

Département fédéral de l'économie,
de la formation et de la recherche DFEF
Secrétariat d'Etat à l'économie SECO



ORGANISATION DES NATIONS UNIES
POUR LE DÉVELOPPEMENT INDUSTRIEL



Ministère de l'Agriculture,
des Ressources Hydrauliques et de la Pêche
DGPA



Ministère de l'Industrie
et des PME
DGIA



Groupement
Interprofessionnel
des Dattes



GUIDE D'ACCÈS AU MARCHÉ ALLEMAND

POUR LES PRODUITS
GRENADE
TOMATE SÉCHÉE
DÉRIVÉS DE DATTE



2020



Ce document a été préparé par le bureau ADMEDERA CONSULTING EXPORT dans le cadre du « Projet d'Accès aux Marchés pour les Produits Agroalimentaires et du Terroir – phase 2 (PAMPAT 2) », mis en oeuvre par l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI), sur un financement du Secrétariat d'Etat à l'Economie de la Confédération Suisse (SECO).

L'analyse repose sur la collecte et l'interprétation des informations marchés et des données statistiques disponibles au moment où cette étude a été réalisée (2020).

Ce document a été établi sans avoir été revu par les services d'édition de l'ONU. Les appellations employées dans le présent document et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part du Secrétariat de l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI) aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones ou de leurs autorités, à la délimitation de leurs frontières, à leur système économique ou à leur degré de développement. Les désignations telles que « développé », « industrialisé » et « en développement » sont utilisées à des fins statistiques et n'expriment pas nécessairement un jugement sur le stade de développement atteint par un pays ou une région donnée dans le cadre du processus. La mention de noms de sociétés ou de marques commerciales ne constitue pas un aval de l'ONUDI. Les opinions, chiffres et estimations y figurant relèvent de la responsabilité des auteurs et ne doivent donc pas être considérés comme reflétant les opinions de l'ONUDI ou comme ayant été approuvés par elle.



SOMMAIRE

1. CONTEXTE DU GUIDE	7
2. DONNÉES GÉOGRAPHIQUES, DÉMOGRAPHIQUES ET SOCIALES	8
3. DONNÉES ÉCONOMIQUES	9
3.1 PRINCIPAUX INDICATEURS ÉCONOMIQUES	9
3.2 LES CHIFFRES DU COMMERCE INTERNATIONAL	10
3.2.1 IMPORTATION ET FOURNISSEURS	10
3.2.2 EXPORTATION ET CLIENTS	11
3.3 NOTATION DU PAYS (COFACE)	12
4. RÉGLEMENTATION DOUANIÈRE	13
4.1 ACCORDS ET DROITS DE DOUANE	13
4.1.1 FILIÈRE DE GRENADE	14
4.1.2 FILIÈRE TOMATES SÉCHÉES	15
4.1.3 FILIÈRE DERIVÉS DE DATTE	16
4.2 EXIGENCES DOCUMENTAIRES À L'EXPORT	18
4.2.1 LA DÉCLARATION EN DOUANE.....	18
4.2.2 LA FACTURE COMMERCIALE DÉFINITIVE	18
4.2.3 LISTE DE COLISAGE	19
4.2.4 DOCUMENTS DE TRANSPORT	19
4.2.5 CERTIFICAT EUR1	19
4.2.6 CERTIFICAT EURO- MED	19
4.2.7 LE CONTRÔLE TECHNIQUE À L'EXPORTATION	20
4.2.8 ACCORD POUR L'EXPORTATION POUR LES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS ..	20
4.2.9 CERTIFICAT PHYTOSANITAIRE	20
4.2.10 EXIGENCES SPÉCIFIQUES AUX PRODUITS BIOLOGIQUES	20



4.3 EXIGENCES DOCUMENTAIRES À L'IMPORT	21
4.3.1 DOCUMENT ADMINISTRATIF UNIQUE (DAU)	21
4.3.2 DÉCLARATION DE LA VALEUR EN DOUANE	21
4.3.3 NUMÉRO EORI	21
4.3.4 DÉCLARATION SOMMAIRE D'ENTRÉE (ENS)	22
4.3.5 NOTIFICATION PRÉALABLE.....	22
4.3.6 AUTRES EXIGENCES A L'IMPORT	22
5. NORMES D'ÉTIQUETAGE ET D'EMBALLAGE.....	23
5.1 ÉTIQUETAGE.....	23
5.1.1 LANGUE	23
5.1.2 MENTIONS OBLIGATOIRES	23
5.1.3 LES PRODUITS IRRADIÉS	29
5.1.4 LES ALIMENTS BIOLOGIQUES	29
5.1.5 LES ALIMENTS DIÉTÉTIQUES.....	31
5.1.6 AUTRES LABELS UTILISÉS EN ALLEMAGNE	31
5.2 EMBALLAGE	32
5.2.1 EXIGENCES DANS L'UE	32
5.2.2 EXIGENCES D'EMBALLAGE POUR L'ALLEMAGNE	34
5.3 MODÈLE D'EMBALLAGE ET D'ÉTIQUETTE DES PRODUITS COMMERCIALISÉS EN ALLEMAGNE.....	36
6. APERÇU SUR LE MARCHÉ DE L'AGROALIMENTAIRE EN ALLEMAGNE	40
6.1 CIRCUIT DE DISTRIBUTION	41
6.2 TENDANCES DES HABITUDES DE CONSOMMATION	43
6.3 POTENTIEL DES FILIÈRES TUNISIENNES EN ALLEMAGNE	44
7. MENER SES AFFAIRES EN ALLEMAGNE	45
7.1 FAIRE APPEL À UN AGENT OU UN DISTRIBUTEUR.	45
7.2 L'IMPLANTATION	45



7.3 COMMERCE ÉLECTRONIQUE	45
7.4 PROMOTION COMMERCIALE/PUBLICITÉ	46
7.5 ENREGISTREMENT DES MARQUES	47
7.6 PAIEMENT	48
7.6.1 FONCTIONNEMENT DU SYSTÈME BANCAIRE	48
8. VISA ET ORGANISME	50
9. CONTACTS UTILES	51
10. SOURCES	53





LISTE DES TABLEAUX

<i>Tableau 1</i> Données géographiques, démographiques et sociales de l'Allemagne	8
<i>Tableau 2</i> Principaux indicateurs économiques	9
<i>Tableau 3</i> Principaux produits importés en Allemagne en valeur	10
<i>Tableau 4</i> Tableau des principaux fournisseurs	10
<i>Tableau 5</i> Valeurs importées par année (2015- 2019).....	11
<i>Tableau 6</i> Principaux produits exportés en Allemagne en valeur	11
<i>Tableau 7</i> Les principaux clients des produits exportés	12
<i>Tableau 8</i> Valeurs exportées par année (2015- 2019)	12
<i>Tableau 9</i> Droits de douane et taxes pour les produits d'origine tunisienne	13
<i>Tableau 10</i> Droits de douanes du jus de grenade exporté par les concurrents de la Tunisie vers l'Allemagne	14
<i>Tableau 11</i> Droits de douane du sirop de grenade exporté par les concurrents de la Tunisie vers l'Allemagne	14
<i>Tableau 12</i> Droits de douane des tomates séchées déshydratées exportées par les concurrents de la Tunisie vers l'Allemagne.....	15
<i>Tableau 13</i> Droits de douane des tomates séchées à l'huile d'olive ou autres préparations exportées par les concurrents de la Tunisie vers l'Allemagne	15
<i>Tableau 14</i> Droits de douane de la pâte de dattes exportée par les concurrents de la Tunisie vers l'Allemagne (nomenclature 2007999770)	16
<i>Tableau 15</i> Droits de douane de la pâte de dattes exportée par les concurrents de la Tunisie vers l'Allemagne (nomenclature 0804100030)	16
<i>Tableau 16</i> Droits de douane de la pâte de dattes exportée par les concurrents de la Tunisie vers l'Allemagne (nomenclature 0804100091)	17
<i>Tableau 17</i> Droits de douane pour la poudre de dattes exportée par les concurrents de la Tunisie vers l'Allemagne (2008999990)	17
<i>Tableau 18</i> Droits de douane pour la poudre de dattes exportée par les concurrents de la Tunisie vers l'Allemagne (1106309080)	18
<i>Tableau 19</i> Les allégations nutritionnelles autorisées	28



1. CONTEXTE DU GUIDE

Ce rapport fait partie intégrante d'une série de documents préparés dans le cadre du projet PAMPAT 2 pour identifier les marchés cibles les plus attractifs à l'export pour la Tunisie pour les produits issus de trois filières agroindustrielles grenade, tomates séchées et dérivés de dattes. L'analyse s'est focalisée spécifiquement sur des produits tunisiens sélectionnés, qui ont un fort potentiel d'exportation.

La liste des produits et les marchés cibles identifiés sont listés à continuation

- > Grenade fraîche (Russie, Royaume Uni, Pays Bas) ;
- > Jus de grenade (Allemagne, Pays Bas, France et Royaume Uni) ;
- > Sirop de grenade (Royaume Uni, Allemagne, France) ;
- > Tomates séchées en vrac et en poudre (Allemagne, Italie, Etats-Unis) ;
- > Tomates séchées à l'huile d'olive (Royaume Uni, France, Allemagne) ;
- > Pâte de dattes (France, Allemagne, Etats-Unis) ;
- > Poudre de dattes (France, Etats-Unis, Allemagne) ;
- > Sirop de dattes (Canada, Emirats Arabes Unis, Qatar).

Les documents suivants ont été publiés dans le cadre du projet PAMPAT 2 :

- > Identification des marchés cibles pour la filière de la grenade tunisienne ;
- > Identification des marchés cibles pour la filière de la tomate séchée tunisienne ;
- > Identification des marchés cibles pour la filière des dérivés de la datte tunisienne ;
- > Guide d'accès au marché allemand pour les produits des filières tomate séchée, grenade, dérivés de datte ;
- > Guide d'accès au marché français pour les produits des filières tomate séchée, grenade, dérivés de datte ;
- > Guide d'accès au marché italien pour le produit tomate séchée en vrac ;
- > Guide d'accès au marché néerlandais pour les produits de la filière grenade ;
- > Guide d'accès au marché britannique pour les produits des filières grenade et tomate séchée conditionnée ;
- > Guide d'accès au marché émirati pour le produit sirop de dattes ;
- > Guide d'accès au marché qatari pour le produit sirop de dattes ;
- > Guide d'accès au marché américain pour les produits des filières dérivés de datte et tomate séchée en vrac ;
- > Guide d'accès au marché russe pour le produit grenade fraîche.



2. DONNÉES GÉOGRAPHIQUES, DÉMOGRAPHIQUES ET SOCIALES

Tableau 1 Données géographiques, démographiques et sociales de l'Allemagne

Critères	Données
Superficie	357 022 km ²
Capital	Berlin
Principales villes et nombre d'habitants	Berlin (3, 426,354), Hambourg (1, 739,117), Munich (1, 260,391), Köln (963,395), Frankfurt am Main (650,000), Essen (593,085), Stuttgart (589,793), Dortmund (588,462), Düsseldorf (573,057)
Population	80, 159,662 (Juin 2020)
Croissance démographique	-0,19%
Pourcentage de la population urbaine	77,5% du total de la population
Espérance de vie	Selon les estimations de 2020 : Espérance de vie à la naissance : 81,09 années. Hommes : 78,7 années Femmes : 83,6 années
PIB/ habitant	47 662 USD
Indice de développement humain	0,939
Religion	Catholicisme 27,7%, protestantisme 25,5%, islam 5,1%, orthodoxie 1,9% (estimation 2018)
Langues officielles et langues utilisées	Allemand Le danois, le frison, le sorabe et le romani sont des langues minoritaires officielles

Source : cia.gov



3. DONNÉES ÉCONOMIQUES

3.1 Principaux indicateurs économiques

Tableau 2 Principaux indicateurs économiques

Données	Valeur
Taux d'inflation	1,4% (2020)
Croissance PIB	0,5% (2020)
Solde budgétaire	36,6 milliards d'euros (2017)
Taux de chômage	5,2 % (août 2018)

Source : Coface/diplomatie.gouv.fr/cia.gov

> Répartition sectorielle de l'économie allemande

Part des principaux secteurs d'activités dans le PIB :

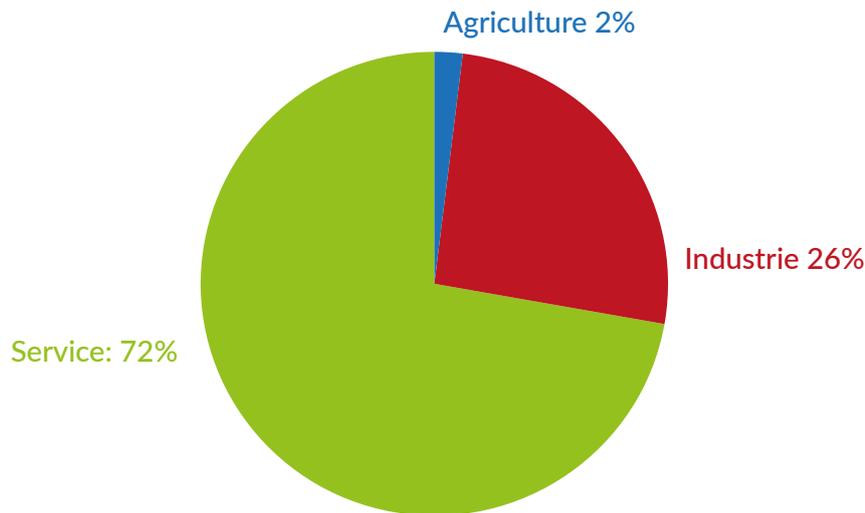


Figure 1 Part des principaux secteurs d'activités dans le PIB

Le secteur tertiaire (service) en Allemagne est le secteur qui représente la part la plus importante dans le PIB du pays avec un taux de 72,4%. Quant à l'agriculture et l'industrie, elles représentent respectivement 2,1% et 25,5% du PIB.



3.2 Les chiffres du commerce international

3.2.1 Importation et fournisseurs

Tableau 3 Principaux produits importés en Allemagne en valeur

Code	Description	Importation en valeur
84	Réacteurs nucléaires, chaudières, machines et appareils mécaniques et leurs parties	\$751, 007, 865,086
85	Machines et équipements électriques et leurs parties ; enregistreurs et reproducteurs du son ; appareils d'enregistrement ou de reproduction des images et du son pour la télévision ainsi que leurs parties et accessoires.	\$718, 805, 633,851
87	Véhicules ; autres que les chemins de fer et les matériels roulant de tramway.	\$603, 187, 683,421
27	Combustibles minéraux, huiles minérales et produits de leur distillation ; substances bitumineuses ; cires minérales.	\$497, 043, 612,325
30	Produits pharmaceutiques.	\$266, 566, 677,522
	Autres produits	\$2, 982, 982, 404,642

Source : comtrade

> Principaux fournisseurs des produits importés

Tableau 4 Principaux fournisseurs

Partenaires	Valeur importée
Chine	\$576, 494, 912,069
Pays Bas	\$471, 942, 505,633
France	\$371, 036, 366,543
USA	\$366, 671, 769,861
Italie	\$308, 984, 411,432
Autres partenaires	\$3, 724, 463, 911,309

Source : comtrade

Tableau 5 Valeurs importées par année (2015 - 2019)

Année	Valeur importée
2019	\$1, 240, 696, 545,698
2018	\$1, 292, 726, 052,270
2017	\$1, 167, 753, 355,162
2016	\$1, 060, 882, 070,133
2015	\$1, 057, 535, 853,584

Source : comtrade

3.2.2 Exportation et clients

Tableau 6 Principaux produits exportés par l' Allemagne en valeur

Code	Description	Exportations en valeur
87	Véhicules ; autres que les chemins de fer et les matériels roulant de tramway	\$1, 252, 156, 252,039
84	Réacteurs nucléaires, chaudières, machines, appareils mécaniques et leurs parties	\$1, 227, 850, 414,663
85	Machines et équipements électriques et leurs parties ; enregistreurs et reproducteurs du son ; appareils d'enregistrement ou de reproduction des images et du son pour la télévision ainsi que leurs parties et accessoires	\$744, 276, 899,331
30	Produits pharmaceutiques	\$424, 334, 572,875
90	Instruments et appareils optiques, photographiques, cinématographiques, de mesure, de contrôle, médicaux ou chirurgicaux ainsi que leurs accessoires	\$360, 916, 545,207
	Autres produits	\$3, 158, 358, 067,203

Source : comtrade

> Principaux clients des produits exportés

Tableau 7 Principaux clients des produits exportés

Partenaires	Valeur exportée
USA	\$639, 435, 311,602
France	\$588, 499, 733,599
Chine	\$480, 229, 536,129
Royaume Uni	\$473, 790, 586,030
Pays Bas	\$446, 565, 437,742
Autres partenaires	\$4, 539, 372, 146,216

Source : comtrade

Tableau 8 Valeurs exportées par année (2015 - 2019)

Année	Valeur exportée
2019	\$1, 493, 094, 693,527
2018	\$1, 562, 418, 816,337
2017	\$1, 446, 642, 435,222
2016	\$1, 337, 236, 557,704
2015	\$1, 328, 500, 248,529

Source : comtrade

3.3 Notation du pays (COFACE)



Evaluation des risques pays



Environnement des affaires

Explication de la notation :

> A3 - Evaluation des risques pays

Les perspectives macroéconomiques et financières sont favorables. Le contexte politique est généralement stable. L'environnement des affaires est globalement de qualité. **La probabilité moyenne de défaut des entreprises est très faible.**

> A1 - Environnement des affaires

Les bilans des entreprises sont en général disponibles et fiables. Le recouvrement des créances est efficace. Les institutions sont de grande qualité et l'accès au marché domestique est quasiment libre. **L'environnement des affaires est très satisfaisant.**

4. RÉGLEMENTATIONS DOUANIÈRES

4.1 Accords et droits de douane

- > Le seuil douanier (à partir duquel des droits de douane sont exigés) : 150 EUR.
- > L'Allemagne impose un Tunrover Taxe de 19% et 7% pour certains produits notamment les produits agricoles et agroalimentaires. Cette imposition a pour but de ne pas pénaliser les produits allemands qui sont soumis à une TVA de 19%.

Le tableau ci-dessous contient la liste des droits de douane et taxes à payer pour les produits d'origine tunisienne.

Ces produits sont :

- > Jus de grenade ;
- > Sirop de grenade ;
- > Tomates séchées
- > Tomates séchées à l'huile ou autres préparations ;
- > Pâte de datte ;
- > Poudre de datte.

Tableau 9 Droits de douane et taxes pour les produits d'origine tunisienne

Produits	Nomenclature douanière	DD	TVA
Jus de grenade	2009899999	17,60%	19%
Sirop de grenade	2009893899	33,60%	19%
Tomates séchées	712903000	12,80%	7%
Tomates séchées à l'huile ou autres préparations	2002109000	14,40%	7%
Pâte de datte	2007999770	12%	7%
	804100030	0%	7%
	0804100091	0%	7%
Poudre de datte	2008999990	18,40%	7%
	1106309080	8,30%	5%

Dans les tableaux ci-dessous, nous allons comparer les droits de douane à payer par les concurrents de la Tunisie pour chaque produit.

4.1.1 Filière grenade

> Jus de grenade

Tableau 10 Droits de douanes du jus de grenade exporté par les concurrents de la Tunisie vers l'Allemagne

Concurrents	Pays	Accords commerciaux en vigueur avec la France	Droits de douane
Concurrents actuels	Tunisie	oui	17,60%
	Inde	oui	14,10%
	Iran	Non	17,60%
	Turquie	oui	0%
	Espagne	oui	0%
Concurrents potentiels	Egypte	oui	0%
	Afghanistan	oui	0%
	Pérou	oui	0%
	Grèce	oui	0%

 Droits de douane inférieurs à ceux payés par les produits d'origine tunisienne.

 Droits de douane égaux à ceux payés par les produits d'origine tunisienne.

> Sirop de grenade

Tableau 11 Droits de douane du sirop de grenade exporté par les concurrents de la Tunisie vers l'Allemagne

Concurrents	Pays	Accords commerciaux en vigueur avec le Royaume Uni	Droits de douane
Concurrents actuels	Tunisie	oui	33,60%
	Turquie	oui	0%
	Espagne	oui	0%
	Italie	oui	0%
	Pérou	oui	0%
Concurrents potentiels	Liban	oui	0%
	Egypte	oui	0%
	Inde	oui	11,70%
	Iran	non	33,60%
	Azerbaïdjan	non	33,60%
	USA	non	33,60%
	KSA	non	33,60%

 Droits de douane inférieurs à ceux payés par les produits d'origine tunisienne.

 Droits de douane égaux à ceux payés par les produits d'origine tunisienne.

4.1.2 Filière tomates séchées

> Tomates séchées déshydratées

Tableau 12 Droits de douane des tomates séchées à l'huile d'olive ou autres préparations exportées par les concurrents de la Tunisie vers l'Allemagne

Concurrents	Pays	Accords commerciaux en vigueur avec le Royaume Uni	Droits de douane
	Tunisie	oui	12,80%
Concurrents actuels	Chine	oui	12,80%
	Espagne	oui	0%
	Italie	oui	0%
	France	oui	0%
	Turquie	oui	0%
Concurrents potentiels	Portugal	oui	0%
	Pays-Bas	oui	0%

-  Droits de douane inférieurs à ceux payés par les produits d'origine tunisienne.
-  Droits de douane égaux à ceux payés par les produits d'origine tunisienne.

> Tomates séchées à l'huile d'olive ou autres préparations

Tableau 13 Droits de douane des tomates séchées à l'huile d'olive ou autres préparations exportées par les concurrents de la Tunisie vers l'Allemagne

Concurrents	Pays	Accords commerciaux en vigueur avec le Royaume Uni	Droits de douane
	Tunisie	oui	14,40%
Concurrents actuels	Italie	oui	0%
	Turquie	oui	0%
	Grèce	oui	0%
	Pologne	oui	0%
Concurrents potentiels	Portugal	oui	0%
	Espagne	oui	0%

-  Droits de douane inférieurs à ceux payés par les produits d'origine tunisienne.

4.1.3 Filière dérivés de datte

> Pâte de datte : 2007999770

Tableau 14 Droits de douane de la pâte de dattes exportée par les concurrents de la Tunisie vers l'Allemagne (nomenclature 2007999770)

Concurrents	Pays	Accords commerciaux en vigueur avec le Royaume Uni	Droits de douane
	Tunisie	oui	12%
Concurrents actuels	Iran	non	24%
	Pakistan	oui	0%
	Algérie	oui	0%
	Israël	oui	0%
Concurrents potentiels	Iraq	non	24%
	EAU	non	24%
	KSA	non	24%
	Egypte	oui	0%
	USA	non	24%

- Droits de douane inférieurs à ceux payés par les produits d'origine tunisienne.
- Droits de douane supérieurs à ceux payés par les produits d'origine tunisienne.

> Pâte de datte : 0804100030

Tableau 15 Droits de douane de la pâte de dattes exportée par les concurrents de la Tunisie vers l'Allemagne (nomenclature 0804100030)

Concurrents	Pays	Accords commerciaux en vigueur avec le Royaume Uni	Droits de douane
	Tunisie	oui	0%
Concurrents actuels	Iran	non	0%
	Pakistan	oui	0%
	Algérie	oui	0%
	Israël	oui	0%
Concurrents potentiels	Iraq	non	0%
	EAU	non	0%
	KSA	non	0%
	Egypte	oui	0%
	USA	non	0%

- Droits de douane inférieurs à ceux payés par les produits d'origine tunisienne.

> Pâte de dattes : 0804100091

Tableau 16 Droits de douane de la pâte de dattes exportée par les concurrents de la Tunisie vers l'Allemagne (nomenclature 0804100091)

Concurrents	Pays	Accords commerciaux en vigueur avec le Royaume Uni	Droits de douane
	Tunisie	oui	0%
Concurrents actuels	Iran	non	7,7%
	Pakistan	oui	0%
	Algérie	oui	0%
	Israël	oui	0%
Concurrents potentiels	Iraq	non	7,7%
	EAU	non	7,7%
	KSA	non	7,7%
	Egypte	oui	0%
	USA	non	7,7%

- Droits de douane inférieurs à ceux payés par les produits d'origine tunisienne.
- Droits de douane égaux à ceux payés par les produits d'origine tunisienne.

> Pâte de dattes : 0804100091

Tableau 17 Droits de douane pour la poudre de dattes exportée par les concurrents de la Tunisie vers l'Allemagne (2008999990)

Concurrents	Pays	Accords commerciaux en vigueur avec le Royaume Uni	Droits de douane
	Tunisie	oui	18,40%
Concurrents actuels	Pakistan	oui	0%
	Algérie	oui	18,40%
	Iran	non	18,40%
	Israël	oui	0%
Concurrents potentiels	USA	non	18,40%
	Italie	oui	0%
	UK	oui	0%
	EAU	non	18,40%
	Canada	oui	0%
	Iraq	non	18,40%
	KSA	non	18,40%
Egypte	oui	0%	

- Droits de douane inférieurs à ceux payés par les produits d'origine tunisienne.
- Droits de douane égaux à ceux payés par les produits d'origine tunisienne.

> Poudre de datte : 1106309080

Tableau 18 Droits de douane pour la poudre de dattes exportée par les concurrents de la Tunisie vers l'Allemagne (1106309080)

Concurrents	Pays	Accords commerciaux en vigueur avec le Royaume Uni	Droits de douane
	Tunisie	oui	8,3%
Concurrents actuels	Pakistan	oui	0%
	Algérie	oui	8,3%
	Israël	oui	8,3%
Concurrents potentiels	USA	non	8,3%
	Italie	oui	0%
	UK	oui	0%
	EAU	non	8,3%
	Canada	oui	0%
	Iraq	non	8,3%
	KSA	non	8,3%
	Egypte	oui	8,3%

- Droits de douane inférieurs à ceux payés par les produits d'origine tunisienne.
- Droits de douane égaux à ceux payés par les produits d'origine tunisienne.

4.2 Exigences documentaires à l'export

Les marchandises expédiées de la Tunisie vers l'Allemagne doivent être accompagnées des documents suivants :

4.2.1 La déclaration en douane

Une marchandise ne peut pas entrer ou sortir de la Tunisie sans être dédouanée. Une entreprise qui dédouane sa marchandise, doit établir une déclaration en douane à l'aide du DAU (Document Administratif Unique) sous la forme d'un formulaire obligatoire. Il comporte des renseignements sur l'importateur et l'exportateur, sur la nature des marchandises, l'origine, la quantité, la devise et l'incoterm mais fournit également des renseignements sur le transport utilisé et sur les lieux de chargement et déchargements.

4.2.2 Facture commerciale définitive

La facture commerciale est un enregistrement ou une preuve de la transaction passée entre l'exportateur et l'importateur.

L'exportateur délivre une facture commerciale à l'importateur qui contient des informations telles que :

- Coordonnées de l'exportateur et de l'importateur (nom et adresse),
- Date d'émission,
- Numéro de facture,

- Description des articles (marque, type, etc.),
- Unité de mesure,
- Quantité de marchandises,
- Valeur unitaire,
- Valeur totale des articles,
- Conditions de paiement (mode et date de paiement, ristournes, etc.),
- Conditions de livraison, conformément à l'incoterm adéquat,
- Moyen de transport.

4.2.3 Liste de colisage

La liste de colisage est un document commercial qui accompagne la facture commerciale et les documents de transport. Elle fournit des informations sur les articles importés et des détails sur l'emballage de chaque envoi (poids, dimensions, questions de manutention, etc.).

Elle est requise pour le dédouanement

Elle contient généralement les informations suivantes :

- Les coordonnées de l'exportateur, de l'importateur et de la compagnie de transport,
- La date d'émission,
- Le numéro de la facture de fret,
- Le type d'emballage (fût, caisse, carton, boîte, tonneau, sac, etc.),
- Le nombre de colis,
- Le contenu de chaque emballage (description des marchandises et nombre d'articles par emballage),
- Les marques et numéros,
- Le poids net, le poids brut et les dimensions des emballages.

Dans la pratique, cependant, l'original et la copie de la facture commerciale sont souvent signées. La facture commerciale peut être préparée dans n'importe quelle langue, mais il est recommandé de joindre une traduction en anglais.

4.2.4 Documents de transport

Ils dépendront de l'incoterm et mode de transport (La lettre de transport aérien /Le connaissance «Bill of Lading»...).

4.2.5 Certificat EUR1

Il permet l'application des droits minorés au destinataire en vertu de l'application des accords commerciaux Tunisie - UE. A réaliser si le produit a été obtenu sans cumul.

4.2.6 Certificat EURO- MED

Un document de circulation devant accompagner les marchandises échangées dans le cadre des accords instituant la zone pan-euro - méditerranéenne.

4.2.7 Contrôle technique à l'exportation

Tout lot de fruits et légumes frais et transformés destinés à l'export doit passer par les étapes suivantes :

- L'exportateur envoie à l'office du commerce de la Tunisie une demande de contrôle technique à l'export par fax, téléphone ou e-mail en précisant la date et le lieu de la visite.
- Préparation de l'ordre de mission.

Remarque : les unités de production doivent figurer dans la liste des unités agréées. Dans le cas contraire, la demande de l'exportateur sera refusée.

> Pour les produits frais : Certificat de contrôle technique

Un certificat de contrôle technique pour les produits est accordé à l'exportateur. Il est obtenu après une assistance au chargement (par un agent de contrôle) à la vérification de l'état de marchandise, facture et moyen de transport.

> Pour les produits transformés : Attestation de contrôle technique

- Vérification de l'étiquetage, emballage, type de produit et labellisation.
- Prise d'échantillons.
- Préparation et signature du procès-verbal.
- Envoi de l'échantillon au laboratoire agréé.
- Le jour de l'expédition (après la vérification de la conformité des échantillons), l'équipe responsable au contrôle se rend aux locaux de l'exportateur pour l'assister au chargement de sa marchandise.
- Vérification des quantités à exporter, la facture et l'état du moyen de transport.
- Après la vérification, et dans le cas de conformité, une attestation du contrôle technique est rédigée.

4.2.8 Accord pour l'exportation pour les fruits et légumes frais

Il est requis pour les fruits et les légumes frais et donc pour les grenades fraîches. En effet, il faut s'adresser au Groupement Interprofessionnel des Fruits (GIFRUIT) afin d'obtenir l'accord par l'apposition d'une mention favorable sur la ou les factures commerciales.

4.2.9 Certificat phytosanitaire

Le certificat phytosanitaire est requis pour les végétaux et les produits végétaux. De ce fait et pour l'obtention d'un certificat phytosanitaire il faut s'adresser aux postes de contrôle phytosanitaire maritimes, aériens ou terrestres concernés pour déposer une demande 24 heures avant l'opération d'exportation.

4.2.10 Exigences spécifiques aux produits biologiques

> Autorisation d'export

L'exportateur est tenu de déposer une demande auprès de la direction générale de l'agriculture biologique pour chaque lot des produits biologiques destinés à l'export. La demande comprend les documents suivants :

- Le certificat de conformité obtenu auprès de l'organisme de contrôle et de certification.
- La fiche de transaction signée par l'organisme de contrôle et de certification et mentionnant l'origine du produit.
- La facture.

La demande sera étudiée afin de valider tous les éléments dans les documents. Une fois validée, une autorisation d'export est rédigée.

> Certificat d'inspection électronique (e-COI)

En plus du certificat de conformité et de l'autorisation d'export, un certificat d'inspection électronique (e-COI) approprié est exigé pour les produits biologiques importés au sein de l'UE. Il est requis pour chaque expédition.

Le certificat est géré par une plateforme mise en place par l'UE nommée **TRACES** (Trade Control and Expert System). Dans cette plateforme il faut mentionner toutes les informations nécessaires sur l'expédition (effectuées par l'exportateur et l'organisme de contrôle et de certification). L'importateur va indiquer le numéro du certificat dans la déclaration en douane (DAU) la case 44.

Les organismes de contrôles en Tunisie sont disponibles [ici](#) (page 39).

En Allemagne l'autorité responsable des règles d'importation biologique est **Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE)**. L'autorité publie un guide sur l'importation des produits alimentaires biologiques provenant des pays autres que l'UE. Le guide est disponible [ici](#). Remarque : en 2021, un nouveau règlement des produits biologiques entrera en vigueur. Il vise à actualiser les règles de production biologique en vigueur et qui datent depuis plus de 20 ans. Il est disponible [ici](#).

4.3 Exigences documentaires à l'import

En plus de la facture commerciale, du document de transport et de la liste de colisage les documents ci-dessous sont nécessaires pour le dédouanement de la marchandise.

4.3.1 Document administratif unique (DAU)

Le document administratif unique (DAU) est un document exigé permettant d'effectuer la procédure douanière. Il contient la valeur des marchandises importées/ leurs quantités, le contenu détaillé et d'autres détails comme les conditions de livraison et les frais de transport y sont indiqués.

Le document administratif unique (DAU) est un document exigé permettant d'effectuer la procédure douanière. Il contient la valeur des marchandises importées/ leurs quantités, le contenu détaillé et d'autres détails comme les conditions de livraison et les frais de transport y sont indiqués.

4.3.2 Déclaration de la valeur en douane

Exigée pour les importations dont la valeur dépasse 20 000 euros. La déclaration est établie selon un formulaire spécifique (annexe 8 de l'act délégué transitoire du CDU adopté par le règlement délégué (UE) 2016/341 de la Commission (JO L-69 15/03/2016) (CELEX 32016R0341). Le formulaire est présenté avec en même temps que le document administratif unique (DAU).

L'objectif principal de cette exigence est d'évaluer la valeur de la transaction afin de fixer la valeur en douane (valeur taxable) pour l'application des droits de douane.

4.3.3 Numéro EORI

Le numéro EORI désigne le numéro d'enregistrement et d'identification des opérateurs économiques C'est un identifiant (numéro unique) pour chaque entreprise qui doit accomplir des formalités douanières. Ce numéro sert de référence dans tous les pays de l'UE.

Le numéro EORI est effectué par l'importateur. Il est attribué sur demande et gratuitement par le bureau de gestion des données de base de la Direction générale des douanes.

4.3.4 Déclaration sommaire d'entrée (ENS)

Depuis le 1^{er} janvier 2011, l'UE a mis en place un système de contrôle d'importation de marchandises. Ainsi, les opérateurs doivent obligatoirement fournir une déclaration sommaire d'entrée (ENS) au bureau de la douane d'entrée. L'ENS est généralement effectuée par le transporteur. Cependant, elle peut également être transmise par le représentant du transporteur, l'importateur, son représentant ou encore toute personne en mesure de présenter ou faire présenter les marchandises à la douane (ex : agent, transitaire...).

4.3.5 Notification préalable

Chaque envoi des végétaux et des produits de végétaux doit faire l'objet d'une notification au moins un jour ouvrable avant l'arrivée prévue de la marchandise et ce selon le [règlement \(UE\) 2019/1013](#). La notification est effectuée par l'opérateur responsable de l'envoi à l'aide d'un Document Sanitaire Commun d'entrée défini dans l'annexe du [Règlement d'exécution \(UE\) 2019/1715](#).

4.3.6 Autres exigences à l'import

Généralement, les acheteurs européens exigent des certifications et des normes qui dépendent de leurs canaux de distributions et des segments du produit.

> HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point, ou Analyse des dangers et contrôle des points critiques)

La sécurité alimentaire est une priorité absolue dans tous les secteurs alimentaires européens. De ce fait, tous les acheteurs de la chaîne d'approvisionnement, tels que les commerçants, les transformateurs de produits alimentaires et les détaillants, exigent le certificat [HACCP](#).

> GLOBAL GAP

C'est la certification la plus demandée essentiellement pour les produits frais. [GLOBAL GAP](#) vise à garantir la sécurité alimentaire sur l'environnement, les conditions de travail et la qualité des produits. Aujourd'hui GLOBAL GAP est une norme indispensable pour la plupart des supermarchés.

> BRC

En plus de GLOBAL GAP, d'autres systèmes de gestion de la sécurité sanitaire des aliments peuvent également être nécessaires notamment pour la manipulation ou la transformation de fruits et légumes. La majorité des acheteurs sur le marché du nord-ouest de l'Europe exigent une conformité aux normes mondiales [BRC](#).

> IFS, SQF, FSSC 22000

Les acheteurs européens peuvent aussi exiger une conformité aux normes suivantes :

- [IFS](#)
- [SQF](#)
- [FSSC 22000](#)

D'une manière générale, les certifications demandées dépendent du pays, des circuits de distribution et de la situation du marché. Les acheteurs peuvent être flexibles pour certaines exigences surtout quand il s'agit des pénuries d'approvisionnement.



5. NORMES D'ÉTIQUETAGE ET D'EMBALLAGE

Dans cette partie nous allons étudier les spécifications légales auxquelles les produits doivent se conformer. Il s'agit d'étudier les exigences en matière d'étiquetage et d'emballage.

5.1 Étiquetage

En tant que pays membre de l'UE, l'Allemagne applique la législation européenne sur l'étiquetage. En effet, toutes les denrées alimentaires vendues sur le marché européen doivent respecter le règlement (UE) N°1169/2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires dit INCO.

Les informations obligatoires doivent être :

- ✓ Inscrites à un endroit apparent.
- ✓ Facilement visibles.
- ✓ Clairement lisibles.
- ✓ Indélébiles.

Les informations obligatoires ne doivent être, en aucune façon dissimulées, voilées, tronquées ou séparées par d'autres indications ou images ou tout autre élément interférant. Elles doivent être imprimées d'une façon lisible avec un corps de caractère dont la hauteur de x doit être égale ou supérieur à 1,2 mm. Se référer à [annexe IV](#) du règlement pour plus de détails.

Ci-dessous les mentions obligatoires qui doivent figurer sur l'étiquette du produit :

5.1.1 Langue

Tous les aliments commercialisés en Allemagne doivent être étiquetés en allemand. Toutefois les étiquettes multilingues sont autorisées. L'anglais peut être utilisé pour donner une image internationale à une marque. Cependant, plusieurs études ont montré les difficultés des consommateurs allemands à comprendre les slogans en anglais.

5.1.2 Mentions obligatoires

5.1.2.1 Nom du produit

Il s'agit de la dénomination légale du produit. En l'absence d'une telle dénomination, celle de la denrée est son nom usuel.

Selon le [règlement INCO](#) :

- ✓ «*Dénomination légale*» : la dénomination d'une denrée alimentaire prescrite par les dispositions de l'Union qui lui sont applicables ou, en l'absence de telles dispositions, la dénomination prévue par les dispositions législatives, réglementaires ou administratives applicables dans l'État membre dans lequel la denrée alimentaire est vendue au consommateur final ou aux collectivités ;
- ✓ «*Nom usuel* » «*le nom reconnu comme étant la dénomination de la denrée alimentaire par les consommateurs de l'État membre dans lequel celle-ci est vendue, sans que de plus amples explications soient nécessaires ;* »



5.1.2.2 Liste des ingrédients

Précédée de la mention appropriée « ingrédients », la liste des ingrédients doit figurer sur l'étiquette. Elle comprend tous les ingrédients y compris les additifs et les enzymes.

Présentation des ingrédients :

- Les ingrédients doivent être déclarés par ordre décroissant de leur importance pondérale au moment de leur mise en oeuvre dans la fabrication de la denrée. -
- Les ingrédients doivent être déclarés par leur nom spécifique.
- Les ingrédients sous forme de nanomatériaux manufacturés doivent être indiqués clairement. Ils doivent être suivis du mot « nano » entre crochets.
- La déclaration de la quantité nette d'un ingrédient ou d'une catégorie d'ingrédient est exigée lorsque cet ingrédient ou cette catégorie d'ingrédients :
 - ✓ Figure dans la dénomination du produit ou est généralement associé à cette dénomination par les consommateurs ;
 - ✓ Est mis en évidence dans l'étiquetage par des mots, des images ou une représentation graphique ; ou
 - ✓ Est essentiel pour caractériser une denrée alimentaire et la distinguer des produits avec lesquels elle pourrait être confondue en raison de sa dénomination ou de son aspect.

La liste des ingrédients n'est pas requise pour les denrées alimentaires suivantes :

- Les fruits et les légumes frais.
- Les produits ne comportant qu'un seul ingrédient à condition que la dénomination de la denrée alimentaire soit identique au nom de l'ingrédient ou permette de déterminer la nature de l'ingrédient sans risque de confusion.

Allergènes :

Le [règlement INCO](#) prévoit que les allergènes doivent figurer dans la liste des ingrédients. De ce fait, les ingrédients, les auxiliaires technologiques, les dérivés, les substances et les produits mentionnés dans [l'annexe II](#) du règlement provoquant des allergies ou intolérances doivent être déclarés.

Ils sont mis en évidence par une impression qui le distingue clairement du reste de la liste des ingrédients (style du caractère/couleur du fond).

En ce qui concerne les produits dispensés de liste des allergènes, l'étiquette doit porter la mention « contient » suivi du nom de l'allergène.

5.1.2.3 La quantité nette

Elle est exprimée :

- En unité de volume pour les produits liquides (litre, centilitre, millilitre).
- En unité de masse pour les autres produits (kilogramme, gramme).

Lorsqu'une denrée alimentaire solide est présentée dans un liquide de couverture, le poids net égoutté de cette denrée alimentaire est également indiqué.



5.1.2.4 Date de durabilité minimale (DDM) ou date limite de consommation (DLC)

La date limite de consommation est utilisée pour les produits alimentaires qui sont très périssables du point de vue microbiologiques. Pour les autres produits alimentaires, la date de durabilité minimale est exprimée conformément aux exigences de [l'annexe X du règlement INCO](#).

La date de durabilité minimale est précédée des termes :

- «À consommer de préférence avant le ...» lorsque la date comporte l'indication du jour ;
- «À consommer de préférence avant fin ...» dans les autres cas.

Termes en Français	Termes en Allemand
«À consommer de préférence avant le ...»	Mindestens haltbar bis [...]
«À consommer de préférence avant fin ...»	Mindestens haltbar bis Ende [...]

En cas de besoin, ces mentions sont complétées par l'indication des conditions de conservation dont le respect permet d'assurer la durabilité indiquée ;

- Est inférieure à trois mois, l'indication du jour et du mois est suffisante.
- Est supérieure à trois mois, mais n'excède pas dix-huit mois, l'indication du mois et de l'année est suffisante.
- Est supérieure à dix-huit mois, l'indication de l'année est suffisante.

La date limite de consommation doit être indiquée conformément aux exigences de l'annexe X du règlement INCO.

La date limite de consommation est précédée des termes «à consommer jusqu'au ...» et accompagnée soit de la date elle-même, soit d'une référence à l'endroit où la date est indiquée sur l'étiquetage.

Ces mentions sont suivies d'une description des conditions de conservation à respecter ;

La date limite de consommation est composée d'une manière claire et dans l'ordre du jour, du mois et éventuellement, de l'année.

5.1.2.5 Conditions de conservation ou condition d'utilisation

Quand le produit nécessite des conditions spécifiques de conservation et/ou d'utilisation, elles doivent être mentionnées.

5.1.2.6 Pays d'origine ou lieu de provenance

Selon le [règlement INCO](#) « *L'indication du pays d'origine ou du lieu de provenance est obligatoire : Dans les cas où son omission serait susceptible d'induire en erreur les consommateurs sur le pays d'origine ou le lieu de provenance réel de la denrée alimentaire, en particulier si les informations jointes à la denrée ou l'étiquette dans son ensemble peuvent laisser penser que la denrée a un pays d'origine ou un lieu de provenance différent.* »

A noter que depuis le 1^{er} avril 2020, lorsque l'étiquetage fait apparaître l'origine d'une denrée alimentaire et que celle-ci diffère de celle de son ingrédient primaire, l'indication de l'origine de l'ingrédient en question devient obligatoire. L'ingrédient primaire est l'ingrédient dont sa part dans la composition de la denrée dépasse les 50%, ou qui est habituellement associé à la dénomination de cette denrée par le consommateur.



Pour plus de détails sur les règles d'indication et de présentation du pays d'origine ou du lieu de provenance de l'ingrédient primaire veuillez consulter [le règlement \(UE\) 775/2018](#).

5.1.2.7 Le nom ou la raison sociale et l'adresse du fabricant et de l'importateur

Il s'agit de mentionner le nom (ou la raison sociale) ainsi que l'adresse du producteur et de l'importateur.

5.1.2.8 Le mode d'emploi

Il est obligatoire dès que celui-ci est nécessaire pour une utilisation appropriée.

5.1.2.9 Marquage des lots

Il s'agit d'identifier le lot auquel appartient la denrée alimentaire.

5.1.2.10 Déclaration nutritionnelles

Selon le règlement INCO, une déclaration nutritionnelle est obligatoire à partir du 13 décembre 2016.

Les mentions obligatoires sont :

- La valeur énergétique.
- La quantité de matière grasses, d'acides gras saturés, de glucides, de sucres, de protéines et de sel.

S'il y a lieu, une déclaration indiquant que la teneur en sel est exclusivement due à la présence de sodium présent naturellement peut figurer à proximité immédiate de la déclaration nutritionnelle.

Les mentions facultatives sont :

- Acides gras mono-insaturés ;
- Acides gras polyinsaturés ;
- Polyols ;
- Amidon ;
- Fibres alimentaires ;
- Les vitamines ou sels minéraux énumérés à [l'annexe XIII du règlement INCO](#), partie A, point 1, et présents en quantité significative conformément à la partie A, point 2, de ladite annexe.

Calcul et méthode d'expression de la déclaration nutritionnelle :

- > La valeur énergétique et les quantités de nutriments visés sont exprimées pour 100 g ou 100 ml.
- > Outre que la forme citée ci-dessous, les vitamines et les sels minéraux sont exprimés, pour 100 g ou 100 ml, en pourcentage des apports de référence fixés à [l'annexe XIII, partie A, point 1](#) du règlement INCO.

Pour plus de détails sur le calcul des valeurs ainsi que les unités de mesures, il faut se référer aux articles 31,32 et 33 du [règlement INCO](#).

Mode de présentation :

Les mentions ci-dessus sont présentées :

- Conjointement et dans le même champ visuel.
- Sous une forme claire.



- Dans l'ordre de présentation mentionnée dans la figure ci-dessous.
- Sous forme de tableau si la place le permet, avec alignement des chiffres. Si l'espace n'est pas suffisant ; les mentions peuvent être présentées sous forme linéaire.

Ordre de présentation de la déclaration nutritionnelle :

	Pour 100 g ou 100 ml
énergie	kJ/kcal
matières grasses	g
dont :	
-acides gras saturés	g
-acides gras mono-insaturés	g
-acides gras polyinsaturés	g
glucides	g
dont :	
-sucres	g
-polyols	g
-amidon	g
fibres alimentaires	g
protéines	g
sel	g
vitamines et sels minéraux	les unités figurant à l'annexe XIII, Part A, point 1 et % des apports de référence

D'autres formes de présentation peuvent être utilisées (graphique, ou symboles en complément des mots ou chiffres) à condition qu'elles remplissent les exigences mentionnées dans l'article 35 du [règlement INCO](#).

Les allégations nutritionnelles et de santé :

Elles sont régies par le règlement (CE) n°1924/2006 modifié par le règlement (UE) n° 1047/2012. Toute allégation doit respecter les exigences et les conditions d'utilisation mentionnées dans les règlements. Les allégations nutritionnelles autorisées sont citées dans le tableau ci-dessous :



Tableau 19 Les allégations nutritionnelles autorisées

Allégations nutritionnelles	Allégations nutritionnelles
Faible valeur énergétique	Source de protéines
Valeur énergétique réduite	Riche en protéines
Sans apport énergétique	Source de [nom des vitamines] et/ou [nom des minéraux]
Faible teneur en matières grasses	Riche en [nom des vitamines] et/ou en [nom des minéraux]
Sans matières grasses	Contient [nom du nutriment ou d'une autre substance]
Faible teneur en graisses saturées	Enrichi en [nom du nutriment]
Sans graisses saturées	Réduit en [nom du nutriment] (modifié dans le règlement n°1047/2012)
Faible teneur en sucres	Réduit en graisses saturées (modifié dans le règlement n°1047/2012)
Sans sucres	Réduit en sucre (modifié dans le règlement n°1047/2012)
Sans sucres ajoutés	Allégé/light
Pauvre en sodium ou en sel	Naturellement/naturel
Très pauvre en sodium ou en sel	Source d'acide gras oméga-3
Sans sodium ou sans sel	Riche en acide gras oméga-3
Sans sodium ou sel ajouté (modifié dans le règlement n°1047/2012)	Riche en graisses monoinsaturées
Source de fibres	Riche en graisses polyinsaturées
Riche en fibres	Riche en graisses insaturées

Les conditions d'utilisation de chaque allégation nutritionnelle sont énoncées dans l'annexe 1 du règlement (CE) n°1924/2006. Attention, certaines allégations ont été modifiées par le règlement (UE) n° 1047/2012.

En ce qui concerne les allégations de santé autorisées, elles sont consultables dans le registre des allégations nutritionnelles et de santé de l'Union européenne.

5.1.2.11 Autres mentions obligatoires

Certaines denrées alimentaires nécessitent des mentions obligatoires complémentaires dans l'étiquette. Elles sont énoncées dans l'annexe III du règlement INCO.

5.1.2.12 Étiquetage de certains produits alimentaires

L'étiquetage de certains produits est établi par législation européenne spécifique. Des fiches d'informations récapitulatives sont disponibles dans les liens ci-dessous :

- > Jus de fruits et certains produits similaires : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=legisum:l21132>

> Sources :

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1434455929043&uri=URISERV:l21130>

> Confitures de fruits, gelées et marmelades et purée de marrons sucrée : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=legisum:l21134>

5.1.2.13 Exigences pour le marquage des tomates séchées

La norme CEE-ONU DDP-19 concernant la commercialisation et le contrôle de la qualité commerciale des tomates séchées mentionnent les dispositions concernant le marquage. En effet, chaque colis doit porter, en caractères groupés sur un même côté, lisibles, indélébiles et visibles de l'extérieur, les indications ci-après :

a) identification

Emballer et/ou Expéditeur : Nom et adresse (par exemple, rue/ville/région/code postal, et pays s'il est différent du pays d'origine) ou identification symbolique reconnue officiellement par l'autorité nationale.

b) Nature du produit

- > «Tomates séchées» ;
- > Nom de la variété et/ou du type commercial/de la forme de présentation: «Tomates séchées», «Tomates séchées au soleil», «Tomates séchées en tunnel» ou autre désignation équivalente accompagnant la mention «entière», «moitié», «julienne», «quartier», «cube», «petit cube», «grain» ou autres découpes.

c) Origine du produit

Pays d'origine et, facultativement, zone de production ou appellation nationale, régionale ou locale.

d) Caractéristiques commerciales

- > Catégorie
- > Calibre (en cas de calibrage) ;
- > Année de récolte (facultative) ;
- > Teneur en eau/désignation (facultative/obligatoire pour les produits à teneur en eau élevée) ;
- > Date d'utilisation optimale, suivie de la date (facultative).

5.1.3 Les produits irradiés

Les aliments traités par rayonnement ionisant doivent porter l'une des mentions suivantes «irradié» «traité par rayonnements ionisants».

5.1.4 Les aliments biologiques

Il est à noter que la Tunisie a signé un accord d'équivalent biologique avec la Commission européenne (arrangement administratif). Ainsi, l'UE considère la Tunisie comme pays équivalent appliquant des règles de la production biologique et des systèmes de contrôle en la matière équivalents à ceux dont elle dispose.

Le logo Biologique de l'UE appelé aussi Eurofeuille peut être utilisé, pour les produits importés conformes aux règles de l'UE.

Ci-dessous le logo :



Attention le logo ne peut être apposé sur l'étiquette que si :

- ✓ Le produit est certifié par une agence ou un organisme de contrôle agréé.
- ✓ Contient au moins 95% d'ingrédients biologiques, et uniquement si les 5% restants respectent des conditions strictes.

Présentation du logo :

Le numéro de code de l'organisme de contrôle, ainsi que le lieu de production des matières premières agricoles composant le produit, doivent être affichés à côté du logo biologique de l'UE.

Pour plus d'informations sur les exigences de l'affichage du logo, veuillez consulter le manuel d'utilisation disponible [ici](#).

En plus du logo de l'UE, d'autres logos/labels sont utilisés en Allemagne et peuvent être exigés par l'importateur :



Bio - Siegel : il peut être apposé sur l'étiquette avec le logo biologique de l'UE.

Pour pouvoir utiliser ce logo il faut enregistrer le produit auprès du [centre d'information Bio-Siegel](#).



Naturland : Ce label exige des normes biologiques plus strictes que celles européennes.



Bioland : un label utilisé principalement pour les produits allemands.



Demeter : utilisé pour les produits biodynamiques.

5.1.5 Aliments diététiques

Le [règlement \(UE\) n°609/2013](#) du parlement européen est le texte adopté actuellement. Ce règlement concerne les denrées alimentaires destinées aux nourrissons et aux enfants en bas âge. Elles sont destinées à des fins médicales spéciales et les substituts de la ration journalière totale pour contrôle du poids.

Les produits énoncés dans le règlement 609/2013 doivent faire l'objet d'une notification aux autorités compétentes du pays et ce pour la mise sur le marché.

Les aliments qui n'entrent pas dans le champ d'application du règlement 609/2013 sont considérés soit comme des aliments ordinaires régis par [le règlement INCO](#) soit comme des aliments régis par le [règlement \(CE\) n° 1925/2006](#) concernant l'adjonction de vitamines, de minéraux et de certaines autres substances aux denrées alimentaires.

En plus du règlement européen, il existe un règlement allemand sur les produits alimentaires diététiques « VERORDNUNG ÜBER DIÄTETISCHE LEBENSMITTEL, DIÄTV ». Le règlement régit les exigences générales pour les substances et les additifs à utiliser dans les aliments diététiques ainsi que les exigences d'étiquetage. A noter que les déclarations liées à la santé sont strictement limitées.

Le règlement est consultable [ici](#). (Disponible uniquement en allemand)

5.1.6 Autres labels utilisés en Allemagne

> Le label-V / V-label

Ces dernières années, la population végétalienne en Allemagne a rapidement augmenté. En effet, le nombre de personnes qui se déclarent végétariens a augmenté d'environ 700000 personnes depuis 2014. Le nombre a atteint environ 8 millions de personnes en 2019 soit presque 10% de la population. Selon une étude du ministère de l'Alimentation et de l'Agriculture environ 63% de population, tentent à réduire leur consommation de viande d'où le secteur des aliments végétaliens et végétariens est en croissance considérable. De ce fait et à fin d'éviter la confusion chez les consommateurs, l'Allemagne a adopté des lois qui définissent clairement les termes « végétalien » et « végétarien » mentionnés sur les produits. En effet, les aliments végétaliens sont définis comme des aliments qui « ne sont pas d'origine animale » et qui ne contiennent aucun ingrédient, additif technologique ou autre substance d'origine animale. Les aliments végétariens sont soumis aux mêmes restrictions que les produits végétaliens, sauf qu'ils peuvent contenir du lait, du colostrum, des oeufs, du miel, de la cire d'abeille, de la propolis ou de la lanoline. Ci-dessous le label utilisé en Allemagne et en Europe pour étiqueter les aliments végétaliens et végétariens.



La liste des organisations de certification officielle Vegan dans le monde est [ici](#).

5.2 Emballage

5.2.1 Exigences dans l'UE

Les emballages commercialisés au sein de l'UE doivent être conformes aux exigences générales, qui visent à protéger l'environnement, ainsi qu'aux dispositions spécifiques conçues pour éviter tout risque pour la santé des consommateurs.

La [directive 94/62/CE](#) du parlement européen et du conseil relative aux emballages et aux déchets d'emballages définit l'emballage comme étant « *tout produit constitué de matériaux de toute nature, destiné à contenir et à protéger des marchandises données, allant des matières premières aux produits finis, à permettre leur manutention et leur acheminement du producteur au consommateur ou à l'utilisateur, et à assurer leur présentation. Tous les articles «à jeter» utilisés aux mêmes fins doivent être considérés comme des emballages* ».

La définition de la notion d'«emballage» doit reposer, en outre, sur les critères exposés dans [l'article 3 de la directive](#). Les articles énumérés à [l'annexe I](#) sont des exemples illustrant l'application de ces critères.

> Exigences générales relatives aux emballages et aux déchets d'emballages :

Tous les emballages mis sur le marché européen doivent respecter les conditions de la composition et des limites de métaux lourds énoncés dans la [directive 94/62 / CE](#) visant à minimiser l'impact des déchets d'emballages sur l'environnement.

Les principales exigences qui portent sur la composition et le caractère réutilisable et valorisable (notamment recyclable) des emballages sont énoncées dans [l'annexe II du règlement](#).

Le niveau de concentration des métaux lourds présents dans les emballages (la somme des niveaux de concentration en plomb, cadmium, mercure et chrome hexavalent) ne doit pas dépasser 100 ppm en poids.

Attention : A partir du 21 juillet 2021 et conformément à la directive (UE) 2019/904, relative à la réduction de l'incidence de certains produits en plastique sur l'environnement, la liste des produits cités dans la [partie B](#) ainsi que les produits fabriqués à base de plastique oxodégradable seront interdits.

> Emballage en bois :

Les importations d'emballages en bois et autres produits végétaux peuvent être soumises à des mesures phytosanitaires établies par la [directive 2000/29 / CE](#). L'obligation de répondre aux exigences de la norme NIMP n° 15 est imposée pour les emballages en bois.

Le marquage approprié est apposé soit sur l'emballage lui-même, soit sur l'étiquette y compris les matériaux d'emballage utilisés. La décision 97/129 / CE établit un système d'identification des matériaux d'emballage pour faciliter l'identification et la classification de ces matériaux.

> Règles spéciales pour les matériaux et objets destinés à entrer en contact avec des denrées alimentaires.

Tous les matériaux et les objets destinés à entrer en contact, directement ou indirectement, avec des denrées alimentaires, doivent être fabriqués de manière à assurer un niveau élevé de protection de la santé humaine et des intérêts des consommateurs. Le [règlement \(CE\) n°1935/2004](#) fixe les exigences



générales s'appliquant aux matériaux et aux objets destinés à entrer en contact directement ou indirectement avec les denrées. [L'annexe I](#) du règlement (CE) n°1935/2004 mentionne la liste de groupes de matériaux et objets destinés à entrer en contact avec des denrées alimentaires susceptibles d'être soumis à des mesures spécifiques qui concernent les conditions particulières d'emploi, les critères de pureté...etc.

Le règlement (CE) n° 2023/2006 établit les bonnes pratiques de fabrication pour les groupes de matériaux et objets énoncés dans l'annexe I du [règlement \(CE\) n°1935/2004](#).

> Matériaux et objets actifs/matériaux et objets intelligents :

Selon le [règlement \(CE\) n°1935/2004](#) , on entend par :

«Matériaux et objets actifs : les matériaux et objets destinés à prolonger la durée de conservation ou à maintenir ou améliorer l'état de denrées alimentaires emballées. Ils sont conçus de façon à incorporer délibérément des constituants qui libèrent ou absorbent des substances dans les denrées alimentaires emballées ou dans l'environnement des denrées alimentaires».

«Matériaux et objets intelligents: les matériaux et objets qui contrôlent l'état des denrées alimentaires emballées ou l'environnement des denrées alimentaires».

Les matériaux et objets actifs ainsi que les matériaux et les objets intelligents doivent suivre les exigences du [règlement \(CE\) n°1935/2004](#) et du [règlement \(CE\) n° 450/2009](#).

Selon les exigences générales, ils doivent être fabriqués selon les bonnes pratiques de fabrication pour qu'ils ne cèdent pas aux denrées alimentaires des constituants en une quantité susceptible de :

- ✓ Présenter un danger pour la santé humaine ;
- Ou
- ✓ Entraîner une modification inacceptable de la composition des denrées ;
- Ou
- ✓ Entraîner une altération des caractères organoleptiques de celles-ci.

> Emballage en papier et carton

L'emballage en papier et en carton doit respecter les exigences de l'article 3 du [règlement \(CE\) n°1935/2004](#).

> Emballage en plastique

Les emballages en plastiques doivent respecter le [règlement \(UE\) n°10/2011](#) qui concerne les matériaux et objets en matière plastique destinés à entrer en contact avec des denrées alimentaires. Le règlement établit les listes des substances autorisées à être utilisées dans la fabrication des matières plastiques. Le règlement spécifie également les limites de migration spécifiques qui correspondent à la quantité maximale d'une substance autorisée dans les denrées alimentaires. Celles-ci sont établies par l'EFSA sur la base des données de toxicité de chaque substance spécifique. Pour garantir la qualité globale du plastique, la limite de migration globale est fixée à 10 mg/dm² de la surface destinée à entrer au contact des denrées alimentaires. En ce qui concerne les matériaux et objets destinés au contact des denrées pour nourrissons et les enfants de bas âge, la limite est de 60 mg/kg de simulant de denrée alimentaire.



Bisphénol A :

Un règlement européen publié en février 2018 au Journal officiel de l'UE, renforce les restrictions applicables au bisphénol A (BPA) dans les matériaux en contact avec les aliments. Il abaisse la limite de migration spécifique (LMS), qui est la quantité de matière plastique autorisée à migrer dans les aliments, de 0,6 à 0,05 milligrammes de BPA par kilogramme de denrées alimentaires (mg/kg).

> Matière plastique recyclés

Le [règlement \(UE\) n°10/2011](#) définit la composition des matériaux et objets en matière plastique: une fois utilisés, ils peuvent être contaminés par d'autres substances. De ce fait, ils ne sont plus soumis au règlement (UE) n°10/2011 mais plutôt au [règlement \(CE\) n° 282/2008](#) relatif aux matériaux et aux objets en matière plastique recyclée destinés à entrer en contact avec des denrées alimentaires.

--> Plus d'informations sur la législation européenne pour l'emballage alimentaire ainsi que ses dernières modifications, sont disponibles à [Food contact materials](#).

5.2.1.1 Exigences spécifiques pour les tomates séchées

Uniformité : Le contenu de chaque colis doit être homogène et ne comporter que des tomates séchées de même origine, qualité et calibre (en cas de calibrage). - Dans la catégorie "Extra", les tomates séchées doivent être de forme et d'aspect similaires, avec une couleur uniforme distincte. - Dans la catégorie "I", les tomates séchées doivent être raisonnablement uniformes en ce qui concerne la couleur. La partie visible du contenu de l'emballage doit être représentative de l'ensemble du contenu.

Conditionnement et matériaux utilisés :

Les tomates séchées doivent être conditionnées de façon à assurer une protection convenable du produit. Les matériaux utilisés à l'intérieur du colis doivent être propres et d'une qualité telle qu'ils ne puissent causer aux produits aucune altération externe ou interne. L'emploi de matériaux, et notamment de papiers ou timbres comportant des indications commerciales, est autorisé, sous réserve que l'impression ou l'étiquetage soit réalisé à l'aide d'une encre ou d'une colle non toxiques. Enfin, les colis doivent être exempts de tout corps étranger, conformément au tableau des tolérances figurant à la section "IV. Dispositions concernant les tolérances" de la norme [CEE-ONU DDP-19](#).

Présentation :

Les tomates séchées doivent être présentées dans des récipients solides ou souples. Tous les emballages de vente à l'intérieur de chaque paquet doivent avoir le même poids.

5.2.2 Exigences d'emballage pour l'Allemagne

Les matériaux d'emballage alimentaire doivent répondre à des exigences réglementaires ou normatives garantissant qu'il n'y a pas de risque de toxicité induite, pour des aliments ou boissons, par ces objets. Le lien ci-dessous mentionne les recommandations publiées par « German Federal Institute for Risk Assessment » pour les différents types de matière et objets entrant en contact avec les denrées alimentaires : https://bfr.ble.de/kse/faces/DBEmpfehlung_en.jsp



Id	Recommendation	Recommendation(s) Announcement(s) Substance(s)
010	I. High Polymers Containing Plasticizers	
020	II. Plasticizer-free polyvinyl chloride, plasticizer-free copolymers of vinyl chloride and mixtures of these polymers with other copolymers and chlorinated polyolefins containing mainly vinyl chloride in the total mixture	
030	III. Polyethylene	
050	V. Polystyrene Produced exclusively from the Polymerisation of Styrene	
060	VI. Styrene Copolymers and Graft Polymers, and Mixtures of Polystyrene with other Polymers	
070	VII. Polypropylene	
090	IX. Colorants for Plastics and other Polymers Used in Commodities	
100	X. Polyamides	
110	XI. Polycarbonates and Mixtures of Polycarbonates with other Polymers or Copolymers	
120	XII. Unsaturated Polyester Resins	
140	XIV. Polymer Dispersions	
150	XV. Silicones	
160	XVI. Polyvinyl Ethers	
170	XVII. Poly(terephthalic acid diol esters)	
200	XX. Polyisobutylene, Isobutylene Copolymers and Mixtures of Polyisobutylene with other Polymers	
210	XXI. Commodities based on Natural and Synthetic Rubber	
220	XXII. Polymers Based on Esters of Acrylic and Methacrylic Acids, their Copolymers, and Mixtures of these with other Polymers	
250	XXV. Hard Paraffins, Microcrystalline Waxes and Mixtures of these with Waxes, Resins and Plastics	
280	XXVIII. Cross-Linked Polyurethanes as Adhesive Layers for Food Packaging Materials	
300	XXX. Conveyor Belts Made from Gutta-Percha and Balata	
330	XXXIII. Acetal resins	
340	XXXIV. Vinylidene Chloride Copolymers with a Predominant Content of Polyvinylidene Chloride	
350	XXXV. Copolymers of Ethylene, Propylene, Butylene, Vinyl Esters and Unsaturated Aliphatic Acids, and their Salts and Esters	
360	XXXVI. Paper and Board for Food Contact	
361	XXXVII/1. Cooking Papers, Hot Filter Papers and Filter Layers	

Seite: 1 von 2 [Gehe zu](#)

Emballage recyclable :

L'Allemagne applique des exigences supplémentaires par rapport à l'UE en ce qui concerne le recyclage d'emballage. En effet, depuis janvier 2019, la loi allemande sur les emballages (VerpackG) oblige les fabricants, les importateurs et les distributeurs des produits de consommation y compris les produits alimentaires de s'inscrire auprès du nouveau registre national des emballages « Zentrale Stelle » et ce avant de commercialiser leurs produits sur le marché. Même s'il n'est pas obligatoire, le marquage 'Green Dot' symbolisant le recyclage, présent sur tous les produits vendus en Allemagne, est incontournable.

Système de dépôt pour les boissons :

Depuis 2006, l'obligation de dépôt est applicable en Allemagne pour les emballages de boissons à sens unique dont la contenance varie de 0,1 à 3 litres. Les jus et nectars de fruits et légumes sont exclus de cette obligation.

La marque de dépôt doit figurer sur l'emballage.

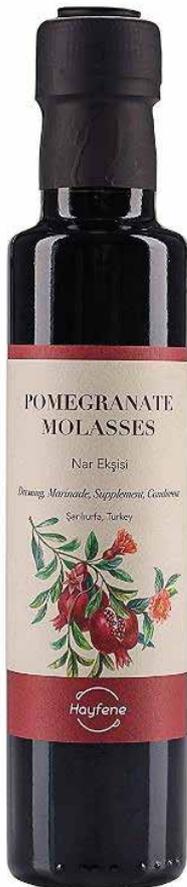


5.3 Modèle d'emballage et d'étiquette des produits commercialisés en Allemagne

> Jus de grenade



> Sirop de grenade



Ingredients / Zutaten
 100% Pomegranate /
 100% Granatapfel
 No added sugar, no additives,
 only fruit it self. / Ohne
 Zuckerzusatz, ohne
 Zusatzstoffe, nur Granatapfel
 Origin: Turkey
 Net: 250 ml C
 Batch No: 9074
 Best Before: 10.2021

Nährwert/Nutritional Value	Per 100 ml
Energie/Energy (kJ/kcal)	1235 / 294
Fett/Fat (g)	0
Gesättigte fette/Saturated Fat (g)	0
Kohlenhydr/Carbohydrate (g)	72.8
Zucker/ Sugar (g)	63.3
Protein/ Protein (g)	0.8
Salz/ Salt (g)	0

8 690178 019168

Storage / Lagerungs Conditions: Keep fresh in a cool, dark and dry place.
 / Kühl, trocken und dunkel lagern.

Importer / Importeur: Kronot UG (haftungsbeschränkt), Akazienstr. 3a, 10823, Berlin
 kronot.com / info@kronot.com

Producer / Hersteller: Uzucular Gıda Mad. San. Ve Tic. A.Ş.,
 Orhangazi Mah. Mimsan Sanayi Sitesi 1725 Sok. No: 84 Esenyurt,
 İstanbul, Turkey / www.hayfene.com / info@hayfene.com

Registration No : TR-34-K-056379

> Tomates séchées



> Tomates séchées à l'huile ou autres préparations



> Pâte de dattes



> Poudre de dattes



Kräuterhaus
Sanct Bernhard

Der Spezialist für Naturheilmittel und Kosmetik.
Seit 1903 im Dienste der Gesundheit.



Bio-Dattelzucker

100 % natürliche Süßkraft aus puren Datteln! Die ganze Frucht wird nach dem Entsteinen getrocknet und anschließend vermahlen. Durch den dezenten Eigengeschmack mit leichter Karamellnote eignet sich unser Bio-Dattelzucker hervorragend zum Einsatz in jeglichen Backwaren oder zum Beispiel bei orientalischen, würzigen Gerichten.

Zutaten: 100 % Datteln aus kontrolliert biologischem Anbau.

Durchschnittliche Nährwerte	pro 100 g
Brennwert	1399 kJ/330 kcal
Fett	0,6 g
davon ges. Fettsäuren	0,1 g
Kohlenhydrate	74 g
davon Zucker	73 g
Ballaststoffe	10 g
Eiweiß	2 g
Salz	0,1 g

Hinweis: Bio-Dattelzucker löst sich in Flüssigkeit nicht auf, da es sich um getrocknete, vermahlene Datteln handelt und ist daher nicht zum Süßen von Getränken geeignet.

Kühl und trocken lagern.



DE-ÖKO-001



Nicht-EU-Landwirtschaft

Inhalt 1000 g

Art.-Nr.: 566

Etl0819

Kräuterhaus Sanct Bernhard KG
Hellensteinstraße 47
73342 Bad Dittzenbach

Sitz der Gesellschaft: 73342 Bad Dittzenbach
Geschäftsführer: Hans Schulz, Elmar Schulz
Amtsgericht Ulm/Donau HRA 541000

Telefon 073 34/96 540
Telefax 0 73 34/96 54 44
info@kraeuterhaus.de

www.kraeuterhaus.de
Ust-ID-Nr. DE 205872348

6. APERÇU SUR LE MARCHÉ DE L'AGROALIMENTAIRE EN ALLEMAGNE

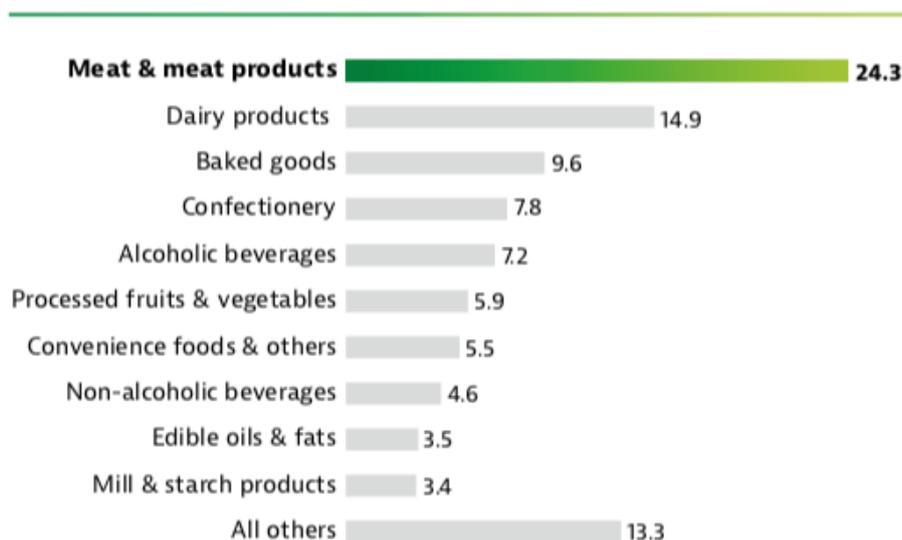
Le marché de l'agroalimentaire a augmenté de 1,1 % en 2018 par rapport à 2017 pour atteindre 88,1 milliards d'euros, principalement en raison de la légère hausse des prix du marché et des volumes de vente en Allemagne et sur les principaux marchés d'exportation.

Ce secteur emploie près de 5,8 millions de personnes travaillant dans les industries alimentaire, ce qui représente 13 % de la population active en Allemagne.

Il est à noter qu'aujourd'hui, l'Allemagne est à la fois le troisième exportateur et importateur de produits agricoles et alimentaires dans le monde. En 2016, les importations de produits agricoles et alimentaires ont augmenté de 3,5% pour atteindre 77,1 milliards d'euros. Au cours de la même période, les exportations ont atteint 67,9 milliards d'euros, faisant de l'Allemagne un importateur net de produits agricoles, alimentaires et de boissons. Ce pays demeure, ainsi, le marché européen le plus important pour les producteurs étrangers. Les exportations des produits alimentaires transformés et agricoles ont généré 60,1 milliards d'euros de ventes en 2017. Un tiers de tous les aliments transformés fabriqués en Allemagne sont exportés (79% vers d'autres États membres de l'UE).

La répartition des produits transformés consommés par les allemands en 2017 figure dans le graphique ci-dessous :

Food and Beverage Industry by Segment 2017
in percent



Source: BVE Annual Report 2018

Figure 1 La répartition des produits consommés par les allemands



6.1 Circuit de distribution

Avec plus de 82 millions d'habitants, le marché allemand de la distribution est le plus important de l'Union européenne. En effet, le chiffre d'affaires total de la distribution alimentaire a augmenté de manière significative pour atteindre 243 milliards d'euros en 2017.

Les autres canaux de distribution comprennent les ventes de services alimentaires (78,4 milliards d'euros) et les exportations d'aliments transformés (60,1 milliards).

Les ventes au détail de fruits et légumes frais en Allemagne ont augmenté de près de 5% pour atteindre 14,7 milliards d'euros en 2017. Les ventes globales de fruits frais ont ainsi augmenté de 6% et les ventes de légumes frais de 3%. Les prix ont été influencés par des prix de gros plus élevés, mais aussi par une croissance des volumes de 2%. La valeur de la production de fruits, légumes en Allemagne a atteint 7,2 milliards d'euros en 2016. Les exportations sont en hausse et se sont élevées à 1,3 milliard d'euros, soutenant la demande de produits cultivés et transformés allemands dans cette catégorie.

Le marché de la grande distribution alimentaire allemand est **concentré, saturé** et se caractérise par une **forte concurrence** avec **des prix bas**, bien que les consommateurs aient tendance à faire leurs achats dans les plus petits formats de magasins, les épiceries et magasins indépendants. C'est pourquoi les principaux acteurs de la grande distribution ont investi pour moderniser leurs magasins pour s'inscrire dans cette tendance.

La distribution allemande se répartit selon les canaux de distribution suivants :

- Commerce de détail traditionnel (24,8%) ;
- Grandes surfaces spécialisées (22%) ;
- Chaînes de magasins non alimentaires (13%) ;
- Grandes surfaces de bricolage (11,7%) ;
- Discounters (11%) ;
- Supermarchés (7,9%) ;
- Autres (9,6%). Sources : Ifo-Institut & destatis.

Selon Euromonitor, la structure de la distribution allemande se caractérise par :

- Le nombre important de petits magasins indépendants.
- Le faible niveau de concentration du marché (en comparaison avec les principaux marchés européens que sont la France, le Royaume-Uni et la Belgique).
- La prédominance de la distribution dans les centres villes et les zones urbaines.
- La faible implantation du format « hypermarché », présent principalement en zones rurales et périphériques.

Selon l'Association Américaine d'Exportation de Produits Alimentaires, les cinq principaux groupes de distribution allemands sont Edeka, Rewe, Schwarz Group, Aldi et Metro, qui représentent ensemble 71% des ventes en valeur (source : Lebensmittelzeitung).

Le « hard discount » est le canal de distribution privilégié, bien que l'ensemble des distributeurs ait évolué pour répondre aux nouveaux besoins du consommateur allemand en termes de qualité de produit, de format de magasin et d'expérience d'achat en général.



La poussée des discounters comme Lidl ou Aldi a forcé les distributeurs à entrer dans une guerre des prix. Par conséquent, les faibles marges ont ralenti les projets de modernisation de magasins et le développement de nouveaux concepts de vente. Les relations entre distributeurs et industriels, déjà réputées difficiles, ont semble-t-il tendance à se compliquer davantage.

Les types de magasins :

- Grands magasins généralistes, situés en centre-ville : Kaufhof, Karstadt, Kadewe.
- Centres commerciaux, situés en centre-ville, regroupe des enseignes sur des surfaces de 10.000m² à 50.000m² : Arcaden, Passagen, Carré, center.
- Grands magasins spécialisés : par exemple électronique, bricolage (Baumarkt) : Saturn, Media-Markt, Conrad Electronic, Bauhaus, Obi, Hellweg.
- Supermarchés, situés en centre-ville, spécialisés dans l'alimentaire : Kaiser, Edeka, Rewe.
- Supermarchés spécialisés dans les boissons, situés en centre-ville : Friso, Hol'ab.
- Supermarchés Bio, situés en centres ville : LPG-Biomarkt, Bio-Company, Naturkostladen.
- Marchés fruits et légumes, en centre-ville, dehors ou dans des halls : Markthalle, frische Märkte.
- Petit commerce de proximité, épicerie, situés en centre-ville, souvent spécialités régionales (turques, italiennes, grecques) : Verdi.
- Hard discount, situés en centre-ville et en périphérie : Lidl, Aldi, Plus, Netto.
- Cash & Carry Grandes surfaces et marchés produits frais réservés aux professionnels : Métro, Frische Paradies, Beussel Markt.

Le circuit de distribution le plus important dans le secteur alimentaire allemand est constitué par les différents discounters, qui peuvent convaincre de nombreux clients principalement grâce à un vaste réseau de succursales et à des prix bas.

La qualité et le goût sont les critères les plus importants auxquels les aliments doivent répondre aux yeux des consommateurs. Cependant, des critères tels que l'origine ou certains aspects de la sécurité alimentaire sont également des facteurs d'achat pertinents pour de nombreux consommateurs.

Une nouvelle prise de conscience relative aux aspects de la santé et aux exigences éthiques de consommation est remarquée. Ces aspects sont actuellement les principaux moteurs du commerce alimentaire en Allemagne.

Number of retail outlets in Germany

Type of Outlet	2014	2016	2018 Forecast
Supermarkets/Hypermarkets	16,086	15,526	15,423
Traditional retailers	64,030	61,328	59,882
Forecourts	14,726	14,715	14,696
Discounters	15,420	15,378	15,439
Convenience Stores	1,037	1,016	1,051

Source: Euromonitor International



6.2 Tendances des habitudes de consommation

Les tendances récentes de la consommation sur le marché allemand de l'alimentation et des boissons ont été influencées par un certain nombre de changements profonds dans la société. Le vieillissement de la population alimente, la demande de produits de santé et de bien-être ainsi que d'aliments fonctionnels pour prévenir ou surmonter des maladies telles que le diabète, l'hypertension et le cholestérol ont suscité le changement du comportement des allemands. Ces derniers sont de plus en plus exigeants en termes de variété et de qualité des produits alimentaires. Ils manifestent, ainsi, une demande croissante de produits enrichis de valeur et de qualité, notamment des aliments biologiques, équitables et de santé et de bien-être. De plus en plus de consommateurs reconnaissent les effets positifs d'une alimentation équilibrée pour leur santé et leur bien-être en général.

Convergence vers les produits biologiques

Les ventes d'aliments biologiques ont augmenté de plus de 6% en 2017 pour dépasser la barre des 10 milliards d'euros. L'Allemagne est un pionnier dans la production et la consommation de produits alimentaires biologiques. Il est considéré ainsi comme étant le plus grand marché d'Europe. Avec 116 euros par habitant, les ventes sont presque deux fois plus élevées que la moyenne de l'UE-28, qui est de 60 euros.

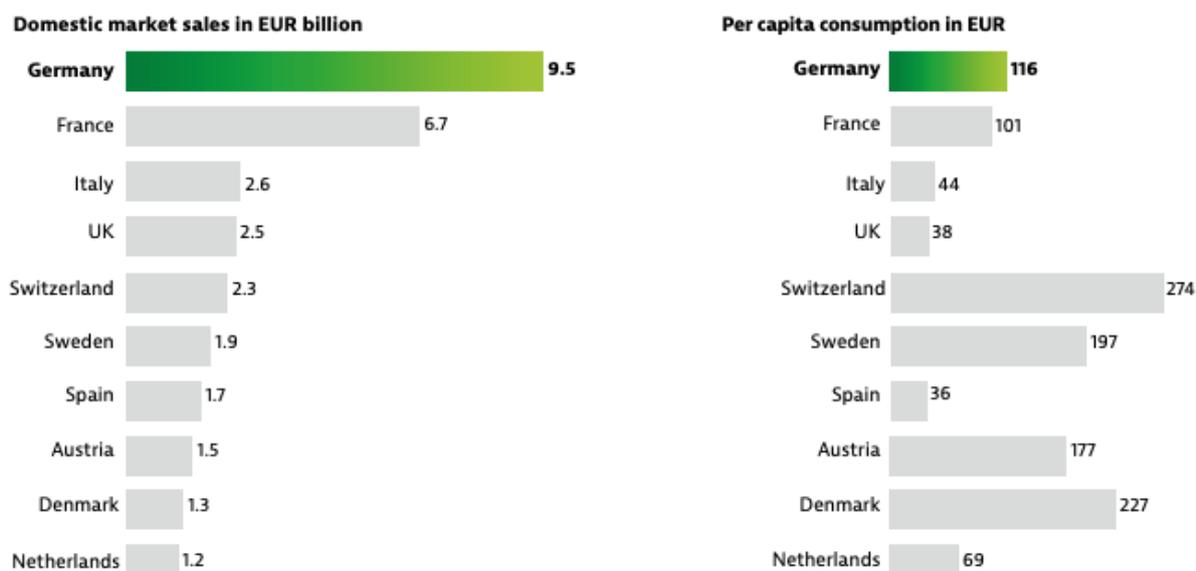
Bien qu'une partie de cette croissance puisse s'expliquer par la hausse des prix, la plupart des segments ont connu une croissance réelle et significative en volume.

L'Allemagne compte aujourd'hui 3500 magasins qui vendent uniquement des produits biologiques, dont 500 peuvent être considérés comme des supermarchés biologiques. L'introduction du label des aliments biologiques à l'échelle de l'UE a facilité l'importation et le commerce d'aliments biologiques en Allemagne et dans d'autres États membres de l'UE. Aujourd'hui, tous les supermarchés et discounters allemands vendent des aliments biologiques. Outre les produits de marque, la plupart des supermarchés et des chaînes de discounters ont introduit avec succès leurs propres marques de label biologique.

Ceci s'explique par le fait qu'environ $\frac{3}{4}$ des allemands voient un lien direct entre la nutrition, la forme physique et la santé. On assiste à de plus en plus de personnes qui considèrent même la nourriture comme un moyen de surmonter les problèmes de santé généraux (tels que l'obésité, le diabète et la maladie coeliaque) et d'améliorer leur sentiment de bien-être et même leurs performances. En réalité, 41% des allemands âgés de 60 ans et plus estiment qu'une alimentation saine est essentielle. Ce nombre passe à 54% chez les personnes âgées de 70 ans et plus. Les clients allemands sont de plus en plus sensibles aux achats conscients ainsi qu'à une alimentation saine et durable.

La vente des produits biologiques des principaux pays de l'UE en 2016 (en milliards d'Euro) est présentée dans la figure suivante :





Source: BÖLW Zahlen Daten Fakten 2018

Figure 2 La vente des produits biologiques des principaux pays de l'UE (année 2016)

6.3 Potentiel des filières tunisiennes en Allemagne

Filière grenade

Les conditions climatiques des pays du nord de l'Europe ne sont pas adaptées à la production de grenades. Par conséquent, la région dépend du sud de l'Europe, ainsi que d'autres pays pour importer ce fruit et ces dérivés. Une grande partie des grenades importées est expédiée en Allemagne, dont la plupart provient de Turquie et d'Espagne.

Filière datte

La demande internationale a augmenté au cours de la dernière décennie, particulièrement pour la catégorie biologique. L'Allemagne est la principale destination pour ce type de fruit, offrant de bonnes opportunités aux exportateurs.

En Allemagne, la demande pour les dattes biologiques est toujours en augmentation, bien que cela représente encore une petite part du marché. Ce pays est l'un des plus grands marchés d'importation pour les dattes biologiques dont la commercialisation est généralement sous forme de produit séché. Les données spécifiques sur la consommation de dattes biologiques ne sont pas disponibles.

Cela étant, il a été bien noté que, l'Allemagne détient la plus grande part du marché européen de la poudre de dattes dont la demande augmente particulièrement de la part des fabricants de produits de boulangerie et de confiserie. La prise de conscience croissante pour un mode de vie sain, et l'expansion du revenu disponible accélèrent aussi la croissance du marché.



7. MENER SES AFFAIRES EN ALLEMAGNE

Le marché allemand est le plus large marché de consommation en Europe avec 82.4 millions d'habitants. Il constitue une porte d'entrée pour plusieurs pays européens à l'export vu son emplacement au centre de l'Europe. Il s'agit cependant d'un marché relativement protégé avec plusieurs normes et standards dans tous les domaines d'activité et auxquelles tout exportateur doit faire attention.

Stratégie d'entrée au marché :

En général le marché allemand demande des produits innovants, de haute qualité et avec un style assez moderne. Le prix n'est pas le premier critère d'achat. Il est souvent devancé par la qualité et la fiabilité du produit. L'offre locale est extrêmement développée. C'est pour cette raison que travailler sur le marché allemand exige une qualité irréprochable. De plus les taux élevés des taxes ainsi que la complexité des lois dissuadent les investisseurs étrangers à travailler sur place, chose qui protège encore plus et renforce les concurrents locaux.

7.1 Faire appel à un agent ou un distributeur.

Les entreprises tunisiennes souhaitant recourir à des accords de distribution, de franchise et d'agence sur le marché allemand doivent s'assurer que les accords mises en place sont conformes aux lois de l'UE et à celles des États membres. La directive européenne [86/653/CEE](#) est celle qui régit les relations entre les agents économiques étrangers et ceux européens. Ladite directive traite les droits et obligations des deux parties, les modalités liées au paiement ainsi que les règles relatives à l'arrêt des contrats d'agence. Toutes clauses tirées d'une autre source de réglementation et insérées dans ces types de contrats peuvent être considérées non valides de la part des tribunaux européens.

La directive 2011/7/UE couvre quant à elle la réglementation liée aux transactions commerciales avec le secteur privé mais aussi public au sein de l'UE. Les dispositions relatives aux retards de paiement en général sont régies par cette directive. L'exportateur qui ne perçoit pas son paiement dans les délais convenus peut demander un taux d'intérêt supérieur à 8% du taux appliqué par la banque centrale européenne. D'autres mesures et réclamations sont détaillées dans ce [lien](#).

7.2 L'implantation

Tout le monde peut ouvrir une entreprise en Allemagne - indépendamment de la nationalité ou du lieu de résidence de l'investisseur. Il n'existe pas une obligation d'avoir un associé allemand. En effet, il n'y a pas de législation spécifique en matière d'investissement en Allemagne. Les sociétés étrangères ayant un siège social et des activités commerciales enregistrées en dehors de l'Allemagne peuvent établir une succursale allemande dans le but de démarrer des affaires et de maintenir des contacts avec des partenaires commerciaux. [Voici un guide complet pour l'investissement en Allemagne.](#)

7.3 Commerce électronique

L'Allemagne possède l'un des plus grands marchés de commerce électronique en Europe. En 2018, les ventes totales ont atteint 109,8 milliards de dollars, soit une croissance de 10% par rapport à 2017. La moyenne des dépenses en ligne par personne et par an est de 867 dollars. En 2018, l'Allemagne possède une population en ligne de 72.2 millions de personnes en ligne âgées de plus de 15 ans.





Cependant, les clients allemands sont plutôt réticents au risque et attendent des produits de haute qualité. Selon la loi, les consommateurs ont le droit de retourner les achats en ligne dans un délai de 14 jours sans être dans l'obligation de donner des explications.

Les produits les plus populaires achetés en ligne sont les vêtements, l'électronique, les billets et les livres. La part de marché du commerce alimentaire en ligne en Allemagne est d'environ 1%. Jusqu'à présent, la majorité des consommateurs allemands hésitent à commander des aliments en ligne étant donné qu'ils veulent examiner la nourriture avant de l'acheter 87% de la population allemande utilise les réseaux sociaux faisant ainsi d'eux un précieux outil de marketing.

Sites de commerce électronique populaires :

Selon les statistiques de 2018, les dix plus grands détaillants en ligne en Allemagne sont: Amazon (12 868 millions USD), Otto (3 555 millions USD), Zalando (2 296 millions USD), Mediamarkt (959 millions USD), Notebooksbilliger.de (918 millions USD) , Lidl (823 millions USD), Bonprix (702 millions USD), Cyberport (626 millions USD), Alternate (586 millions USD), Conrad (580 millions USD).

Paypal est le moyen de paiement en ligne le plus populaire en Allemagne (52% des utilisateurs d'Internet),

Le fort marché du commerce électronique en Allemagne peut être attribué à la proportion considérable de la population qui possède des smartphones (près de 80%). En 2017, les ventes au détail effectuées via des appareils mobiles en Allemagne représentaient environ 24 milliards de dollars.

7.4 Promotion commerciale/Publicité

Les salons

Peu de pays dans le monde peuvent égaler l'Allemagne en ce qui concerne les principaux salons internationaux. Le pays organise presque des événements commerciaux de classe mondiale dans pratiquement tous les secteurs industriels, permettant ainsi d'attirer des acheteurs du monde entier. Les foires commerciales prospèrent en Allemagne car elles sont considérées comme de véritables événements commerciaux dans lesquels les contrats sont négociés et les accords sont conclus.

Les salons allemands attirent en général un nombre impressionnant de visiteurs et d'exposants. Les foires commerciales offrent également aux entreprises intéressées par l'Allemagne la possibilité d'étudier correctement le marché et le potentiel du produit avant de prendre une décision commerciale.

Liste des salons dans le secteur agroalimentaire en Allemagne.



Trade Show	Description	Location
ANUGA (every two years) October 5-9, 2019, www.anuga.com	Leading food fair for retail trade, food service, and catering market	Cologne
Bar Convent October 7-9, 2019, www.barconvent.com/en/	International trade show for bars and beverages	Berlin
ISM (International Sweets and Snacks Show) February 2-5, 2020, www.ism-cologne.com	World's largest show for snacks and confectionery products	Cologne
FRUIT LOGISTICA February 5-7, 2020, www.fruitlogistica.com	World's leading trade fair for the fresh fruit and vegetable business	Berlin
BIOFACH February 12-15, 2020, www.biofach.de/en	World's leading trade show for organic food and non-food products	Nuremberg
Internorga March 13-17, 2020, www.internorga.com/en/	Europe's leading trade show for foodservice and hospitality	Hamburg
Gastro Vision March 13-17, 2020, en.gastro-vision.com/	Germany's business forum for decision-makers from the hotel, restaurant and catering industry	Hamburg
ProWein March 15-17, 2020, www.prowein.com	International trade show for wines and spirits	Dusseldorf
Interzoo (every two years) May 19-22, 2020, www.interzoo.com/en	Leading trade show for pet food and supplies	Nuremberg

7.5 Enregistrement des marques

En Allemagne, l'enregistrement d'une marque nationale se fait par :

- > Une demande sur papier.
- > Une demande en ligne (sans signature),
- > Par voie électronique (avec une signature)

L'organisme chargé est l'Office allemand des brevets et des marques (DPMA).

Demande sur papier :

Les documents exigés pour déposer la demande sont disponibles [ici](#).

Une demande en ligne (sans signature)

La demande se fait via un formulaire en ligne disponible dans le lien ci-dessous :

<https://direkt.dpma.de/marke>.

Après avoir classé le produit, le demandeur reçoit un numéro de dossier afin de régler les frais d'enregistrement selon les classes choisies.

Une demande par voie électronique : (avec une signature)

La demande en ligne se fait via un logiciel spécifique téléchargeable [ici](#) avec une [signature électronique](#).

Ensuite des documents à fournir seront exigés qui sont disponibles sur ce lien <https://www.dpma.de/english/services/efiling/dpmadirekt/index.html>



Frais d'enregistrement :

Ci-dessous les principaux frais pour l'enregistrement de marque :

Type de frais	Montant en Euro
Frais de dépôt (y compris les frais de classe pour un maximum de trois classes)	300
Frais pour le dépôt électronique (y compris les frais de classe pour un maximum de trois classes)	290
Taxe pour chaque classe supplémentaire	100
Traitement accéléré de la demande	200
frais de signe opposé	250
Taxe pour chaque signe supplémentaire opposé	50

Si on souhaite enregistrer sa marque dans l'UE, l'enregistrement est effectué auprès de l'Office de la propriété intellectuelle de l'Union européenne (EUIPO) situé à Alicante (Espagne). La durée initiale de protection est de 10 ans et peut être renouvelable pour des périodes supplémentaires de 10 ans. Pour enregistrer une marque au sein de l'UE, il faut déposer une demande en ligne auprès de l'EUIPO via ce lien <https://euipo.europa.eu/ohimportal/fr/route-to-registration>.

Le coût de dépôt de la marque est de 850 €.

7.6 Paiement

En Allemagne, le virement bancaire (Überweisung) est toujours le moyen de paiement dominant. La majorité des banques sont reliées au réseau Swift. De ce fait, elles peuvent fournir de transfert de fond d'une manière efficace et rapide.

Le paiement par lettre de change n'est pas très courant en Allemagne. En effet, la lettre de change implique une position financière précaire ou témoigne d'une certaine méfiance à l'égard du fournisseur.

Quant au chèque, il est considéré comme une « tentative de paiement » et non pas un moyen de paiement. En effet, la loi en Allemagne ne prend pas en considération le principe des chèques certifiés, le tireur a toujours la possibilité de faire opposition pour quelque motif que ce soit. De plus les banques peuvent refuser les paiements si le compte est insuffisamment provisionné. A noter que les chèques sans provision sont relativement fréquents.

Dans l'ensemble, les entreprises allemandes ont une bonne réputation pour leurs pratiques de paiement.

7.6.1 Fonctionnement du système bancaire

L'Allemagne a un secteur financier bien développée. Le pays possède un nombre assez élevé d'établissement financiers. Bien que le financement des entreprises via les marchés des capitaux soit en augmentation, le système financier allemand reste principalement bancaire. Les prêts bancaires constituant la principale forme de financement pour les entreprises, en particulier les petites et moyennes entreprises du système allemand Mittelstand.



Le système bancaire universel de l'Allemagne permet à plus de 36 000 bureaux de banque du pays d'accepter des dépôts, de donner des prêts aux clients et aussi de négocier des titres. Il n'y a aucune pénurie de crédit dans l'économie allemande. Le crédit est disponible à des taux déterminés par le marché pour les investisseurs nationaux et étrangers.

Le système bancaire dit "à trois piliers" du pays est composé de banques :

- > Le premier, classique, est constitué des 271 banques privées ;
- > Le deuxième, comprend des établissements de crédit coopératif, il regroupe 1 023 institutions et est chapeauté par deux institutions centrales, DZ Bank and WGZ Bank ;
- > Le dernier pilier est constitué des établissements détenus par le secteur public : on compte essentiellement 414 instituts de crédit locaux (Sparkassen), 7 banques régionales détenues par les Länder (Landesbanken) mais aussi Dekabank dont le capital est détenu par les Sparkassen ainsi que d'autres établissements mineurs régionaux.





8. VISA ET ORGANISME

Le dépôt d'un visa d'affaire (Schengen) s'effectue dans l'ambassade d'Allemagne - Tunis.

Les documents nécessaires pour l'obtention du visa sont :

1- **Préparation de la demande** : Cette étape consiste à remplir le formulaire (disponible [ici](#)) accompagné de tous les documents nécessaires.

2- **Dépôt du dossier** : Repose sur la présence de la personne concernée au prestataire de service allemand VFS Global (GERMANY VISA INFORMATION) le jour du rendez-vous afin de déposer le dossier, régler les frais de visa et répondre aux questions concernant le voyage. Lors de cette étape une photo du demandeur sera enregistrée et les empreintes seront relevées.

Il est à noter que pour le voyage à titre professionnel il est primordial d'apporter les documents justificatifs suivants lors du dépôt de la demande de visa en une version originale et une copie lisible :

- Lettre d'invitation d'une entreprise de l'État membre de destination, indiquant le(s) nom(s) et prénom(s) de la (des) personne(s) invitée(s), l'objet du voyage, la durée du séjour et des informations sur le mode de financement du séjour.
- Preuves documentaires de la relation d'affaires (contrats, factures, correspondance, preuve d'importation, etc.).

3- **Restitution du passeport** : Lorsque la décision aura été prise, le demandeur de visa sera invité à venir retirer son passeport. En cas d'empêchement, le demandeur aura la possibilité de mandater un représentant (par procuration) pour retirer votre passeport. Un refus de la demande de visa peut avoir différentes raisons. Ces raisons sont indiquées dans la lettre de notification.

Traitement du dossier : 15 jours.

Frais de visa : 80,00 €

Pour plus d'informations veuillez contacter

L'Ambassade de l'Allemagne -Tunis :

Adresse : Rue du Lac Windermere, Tunis

Tél : 71 143 200

E-mail : passtermin@tuni.diplo.de

Ou contactez VFS Global :

Tél: 70 145 752; 70 14 57 53

E-mail : info.detn@vfshelpline.com



9. CONTACTS UTILES

Ci-dessous les organismes allemands qui peuvent être contactés pour plus d'information :

GERMAN FEDERAL MINISTRY FOR FOOD AND AGRICULTURE (BMLE) BUNDESMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG UND LANDWIRTSCHAFT



Berlin Office
Wilhelmstraße 54, 10117 Berlin
Postal address: 11055 Berlin
Tel: +49 30 / 1 85 29 - 0
Fax: +49 30 / 1 85 29 - 42 62
E-mail: poststelle@bmel.bund.de
Web: <https://www.bmel.de/>

THE FEDERAL OFFICE OF AGRICULTURE AND FOOD (BLE) BUNDESANSTALT FÜR LANDWIRTSCHAFT UND ERNÄHRUNG



Deichmanns Aue 29 53179 Bonn
Tel: +49 (0) 228 68 45-0
Fax: +49 (0) 228 68 45-34 44, -34 45, -34 46
E-mail: info@ble.de
Web: <https://www.ble.de/>

FEDERAL OFFICE OF CONSUMER PROTECTION AND FOOD SAFETY BUNDESAMT FÜR VERBRAUCHERSCHUTZ UND LEBENSMITTELSICHERHEIT (BVL)



Bundesallee 50 38116 Braunschweig
Tel.: +49 531 21497 0
Fax: +49 531 21497 299
E-mail: poststelle@bvl.bund.de
Web: www.bvl.bund.de



GERMAN CUSTOMS OFFICE ZOLL



GZD - DO Dresden - Stammdatenmanagement (Direction générale)

Tél : 0351 44834-540

Fax : +49 351 44834-442 /+49 351 44834-443 /+49 351 44834-444

E-mail : info.eori@zoll.de /antrag.eori@zoll.de

Web: <https://www.zoll.de/>

THE GERMAN PATENT AND TRADE MARK OFFICE (DPMA) DEUTSCHES
PATENT- UND MARKENAMT



Zweibrückenstraße 12 - 80331 München, Germany

E-mail: datenbanken@dpma.de / info@dpma.de

Tél: 089 2195-1000 - 089 2195-3435

Web: <https://www.dpma.de/>



10. SOURCES

<https://www.lebensmittelverband.de/en/food/industry-sector#:~:text=The%20German%20food%20sector%20%E2%80%93%20that,for%20prosperity%2C%20growth%20and%20employment.>

<https://www.export.gov/apex/article2?id=Germany-Agricultural-Sectors>

<https://www.rsm.global/insights/foreign-direct-investment/germany#:~:text=Germany%20is%20a%20leader%20in,market%20within%20the%20European%20Union.>

<https://fmig-online.de/wp-content/uploads/2020/08/industry-overview-food-beverage-industry-en-data.pdf>

<https://www.nordeatrade.com/en/explore-new-market/germany/distribution>

<https://www.euromonitor.com/germany>

<https://www.gtai.de/gtai-en/invest/industries/consumer-industries/food-beverage-industry-68434>

https://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Retail%20Foods_Berlin_Germany_8-7-2017.pdf

<https://www.gtai.de/resource/blob/64004/e80f4dd7ccd691158b0ee2bc10f8cd6c/industry-overview-food-beverage-industry-en-data.pdf>

<https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/pomegranates/europe>

<https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/germany>

<http://www.fao.org/3/a-y2745e.pdf>

https://www.importpromotiondesk.de/fileadmin/user_upload/Publikationen/factsheet/zutaten/Dates_in_Germany_English.pdf

<https://www.trade.gov/ccg-landing-page>

<https://auskunft.ezt-online.de/ezto/EztSuche.do#ziel>



GUIDE D'ACCÈS AU MARCHÉ ALLEMAND

Pour les produits **GRENADE**
TOMATE SÉCHÉE
DÉRIVÉS DE DATTE



Ce document a été préparé dans le cadre du « Projet d'Accès aux Marchés pour les Produits Agroalimentaires et du Terroir – phase 2 (PAMPAT 2) », mis en oeuvre par l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI), avec un financement du Secrétariat d'Etat à l'Economie de la Confédération Suisse (SECO).

Le projet PAMPAT 2 sera mis en oeuvre entre 2020 et 2024 en étroite collaboration avec le Ministère de l'Économie, des Finances et de l'appui à l'Investissement, le Ministère de l'Industrie, de l'Énergie et des Mines, le Ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques et de la Pêche ainsi qu'avec l'APIA, le CEPEX, le GICA, le GIDATTES et le GIFRUITES.

Le projet PAMPAT 2 vise à valoriser et à faciliter l'accès aux marchés des produits de quatre filières : figue de barbarie/cactus, dérivés de dattes, tomates séchées, grenades. Une stratégie nationale de promotion des produits du terroir tunisiens sera développée et mise en oeuvre dans deux régions pilote. Le projet fournira également un appui pour l'organisation bisannuel du Concours Tunisien des Produits du Terroir.

Le projet PAMPAT 2 collabore avec le SIPPO (Swiss Import Promotion Programm) financé par SECO en ce qui concerne les activités de promotion de l'accès aux marchés.

Pour plus d'informations : www.pampat.tn

E-mail : pampattunis@unido.org