



En partenariat avec :



**BUSINESS MEETINGS**

**MAF Carrefour**

**Emirats Arabes Unis**

**3 au 4 novembre 2021**

**REJOIGNEZ L'ESPACE  
NOUVELLE-AQUITAINE**

Date limite d'inscription :

28 mai 2021

Contact :

Julien LAYRISSÉ

[j.layrisse@aana.fr](mailto:j.layrisse@aana.fr)

## Présentation

L'AANA, en partenariat avec Business France vous proposent **UN PROGRAMME COMPLET AUTOUR DE LA RENCONTRE AVEC LE LEADER DE LA GRANDE DISTRIBUTION MAF CARREFOUR AUX EMIRATS ARABES UNIS.**

**Produits alimentaires recherchés :** tous types de produits alimentaires en marque distributeur (MDD).  
*Voir la section acheteur ci-dessous pour plus de détails.*

## Présentation de Carrefour UAE



Site internet : [www.carrefouruae.com](http://www.carrefouruae.com)

Activité : Retailer

Pour s'implanter sur le marché de la distribution aux Émirats Arabes Unis, l'enseigne Carrefour a créé, dans un premier temps, une joint-venture avec le groupe émirien Majid Al Futtaim (MAF), basé à Dubaï avec un rayonnement sur la région : Arabie Saoudite, Égypte, Qatar, Jordanie, Oman, Koweït, Bahreïn, Liban et Syrie. Le premier hypermarché a ouvert ses portes en 1996 dans le quartier de Deira à Dubaï, situé au cœur du centre commercial City Center. MAF a racheté il y a quelques années les parts de Carrefour et agit aujourd'hui en nom propre, comme une franchise. MAF possède le nom Carrefour dans 44 pays et l'utilise aujourd'hui dans une vingtaine de pays.

Le groupe dispose d'un site d'achats en ligne ([www.carrefouruae.com](http://www.carrefouruae.com)).

### CHIFFRES CLES

- **Nombre de points de vente :** 128 hypermarchés MAF-Carrefour sont ouverts dans la région, dont 28 hypermarchés aux EAU : soit le plus grand retailer du pays avec 30 % de parts de marché.
- **Couverture géographique :** Nationale, et régionale

### STRATEGIE DE DISTRIBUTION

- **Positionnement prix :** multi gammes
- **Clientèle :** consommateurs des émirats

**STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT :** développement de la part de MDD Carrefour, gérée par MAF-Carrefour

Les GMS sont en constante recherche de nouveaux produits. A l'instar de Carrefour MAF dont la vente de MDD représente à ce jour 7 % du CA, et qui aspire à **atteindre les 35 % d'ici à 2022.**



Carrefour MAF a également décidé d'entreprendre une nouvelle démarche de « premiumisation » de ses MDD à travers sa gamme Bio qui propose aujourd'hui un large éventail de produits alimentaires emballés de très bonne qualité à des prix compétitifs.

## Informations sur le marché émirien

### UNE CONSOMMATION EN PLEINE ÉVOLUTION

*Le « manger mieux » a le vent en poupe*

- ▶ L'instabilité professionnelle et la hausse du coût de la vie ont entraîné des départs, notamment dans les classes moyennes. La baisse du nombre de touristes, déjà perceptible auparavant, s'est amplifiée avec la crise.
- ▶ L'arrivée de travailleurs plus jeunes entraîne de nouvelles habitudes de consommation (« on the go » et snacking sain).
- ▶ Les autorités promeuvent le « manger sain » (étiquetage, taxes sur produits sucrés, etc.) pour contrer les problèmes d'obésité.

### Tendances

Végétarisme, produits bio (extension des gammes en GD), montée en puissance des produits « sans ». Intérêt croissant pour la traçabilité des produits suite à la crise sanitaire.

*Vers plus de commodité*

- ▶ Les magasins de la GD, dans les centres commerciaux ou à proximité des lieux de vie, s'adaptent davantage aux demandes des consommateurs en proposant de plus en plus d'en-cas ou plats préparés / à emporter / en livraison à domicile. La GD développe par ailleurs des espaces de restauration rapide.
- ▶ La RHD représente près du tiers des ventes de produits alimentaires et continue de progresser.
- ▶ Tendances : boom du e-commerce alimentaire, succès des food trucks, timide.

### UN PAYS FORTEMENT DÉPENDANT DES IMPORTATIONS

*Une volonté de diversification des fournisseurs*

- ▶ En raison des conditions climatiques arides et du manque de terres arables, les EAU importent 85 % de leurs besoins alimentaires. En 2018, les importations alimentaires du pays se sont élevées à 13,3 Md EUR (+6,5 % par rapport à 2017). Les principaux fournisseurs de produits alimentaires des EAU sont l'Inde, le Brésil, les États-Unis et l'Arabie saoudite.
- ▶ Pendant la crise sanitaire, le flux de marchandises est resté fluide et les stocks fournis. En parallèle, la mise en oeuvre de la stratégie nationale de sécurité alimentaire a été accélérée afin de diversifier les sources d'importation et de soutenir la production locale.

*Une présence française reconnue*

- ▶ Avec près de 400 M EUR de produits alimentaires exportés en 2019, la France se place au 9e rang des fournisseurs des Émirats arabes unis. Elle exporte principalement des vins et des spiritueux. Les produits laitiers français sont également très sollicités en RHD : +11 % de crème, +13 % de fromage importés entre 2018 et 2019.
- ▶ Reconnus, les produits français sont généralement positionnés dans le moyen/haut de gamme. La France pâtit en revanche du prix élevé de son offre par rapport aux produits concurrents.



## LES JOURNEES DE RENCONTRES MAF CARREFOUR 3 & 4 novembre

- Atelier de présentation de marché : présentation par un expert Business France.
- Présentation du groupe Carrefour – Majid Al Futaim : par les acheteurs du groupe.
- Visite d'un ou deux hypermarchés : immersion sur le terrain.
- Salon MDD PRIME : visite guidée du salon des marques distributeurs multi secteur avec passage sur les stands des opérateurs alimentaires locaux (entrées au salon incluses).  
Site internet du salon : <https://www.prime-expo.com/home>
- Rendez-vous BtoB : rendez-vous individuels avec les acheteurs de MAF Carrefour.
- Diner avec les acheteurs

## Participez avec l'AANA

- L'AANA va coordonner la participation néo-aquitaine sur cette opération afin d'optimiser la représentativité des produits et entreprises régionales.

L'AANA (Agence de l'Alimentation Nouvelle-Aquitaine) est le partenaire de Business France pour les manifestations de promotion de vos produits néo-aquitains et de mise en relation avec les acheteurs et grands comptes internationaux (Vendre A, Online Showroom, Sourcing BtoB,...etc). **En tant qu'entreprise de la région Nouvelle-Aquitaine, vous bénéficiez d'un tarif spécial** visant à promouvoir l'offre régionale néo-aquitaine.

La participation via l'AANA est sous réserve de la tenue effective de l'événement dans sa forme initiale et en considération des mesures nationales liées à la crise sanitaire COVID19 ou la situation politico-sociale.

## Processus & Tarifs des rdvs BtoB

- **COMMENT PARTICIPER ?**  
Inscrivez-vous en nous retournant le bulletin d'engagement joint rempli et signé
- **TARIF SPECIAL NOUVELLE-AQUITAINE – AANA :**  
Rdv obtenu à 812,50,- € HT
- **TARIF BUSINESS FRANCE** (pour les entreprises inscrites en direct avec Business France) :  
Rdv obtenu à 1 625,- € HT

### **A NOTER :**

Cette opération est éligible au chèque relance export (dispositif cumulable avec le tarif AANA). Vous trouverez toutes les informations ici : [www.teamfrance-export.fr/nouvelle-aquitaine](http://www.teamfrance-export.fr/nouvelle-aquitaine)

### **Renseignements et inscriptions :**

Julien Layrisse : [j.layrisse@aana.fr](mailto:j.layrisse@aana.fr) / 05 57 85 40 36