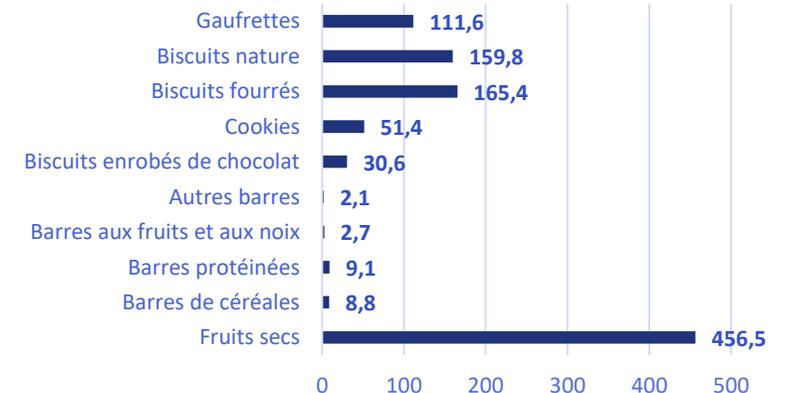


Biscuits de la marque « HALWANI Bros »  
Crédit photo: LuLu  
Origine: Arabie saoudite

VENTES DES BISCUITS ET DES SNACKS SUCRÉS (M USD)



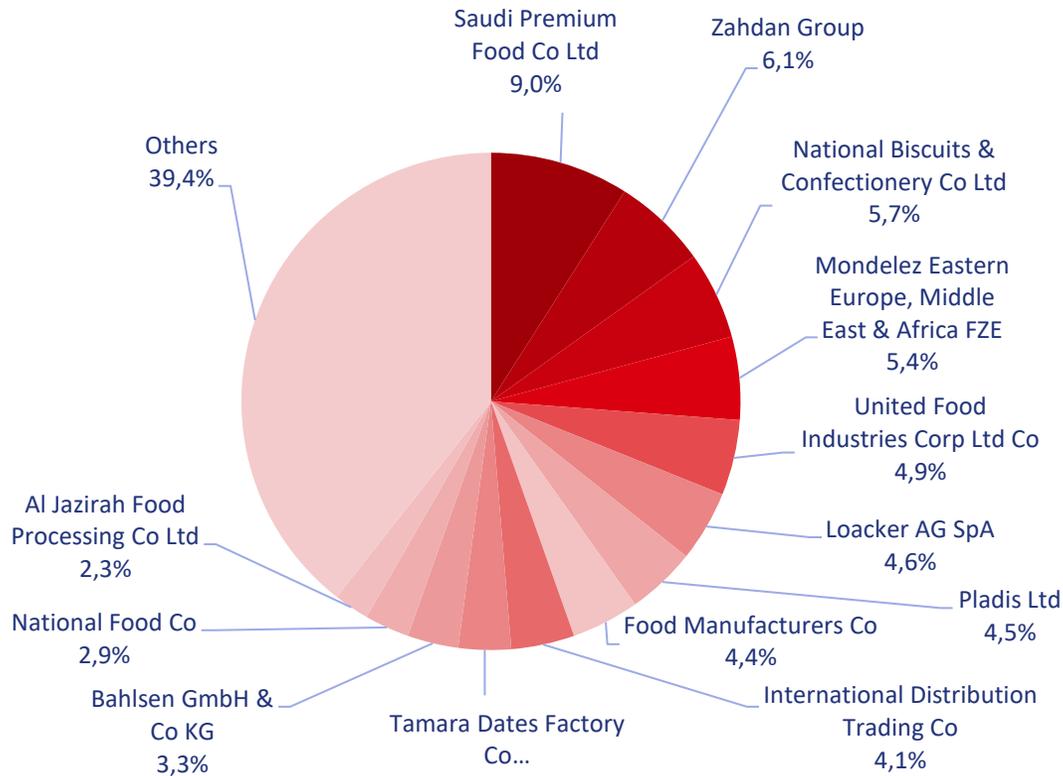
VENTES DE SNACKS SUCRÉS PAR CATEGORIES ( M USD, 2020)



# 4. Produits de snacking et apéritifs - Biscuits et snacks sucrés

## PRODUCTION LOCALE ET CONCURRENCE EN PLACE

PDM DES GRANDS ACTEURS DE LA BISCUITERIE SUCRÉE



**Saudi Premium Food Co** conserve sa position de leader de la biscuiterie sucrée en Arabie saoudite en 2020 avec 9 % des PDM. La société devrait maintenir la croissance de ses parts au cours de l'année grâce aux bonnes performances de ses marques de fruits secs, Roots et Nutria.

**Pladis**, 4,5 % des PDM, devrait gagner du terrain dans la catégorie des biscuits enrobés de chocolat et les biscuits naturels en 2020, principalement grâce aux bonnes performances de sa marque connue McVitie's (Digestives). La marque devrait bénéficier de l'introduction de produits tels que Thins (légendaire Digestives enrobés de chocolat, plus fins, plus petits et ainsi moins « culpabilisants »). Pladis a également parié sur une offre élargie de produits avec sa marque Ülker en lançant de nouveaux produits tels que Tempo, qui ressemble au produit phare d'Oreo. L'entreprise italienne

**Loacker** devrait également bien performer en Arabie saoudite en 2020 avec le lancement récent de son nouveau produit Tortina, qui se décline en différentes saveurs : noix de coco, original et chocolat blanc.

**Mars** devrait également connaître une forte croissance (en volume) en 2020. En effet, la joint-venture entre KIND et Mars est susceptible de renforcer la popularité de la marque .

Par ailleurs, le portefeuille de marques de l'entreprise Deemah comprend de nombreuses gammes ressemblant à des marques internationales assez connues. Ainsi, la gamme Kleija offre de grandes similitudes avec le packaging et les biscuits de la marque Belvita, de la même manière que les biscuits Neo ressemblent à la marque Oréo, mais avec des prix plus abordables.



Apéritifs de la marque « DEEMAH – NEO »  
Crédit photo: Carrefour  
Origine: Arabie saoudite



Apéritifs de la marque « PLADIS – TEMPO »  
Crédit photo: Carrefour  
Origine: Turquie



Apéritifs de la marque « PLADIS – THINS »  
Crédit photo: LuLu  
Origine: Turquie



Apéritifs de la marque « SAUDI PREMIUM FOOD - NUTRIA »  
Crédit photo: LuLu  
Origine: Arabie saoudite



Apéritifs de la marque « LOACKER – TORTINA »  
Crédit photo: Carrefour  
Origine: Italie

## 4. Produits de snacking et apéritifs - Biscuits et snacks sucrés

### TENDANCES DU MARCHÉ

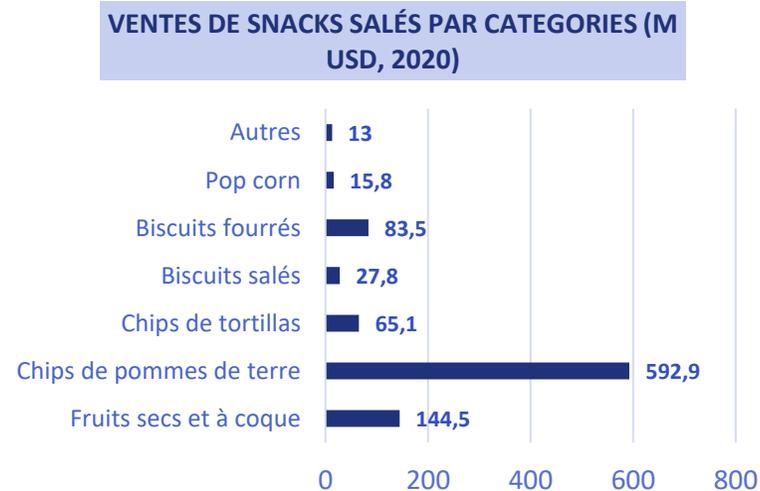
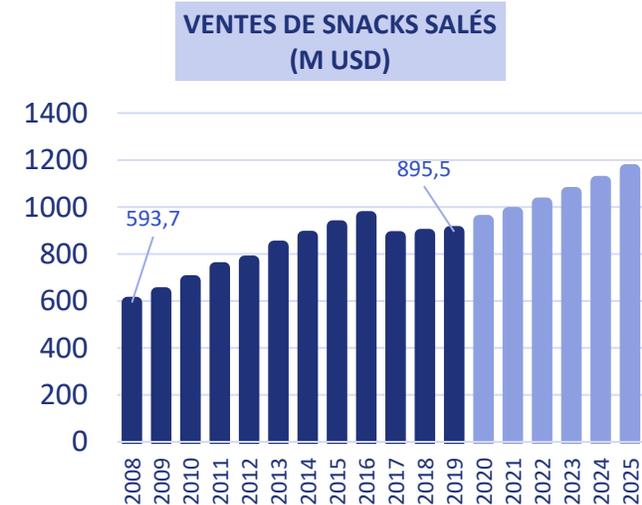
- Les ventes de snacks salés ont enregistré une croissance de 5 % en valeur en 2020 pour atteindre 943 M USD et 4 % en volume pour atteindre un total de 62 200 T.
  - Les snacks à base de noix, graines et mélanges sont la catégorie la plus dynamique en 2020, avec une augmentation de 7 % des ventes.
  - La distribution des snacks salés se fait principalement par la voie des GMS modernes : 20,7 % des ventes s'effectuent en hypermarchés et 28,1 % en supermarchés. Les épicerie traditionnelles canalisent quant à elles 41,9 % des ventes.
  - La crise sanitaire liée à la COVID-19 et l'incertitude économique qu'elle entraîne pourrait favoriser le développement de MDD (Marque De Distributeur), alternative à plus faible coût pour les consommateurs.
  - 2 kg de snacks salés sont consommés par habitant par an en Arabie saoudite en 2019.
- Dans l'optique de la recherche des consommateurs de collations toujours plus saines, certaines catégories ont un bel avenir devant elles : les mélanges de fruits à coque, les chips à base de riz, de légumineuses, de pain ou encore de légumes. Il faut néanmoins édulcorer cette hausse, car ces options plus saines représentent également un coût plus élevé, ce qui peut s'avérer être un obstacle à leur croissance en volume.
  - En réponse à la « diabolisation » du sucre, les collations salées remplacent de plus en plus les biscuits et collations sucrés. Par ailleurs, les fabricants profiteront probablement de la demande croissante de produits tels que les noix, notamment en introduisant des emballages toujours plus innovants. Le Ramadan participe à l'augmentation des ventes dans la catégorie car elles sont culturellement très appréciées durant cette période.



Apéritifs de la marque  
« BAJA MIXED MIX »  
Crédit photo: Carrefour  
Origine: Arabie saoudite



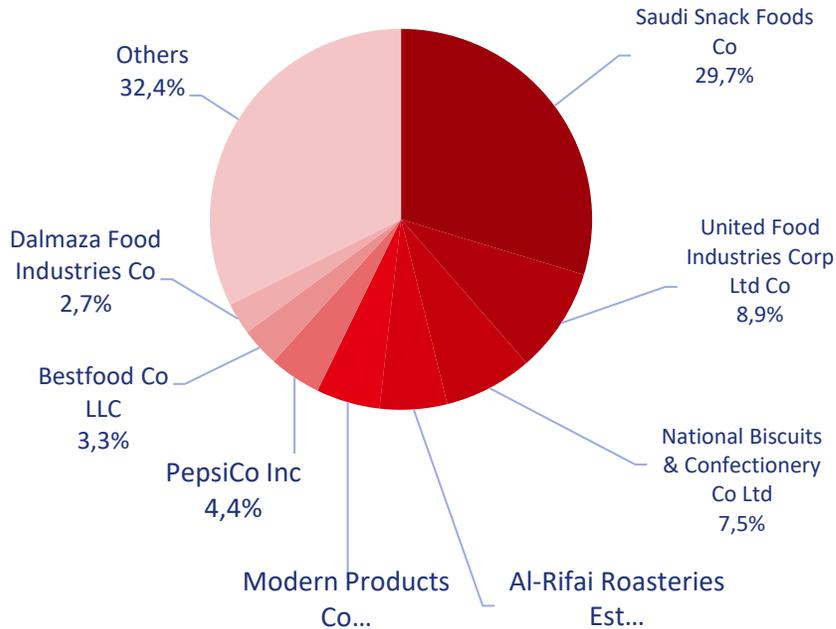
Apéritifs de la marque  
« SAUDI SNACK FOODS -  
CHEETOS »  
Crédit photo: Carrefour  
Origine: Arabie saoudite



# 4. Produits de snacking et apéritifs

## PRODUCTION LOCALE ET CONCURRENCE EN PLACE

PDM DES GRANDS ACTEURS DES SNACKS SALES



- Saudi Snack Foods Co est le leader incontestable sur le marché et détient 30 % des PDM en 2020 avec des marques telles que Cheetos, Lay's, Doritos, Sunbites,...
- Les MDD des entreprises locales sont susceptibles d'attirer un nombre croissant de consommateurs en raison de leurs prix compétitifs, et ce au détriment des marques internationales telles que Lay's et Cheetos. Le groupe Panda-Savola est un exemple d'acteur de MDD susceptible de se développer. La société propose de nombreux produits de marque maison, non seulement en collations salées, mais également en céréales pour petit-déjeuner et biscuits sucrés. La qualité et l'emballage de certains produits ressemblent à de nombreuses marques haut de gamme alors que les prix restent très compétitifs.
- Les marques locales à succès comprennent Deemah et Al Batal, qui sont largement distribuées à la fois par les enseignes modernes et par les épicerie traditionnelles.
- Almarai a lancé sa nouvelle marque de chips de pain Bake Rolls en 2019, et connaît depuis une augmentation de ses ventes, au détriment de son concurrent Sunbites. La marque et la réputation de l'entreprise devraient contribuer au succès de Bake Rolls et à sa large expansion en Arabie saoudite. Dans le segment des biscuits salés, Ritz devrait rester le leader en 2020. La marque jouit d'une reconnaissance internationale et les consommateurs font confiance à Mondelez pour fournir des produits de qualité.
- Les collations salées vont faire face à de nouveaux défis liés à leur production au début de la période de prévision en raison de l'introduction du règlement technique saoudien n ° SFDA FD 2483/2018 Acides gras trans, qui interdit l'utilisation d'huiles partiellement hydrogénées (PHO). L'interdiction touchera particulièrement les produits de snacking et apéritifs. Cette décision représente un effort de la part du gouvernement pour empêcher l'utilisation des graisses trans dans les produits alimentaires conformément aux recommandations de l'OMS (organisation mondiale de la santé).



Apéritifs de la marque « SAUDI SNACK FOODS – LAY'S »  
Crédit photo: Carrefour  
Origine: Arabie saoudite



Apéritifs de la marque « ALBATAL »  
Crédit photo: Carrefour  
Origine: Arabie saoudite

## 4. Produits de snacking et apéritifs

### FORCES

- Qualité des produits français dans le domaine des produits de snacking et apéritifs.
- Présence des groupes Français type Carrefour produisant leur propre produit et pouvant être une bonne vitrine pour les entreprises françaises.

### OPPORTUNITES

- Réseau de distribution très étoffé : GMS, stations services, CHR
- Les tendances en matière de santé et de bien-être qui peuvent être une opportunité intéressante pour les entreprises françaises dans ce domaine.
- L'industrie des produits de snacking et apéritifs est en pleine croissance et dispose d'un gros potentiel en Arabie et dans toute la région du Moyen-Orient.

### FAIBLESSES

- Manque de visibilité et compétitivité hors prix quelque peu inexistante (budget marketing, promotion image etc.).
- La France n'est que 25<sup>ème</sup> parmi les fournisseurs en valeur en 2018 et perd des PDM.

### MENACES

- Forte concurrence locale et internationale.
- Flexibilité des acteurs dans la diversité des produits proposés aux consommateurs saoudien.
- Développement et soutien – par le gouvernement - de la production locale.

# 5. Boissons sans alcool et eaux

## Boissons sans alcool et eaux

Codes SH : 2201, 2202, 2009, 210690 (Il se peut que lors de l'extraction des données certains pays fournisseurs n'aient pas encore déclaré)

### EVOLUTION DES IMPORTATIONS ET POSITIONNEMENT DE LA FRANCE

**563,1 M USD**

Valeur des exportations totales de boissons sans alcool et eaux vers l'Arabie saoudite en 2018

**8<sup>ème</sup>**

Place de la France parmi les fournisseurs en valeur en 2018  
PDM : 4,8 %

En 2018, les exportations de boissons sans alcool et eaux à destination de l'Arabie sont dominées par le Bahreïn, le Danemark, les Pays-Bas, l'Espagne, le Koweït et l'Allemagne qui détiennent 57 % des parts de marché. La France se place en 8<sup>ème</sup> position. Elle est devancée par 5 concurrents européens : le Danemark, les Pays-Bas, l'Espagne, l'Allemagne et le Royaume-Uni.

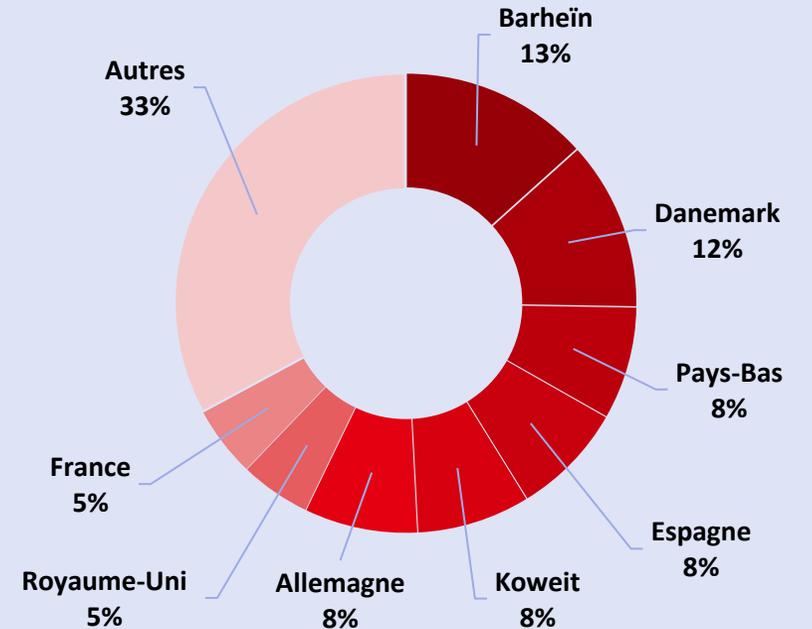
Les exportations françaises de boissons sans alcool et eau vers l'Arabie saoudite ont diminué de 53 % entre 2014 et 2018. La France exporte à 56 % des préparations alimentaires

- Préparations alimentaires pour 11,9 M USD (code HS 210690)
- Eaux minérales et eaux gazeifiées, non additionnées de sucre ou d'autres édulcorants ni aromatisées 9,8 M (code HS 220110)
- Boissons non-alcooliques (à l'excl. des eaux, des jus de fruits ou de légumes ainsi que du lait pour 1,7 M USD (code HS 220290)

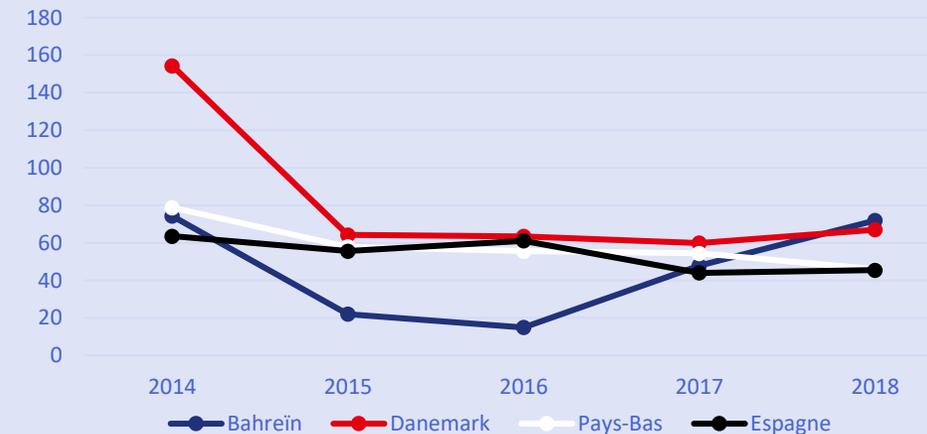
#### EXEMPLES D'ENTREPRISES FRANÇAISES PRÉSENTES SUR LE MARCHÉ :

- PERRIER
- EVIAN
- VOLVIC
- ORANGINA
- SIROP MONIN

### PRINCIPAUX PAYS FOURNISSEURS EN ARABIE SAOUDITE EN 2018 (PDM VALEUR)



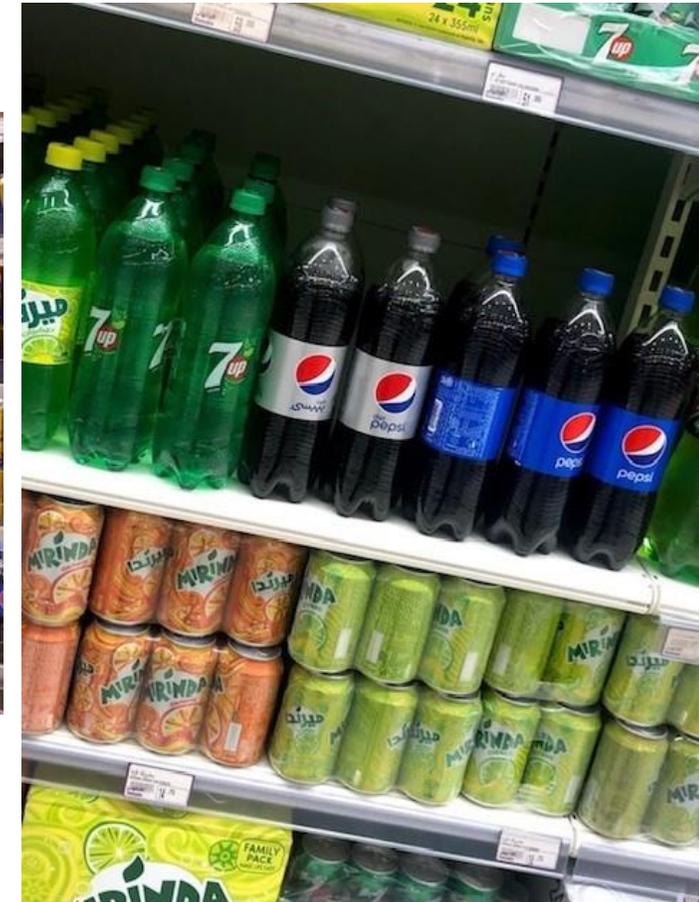
### EXPORTATIONS DE BOISSONS SANS ALCOOL ET EAUX : POIDS DES PRINCIPAUX PAYS FOURNISSEURS (EN M USD)



## 5. Boissons sans alcool



RAYON BOISSONS SANS ALCOOL, SUPERMACHE DANUBE - ARABIE SAOUDITE



## 5. Boissons sans alcool et eaux

### TENDANCES DU MARCHÉ

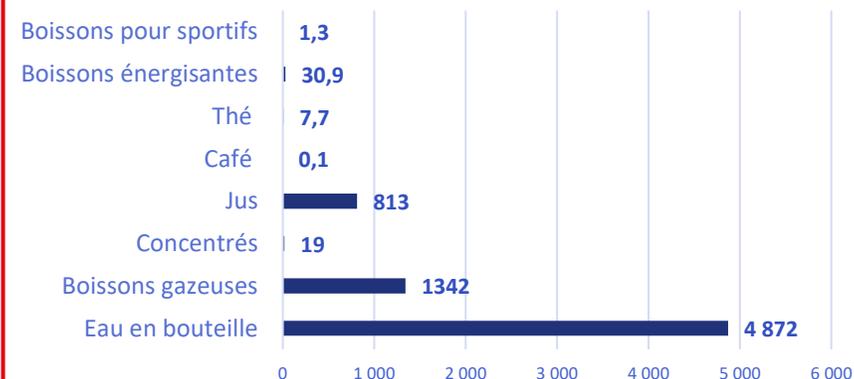
- Les ventes de boissons sans alcool ont enregistré, pour la 3<sup>ème</sup> année consécutive, une baisse en volume, passant de 8536 M litres en 2016 à 7086 M litres en 2019, soit une baisse de 17 % en 3 ans.
- L'eau en bouteille est la catégorie qui compte le plus de ventes avec 4872 M L vendus en 2019.
- La distribution des boissons sans alcool se fait principalement par le canal des GMS modernes: 25,5% des ventes s'effectuent en hypermarchés et 34,6 % en supermarchés. Les épicerie traditionnelles canalisent quant à elles 24,4% des ventes.
- L'entrée en vigueur de la TVA en 2018, combinée à la taxe sur les boissons sucrées introduite dans le pays en décembre 2019 ont majoritairement contribué à la baisse totale des ventes de boissons sans alcool (les ventes de boissons gazeuses, boissons énergisantes, jus et boissons pour sportifs ont respectivement diminué de 11 %, 16,8 %, 2,7 % et 14,7 %).
- 248 litres de boissons sans alcool et eaux sont consommés par habitant par an en Arabie saoudite en 2019.
- **L'introduction récente de la « taxe sur le sucre »** (taxe d'accise de 50%) a contribué à l'augmentation des prix des boissons sucrées et marque la volonté du gouvernement de promouvoir des options saines pour la santé de sa population. La SFDA (autorité saoudienne de contrôle de l'alimentation et des médicaments) a même publié un document indiquant la limite maximale de sucre qu'une boisson gazeuse ne doit pas dépasser. L'organisme fait également circuler des affiches sur son compte Twitter et a lancé plusieurs campagnes dans le but d'éduquer les consommateurs sur les effets négatifs d'un excès de sucre dans les boissons ou d'une consommation excessive de boissons sucrées. De leur côté, les consommateurs choisissent de plus en plus des boissons à faible teneur en sucre, sans additifs et sans conservateurs ni colorants et des eaux à plus faible teneur en sodium.
- **De plus, le marché des boissons non alcoolisées** pourrait ralentir davantage en raison de l'exode des expatriés, causé par l'augmentation des honoraires des personnes à charge en 2020, dont les premiers effets apparaîtront principalement en 2021.

Les fontaines à boissons sont un format de débit de boisson populaire en Arabie saoudite. Outre les boissons gazeuses, le thé RTD (saveur Lipton, pêche et citron) est également disponible sous cette forme dans la majorité des restaurants et établissements de restauration. Cette option est souvent privilégiée par les consommateurs dans les restaurants car cette formule est disponible « à volonté ».

VENTES DE BOISSONS SANS ALCOOL ( M LITRES )



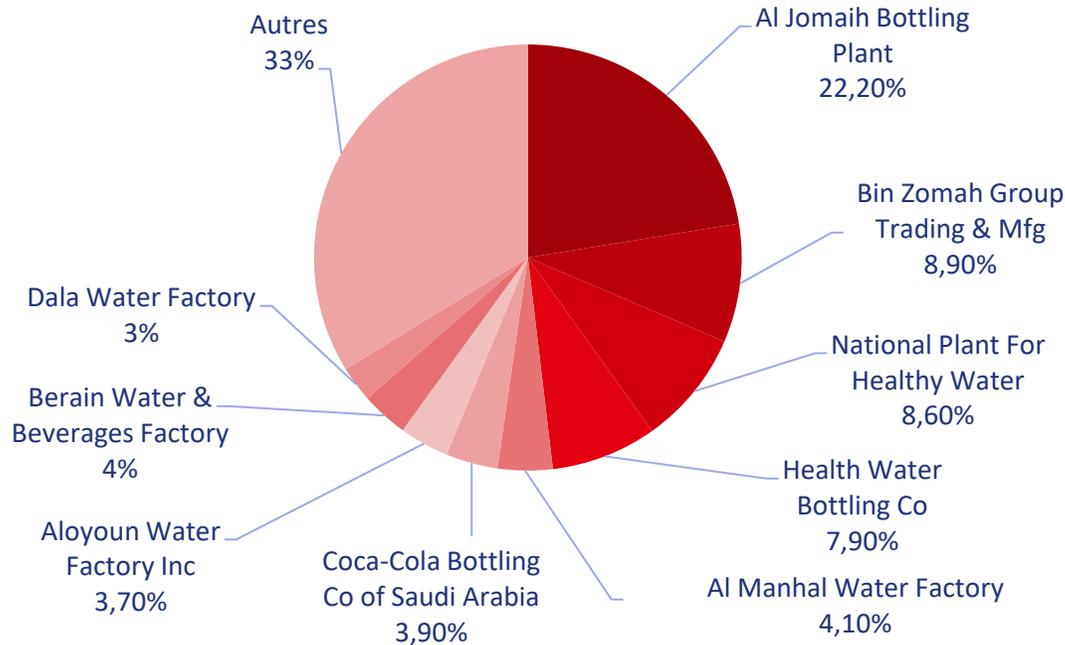
VENTES DE BOISSONS SANS ALCOOL PAR CATÉGORIE (M LITRES, 2019)



# 5. Boissons sans alcool et eaux

## PRODUCTION LOCALE ET CONCURRENCE EN PLACE

### PDM DES GRANDS ACTEURS DES BOISSONS SANS ALCOOL ET EAUX



Eau de la marque « LIPTON AL JOMAIH »  
Crédit photo: Carrefour  
Origine: Arabie saoudite



Eau de la marque « AIN »  
Crédit photo: Carrefour  
Origine: Arabie saoudite



Boisson de la marque « PEPSI AL JOMAIH »  
Crédit photo: Carrefour  
Origine: Arabie saoudite

Al Jomaih Bottling Plant (partenaire de l'entreprise Pepsi-Cola) est le leader incontesté du marché en termes de ventes de boissons non alcoolisées grâce à sa position dominante sur le segment des boissons gazeuses (Pepsi, 7 Up et Mountain Dew). L'entreprise met également en bouteille du thé glacé (Lipton), de l'eau (Aquafina) et des boissons pour sportifs (Gatorade). L'entreprise Al Ain Food & Beverages est le premier acteur en termes de volume de ventes en raison de la popularité de son eau en bouteille.

Saf (eau et jus de fruit), Hana (eau), suivis de Pepsi (boisson gazeuse) et Nova (eau) sont les marques les plus consommées par la population locale en 2019. Elles canalisent 33 % des parts totales de marché.

Le SFDA (Saudi Food and Drug Authority) a prévu de signer un accord d'engagement volontaire avec un certain nombre de fabricants et de fournisseurs de produits alimentaires mondiaux pour réduire la quantité de sucre, de sel et de graisse dans leurs produits. La stratégie de réglementation des aliments sains, conforme à la Vision saoudienne 2030, vise à réduire les niveaux de sucre, de sel, de graisses saturées et transformées dans les produits comestibles et buvables. Les entreprises qui signeront l'initiative d'engagement volontaire sont Nestlé Moyen-Orient, Mars Arabie saoudite Gulf, Mondelez Arabia, Kellogg's Arabia, PepsiCo Global, The Coca-Cola Co, Unilever, General Mills Company et Freeze Land.

En termes d'innovation produit, presque toutes les entreprises de boissons se sont consciemment concentrées sur la reformulation de produits existants avec des alternatives à teneur réduite en sucre ou sans caféine, ou sur le lancement de nouveaux produits à faible ou zéro teneur en sucre. Les entreprises cherchent également à remplacer le sucre par de la stévia ou des édulcorants naturels tels que le miel, et ce dans le but d'innover et d'attirer des consommateurs soucieux de leur santé. Par ailleurs et en réponse à la hausse des prix, certains fabricants ont également lancé de nouvelles tailles de bouteilles.

## 5. Boissons sans alcool et eaux

### FORCES

- Les produits français dans le domaine des boissons sans alcool et eaux sont très appréciés et reconnus dans la gamme premium (Evian, Perrier, VOLVIC etc.).
- Les produits français sont reconnus pour être en concordance avec la tendance des produits sains avec pas ou peu d'ajout de sucres.

### OPPORTUNITES

- Le marché des boissons sans alcool et eaux est constamment en croissance et ouvert à toute nouveauté / innovation.
- Développement du secteur du tourisme hors religieux

### FAIBLESSES

- Manque de suivi et de présence des produits français en Arabie saoudite. Le consommateur doit comprendre pourquoi il paie plus cher une boisson importée.
- La France est 8<sup>ème</sup> parmi les fournisseurs en valeur en 2018 avec une part de marché à 4,8 %.
- Les exportations françaises de boissons sans alcool et eaux vers l'Arabie saoudite sont en diminution.

### MEINACES

- Concurrence très agressive et bon marché
- Cadre réglementaire contraint

## 6. Condiments, huiles et sauces

Codes SH : 0904, 0906, 0907, 0908, 0909, 091011, 091012, 091020, 091030, 091091, 25010091, 2103, 210500, 1507, 1508, 1509, 1511, 1512, 1513, 1514\*\*

Il se peut que lors de l'extraction des données certains pays fournisseurs n'aient pas encore déclaré

### EVOLUTION DES IMPORTATIONS ET POSITIONNEMENT DE LA FRANCE

**1,2 Mrd USD**

Valeur des exportations totales de condiments, huiles et sauces vers l'Arabie saoudite en 2018

**15**

Place de la France parmi les fournisseurs en valeur en 2018  
PDM : 1,49 %

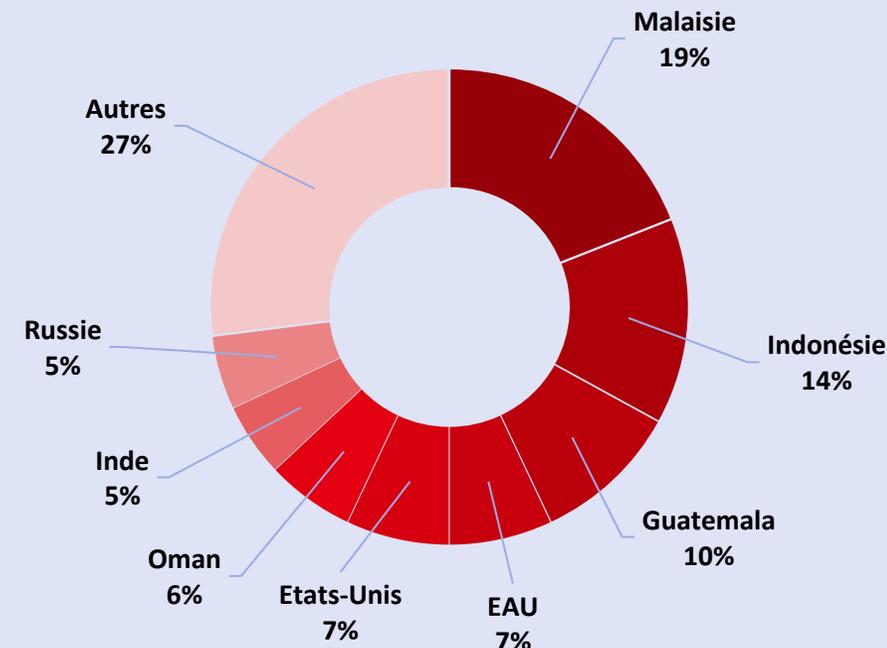
En 2018, les exportations de condiments, huiles et sauces vers l'Arabie sont dominées par la Malaisie, l'Indonésie et le Guatemala qui détiennent 42 % des parts de marché. La France se place en 15<sup>ème</sup> position. Elle est devancée par 2 concurrents européens : l'Ukraine et l'Espagne, respectivement 9<sup>ème</sup> et 12<sup>ème</sup> fournisseurs.

Les exportations françaises de condiments, huiles et sauces vers l'Arabie saoudite ont augmenté de 12,8 % entre 2014 et 2018. La France exporte à 77 % des mélanges d'épices (SH 091091: curry, mélange d'épices broyées et non broyées).

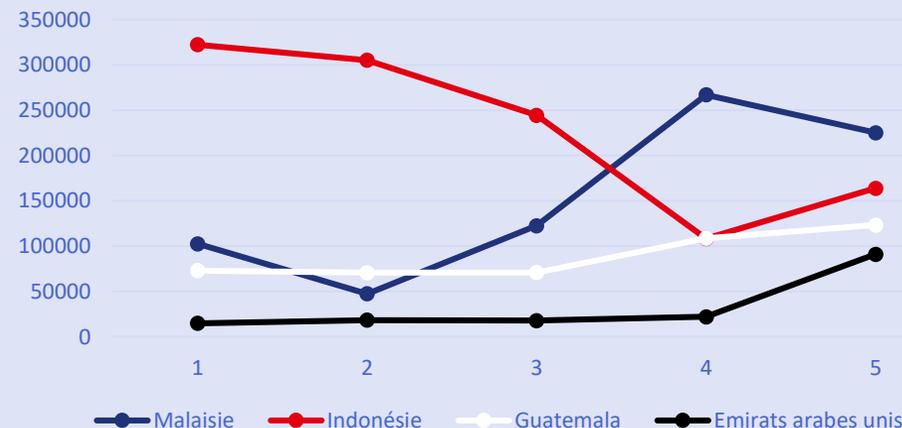
#### EXEMPLES D'ENTREPRISES FRANÇAISES PRÉSENTES SUR LE MARCHÉ :

- CLOVIS
- LESIEUR
- MAILLE
- CARREFOUR (MDD)

### PRINCIPAUX PAYS FOURNISSEURS EN ARABIE SAOUDITE EN 2018 (PDM VALEUR)



### EXPORTATIONS DE CONDIMENTS, HUILES ET SAUCES: POIDS DES PRINCIPAUX PAYS FOURNISSEURS (EN Mio USD)



## 6. Condiments, huiles et sauces



RAYON CONDIMENTS, HUILES ET SAUCES, SUPERMARCHÉ LULU ARABIE SAOUDITE



## 6. Condiments, huiles et sauces

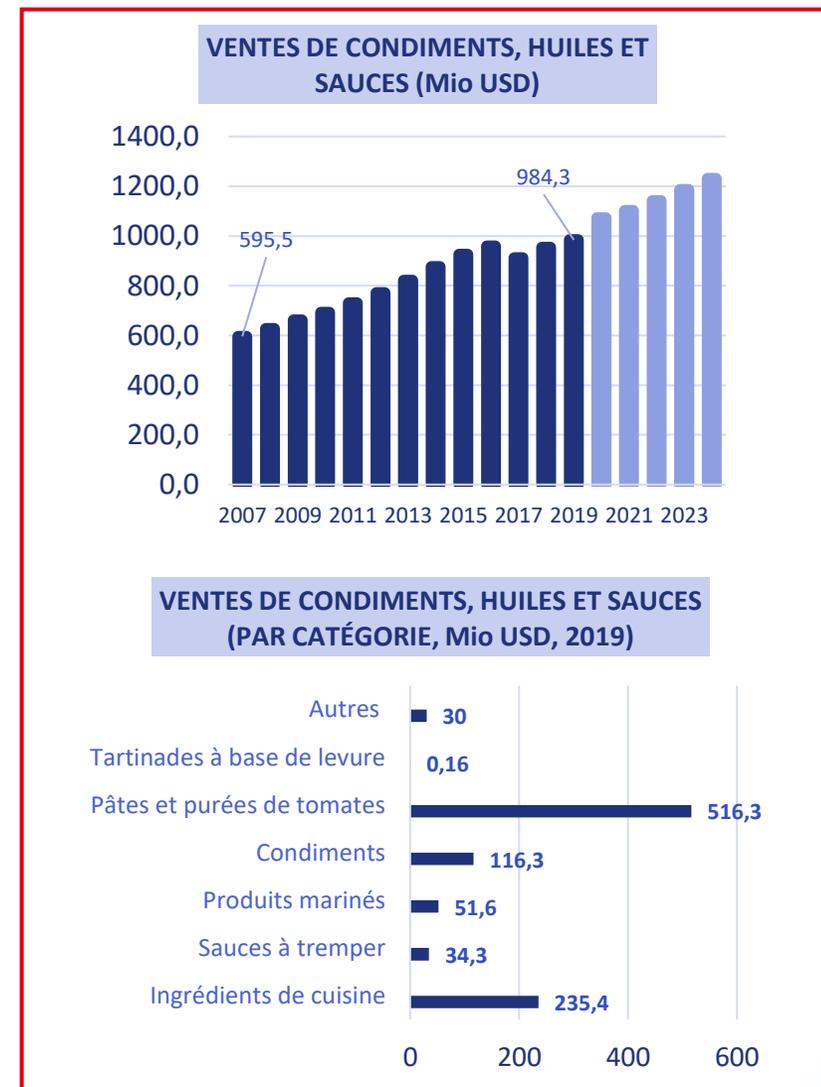
### TENDANCES DU MARCHÉ

- En 2019, les ventes de condiments, huiles et sauces en Arabie saoudite ont augmenté de 3 % en valeur et de 3 % en volume pour atteindre 244 000 T.
- La catégorie la plus dynamique est celle des sauces pour pâtes avec 5 % de croissance annuelle estimée en 2019.
- Les principaux acteurs locaux s'adaptent de plus en plus à la tendance bien-être et santé en proposant des produits estampillés « light » et en teneur réduite en graisse.
- La distribution des sauces et condiments se fait principalement par la voie des GMS modernes : 43,2 % des ventes s'effectuent en hypermarchés et 31 % en supermarchés. Les épicerie traditionnelles canalisent quant à elles 21,6 % des ventes.
- 10,6 kg de condiments, huiles et sauces sont consommés par habitant par an en Arabie saoudite en 2019.

Étant un ingrédient culinaire essentiel en Arabie saoudite, les pâtes et les purées de tomates constituent la grande majorité des ventes de condiments et sauces dans le pays.

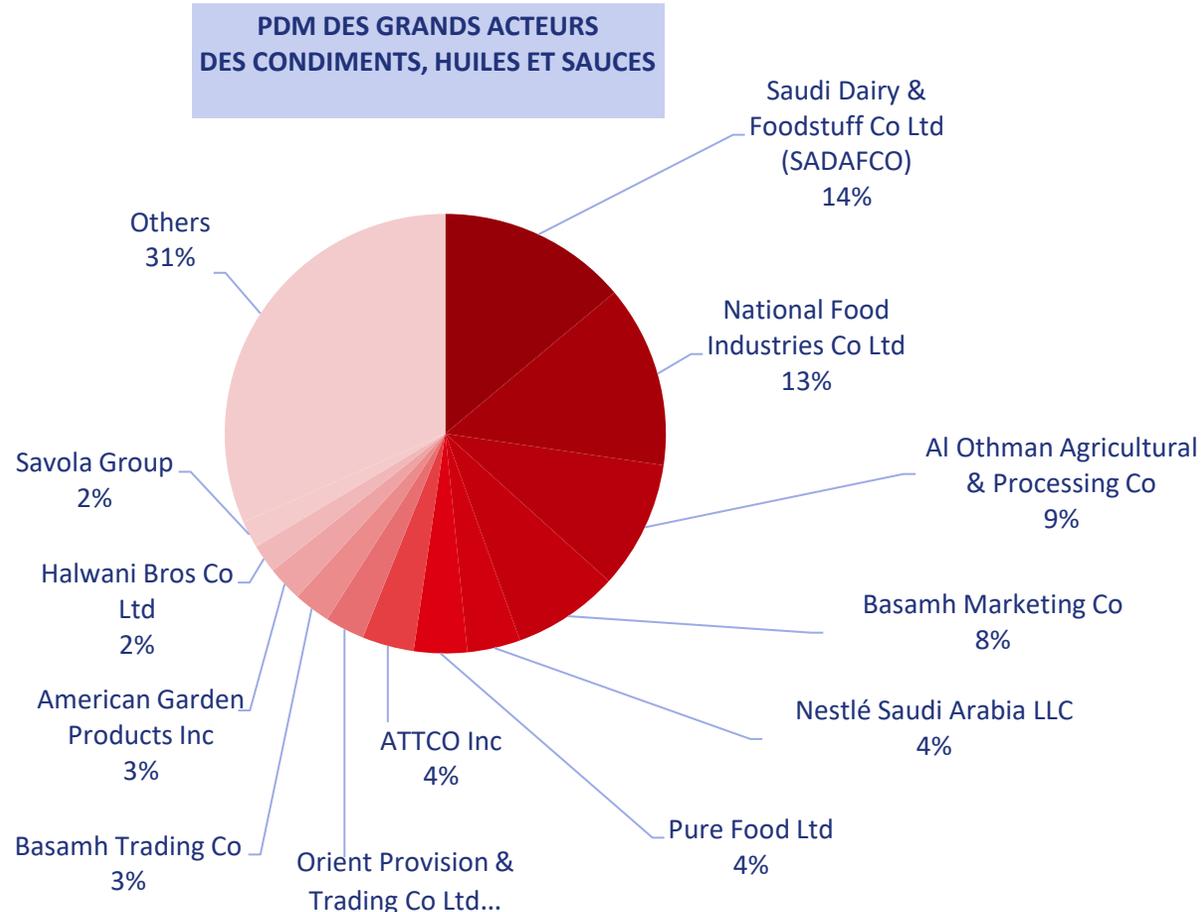
La tendance en matière de santé et de bien-être s'est intensifiée en Arabie saoudite en 2019. Les consommateurs souhaitent suivre une alimentation et un mode de vie sain. Ainsi, les fabricants ont commencé à proposer des alternatives plus saines pour répondre à cette demande. Ce mode de vie plus sain a eu un impact positif sur les ventes de sauces, de vinaigrettes et de condiments, en particulier les sauces de table, les herbes et les épices. Les innovations se multiplient dans les rayons des sauces, des vinaigrettes et des condiments, avec une préférence pour des versions allégées, naturelles, biologiques et sans ingrédients artificiels.

De nombreux nouveaux produits ont été introduits sur le marché tels que les bouillons liquides, les sauces sèches, les sauces de poisson, les sauces aux huîtres et les pâtes à tartiner salées à base de levure. Les sauces pour la cuisine sont particulièrement appréciées par la population saoudienne, en grande partie en raison de la grande popularité des cuisines ethniques, en particulier chinoise et indienne, mais aussi italienne et mexicaine.



# 6. Condiments, huiles et sauces

## PRODUCTION LOCALE ET CONCURRENCE EN PLACE



Sauce tomate de la marque « SAUDI DAIRY »  
Crédit photo: SADAFCO  
Origine: Arabie saoudite



Sauce tomate de la marque « MAGGI »  
Crédit photo: Carrefour  
Origine: Suisse

Le marché des sauces et condiments est fragmenté. Le groupe Saudi dairy & Foodstuff maintient sa position de leader en 2019 (14 % de PDM) grâce à son positionnement réussi dans la catégorie des concentrés et des purées de tomates. Ce succès a été renforcé grâce à un solide réseau de distribution et à la reconnaissance obtenue par le biais d'autres produits de son portefeuille (lait, glace, beurre, fromage, crème...).

Les acteurs mondiaux, tels que Maggi (4 % des PDM), leader sur le segment des cubes et des bouillons en poudre, sont présents grâce à la fidélité de leurs consommateurs et à une renommée mondiale. Il existe également une offre variée de sauces de table développée spécifiquement pour les consommateurs en Arabie saoudite. Par exemple, Heinz, Maggi et Knorr ont réussi à pénétrer le marché en intégrant des goûts locaux dans leurs recettes : Knorr avec ses bouillons curry, agneau, kabsa mix, Heinz avec sa sauce tomate au mélange d'épices arabes, sa mayonnaise épicée au Tikka Masala, sa mayonnaise aux 3 poivres ou encore Maggi avec ses bouillons au safran, ses mix au zaatar, au shawarama ou au sayadiya (recette locale à base de riz et de poisson).

Bien que la marque mondiale Heinz (et son fameux Ketchup) soit présente localement (1,3 % de PDM), elle n'a pas été en mesure de contester le leadership de Saudia (14 % des PDM).

Le succès des marques locales comme *Saudia*, *Al-Alali*, *Rana* et *Halwani* tient à leur offre de produits économiques ainsi que dans la multitude de formats de produits. Par exemple, on peut trouver chez Carrefour des contenants de 4,5 L de sauce épicée de la marque Rana.

Afin de satisfaire la tendance santé et bien-être, l'entreprise Goody a reformulé la majorité de ses packagings en 2019 pour mettre en avant les bénéfices nutritionnels de ses produits. En 2018, Saudia a lancé la première pâte de tomate biologique et en 2019, Goody a lancé la première sauce tomate tamisée en Arabie saoudite. La sauce tomate tamisée est un liquide lisse et épais à base de tomates fraîches italiennes que l'entreprise promet comme donnant aux plats une texture riche et un goût délicieux.

## 6. Condiments, huiles et sauces

### SWOT

#### FORCES

- Très en avance sur le label bio (Ex : Amora)
- Attachement à la marque : notoriété forte
- Image de qualité et tradition

#### OPPORTUNITES

- Les consommateurs cuisinent davantage chez eux depuis la crise sanitaire, créant ainsi une réelle opportunité pour les mix d'épices et les sauces prêtes à l'emploi.
- Demande d'ingrédients pour une cuisine ethnique en hausse
- Les produits allégés en sel, en gras, en additifs... ont le vent en poupe

#### FAIBLESSES

- Inadéquation des prix (jugés trop élevés) par rapport au circuit MDD
- La France est peu connue pour ses épices, ses condiments ou ses sauces, contrairement à d'autres pays méditerranéens.
- Les palais ont besoin d'être éduqués aux « nouvelles saveurs ». Exemple : moutarde.

#### MENACES

- Forte concurrence locale et internationale
- Certains produits de cette catégorie sont considérés comme très gras et donc ne vont pas dans le sens d'une « alimentation plus saine »
- Les principaux acteurs locaux bénéficient d'une chaîne logistique intégrée en raison de la multitude de produits qu'ils proposent.

# 7. Miel, Confitures, et Pâtes à tartiner sucrées

Codes SH : 20081110, 18069060, 2007, 0409

Lors de l'extraction des données, certains pays fournisseurs peuvent ne pas avoir encore déclaré.

## EVOLUTION DES IMPORTATIONS ET POSITIONNEMENT DE LA FRANCE

**166,7 Mio USD**

Valeur des exportations totales de confitures, miel et pâtes à tartiner sucrées de l'Arabie saoudite en 2018

**15<sup>ème</sup>**

Place de la France parmi les fournisseurs en valeur en 2018  
PDM : 2,0 %

En 2018, les exportations de confitures, miel et de pâtes à tartiner sucrées vers l'Arabie sont dominées par la Turquie, l'Allemagne, l'Inde et l'Italie qui détiennent 51 % des parts de marché. La France se place en 15<sup>ème</sup> position. Elle est devancée par 5 concurrents européens : l'Allemagne (2<sup>ème</sup>), l'Italie (4<sup>ème</sup>), l'Espagne (8<sup>ème</sup>), la Grèce (11<sup>ème</sup>) et la Pologne (14<sup>ème</sup>).

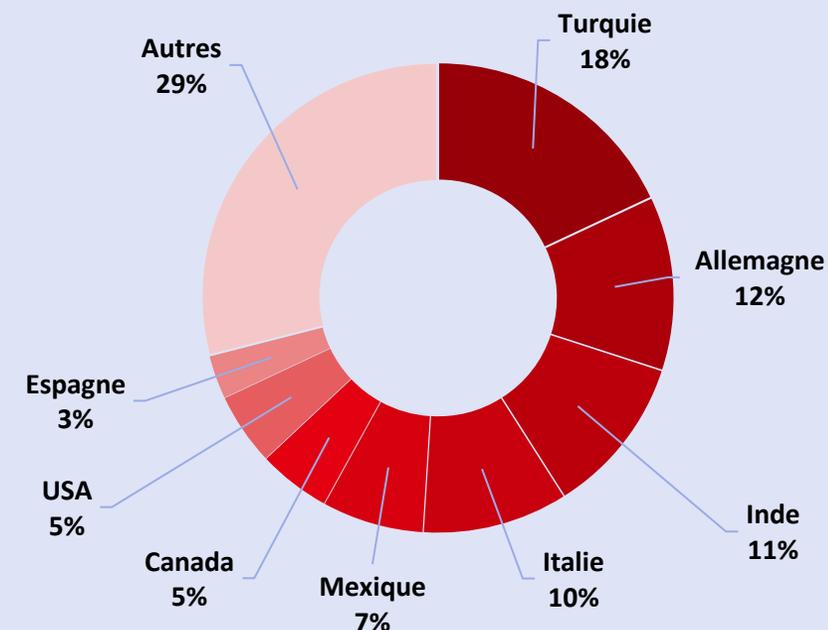
Les exportations françaises de confitures, de miel et de pâtes à tartiner sucrées vers l'Arabie saoudite ont augmenté de 56 % entre 2014 et 2018. La France exporte à 87 % des confitures, gelées et marmelades.

### EXEMPLES D'ENTREPRISES FRANÇAISES PRÉSENTES SUR LE MARCHÉ :

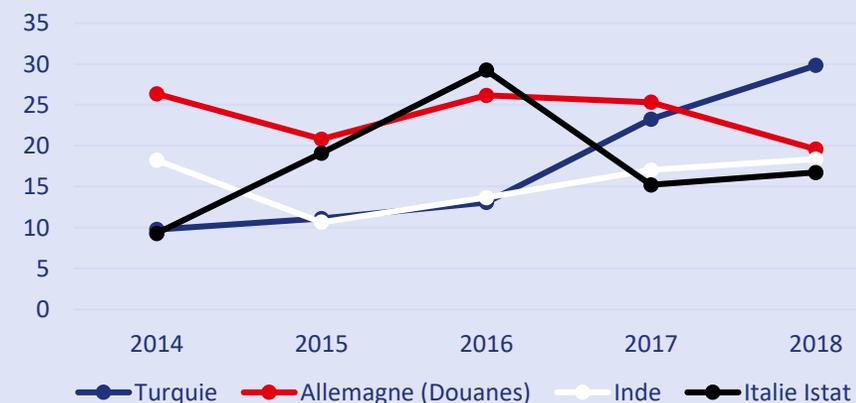
- REFLETS DE FRANCE
- BONNE MAMAN
- ST DALFOUR
- CONFITURE DE FRAISES



## PRINCIPAUX PAYS FOURNISSEURS EN ARABIE SAOUDITE EN 2018 (PDM VALEUR)

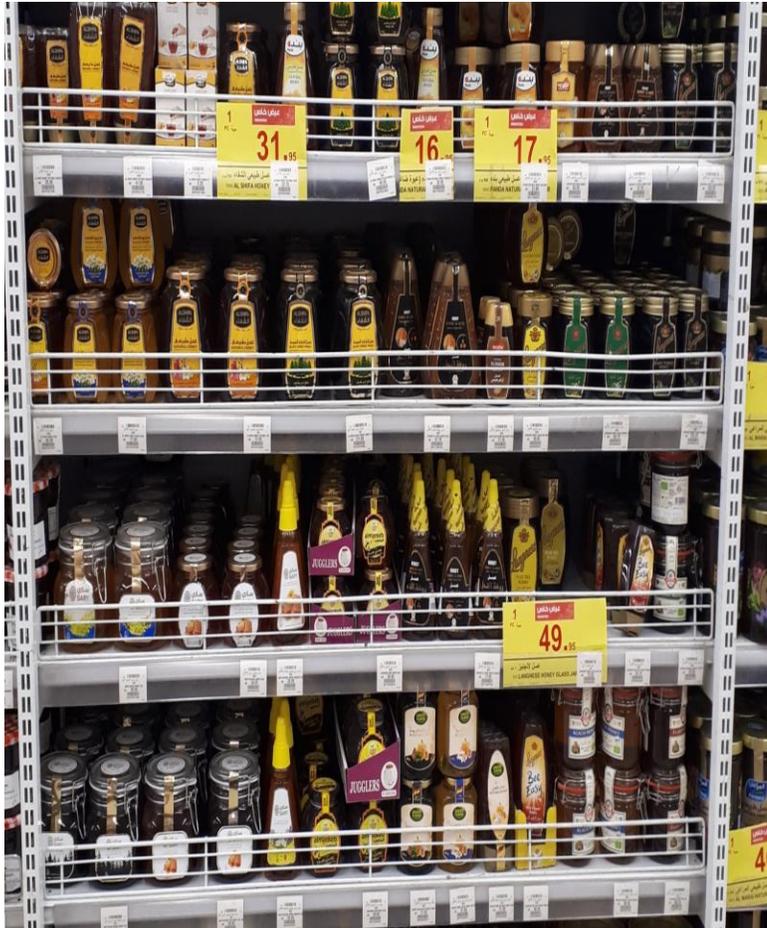


## EXPORTATIONS DE CONFITURES, MIEL ET PATES A TARTINER SUCREES VERS L'ARABIE : POIDS DES PRINCIPAUX PAYS FOURNISSEURS (EN Mio USD)



## 7. Miel, Confitures, et Pâtes à tartiner sucrées

RAYON MIELS, CONFITURES, ET PÂTES À TARTINER SUCRÉES, SUPERMARCHÉ PANDA ARABIE SAOUDITE



# 7. Miel, Confitures, et Pâtes à tartiner sucrées

## TENDANCES DU MARCHÉ

- En 2019, les ventes de confitures, miel et de pâtes à tartiner sucrées ont décliné de 1 % en volume et ont augmenté de 1 % en valeur pour atteindre 21 800 T.
- Les catégories les plus dynamiques en termes de croissance des ventes en valeur sont celles du miel et des pâtes à tartiner au chocolat.
- La distribution des pâtes à tartiner sucrées se fait principalement par le biais des GMS modernes : 28,2 % des ventes s'effectuent en hypermarchés et 48,4 % en supermarchés. Les épicerie traditionnelles ne représentent que 15,4 % des ventes.
- 0,8 kg de confitures, miel et pâtes à tartiner sucrées sont consommés par habitant par an en Arabie saoudite en 2019.

**MIEL :** Le miel est un aliment essentiel canalisant les 2/3 des revenus de la catégorie. En plus de ses bienfaits pour la santé (riche en antioxydant), le miel est culturellement très ancré dans la culture arabe et est l'ingrédient principal de nombreuses recettes, comme le fétir oriental. Le miel biologique commence à arriver dans les rayons des GMS et il est principalement importé. Seul le miel de coriandre biologique de *Natureland* est produit localement.

Selon les données du Ministère de l'Environnement, de l'Eau et de l'Agriculture (2018), la production intérieure totale de miel en 2017 s'élevait à 2,5 KT, tandis que les importations totales ont atteint environ 16 500 KT la même année, ce qui ne représente que ~15 % du volume d'approvisionnement sur le marché saoudien. L'importance des importations pour répondre à la demande intérieure de miel naturel est donc évidente.

**PÂTES À TARTINER :** En 2019, les ventes de pâtes à tartiner au chocolat ont augmenté à la fois en valeur et en volume. La pâte à tartiner au chocolat est également très appréciée en guise de dessert pendant le mois de Ramadan. Elle est plébiscitée à la fois par les adultes et par les enfants. Les pâtes à tartiner allégées gagnent en popularité auprès d'une population de plus en plus soucieuse de sa santé. Les purées d'oléagineux présentent également des avantages en ce sens.

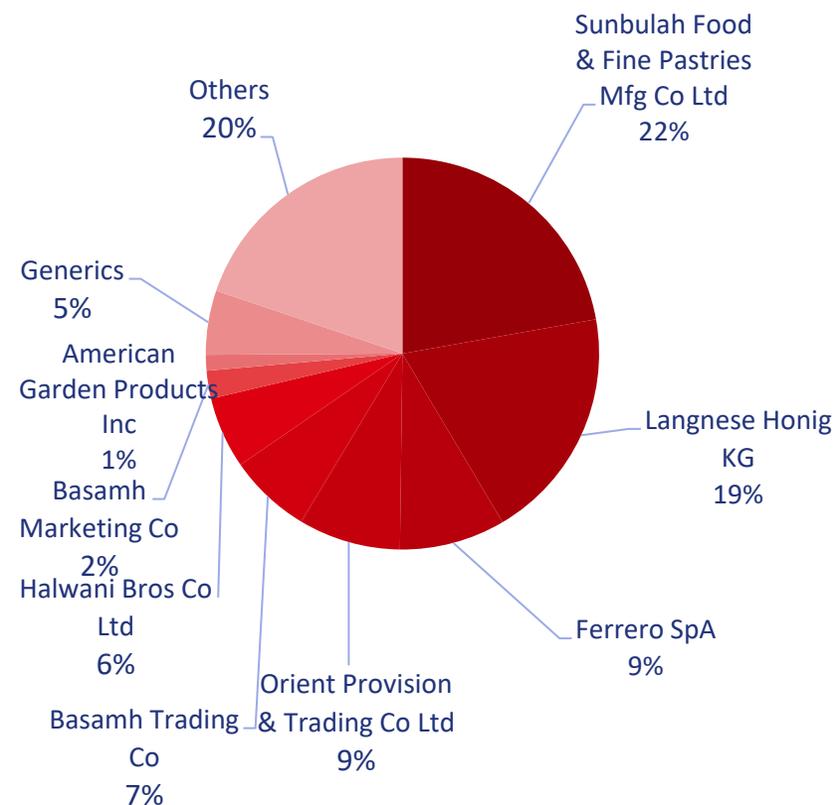
**CONFITURES :** Le marché des confitures a observé un léger déclin en raison de la forte teneur en sucre du produit. Par ailleurs, ce déclin s'explique aussi par son adoption par des consommateurs plus âgés, et par le fait qu'il est délaissé par une population plus jeune (qui représente 50 % de la population du pays) en recherche d'options plus saines, moins riches en sucre.



# 7. Miel, Confitures, et Pâtes à tartiner sucrées

## PRODUCTION LOCALE ET CONCURRENCE EN PLACE

### PDM DES PRINCIPAUX ACTEURS DES PÂTES À TARTINER SUCRÉES



Il existe une concurrence intense entre les fabricants nationaux et les marques internationales. Sunbulah Food & Fine Pastries, acteur local et leader avec 22 % des PDM, est suivi par le fabricant allemand Langnese Honig qui cumule 19 % des PDM, puis l'italien Ferrero avec 9 % des PDM. Ces 3 entreprises se partagent la moitié du marché saoudien.

Sunbulah Food & Fine Pastries investit massivement dans la distribution, ce qui a permis à ses produits de bénéficier d'une large disponibilité dans les points de vente modernes et traditionnels. Le leader vise à attirer et fidéliser les consommateurs avec des promotions en magasin au cours de l'année. De telles initiatives consolident la forte fidélité des consommateurs à l'unique marque du groupe Al Shifa (miel).

Les marques internationales comme Langnese et Ferrero avec Nutella ont pu gagner une présence significative en raison de leur disponibilité et de leur capacité à se connecter avec les consommateurs grâce à des stratégies marketing localisées. Néanmoins, des marques comme Al Shifa, Goody et Halwani jouissent d'une forte fidélité en raison de leurs liens traditionnels avec la culture et la population locales.

L'offre de Nutella de Ferrero continue de dominer les ventes de pâte à tartiner au chocolat en 2019. Malgré la concurrence d'autres marques, les consommateurs continuent de se tourner vers Nutella, le préférant pour sa marque établie et son goût populaire.



Miel de la marque « SUNBULAH FOOD & FINE PASTRIES »  
Crédit photo : Sunbulahome  
Origine: Arabie saoudite



Miel de la marque « LANGNESE »  
Crédit photo : LuLu  
Origine: Allemagne



Pâte à tartiner de la marque « NUTELLA »  
Crédit photo : Carrefour  
Origine: Italie

## 7. Miel, Confitures, et Pâtes à tartiner sucrées

### FORCES

- Savoir-faire français reconnu, notamment pour les confitures, porté par le succès des marques françaises (Bonne maman, St Dalfour...)

### OPPORTUNITES

- Engouement pour les produits sains (à teneur diminuée en sucre, sans colorants...) et biologiques
- Hausse de la consommation de miel biologique

### FAIBLESSES

- Manque de visibilité et de présence des produits français en Arabie saoudite
- Manque d'intérêt des marques françaises. En effet, la France est 15ème parmi les fournisseurs en valeur en 2018 avec une part de marché à 2 %. Très faible par rapport au potentiel du marché.

### MEINACES

- Très solide implantation de longue date du groupe Ferrero pour les pâtes à tartiner à base de chocolat
- De plus en plus de concurrence de la part des producteurs saoudiens

## 8. Boissons chaudes

Codes SH : 0901 et 0902

Il se peut n'aient pas encore déclaré. que lors de l'extraction des données certains pays fournisseurs

### EVOLUTION DES IMPORTATIONS ET POSITIONNEMENT DE LA FRANCE

**295 M USD**

Valeur des exportations totales de boissons chaudes vers l'Arabie saoudite en 2018

**23<sup>ème</sup>**

Place de la France parmi les fournisseurs en valeur en 2018

PDM : 0,4 %

En 2018, les exportations de boissons chaudes vers l'Arabie sont dominées par l'Ethiopie, le Sri Lanka et l'Inde qui cumulent 51 % des parts de marché. La France se place en 23<sup>ème</sup> position. Elle est devancée par 2 concurrents européens, l'Italie et la Suisse, respectivement 6<sup>ème</sup> et 10<sup>ème</sup> pays fournisseurs.

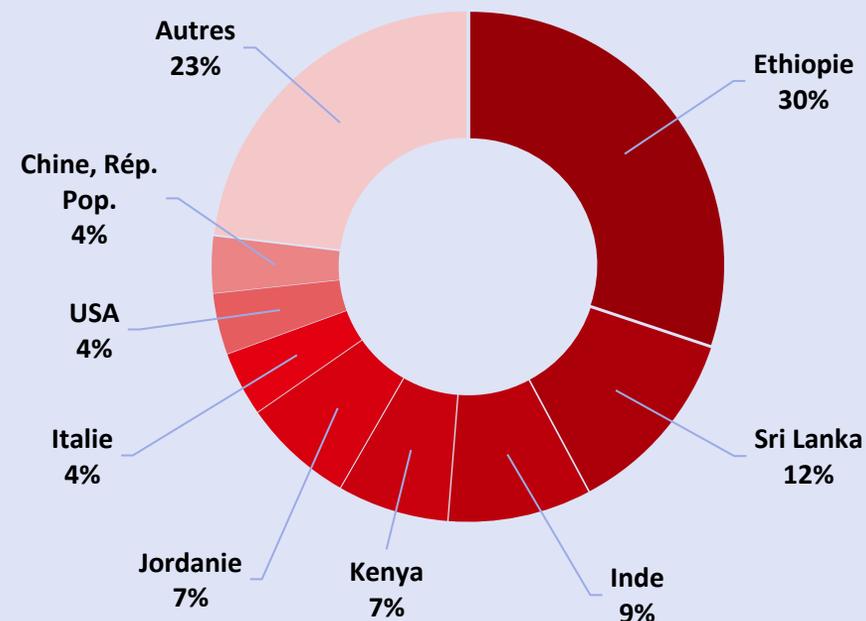
Les exportations françaises de boissons chaudes vers l'Arabie saoudite ont été multipliées par 6 entre 2014 et 2018. La France exporte à 87 % du café.

#### EXEMPLES D'ENTREPRISES FRANÇAISES PRÉSENTES SUR LE MARCHÉ :

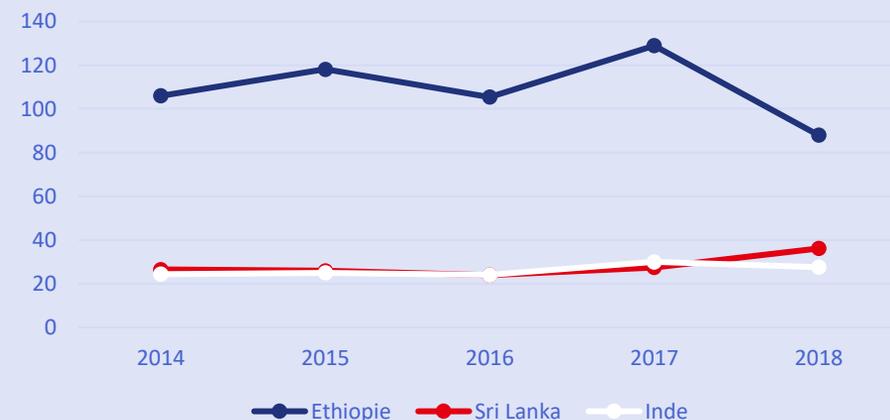
- DAMMAN FRÈRES
- CAFÉS RICHARD



### PRINCIPAUX PAYS FOURNISSEURS EN ARABIE SAOUDITE EN 2018 (PDM VALEUR)



### EXPORTATIONS DE BOISSONS CHAUDES VERS L'ARABIE : POIDS DES PRINCIPAUX PAYS FOURNISSEURS (EN Mio USD)



# 8. Boissons chaudes

RAYON BOISSONS CHAUDES, DANUBE ARABIE SAOUDITE



## 8. Boissons chaudes

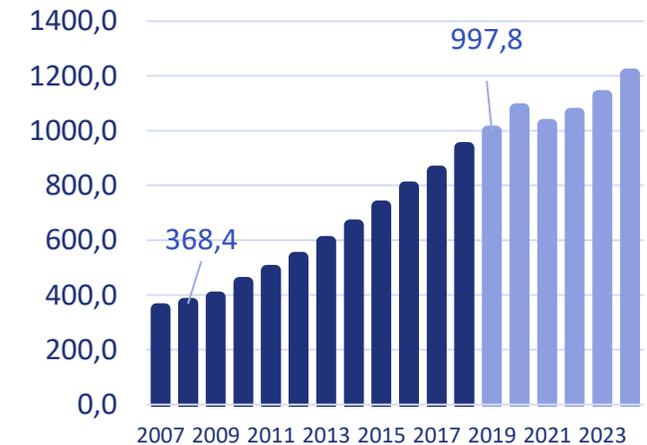
### TENDANCES DU MARCHÉ

- En 2019, les ventes de boissons chaudes en Arabie saoudite ont augmenté de 6,4 % en valeur pour atteindre 997,8 Mio USD.
- Les catégories les plus dynamiques sont celles du café frais et des thés aux fruits/plantes avec respectivement 9 % et 8 % de croissance annuelle estimée en 2019.
- La distribution des boissons chaudes se fait principalement par le biais des GMS modernes : 26,4 % des ventes s'effectuent en hypermarchés et 30,1 % en supermarchés. Les épiceries traditionnelles canalisent 26,3 % des ventes.
- 1,7 kg de boissons chaudes sont consommés par habitant par an en Arabie saoudite en 2019.

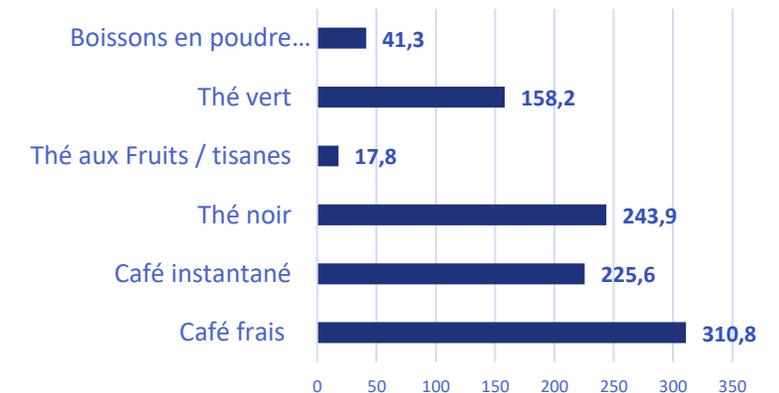
Bien que les ventes de boissons chaudes aient continué d'augmenter en 2019 en Arabie saoudite, le volume global de vente au détail ainsi que les taux de croissance en valeur étaient en baisse par rapport à 2018. La raison principale de ce ralentissement est la détérioration des conditions économiques, rendant les consommateurs plus soucieux de leur budget. Ainsi, la demande de boissons chaudes a été ralentie principalement, car les travailleurs étrangers ont continué à quitter le pays après l'introduction du prélèvement pour les personnes à charge en 2017. L'impact négatif de ces facteurs est difficilement contrebalancé par la politique de « saoudisation » du gouvernement qui a contribué à la hausse de l'emploi des femmes permettant ainsi l'augmentation du pouvoir d'achat des ménages.

Malgré le ralentissement économique, les produits à base de café et de thé offrant des ingrédients de meilleure qualité, des mélanges plus sophistiqués et des saveurs nouvelles ou exotiques ont continué de remporter un vif succès en Arabie saoudite en 2019. D'autre part, la sensibilisation des consommateurs aux aliments santé a permis aux boissons chaudes (café et thé) de gagner en popularité en tant qu'alternatives jugées plus saines aux boissons gazeuses. Cette même tendance a poussé les consommateurs à choisir des produits plus sains dans la catégorie des boissons chaudes. Le thé, en particulier le thé vert et les tisanes aux fruits ont été les plus grands bénéficiaires de cette tendance.

VENTES DE BOISSONS CHAUDES (Mio USD)



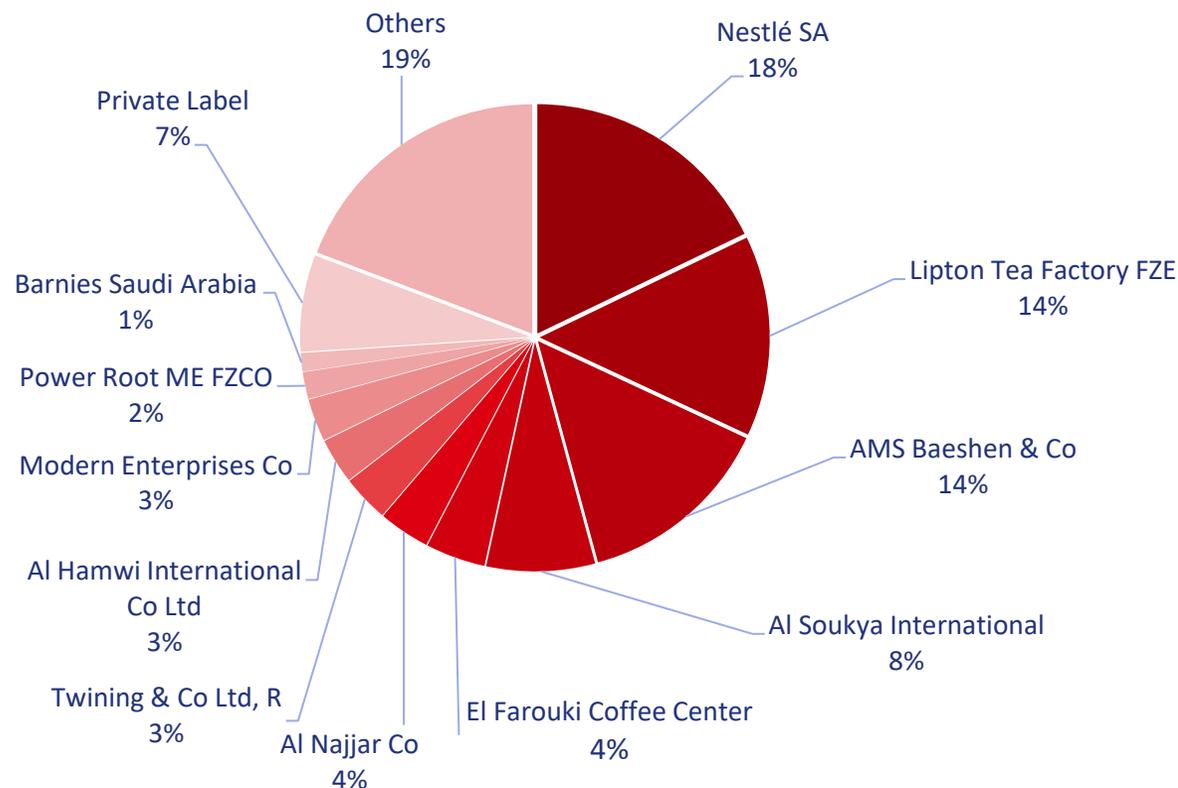
VENTES DE BOISSONS CHAUDES PAR CATÉGORIE (Mio USD, 2019)



# 8. Boissons chaudes

## PRODUCTION LOCALE ET CONCURRENCE EN PLACE

PDM DES PRINCIPAUX ACTEURS DES BOISSONS CHAUDES



En 2019, Nestlé SA (Nescafé avec 16,6 % des PDM) et Lipton Tea Factory FZE (avec 14,1 % des PDM) se retrouvaient à nouveau en tête des ventes de boissons chaudes. Les 2 entreprises se partagent plus d'un tiers du marché : Nestlé se positionne sur l'offre de café et autres boissons chaudes tandis que Lipton se spécialise sur l'offre de thé.

Le marché reste relativement fragmenté et est composé de nombreux acteurs multinationaux, locaux et régionaux. Plusieurs entreprises de premier plan ont vu leur PDM stagner ou diminuer légèrement en 2019 et ce, en raison de l'intensification de la concurrence, mais aussi parce que l'incertitude économique a conduit de nombreux consommateurs à se tourner vers des produits moins chers. Cette dernière tendance a permis aux marques locales de gagner du terrain dans certaines catégories et a également stimulé la demande en MDD.

Les entreprises produisant et distribuant du café et du thé ont répondu à l'appétence des consommateurs pour une offre de produits toujours plus sophistiqués. Outre le recours à des ingrédients de meilleure qualité ou à des mélanges plus raffinés, de nombreux produits saveurs gourmandes apparaissent dans les rayons, telles que Nescafé qui propose un cappuccino italien aux pépites de chocolat, Cofique un café latte à la vanille française et Alicafé un latte au caramel au beurre salé français. Par ailleurs, l'innovation produit dans le secteur des boissons chaudes est fortement stimulée par la tendance bien-être et santé. Par exemple, de nombreux produits à base de plantes et d'épices, appréciés pour leurs bienfaits dans la région, agrémentent les boissons, comme la cardamome, le safran, le gingembre et la menthe.



Café de la marque « Nestle Nescafe »  
Crédit photo : Nestle  
Origine: Suisse



Thé de la marque « LIPTON »  
Crédit photo : Nestle  
Origine: Suisse

## 8. Boissons chaudes

### FORCES

- Pas de force particulière identifiée, hormis l'image de la France en gastronomie.

### FAIBLESSES

- La France n'est pas connue pour ses boissons chaudes. Naturellement, les consommateurs vont se tourner vers d'autres pays (thé : Royaume-Uni ; café : Suisse, Italie).
- Pas assez de mise en valeur des facteurs différenciants des produits français.

### OPPORTUNITES

- Opportunités pour le thé et le café haut-de-gamme en hôtellerie et restauration.
- Marché ouvert à la nouveauté dans le domaine du thé et café : Innovation. Exemple : Café glacé RTD ou le café glacé Al-Khair, avec des saveurs telles que le Frappe Macchiato Latte, ainsi que le latte glacé à la vanille de M. Brown + format de packaging différent.
- Ouverture + diversification de l'économie (tourisme, concerts, etc.).

### MENACES

- Suprématie des grandes marques : Lipton, Nescafé...
- Marché de plus en plus tiré par le prix au détriment parfois de la qualité.

## 9. Fruits et légumes transformés

Codes SH : 0705, 0710, 0811, 0813, 200110, 200190, 200210, 200290, 200310, 200390, 200410, 200490, 200510, 200520, 200540, 200551, 200559, 200560, 200570, 200580, 200591, 200599, 200820, 200830, 200840, 200850, 200860, 200870, 200880, 200891, 200893, 200897, 200899

\*Il se peut que lors de l'extraction des données certains pays fournisseurs n'aient pas encore déclaré

### EVOLUTION DES IMPORTATIONS ET POSITIONNEMENT DE LA FRANCE

**725 Mio USD**

Valeur des exportations mondiales vers l'Arabie en 2019

**12<sup>ème</sup>**

Place de la France parmi les fournisseurs en valeur en 2019

PDM : 2,6%

La valeur des exportations de fruits et légumes vers l'Arabie saoudite s'est élevée à 725 Mio USD en 2019 (+ 8,3 % par rapport à 2018).

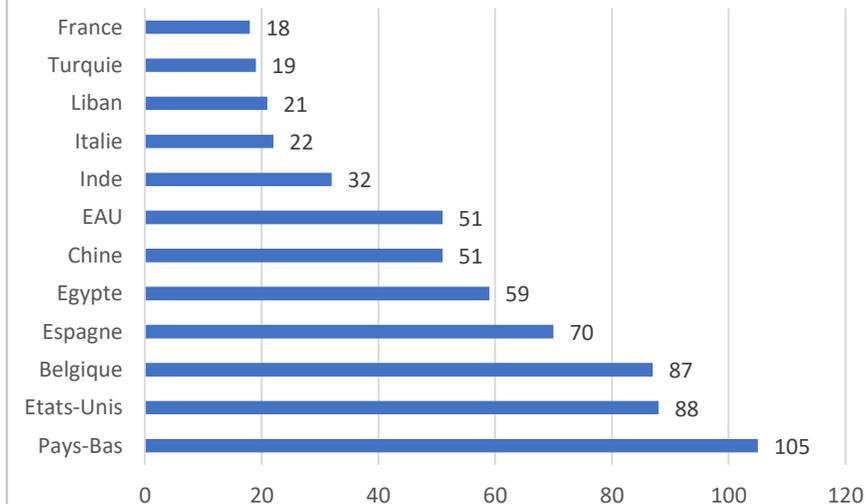
En valeur, en 2019, les Pays-Bas, les Etats-Unis et Belgique forment le trio de tête avec une valeur cumulée de 280 Mio USD, ce qui représente 38,6 % du total des exportations en valeur.

En volume, les 3 principaux pays exportateurs sont la Belgique suivi des Pays-Bas et de l'Egypte avec respectivement 10,9 KT, 95,3 KT et 72,2 KT.

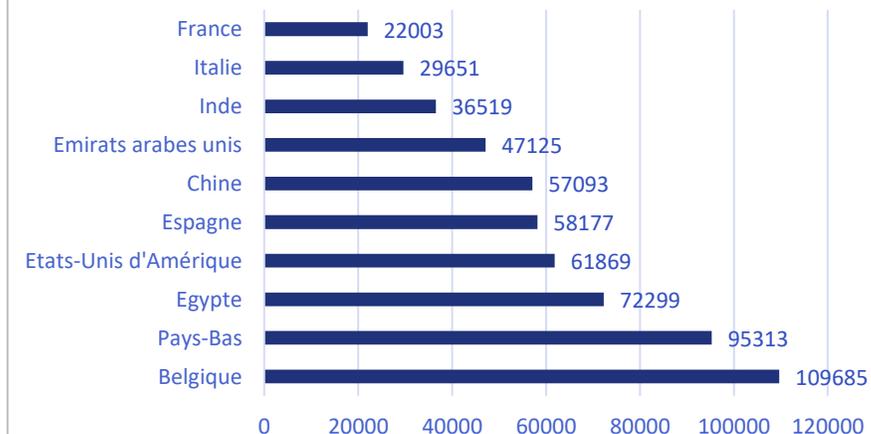
#### EXEMPLES D'ENTREPRISES FRANÇAISES PRÉSENTES SUR LE MARCHÉ :

- LES VERGERS BOIRON
- BONDUELLE
- D'AUCY
- PONTIER

PRINCIPAUX PAYS EXPORTATEURS DE F&L TRANSFORMÉS VERS L'ARABIE EN 2019 (Mio USD)



PRINCIPAUX PAYS EXPORTATEURS DE F&L TRANSFORMÉS VERS L'ARABIE EN 2019 (T)

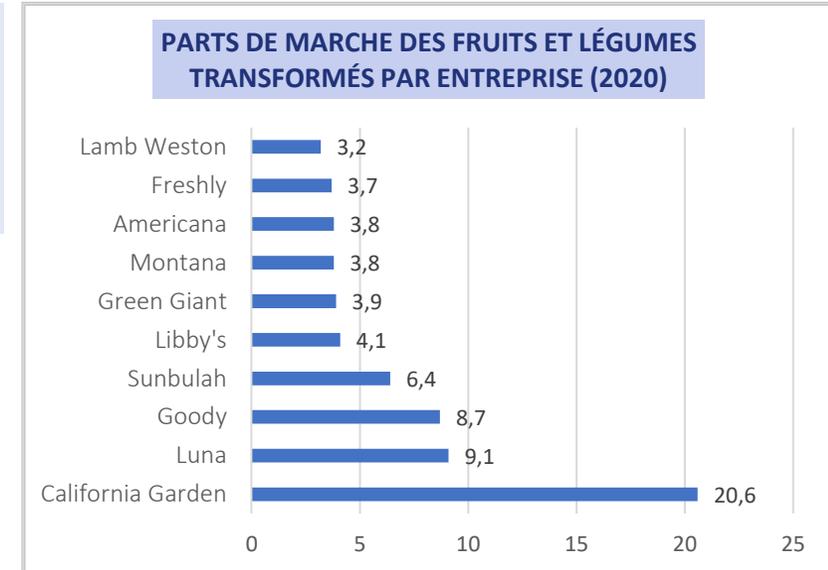


# 9. Fruits et légumes transformés

## TENDANCES DU MARCHÉ

- Le marché des fruits et légumes transformés devrait enregistrer une croissance en volume de détail de 3 % et une croissance de 7 % en valeur en 2020.
- Catégorie ayant la plus forte croissance en valeur : pommes de terre transformées congelées, croissance de 9 % en valeur en 2020
- Augmentation des prix unitaires de 5% pour les fruits et légumes transformés en 2020
- Gulf Food Industries (California Garden) devrait conserver son leadership dans les fruits et légumes transformés en 2020 avec une part de marché de 20,6 %.

- Alors que les points de vente de restauration ont fermé à la suite de l'épidémie de COVID-19, les consommateurs cherchent à compenser le manque de restaurants en recréant leurs plats préférés à la maison. Incapables de visiter leurs restaurants préférés, les croustilles / frites surgelées ont gagné en popularité.
- Le propriétaire de la marque mondiale Americana Group, qui détient le leader de la catégorie Gulf Food Industries ainsi que la National Food Co, devrait conserver un leadership très fort dans les fruits et légumes transformés. L'entreprise devrait réussir grâce à sa gamme de produits de haute qualité et à prix raisonnable qui continuera à encourager un niveau élevé de fidélité des consommateurs en 2020.
- En général, les consommateurs préfèrent de loin acheter des fruits frais plutôt que des fruits en conserve, et cette tendance devrait se poursuivre au cours de la période de prévision, car les consommateurs devraient davantage prioriser leurs dépenses compte tenu de l'augmentation de la TVA, ce qui entraînera une forte hausse des prix unitaires de la catégorie.
- On s'attend à ce que les jeunes consommateurs soucieux de leur santé en Arabie saoudite continuent de stabiliser les ventes de fruits et légumes transformés, malgré les problèmes économiques et un coût de la vie plus élevé.



Fruit et légumes transformés de la marque « California Garden »  
Crédit photo : Saudidesert  
Origine: USA



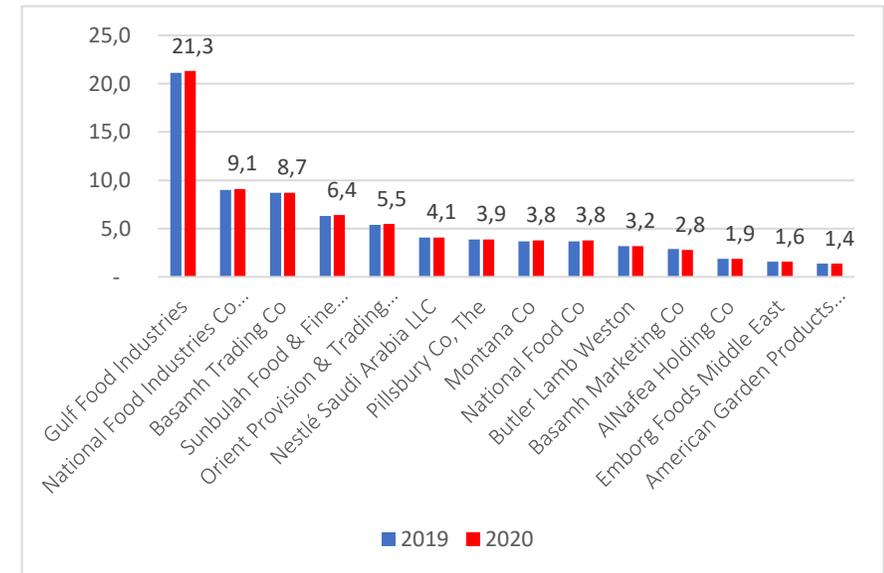
Fruit et légumes transformés de la marque « SADIA »  
Crédit photo : Carrefour  
Origine: Brésil

# 9. Fruits et légumes transformés

## PRODUCTION LOCALE ET CONCURRENCE EN PLACE

- **Gulf Food Industries** est le leader des fruits et légumes transformés grâce à la grande variété des produits de sa filiale « California Garden ». L'entreprise se distingue par sa "purée de haricots", particulièrement appréciée des consommateurs saoudiens, car le produit s'inspire des recettes orientales.
- Les boîtes de conserve en métal restent le type d'emballage largement dominant dans les fruits et légumes de longue conservation, bien que les consommateurs s'orientent vers des types d'emballages plus nouveaux, notamment les cartons liquides en brique.
- En effet, un plus large éventail de consommateurs saoudiens devrait se tourner vers les multipacks comme moyen d'économiser de l'argent. Les boîtes de conserve métalliques liées entre elles avec des emballages secondaires de cartons pliants sont très populaires auprès des consommateurs.

**PARTS DE MARCHÉ PAR SOCIÉTÉ DANS LE DOMAINE DES FRUITS ET LÉGUMES TRANSFORMÉS 2020**



Fruit et légumes transformés de la marque « EARTHBOUND »  
Crédit photo : TAMIMI  
Origine: USA



Crédit photo: California Garden (Gulf Food Industries)  
Origine: Arabie



### Opportunités dans la RHD

Les produits français (coulis, pâtes de fruits, sirops, fruits séchés...) sont très appréciés chez les professionnels de la RHD, qui recherchent des ingrédients de bonne qualité pouvant ajouter une plus-value à leur recette. Les produits sains importés sont particulièrement demandés en RHD car les producteurs locaux n'arrivent pas à satisfaire la demande du marché.

## 9. Fruits et légumes transformés

### FORCES

- Les produits français (coulis, pâtes de fruits, sirops, fruits séchés...) sont très appréciés par les professionnels et dans le segment premium du marché.

### OPPORTUNITES

- Sensibilisation du consommateur saoudien à la santé et au bien-être liés à l'alimentation.
- Marché saoudien en croissance et en attente de nouveautés de la part de ses fournisseurs.
- Cadre économique amélioré avec une plus grande transparence des acteurs et une facilité plus importante pour l'exportation.

### FAIBLESSES

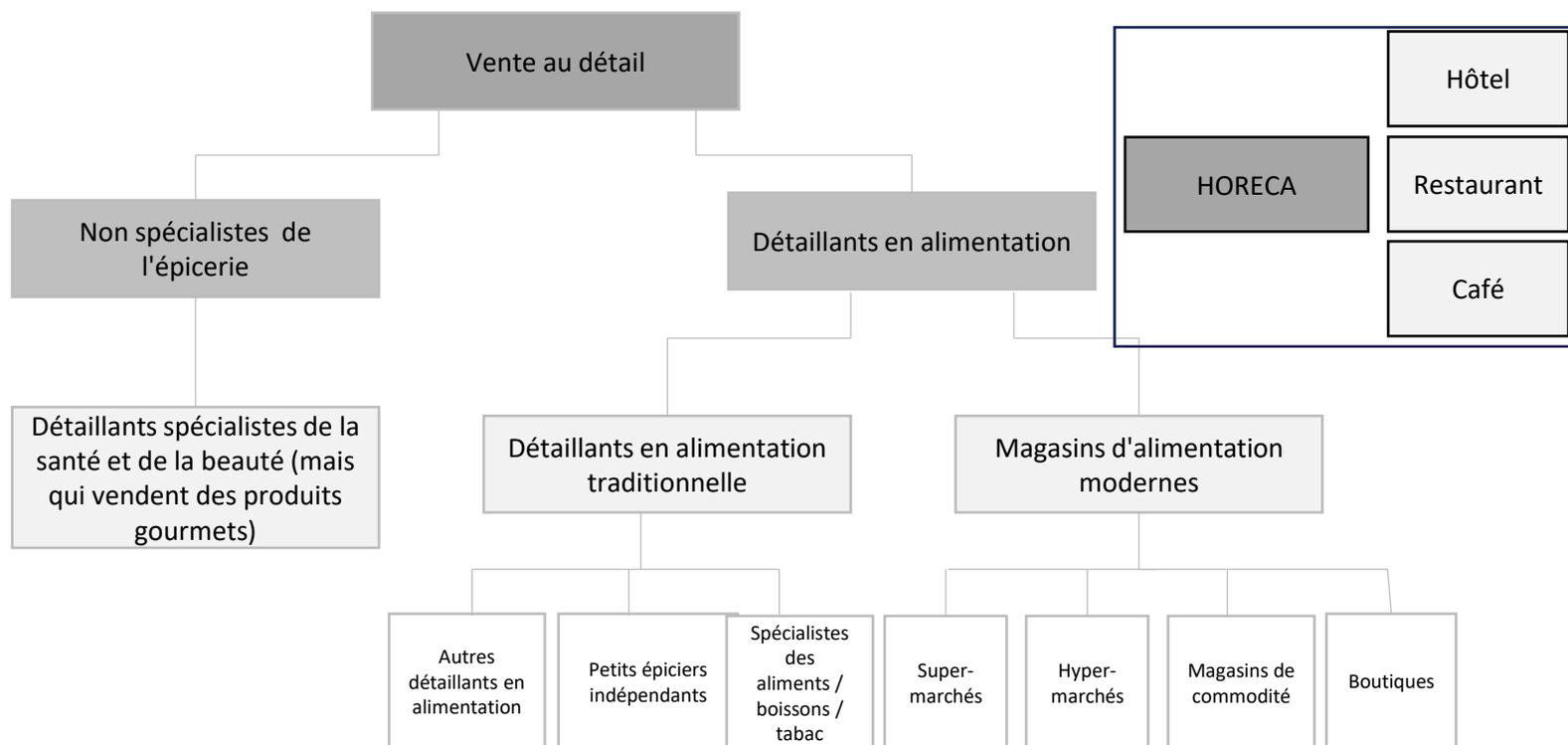
- Manque de visibilité et de présence des produits français en Arabie saoudite.
- Les acteurs locaux font remonter une flexibilité difficile des exportateurs français.

### MENACES

- Concurrence locale et internationale très agressive.
- Volonté du gouvernement d'avoir une plus grande production locale. Main d'œuvre peu onéreuse.

# Quel(s) circuit(s) de distribution pour les produits gourmets ?

Il convient de noter que les circuits de distributions pour cette catégorie (produits gourmets) en Arabie sont divers et variés et ne respectent pas un schéma précis. On retrouve des importateurs, distributeurs qui ont dans leurs portefeuilles plusieurs typologies de produits. Ci-dessous, nous citerons les principaux circuits identifiés en donnant un exemple d'importateur. En fonction du produit, un circuit sera plus privilégié par rapport à un autre.



**“En fonction des produits importés, nous allons choisir quel est le canal le plus adapté. Nous avons cependant une préférence pour les produits destinés à l’HORECA. ”**

Directeur à Matajar Al Arabiah, l’un des plus grands importateurs de produits gourmets en Arabie

**Exemple de l'importateur Matajar Al Arabia**

**IMPORT = +1000 fournisseurs / an**

**Réseau de distribution = +1000 fournisseurs / an**

**+1500 dans 10 catégories de produits différentes**

**Matajar Al Arabiah importe principalement 3 produits : Boissons, Produits d'épicerie et de BVP**

### Segment de clientèle :

- HORECA + Ecole et catering + aérien
- Supermarchés et Pharmacies
- E-commerce
- Grossistes



**Exemples de produits importés par Matajar Al Arabia**

## 9. Perspectives pour l'offre française

SECTEURS / PRODUITS	BESOINS GRANDE DISTRIBUTION	BESOINS RHD	GO ?
<b>BVP</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produits à base de blé entier, sans gluten, à teneur réduite en sel et en sucre.</li> <li>• Produits BIO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produit artisanaux, produits surgelées et viennoiseries surgelées</li> </ul>	
<b>Confiserie sucrée</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Confiseries à base d'ingrédients d'origine biologique ou naturelle, végan, sans gluten et enrichies en Vitamine C.</li> <li>• Produits à faible teneur en sucre</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tout type de sucrerie avec un packaging spécifique</li> </ul>	
<b>Confiserie en chocolat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produits pouvant répondre à une population menacé par le diabète et l'obésité : privilégier les petits formats et personnalisés</li> <li>• Produits innovants de type chocolat grains de café, figes, noix, biscuit ou encore du caramel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chocolats bio à faible teneur en sucre + marketing adéquat</li> </ul>	
<b>Snacks et apéritifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Snacks sucrés : Besoins de produits « healthy » : Bio, barres énergétiques et protéinées, biscuits natures enrichis en fibres et qui contiennent moins de sucre : Digestive et <i>Kleja</i> (traditionnel)</li> <li>• Snacks salés : Besoins en fruits secs, fruits à coque, chips de riz</li> <li>• Recherche de produits pour les sportifs – Jeune génération - en petit format</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produits bio et produits allégés en sucre et en sel</li> <li>• Packaging innovant / différenciant</li> </ul>	
<b>Condiments, huiles et sauces</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produits « light » et en teneur réduite en graisse, en sucre, naturels, biologiques et sans ingrédients artificiels.</li> <li>• Produits ayant de nouvelles saveurs (compatible aux goûts locaux )</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produits allégés (moins gras, moins sucrés)</li> <li>• Produits bio</li> <li>• Nouvelles saveurs</li> </ul>	
<b>Boissons sans alcool</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Boisson faible ou zéro teneur en sucre, sans additifs, sans conservateurs ni colorants et eaux à plus faible teneur en sodium</li> <li>• Boissons Bio, formats personnalisés</li> <li>• Les saoudiens aiment beaucoup les bouteilles qui ont la forme des boissons alcoolisées (Ex : Vins)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Besoins de boissons bio, faible ou zéro teneur en sucre</li> </ul>	
<b>Confitures et pâtes à tartiner sucrées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produits Bio moins riches en sucre et allégées en calories.</li> <li>• Packaging innovants</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produits Bio moins riches en sucre et allégés en calories</li> </ul>	
<b>Boissons chaudes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Boissons bio et à faible teneur ou sans sucre avec des ingrédients de meilleure qualité, des mélanges plus sophistiqués et des saveurs nouvelles ou exotiques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversité des boissons chaudes (café, chicorée sans caféine, thé, etc.).</li> </ul>	
<b>Fruits et légumes transformés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fruits et légumes transformés surgelés bio sans sucre ajouté</li> <li>• Packaging différenciant (cartons liquides en brique, multipacks)</li> <li>• Du fait de l'entrée en force des femmes sur le marché du travail, besoin en plats préparés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fruits et légumes transformés surgelés bio sans sucre ajouté.</li> </ul>	

# Partie 3: Conseils pratiques pour aborder le marché



# 1. Réglementation : généralités

- La GSO (*Gulf Standardization Organization*) est une organisation de normalisation du CCEAG pour les Etats membres du Conseil de Coopération du Golfe (CCG) et le Yemen. Le Royaume applique ces normes édictées et publiées par la GSO. Elle a déjà publié des milliers de normes dans le secteur agro-alimentaire. Cependant, l'Arabie applique également ses propres normes nationales à travers la SFDA (*Saudi Food & Drugs Authority*)
- **Droits de douanes** : Les produits alimentaires sont assujettis, de manière globale, à des droits de douane de 15 % sur la valeur CIF. Pour le détail par produit lien de la douane [ICI](#)
- **TVA** : Depuis le 1er juillet 2020, la TVA est entrée en vigueur en Arabie saoudite avec un taux unique de 15 % appliqué.
- **Taxe d'accise** : Depuis le 1er décembre 2019, l'Arabie a introduit une nouvelle taxe appelée taxe d'accise pour inclure les boissons sucrées parmi les produits qui seront soumis à un droit d'accise de 50%.



**GCC Standardization Organization** : La GSO est une organisation de normalisation pour les États membres du Conseil de coopération du Golfe et le Yémen. Elle a été créée par et pour les pays membres. Mission : « accompagne les États du CCEAG à atteindre les objectifs énoncés dans sa charte [ ... ] en unifiant les différentes activités de normalisation et en assurant leur suivi et leur mise en œuvre ». Site internet : <https://www.gso.org.sa/en/>



**Saudi Food & Drugs Authority (SFDA)** : L'autorité générale saoudienne pour l'alimentation et la pharmaceutique a pour mission de « protéger les citoyens par des réglementations et des contrôles efficaces pour garantir la **sécurité des aliments**, des médicaments, des dispositifs médicaux, des cosmétiques, des pesticides et des aliments pour animaux ». Site internet : <https://www.sfda.gov.sa/>



**Saudi Standards, Metrology and Quality Organization (SASO)** : Il s'agit d'un organisme gouvernemental qui coordonne les activités de normalisation et facilite l'élaboration de normes saoudiennes, la métrologie et la qualité. Site internet : <https://saso.gov.sa/en/pages/default.aspx>

# 1. Réglementation : généralités

## QUELQUES RÈGLES A CONNAÎTRE + REGLES D'ÉTIQUETAGE - SAUF EXCEPTION

- Toutes les marques relatives aux avertissements et aux consignes de sécurité doivent être en arabe ou en arabe et anglais.

### • Produits alimentaires et boissons

Les aliments préemballés sont soumis à la norme GSO 9/2013 du Conseil de coopération du Golfe, «Étiquetage des denrées alimentaires préemballées».

**Contenants alimentaires:** Les contenants en plastique utilisés pour emballer les produits alimentaires doivent être étiquetés avec le type de matière plastique utilisée, le poids, dimension, mode d'emploi et les mises en garde applicables.

- Marque d'origine "Made In" est obligatoire
- L'étiquetage nécessite des informations telles que le nom du produit, le pays d'origine, le nom et l'adresse du producteur, la production et les dates d'expiration en arabe et en anglais.
- **Animaux et produits d'origine animale :**

Tous les produits de viande et de volaille frais doivent être étiquetés avec le maximum de mentions : dates de production et de péremption, poids métrique, la température de stockage ainsi que le certificat halal.

### • Pays d'origine :

Le pays d'origine doit être indiqué sur toutes les marchandises importées en arabe ou en anglais, sauf si cela n'est pas possible en raison de la taille ou de la nature des marchandises. A voir également sur les conditions de collage, utilisation d'autocollant etc. L'importateur – sous certaines conditions et dans tous les cas des frais s'appliquent – peut-être amené à corriger, sous deux semaines, les éléments problématiques dans une zone douanière ou un entrepôt.

Les envois qui ne respectent pas les exigences du pays d'origine peuvent être réexportés ou détruits aux frais de l'importateur.

Les marchandises portant des images impudiques ou nues ou portant une croix et des images non conformes à la morale islamique sont interdites.

Les photographies ou illustrations de porcs ou les emballages simulant la peau de porc doivent être évités.

### • Organismes génétiquement modifiés :

Le Conseil de coopération du Golfe a établi des exigences d'étiquetage pour les aliments contenant des organismes génétiquement modifiés.

Pour plus d'information sur ces sujets, notre service réglementaire se tient à votre disposition à : [reglementaire@businessfrance.fr](mailto:reglementaire@businessfrance.fr)

## Exemple d'exigences d'étiquetage pour l'import de café

- Pays d'origine :
- Nom :
- Numéro de produit :
- Poids net / kg :
- Importé par (avion etc.) :
- Nom du Fabricant :
- Date de production :
- Date d'expiration :
- Code SH
- Ingrédients :



## MODÈLES D'ÉTIQUETAGE

Nutrition Facts				
Servings per Container:	About 2.5			
Serving Size :	1 cup (100ml)			
Amount per Serving				
<b>Calories</b>	<b>48</b>			
% Daily value*				
<b>Total Fat</b> 0g	0 %			
Saturated Fat 0g	0 %			
Trans Fat 0g				
<b>Sodium</b> 5mg	0 %			
<b>Total Carbohydrate</b> 12g	4 %			
Dietary Fibers 0g	0 %			
Total Sugars 12g				
Includes 11g Added Sugar	22 %			
<b>Protein</b> 0g				
Vitamin D 0mcg	0%	Calcium	0mg	0%
Iron 0mg	0%	Potassium	15mg	0%
Vitamin C 9mg	10%	Vitamin A	63mcg	7%

\*Percent Daily Values (DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2,000 calories a day is used for general nutrition advice.

Étiquetage d'un cocktail de fruit de l'entreprise Al Rabie 330 ml  
Origine: Arabie saoudite

⚠ Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2019, la *Saudi Food and Drug Authority (SFDA)* a imposé une politique d'étiquetage des calories à tous les restaurants et cafés + commandes en ligne. Des études sont menées pour mesurer l'impact de cette politique. Selon M. Mohammed Al-fawzan du ministère de la santé saoudien, une diminution du nombre total de calories pour les commandes en ligne, moins au sein des restaurants/café, a été constatée.

## QUELQUES QUESTIONS À SE POSER AVANT D'EXPORTER

### MON PRODUIT EST-IL AUTORISÉ À L'IMPORTATION ?

- Avant toute exportation de marchandises vers l'Arabie saoudite, il sera nécessaire de **s'assurer qu'il n'existe pas de blocages ou restrictions** spécifiques.

### MON PRODUIT EST-IL COUVERT PAR UN RÈGLEMENT TECHNIQUE ?

- L'organisation saoudienne de normalisation, de métrologie et de qualité (SASO) a publié, entre 2019 et début 2020, une série de **règlements techniques** couvrant divers produits tels que les équipements de cuisine, les matériaux et produits de construction, les pièces de rechange pour véhicules, les appareils et accessoires fonctionnant au gaz (incluant par exemple les pianos de cuisson), les produits et accessoires électriques, etc. Pour les consulter (arabe/anglais), cliquez : [ICI](#)
- Les **produits couverts par un règlement technique** devront répondre à des exigences en termes de conformité et être dédouanés selon le processus en 2 parties où un **Product Certificate** (PCoC) est délivré en même temps que le **Shipment Certificate** (SCoC). Mon **produit n'est pas couvert par un règlement technique** : dans ce cas de figure, seul le **Shipment Certificate** est nécessaire.
- Pour obtenir ces certificats, il sera nécessaire de **suivre la procédure d'enregistrement** via la plateforme « **SABER** ».



### QU'EST-CE QUE L'OUTIL «SABER» ?

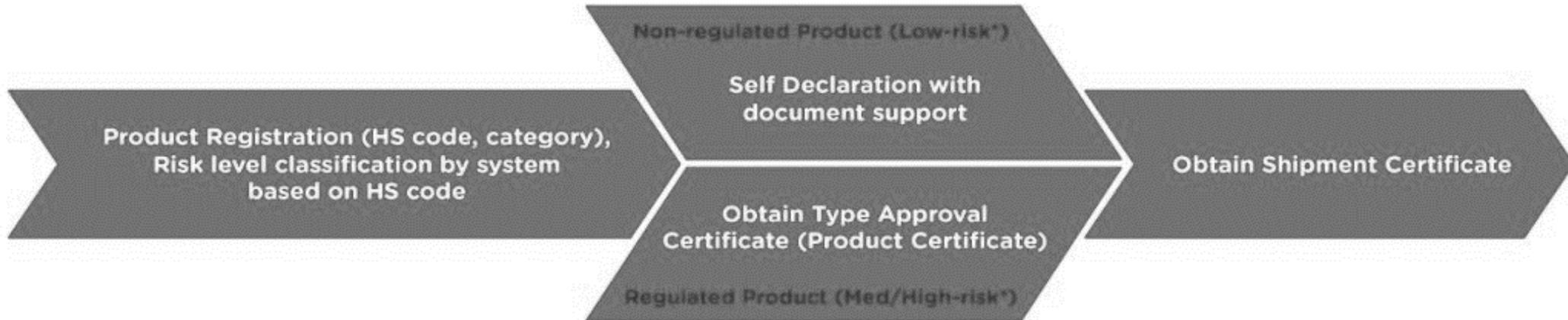
- Mis en place depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2019, SABER est un système en ligne permettant aux importateurs d'avoir accès aux organismes d'évaluation de la conformité ainsi qu'aux autorités douanières et commerciales d'Arabie saoudite.
- **Objectif** : accélérer les envois, limiter les contrefaçons, améliorer la traçabilité des produits et augmenter le nombre de produits conformes aux normes de la SASO mis sur le marché saoudien. À long terme, SABER deviendra le seul outil permettant le dédouanement des marchandises. **Certificate of Conformity (PCoC) et Shipment Certificate (SCoC)** : la plateforme SABER permet l'enregistrement en ligne des produits et l'obtention de ces 2 certificats.

### COMMENT S'EFFECTUE LA DEMANDE D'ENREGISTREMENT VIA « SABER » ?

- Votre **importateur / mandataire** (type Intertek, Cotecna, Bureau Veritas, etc.) peut effectuer pour votre compte la procédure en ligne.
- Le process d'enregistrement dépend du **niveau de risque** (low ou medium / high risk) associé aux marchandises et équipements.

## 2. Réglementation : généralités

### COMMENT S'EFFECTUE LA DEMANDE D'ENREGISTREMENT VIA « SABER » ?



#### Procédure à suivre pour le *Certificate of conformity (PCoC)*:

1. L'importateur / mandataire renseigne les informations relatives au produit sur SABER.
2. Sélection d'un *certification body* (CB) pour l'établissement du PCoC + paiement des redevances associées.
3. Étude de la demande par le CB.
4. Le CB entre en contact avec l'importateur / mandataire afin d'obtenir tous les documents relatifs aux marchandises.
5. Vérification des documents par le CB et validation via SABER.
6. Délivrance du PCoC via SABER. Valable 1 an.

#### Procédure à suivre pour le *Shipment certificate (PSCoC)*:

1. Demande de PSCoC en ligne par l'importateur / mandataire + paiement des redevances associées.
2. PSCoC émis online via SABER. Valable uniquement pour l'envoi pour lequel il a été demandé.

## 2. Réglementation : focus sur le halal

Le sens du mot **Halal** est traduit par « permis ». L'idée principale derrière la nourriture halal est de laisser le sang, les bactéries et tous les déchets toxiques s'écouler totalement du corps de l'animal lorsqu'il est abattu afin qu'il soit plus facile à digérer. Sont interdits notamment :

- Toutes sortes de boissons alcoolisées et ses produits (vin, alcool, bière, etc.), toutes sortes de drogues dangereuses ou illégales, porc, et tous produits issus du porc, viande de grenouille, tous les produits alimentaires fabriqués avec du sang animal, fruit de noix de muscade, sa poudre pure et ses graines (considérée comme psychotrope), produits d'origine israélienne, Toute eau étiquetée Zamzam (importée).
- **Pour la liste exhaustive** : lien ci-après [ICI](#)

- Depuis le 1er mars 2021, les viandes et produits à base de viande exportés vers l'Arabie saoudite doivent être accompagnés d'un certificat halal émis par un organisme certificateur halal i) basé dans le pays exportateur, ii) accrédité pour l'activité de certification halal par un organisme accrédité reconnu par le Halal Center de la Saudi Food and Drug Authority (SFDA) et ii) enregistré auprès du Halal Center. Depuis cette date, la certification halal des viandes et produits à base de viande émise par des organismes certificateurs halal qui ne sont pas enregistrés auprès du Halal Center n'est plus acceptée par les autorités saoudiennes et les marchandises concernées sont refusées.

- A ce jour, la France dispose de deux organismes certificateurs halal enregistrés auprès du *Halal Center* pour certifier les viandes et produits à base de viande français : Halal Quality Control France (HQC) et Halal Correct. La liste des organismes certificateurs halal est régulièrement mise à jour au lien suivant : <https://halal.sfda.gov.sa/> (Rubrique « *Our customers* » et chapitre « *list of cooperation bodies* »)

**A DATE : ORGANISMES DE CERTIFICATION HALAL EN FRANCE ACCRÉDITÉS PAR L'EIAC ET RECONNUS PAR LES AUTORITÉS SAOUDIENNES**

Certificateurs	Adresses	Champs d'application	Contacts	Courriel et site	Tél	Logo
Halal Quality Control France (HQC)	8 Rue du Fer à Moulin Bat 15, 75005 PARIS France	Boeuf, mouton, volaille, lapin, produits à base de bœuf ou de volaille	M. Tarik Azouau TAJJA Président	<a href="mailto:tarik@halaloffice.com">tarik@halaloffice.com</a> <a href="https://www.halaloffice.com/fr/">https://www.halaloffice.com/fr/</a>	+3366216789	
Halal Correct France (TQHCC)	48 rue de Saint Omer 59200 TOURCOING, France	Boeuf, agneau, volaille, produits à base de bœuf ou de volaille	M. Taoufik Maatoug, Technical Director	<a href="mailto:France@halalcorrect.com">France@halalcorrect.com</a> <a href="http://www.halalcorrect.com">www.halalcorrect.com</a>	+33661142787	



**Tout produit entrant sur le territoire saoudien doit faire l'objet d'un enregistrement et d'une autorisation de l'autorité saoudienne pour les aliments (SFDA – Saudi Food and Drug Authority)**



Aliments d'origine animale



Plantes toxiques, dangereuses ou stupéfiantes



Boissons alcoolisées et toutes sortes de boissons enivrantes



Additifs alimentaires obtenus à partir de ces produits



## 3. Changements et opportunités

- En octroyant, en 2019 pour la première fois de son histoire, des visas touristiques, le Royaume s'ouvre au monde. Les relations d'affaires sont déjà nombreuses mais une dynamique nouvelle est donnée. Contrairement aux autres pays de la zone, il y a une population importante et les saoudiens interviennent dans le processus de décision. Dans le même temps, on dénombre près de 10 Mio d'expatriés à des positions différentes de responsabilités.



### Les dernières actualités du marché :

- La croissance saoudienne a observé un net ralentissement ces dernières années en réponse à la baisse du prix des hydrocarbures. Les secteurs de la distribution et du commerce ont été heurtés par le ralentissement de la consommation.
- Les produits milieu et haut de gamme sont très demandés (attention au positionnement des marques qui est différent en Arabie saoudite)
- Les jeunes générations, peu fidèles aux marques, veulent à la fois des prix plus abordables, de la qualité et de la différenciation : ces nouveaux consommateurs recherchent le luxe abordable.
- Le gouvernement saoudien souhaite une production locale mais le marché est très vaste et les produits importés, à fortiori français, appréciés.

### Tendances :

- L'hospitalité fait partie intégrante de la culture arabe, elle est importante en Arabie saoudite. Les saoudiens aiment le mélange du traditionnel et du moderne, attirés à la fois par le modèle occidental et leur culture.

### Opportunités :

Portée par la vision 2030, l'Arabie saoudite se développe d'année en année et doit adapter son offre et son marché. Dans ce cadre, il est indispensable de :

- S'adapter à la demande de la nouvelle clientèle saoudienne, ultra connectée, très avertie et qui **consomme différemment**, guidée par les réseaux sociaux et l'influence des occidentaux ou encore des bloggeurs/Snapchat etc...
- Etudier et bien choisir son **positionnement sur le marché** et sa stratégie de commercialisation
- Ne pas hésiter à **collaborer ou développer des partenariats** avec d'autres acteurs
- Tous les Saoudiens ne sont pas riches ; il existe une classe moyenne extrêmement importante
- Les Saoudiens recherchent des produits **contemporains**.

## 4. Recommandations et interculturalité



### Avant de partir :

- Vos bagages ne devront contenir sous aucun prétexte des boissons alcoolisées, des aliments à base de porc, ou des revues à caractère pornographique ou érotique
- De même, afin de respecter la coutume locale, il est recommandé – pas obligatoire – pour les femmes de se munir d'une *abaya* (bien qu'avec le nouveau visa touriste (depuis le 27/09/2019) les choses commencent à évoluer), manteau long et léger porté par-dessus les autres vêtements, couvrant le corps, et d'un foulard pour se couvrir les cheveux. Les femmes étrangères ne sont pas tenues de se couvrir la tête. Pour un homme, la tenue de ville ou bien une veste et une cravate sont de rigueur quelles que soient les circonstances. Le short, porté au-dessus des genoux pour les hommes est à proscrire.

### La première rencontre et les présentations :

- La ponctualité est de rigueur. Un homme s'abstiendra de tendre la main à une femme à moins qu'elle n'en prenne elle-même l'initiative, ce qui arrive. Lors d'une rencontre avec un ministre, un président d'organisation gouvernementale ou de chambre de commerce, vous veillerez à le saluer du titre de « Votre Excellence ». Un diplômé d'Université sera appelé « Docteur »
- L'arabe est la langue officielle, mais l'anglais est largement utilisé.

### La conduite de la réunion, la discussion et les sujets qui fâchent :

- Pour préparer une réunion, il convient tout d'abord d'éviter d'aborder certaines questions (religion, polygamie, statut de la femme, politique, Israël, politique régionale, sujets clichés, etc.) ;
- De même, si les religions autres que l'Islam sont acceptées, on n'affichera jamais son éventuel athéisme, notion inconcevable. Le développement d'une relation personnelle constitue un préalable indispensable à tout développement favorable des affaires en Arabie. Il est nécessaire de faire sentir à son interlocuteur **saoudien** qu'on a de la **considération** pour lui, de **prendre le temps** avant la discussion d'affaires proprement dite, de ne pas montrer de signe d'agacement devant la lenteur d'une prise de décision ou le fait qu'une affaire ne soit pas conclue lors d'une première visite. Il est nécessaire d'avoir à l'esprit que la **notion du temps n'est pas la même dans le Royaume** que dans le monde occidental. Lorsqu'on entre dans le vif du sujet, un **acquiescement ou un refus ne seront jamais clairement exprimés** et ne seront déterminés qu'après une consultation collective.
- Enfin, suivre son contact dès son retour en France (mélange d'appels téléphoniques, d'E-mails et de SMS/WhatsApp) est indispensable pour ne pas perdre sa crédibilité. **Après une mission de prospection il faut, dans les trois mois, choisir son partenaire et se montrer à nouveau.**

## 4. Recommandations et interculturalité

### Les repas d'affaires :

- Le déjeuner est plus une collation qu'un repas, sachant que le petit-déjeuner, mêlant traditions arabes et britanniques, est toujours copieux. Le « déjeuner d'affaires » se conçoit peu, même s'il est de plus en plus fréquent.
- Pour un dîner, il s'agira dans la plupart des cas, et dans un premier temps, d'une invitation dans un restaurant international où les usages occidentaux sont la norme, les mains resteront sous la table entre les plats, à l'anglo-saxonne. Dans l'hypothèse d'une invitation à domicile, un homme veillera à ne pas offrir de fleurs à la maîtresse de maison. En revanche, un cadeau « neutre » sera toujours le bienvenu. Attendez-vous à ce que femmes et hommes d'affaires dînent dans des pièces séparées (de moins en moins le cas) et à vous voir offrir du café à la cardamome accompagné de dattes, de thé, de gingembre, de jus de fruits en attendant le repas. En cas d'invitation à un repas traditionnel, dans une tente (servi sur des tapis et sans couverts), les aliments se prennent toujours de la main droite. Il est déconseillé de croiser les jambes en montrant sa semelle de chaussure (même si les saoudiens font preuve de compréhension).

### Le suivi commercial :

- Soyez réactif ! Effectuez le suivi des contacts (envoi de la liste de prix, échantillons) dans un délai raisonnable. Au-delà de 2/3 semaines, votre démarche commerciale et votre sérieux seront remis en cause si l'entreprise n'a pas reçu de nouvelles de votre part ;
- Des déplacements de suivi sont nécessaires pour aboutir et rentabiliser l'investissement.

### Fiche pratique

QUELQUES RÉGLES D'OR LORS D'UN ENTRETIEN	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Le rythme de travail et de déroulement des réunions peut apparaître lent : il faut rester calme et patient. Les Saoudiens sont des négociateurs habiles.</li><li>• Il peut être nécessaire d'organiser plusieurs entretiens ou plusieurs visites avant de parvenir à ses fins.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Les Saoudiens attendent de leurs interlocuteurs qu'ils soient ponctuels.</li><li>• Laissez toujours une carte de visite (français et anglais) mentionnant votre nom et fonction, numéros de téléphone (incluant le mobile), adresse E-mail et site internet.</li><li>• Confirmez les rendez-vous par SMS et par E-mail.</li></ul>

## 4. Recommandations et interculturalité

### Moyens de transport à privilégier :

- Les taxis ou les chauffeurs privés conseillés par les hôtels sont intéressants ;
- Vous pouvez également télécharger sur Apple Store/Android l'application **Uber** ou son équivalent local **Careem** qui permettent un transport rapide et bon marché. Attention néanmoins à la possibilité de tomber sur un chauffeur ne parlant pas anglais ;
- Pour ce qui est des taxis « classiques » (voitures blanches avec un lanternon possédant l'inscription « ArRiyadh (pour la ville de Riyad »), la réservation commence à 5 SAR, la course s'effectue au kilomètre qui coûte 1,60 SAR et toute attente avant le début de la course coûte 0,70 SAR/min. Encore une fois vous pouvez rencontrer un chauffeur ne parlant pas anglais.
- Pour finir, vous pouvez engager un chauffeur à la journée.

TYPE DE VOITURE	Tarif journalier régulier 10 heures minimum USD / unité	Régulier à l'heure USD	Frais supplémentaires après 10 heures de USD par jour / unité
Ex : TYPE DE SEDAN (FORD TAURUS)	240	32	16

**Taux de change :** 1 euros = env. 4,6 SAR.

- **Décalage horaire :** 2 heures de plus par rapport à l'heure française en Hiver, 1 Heure en été.
- L'Arabie saoudite est un pays à traditions arabes et musulmanes. Toute représentation de femme dénudée, de produits à base de porc, d'alcool ou de signe religieux est strictement interdite.
- Durant les heures de prières, et de 13h à 17h, les magasins tendent de moins en moins à fermer et restent ouverts jusqu'à 1-2 heure du matin

# 5. Focus sur 4 principaux fournisseurs de l'Arabie saoudite

## Forces de la concurrence

### Émirats Arabes Unis

- Les Emirats, à bien des égards, sont un modèle de développement pour les Saoudiens. Ils sont très proches culturellement et partagent des coutumes similaires.
- Tout comme le Royaume, les Émirats arabes unis dominent la liste des 100 premières entreprises familiales du Moyen-Orient.
- Premiers partenaires de l'Arabie, les EAU fournissent près de 34% marché de l'Alimentation et des boissons.

### Etats-Unis

- Les Etats-Unis sont un partenaire historiques de l'Arabie. Les deux pays collaborent dans tous les domaines y compris l'agroalimentaire.
- Leur principal atout : leur force de frappe, avec des géants du secteur capables de déployer des communications marketing agressives et adoptant un positionnement milieu de gamme.

### Chine

- L'empire du Milieu est incontestablement un partenaire stratégique du Royaume. Encore récemment, la Chine a signé pas moins de 20 protocoles d'accords.
- Les Chinois sont capables de fournir toute une gamme de produits des plus basiques aux plus sophistiqués, avec des prix souvent inférieurs à la concurrence.
- Les marques chinoises sont peu performantes sur le volet communication en Arabie saoudite et les consommateurs souhaitent des produits différenciés.

### Allemagne

- L'Allemagne est le quatrième fournisseur de produits alimentaires de l'Arabie saoudite.
- Les Allemands disposent d'influents structures qui promeuvent les TPE/PME comme par exemple GESALO.
- L'Allemagne performe sur de nombreux fronts : confiserie, plats préparés, surgelés et réfrigérés.



Le compte Instagram du très connu restaurant chinois TOKI / Crédit photo: TOKI ICI



Le distributeur LULU qui lance le festival de produits américains / Crédit photo: LULU

Les Italiens sont aussi très présents en Arabie avec des produits d'entrée de gamme jusqu'aux produits les plus raffinés



Le distributeur LULU lançant le festival des produits italiens / Crédit photo: Eye Of Riyadh ICI



La marque américaine « FRESHLY » met en avant les saveurs françaises (reconnues comme étant de qualité supérieure) pour commercialiser ses produits vinaigrettes en Arabie. Les symboles de la France (notamment la marque France) sont souvent utilisées par des marques non françaises, afin de cibler des secteurs de niches (Ici VIP Lounge des aéroports).

Crédit photo: Freshly

“ Nous souhaitons que les Français fassent preuve d'une plus grande flexibilité s'agissant notamment de l'aspect prix. Il convient que les exportateurs nous fassent confiance pour établir une relation sur le long terme, qui ne se limitera pas à l'expédition de quelques conteneurs ”

Importateur de produits pour la grande distribution basé à Riyad

## 6. Proposition de plan d'actions à envisager pour développer la visibilité de la France

- Il est indispensable d'accentuer sa présence, s'adapter à la demande de la nouvelle clientèle saoudienne, ultra connectée, très avertie et qui **consomme différemment**, guidée par les réseaux sociaux et l'influence des occidentaux ou encore des bloggeurs/Snapchat? etc.
- **Secteurs où l'action doit être intensifiée** : Volaille, produits gourmets, fruits et légumes.
- **Secteurs où l'action doit être ciblée** : Confiseries, produits secs, sucrés ou encore ingrédients.
- **Comme dans d'autres pays de la zone, il convient d'être le plus proche de ses clients et potentiels prospects.** Il existe une classe moyenne de plus en plus importante qui aujourd'hui fait plus attention à son pouvoir d'achat et à ce qu'elle consomme.
- Il est donc recommandé de participer aux différents salons, missions individuelles ou collectives ou encore utiliser les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter) pour cibler les 75% de jeunes de moins de 30 ans.

### EXEMPLES DE PRESENCES ET RÉUSSITES FRANÇAISES



Organisation d'un « festival de la gastronomie française » pendant 15 jours chez le distributeur Danube

Crédit photo: [Arabnews ICI](#)



Promotion et dégustation de fromages français à Djedda

Crédit photo: [Saudi Gazette ICI](#)



Stand de l'entreprise française de Désialis sur le salon de Agriculture saoudien en 2019

Crédit photo: [Gulf Agriculture ICI](#)

## 6. Proposition de plan d'actions à envisager pour développer la visibilité de la France

- Il convient de ne pas se limiter à la distribution de son produit dans un point de vente mais de chercher à ce qu'il soit le plus disponible possible avec une stratégie cohérente.
- Les Saoudiens font généralement des affaires avec des personnes qu'ils connaissent et avec qui ils sont en confiance. Aucune relation de cette nature ne peut se développer sans prendre le temps de connaître son interlocuteur et développer une relation personnelle presque fraternelle. Ceci d'autant que les fournisseurs français sont considérés comme distants.

**“ Aujourd’hui, l’Arabie saoudite est un pays qui s’ouvre de plus en plus. Une stratégie payante est à mon sens celle qui s’intéresse à nos us et coutumes, les respecte voire même les met en valeur. Les Français peuvent gagner encore plus de part de marché à condition qu’ils soient moins dogmatiques et plus pragmatiques ”**

CEO d’une entreprise locale

- Aussi, après – voire avant – une première relation d'affaires, il est pertinent d'envisager sur le court ou le moyen terme une présence sur place soit à travers un VIE (Volontariat International en Entreprise) ou un recrutement en local. Dans tous les cas, il est important de se rapprocher de son partenaire et de l'accompagner dans la durée.



*Mission collective Alliance 7 organisée en 2019 par Business France EAU et Arabie saoudite  
Crédit photo: Alliance 7*

## 6. Perspectives et recommandations pour les entreprises françaises

### COMMENT EXPORTER EN ARABIE SAOUDITE?

Selon le Doing Business 2020, l'Arabie saoudite a amélioré son score de 7,8% concernant la facilité de faire des affaires dans le pays.

- La société saoudienne est organisée selon un modèle hiérarchique et les entreprises le sont également. Il existe des structures descendantes rigides dans la plupart des organisations, les pouvoirs de décision appartenant généralement à une poignée de cadres supérieurs. Ce pourrait être le chef de famille s'il s'agit d'une entreprise familiale.
- **Trouver le bon partenaire** : Il est possible pour un exportateur français de passer par un importateur, un distributeur ou un agent. Il convient, dans cette région du monde, de bien choisir son partenaire. Il est également possible de passer en direct, ce qui nécessite un suivi plus rigoureux.
- **Avoir une plaquette claire et synthétique** de votre entreprise et de votre/vos produit(s) en anglais et des échantillons que vous pourrez remettre lors de ces rendez-vous, ainsi qu'une liste de prix, de préférence en Saudi Arabian Riyals (SAR).

### QUELQUES CONSEILS CLÉS POUR PÉNÉTRER LE MARCHÉ :

- Assurez-vous que le partenaire potentiel possède l'entité juridique nécessaire en Arabie saoudite. Évitez de vous associer à des particuliers ou à des entreprises dont vous ne connaissez pas l'origine et le statut. Demandez les documents officiels.
- Assurez-vous que le partenaire travaille dans le même domaine que le vôtre. Le décalage entre les activités de votre entreprise et celles de votre partenaire nuira à votre crédibilité auprès des clients.
- Incluez toujours une stratégie de sortie dans votre contrat.
- Choisissez uniquement le partenaire qui aura une valeur ajoutée pour votre entreprise.
- Définissez clairement les rôles et les responsabilités de chaque partie. Assurez-vous que le partenaire potentiel est capable de les exécuter avec une haute qualité.
- Investissez pour trouver le bon partenaire. Rencontrez-le en personne avant de vous engager.



La population saoudienne est considérée comme étant l'une des plus connectées au monde. Avec une population d'un peu plus de 34 Mio d'habitants et une jeunesse importante (75% a moins de 30 ans), les Saoudiens partagent plus en ligne que tout autre pays du monde. Les médias sociaux ont apporté de nombreux types de liberté aux Saoudiens (en particulier aux femmes). Twitter par exemple a le taux de pénétration le plus élevé au monde et se classe au septième rang mondial en termes de nombre total d'utilisateurs. Le Royaume est aussi le plus grand utilisateur de YouTube par habitant. Quant à Facebook, il est le réseau social le plus élevé de la région du Golfe et est le troisième site Web le plus visité du pays.

Par ailleurs, le taux de pénétration des smartphones en Arabie est de +60% et 66% des utilisateurs de smartphones accèdent à Internet au moins une fois par jour. Les Saoudiens ont généralement plus d'un téléphone. L'étude démontre également que 93% des utilisateurs remarquent des publicités et 91% regardent des vidéos sur leur téléphone. Des chiffres que la grande distribution et les acteurs économiques ont bien saisis pour cibler leurs consommateurs.

## 6. Perspectives et recommandations pour les entreprises françaises

### QUESTIONS/REMARQUES A SE POSER POUR RÉUSSIR UN PARTENARIAT AVEC UN IMPORTATEUR/DISTRIBUTEUR EN ARABIE :

- Bien étudier les produits, les services, les canaux de distribution et les concurrents
- Le coût initial et le facteur de risque doivent être également pris en compte
- Évaluer les besoins opérationnels et logistiques avant d'entrer sur le marché saoudien
- Un test de marché est essentiel avant de lancer le produit ou le service pour comprendre la viabilité, la transférabilité et la rentabilité.
- Il est recommandé de se renseigner sur le pays, les pratiques des affaires, etc.
- Soyez prêt à consacrer du temps en effectuant des recherches approfondies sur le secteur d'activité dans lequel vous souhaitez opérer.
- Vous devez avoir un business plan viable, qui comprend tous les éléments nécessaires à votre développement sur le plan commercial mais également juridique
- Les acteurs saoudiens – quand le produit les intéresse - souhaitent l'exclusivité dès les premiers échanges. C'est une décision qui appartient à l'entreprise. De manière globale, *a fortiori* quand c'est un premier courant d'affaires, est recommandé d'avoir une négociation sur les 6 premiers mois voire 1 ou 2 an(s).

Deux questions à un exportateur français d'une grande coopérative agricole laitière :

#### 1. Quel regard portez-vous sur le marché saoudien en termes d'opportunités ?

“ Le Royaume d'Arabie saoudite est très grand et ce marché de 34 M d'habitants devient de plus en plus aguerri à la gastronomie Française. Les Saoudiens voyagent de plus en plus et il reste encore bon nombre d'expatriés. Je pense que c'est un marché qui va encore croître car il n'est pas à maturité. Pour nous, le segment *Retail* reste encore vierge et nous essayerons de le développer dans les prochaines années. ”

#### 2- Quel conseil donneriez-vous aux entreprises françaises qui souhaitent venir s'implanter ?

“ D'aller sur place pour voir à quel point le pays s'est ouvert ces dernières années. Ne pas hésiter à échanger avec des confrères même dans d'autres secteurs d'activité sur le marché saoudien. ”

*Témoignage du directeur commercial d'une coopérative agricole laitière*

## 6. Perspectives et recommandations pour les entreprises françaises

### FORCES

- Renommée des entreprises, de l'industrie et des produits « Made in France »
- Dans le cadre d'une refonte du système de certification mis en place par l'Arabie, de nouveaux partenariats sont en cours de négociation entre les organismes de certification halal Français et les organismes chargés du halal en Arabie saoudite

### OPPORTUNITES

- Attirer les investissements étrangers en Arabie est l'un des éléments clés de la stratégie Vision 2030
- L'Arabie représente à elle seule environ 51 % du total des ventes au détail de produits alimentaires dans la région du CCG
- Les entreprises sans partenaire local (sponsor) peuvent désormais obtenir une licence pour faire des affaires en Arabie saoudite et détenir 100 % de la propriété
- Les géants/grands projets vont stimuler la demande durant les prochaines années.

### FAIBLESSES

- Produits considérés comme chers par rapport à la concurrence
- Manque d'accompagnement et d'investissements (temps, financier) pour accompagner le partenaire
- Manque de communication sur l'innovation des produits français (réseaux sociaux, ciblage, suivi des tendances)

### MEINACES

- Les projets pour des secteurs tels que le tourisme ont été fortement ralentis en 2020 à cause de la Covid-19 qui peut perdurer au-delà de 2021.
- Cadre législatif évolutif
- Forte concurrence régionale et internationale

# Conclusion : le marché saoudien offre aux entreprises françaises de nouvelles perspectives de développement à condition d'en saisir les spécificités

- Comme nous pouvons le constater au travers de cette étude, la société saoudienne est en constante mutation à la fois au niveau culturel, économique mais aussi et surtout en termes de changement d'habitudes alimentaires.
- Le Royaume a pour priorité aujourd'hui de garantir son autosuffisance alimentaire en développant la production primaire et la transformation.
- La première économie du Moyen-Orient fait face à un tournant de son histoire dans une région complexe où la concurrence est dense. La vision du Prince héritier Mohammed Ben Salmane (MBS) – nouvel homme fort de l'Arabie, est claire : métamorphoser son pays et le faire entrer dans le « concert des nations » en termes d'attractivité, de réalisation des Giga/méga projets et surtout libérer son économie de la dépendance pétrolière.
- Cependant, le retard accumulé au fil des années dans la diversification de l'économie du Royaume ou encore les réticences de certains, ralentissent ce vent de changement. La dette publique augmente, le solde budgétaire est déficitaire depuis 2014 (même s'il tend à se réduire), les revenus sont principalement liés aux fluctuations des cours du pétrole, aux nouvelles fiscalités et de plus en plus aux Investissements Directs Etrangers (IDE).
- Dans ce contexte économique tendu, la « Vision 2030 », vient donner un nouveau souffle et créer un écosystème différent pour alimenter l'attractivité de l'Arabie saoudite. Actuellement, peu de pays au monde ont pour ambition de tels projets et disposent d'un marché aussi dynamique et ouvert aux nouveautés.
- Cela représente des opportunités très importantes pour les sociétés françaises qui doivent néanmoins faire face à un environnement concurrentiel contraint. Nos recherches et entretiens menés auprès des acteurs locaux ont démontré que l'offre française est globalement malmenée par la concurrence qui se démarque par son approche directe, sa présence physique sur le territoire saoudien, un service après-vente de qualité et l'adaptation aux demandes sur-mesure des clients saoudiens. Selon nombre d'opérateurs interviewés, cette concurrence offre des idées clés en main et a une meilleure compréhension des besoins et us et coutumes du pays.
- La flexibilité et la proximité seront sans aucun doute des facteurs clés de succès pour les entreprises françaises en Arabie saoudite.





CONNECTER – ACCÉLÉRER – RÉUSSIR