



FRUIT ATTRACTION 30 septembre au 2 octobre 2025 Madrid, Espagne



Le Salon International des Fruits et Légumes

Fruit Attraction est devenu le RDV commercial indispensable pour la **distribution mondiale Fruits et Légumes**, notamment en termes de planification des campagnes pour l'année suivante, tant par son positionnement en octobre, un point clé dans le cycle de l'offre et de la demande de produits frais, qu'en raison de sa situation géographique en Europe du Sud, qui positionne stratégiquement le salon commercial comme une porte d'entrée vers l'Europe depuis l'Amérique latine.

Années après années, **Fruit Attraction** a consolidé sa position comme l'un des principaux **événements mondiaux** dans le secteur des **fruits et légumes**.

Qui peut exposer sur Fruit Attraction ?

Ce salon est ouvert aux inscriptions pour les entreprises et filières de Nouvelle-Aquitaine.

Pourquoi exposer sur Fruit Attraction ?

- Obtenir toutes les informations sur l'offre commerciale spécialisée existant sur les marchés espagnol et international en un lieu unique et concentré en 3 jours.
- Initier, poursuivre ou finaliser les processus d'achat et de commande avec l'ensemble du canal de distribution.
- Visiter et renforcer les relations d'affaires avec les fournisseurs actuels.
- Découvrez les dernières tendances du secteur et des consommateurs.

CHIFFRES 2024

- **117 370 visiteurs professionnels venus de 145 pays (croissance de 10% vs édition 2022)** Europe (Italie, Pays-Bas, Portugal, UK, Allemagne), Amérique Latine (Pérou, Chili, Brésil, Colombie, Equateur, Argentine), Afrique du Sud, Amérique du Nord, Egypte.
- **2201 exposants de 59 pays (dont 48% d'exposants internationaux)**
- **136 sociétés** françaises sous la bannière Taste France
- 3 régions partenaires présentes : PACA, AD'OCC, AANA NOUVELLE-AQUITAINE,

L'AANA organise de nouveau la présence collective des entreprises et filières néo-aquitaine sur cette nouvelle édition de Fruit Attraction Madrid, via un pôle Nouvelle-Aquitaine au sein du pavillon France de Business France.



Le Marché des Fruits et Légumes

Focus et chiffres clés sur les Fruits / Les Légumes / Les Pommes de terre

Source : Où exporter 2025



FRUITS

L'EXPORT FRANÇAIS RÉSISTE DANS UN CONTEXTE ÉCONOMIQUE INTERNATIONAL INSTABLE
Sur des données de l'Institut de l'Élevage et de l'Économie Rurale (INER) de la région Nouvelle-Aquitaine, l'exportation française de fruits est restée stable en 2024, malgré un contexte économique international instable. Les exportations ont atteint 1,6 milliard d'euros, soit une augmentation de 21% par rapport à 2023. Les principaux marchés restent l'Allemagne, l'Italie et les États-Unis.

CONSEILS DE L'ÉQUIPE BUSINESS FRANCE

RECOMMANDATIONS GÉNÉRALES

- Continuer à développer les relations commerciales avec les principaux partenaires européens, notamment l'Allemagne, l'Italie et les États-Unis.
- Optimiser les coûts de production et de logistique pour rester compétitif sur les marchés internationaux.
- Investir dans la recherche et le développement pour développer de nouvelles variétés et améliorer la qualité des produits.

TENDANCES

Le marché des fruits français continue de résister dans un contexte économique international instable. Les exportations ont atteint 1,6 milliard d'euros, soit une augmentation de 21% par rapport à 2023. Les principaux marchés restent l'Allemagne, l'Italie et les États-Unis.

Fruits : l'export français résiste dans un contexte économique international instable



LÉGUMES

ÉVOLUTION CONTRASTÉE DE NOS EXPORTATIONS SELON LES MARCHÉS
Sur des données de l'Institut de l'Élevage et de l'Économie Rurale (INER) de la région Nouvelle-Aquitaine, l'exportation française de légumes a connu une évolution contrastée en 2024. Les exportations ont atteint 1,6 milliard d'euros, soit une augmentation de 55% par rapport à 2023. Les principaux marchés restent l'Allemagne, l'Italie et les États-Unis.

CONSEILS DE L'ÉQUIPE BUSINESS FRANCE

RECOMMANDATIONS GÉNÉRALES

- Continuer à développer les relations commerciales avec les principaux partenaires européens, notamment l'Allemagne, l'Italie et les États-Unis.
- Optimiser les coûts de production et de logistique pour rester compétitif sur les marchés internationaux.
- Investir dans la recherche et le développement pour développer de nouvelles variétés et améliorer la qualité des produits.

TENDANCES

L'exportation française de légumes a connu une évolution contrastée en 2024. Les exportations ont atteint 1,6 milliard d'euros, soit une augmentation de 55% par rapport à 2023. Les principaux marchés restent l'Allemagne, l'Italie et les États-Unis.

Légumes : une évolution contrastée de nos exportations selon les marchés



POMMES DE TERRE

DÉS EXPORTATIONS EN REcul SUR L'EUROPE CENTRALE ET ORIENTALE
Sur des données de l'Institut de l'Élevage et de l'Économie Rurale (INER) de la région Nouvelle-Aquitaine, l'exportation française de pommes de terre a connu une baisse en 2024. Les exportations ont atteint 985 millions d'euros, soit une diminution de 43% par rapport à 2023. Les principaux marchés restent l'Allemagne, l'Italie et les États-Unis.

CONSEILS DE L'ÉQUIPE BUSINESS FRANCE

RECOMMANDATIONS GÉNÉRALES

- Continuer à développer les relations commerciales avec les principaux partenaires européens, notamment l'Allemagne, l'Italie et les États-Unis.
- Optimiser les coûts de production et de logistique pour rester compétitif sur les marchés internationaux.
- Investir dans la recherche et le développement pour développer de nouvelles variétés et améliorer la qualité des produits.

TENDANCES

L'exportation française de pommes de terre a connu une baisse en 2024. Les exportations ont atteint 985 millions d'euros, soit une diminution de 43% par rapport à 2023. Les principaux marchés restent l'Allemagne, l'Italie et les États-Unis.

Pommes de terre : des exportations en recul sur l'Europe centrale et orientale



Zoom sur la distribution en Espagne

73 % de la distribution alimentaire est réalisée dans les circuits de grande distribution et 27 % en RHD.

L'approvisionnement en produits alimentaires dans le secteur de la RHD et des GMS s'effectue principalement via des importateurs/distributeurs régionaux.

Mercadona est le leader de la distribution alimentaire, avec quasiment 26.2 % de parts de marché, suivi par Carrefour et Lidl. Ces trois enseignes représentent 42% des parts de marché en 2023.

La France est le 1^{er} fournisseur de l'Espagne pour les pommes de terre et se positionne également comme l'un des premiers fournisseurs pour les pommes, les salades, les oignons ..

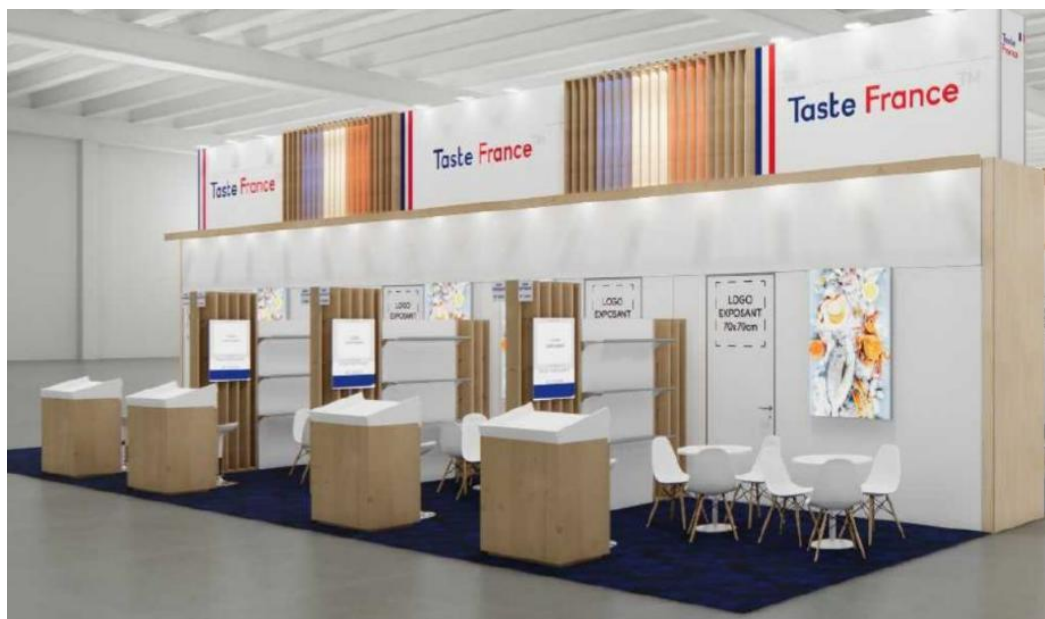
Business France et le Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation mettent gratuitement à disposition des entreprises françaises des études détaillées sur les différents secteurs et marchés :

<https://events-export.businessfrance.fr/etudes-agro/nos-etudes/>



Nos offres de stands AANA sous la bannière « Taste France »

Le Pavillon France sous bannière « Taste France » alliera simplicité et élégance.



Les formules de participation AANA 2025 :

Stands individuels pour stands producteurs de fruits et légumes et équipements :

- **10 m² à 4860,- €ht :**
1 vitrine comptoir, 1 tabouret haut, 1 table ronde, 3 chaise
2 Lots d'étagères, 1 réserve individuelle
- **12 m² à 5830,- €ht :**
1 vitrine comptoir, 1 tabouret haut, 1 table ronde, 3 chaises,
2 Lots d'étagères, 1 réserve individuelle
- **18m² à 8550, - €ht**
2 vitrines comptoir, 2 tabourets hauts, 2 tables rondes,
6 chaises, 2 lots d'étagères, 1 réserve individuelle
- **24m² à 11600, €ht**
2 vitrines comptoir, 2 tabourets hauts, 2 tables rondes,
6 chaises, 2 lots d'étagères, 1 réserve individuelle

Autre surface de stand sur demande.



Options

Frais d'angle à 960,- €ht/angle

(Dans la limite des disponibilités, priorités aux stands de 18m² et 24m²)

Surface complémentaire (prix/m²) pour les stands > 12m² à 700,- €ht

Frais d'organiseurs IFEMA (obligatoire) à 500 €ht

Incluant une inscription basic au Fruit Attraction LIVEconnect, la plateforme digitale mise en place pour le networking et la gestion de rendez-vous

Frais d'organisation AANA à 100,- €ht

Frais d'adhésion annuelle à l'AANA à 50,- €ht (facturés uniquement lors de la 1^{ère} opération réalisée avec l'AANA en 2025)

Le stand clé en main via l'AANA comprend :

- La décoration et la signalétique du concept « **Taste France** »
L'aménagement, dotation mobilier (* = quantité selon taille du stand)
- Le suivi des commandes techniques et inscriptions administratives
- Le nettoyage quotidien de votre stand (aspiration des sols, évacuation poubelles).
- Assistance sur place d'une personne de l'AANA (si déplacement possible)

La promotion France par Business France inclut :

- **Campagne** de communication réseaux sociaux déclinée autour des valeurs de la **Marque France**
- **Accompagnement** par les équipes Business France Paris et Madrid
- **Participation** gratuite aux **animations culinaires** mises en place sur le Stand Accueil France
- **Mobilisation** d'acheteurs des secteurs *Fruits et Légumes & Equipements* des pays suivants : *Espagne, Portugal, Italie, Grèce, Pologne*
- **Remise** de documents de marché focus « **Europe du Sud** » secteurs des fruits et légumes et des équipements
- **Inscription** de votre société sur la [Market Place Business France](#) garantissant ainsi la visibilité de vos marques et de vos produits auprès des acheteurs dont les profils sont qualifiés par les bureaux Business France à l'étranger

Renseignements et inscriptions

DATE LIMITE D'INSCRIPTION : 24 avril 2025

Contact : Laurence JUGE l.juge@aana.fr

En partenariat avec :

