

**iFi-Latineco** 

[www.latineco.com](http://www.latineco.com)

✉ 25, rue d'Astorg - 75008 Paris - France

☎ 33(0)1 47 42 23 05 - 📠 33(0)1 40 06 90 79

💻 [ifi-info@latineco.com](mailto:ifi-info@latineco.com)

**➡ VEILLE-INFOS ◀**

**AMÉRIQUE LATINE**

---

***Agroalimentaire***  
***Agro-industrie***

---



**I- Conjoncture**

**II- Évolution des secteurs**

**III- Entreprises et marques**

**N° 11 – Septembre 2004**  
**(2<sup>ème</sup> quinzaine)**

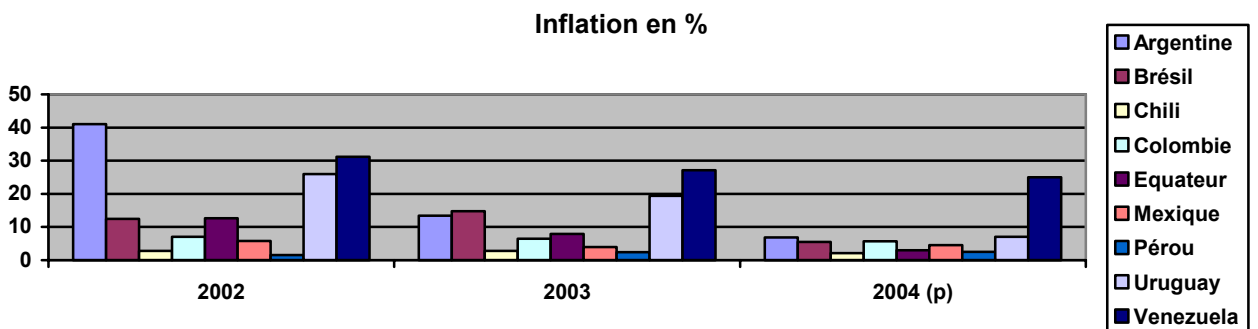
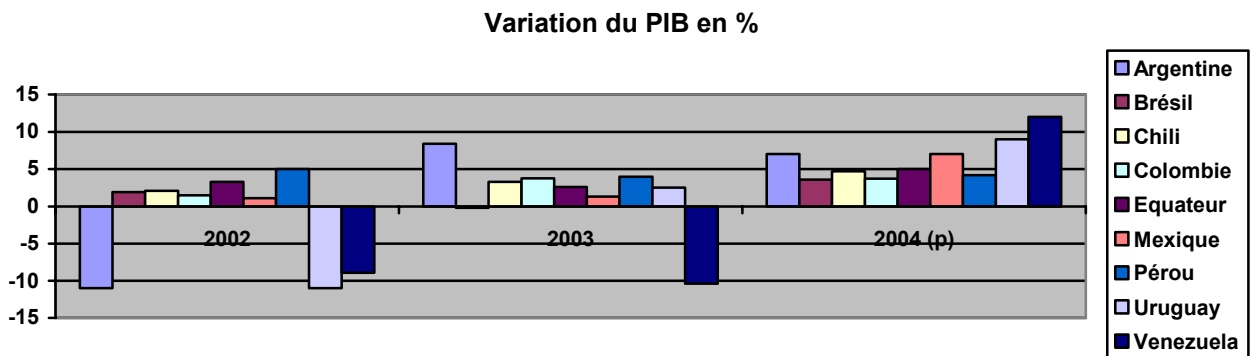
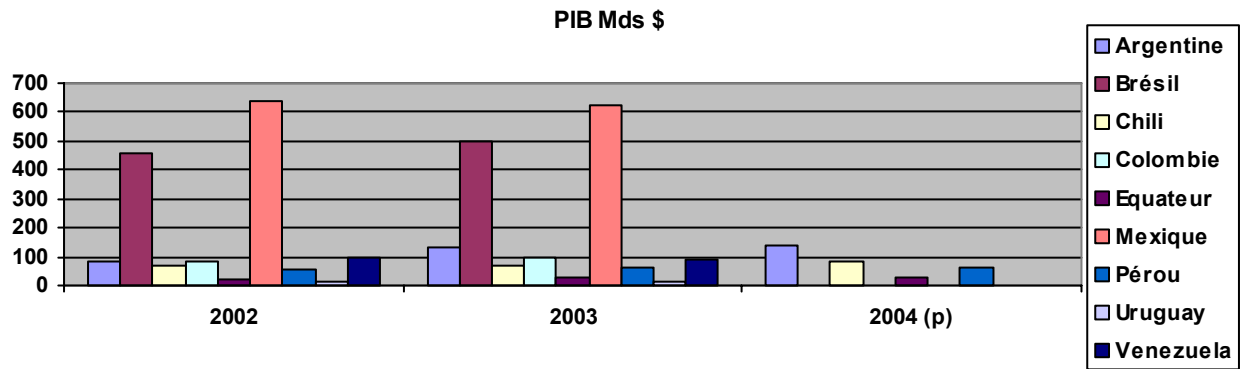
# Table des Matières

|   |          |
|---|----------|
| ➤ Indicateurs économiques.....  | 4        |
| <b>I- CONJONCTURE.....</b>  | <b>6</b> |
| <i>Amérique Latine</i> .....  | 6        |
| ➤ Un panorama plus favorable.....   | 6        |
| ➤ IED en hausse.....  | 6        |
| ➤ Cycle d'expansion économique avec peu d'emploi.....                     | 7        |
| ➤ Les prévisions pour 2005.....   | 7        |
| ➤ Le fardeau de la dette.....   | 7        |
| <b>II- ÉVOLUTION DES SECTEURS.....</b>                                    | <b>8</b> |
| ➞ PANORAMA GENERAL.....   | 8        |
| <i>Argentine</i> .....  | 8        |
| ➤ Baisse ciblée de la TVA à l'étude.....                                  | 8        |
| <i>Colombie</i> .....   | 8        |
| ➤ Consommation au ralenti.....  | 8        |
| <i>Mexique</i> .....  | 8        |
| ➤ Croissance erratique, exportations en hausse.....                       | 8        |
| <i>Pérou</i> .....  | 8        |
| ➤ Panorama incertain.....   | 8        |
| ➞ VIANDE : BŒUF, VOLAILLES.....   | 9        |
| <i>Argentine</i> .....  | 9        |
| ➤ Exports record pour la viande.....                                      | 9        |
| <i>Chili</i> .....  | 9        |
| ➤ Triplement de la production avicole en 10 ans.....                      | 9        |
| ➞ PRODUITS LAITIERS.....  | 10       |
| <i>Argentine</i> .....  | 10       |
| ➤ Un aperçu du secteur :.....   | 10       |
| ➤ Développements des investissements.....                                 | 10       |
| ➤ Marges excessives pour les fromages.....                                | 11       |
| <i>Chili</i> .....  | 11       |
| ➤ Perspectives du marché fromager.....                                    | 11       |
| ➤ Hausse de l'offre de lait.....  | 12       |
| <i>Pérou</i> .....  | 12       |
| ➤ Importation de vaches laitières.....                                    | 12       |
| <i>Venezuela</i> .....  | 12       |
| ➤ Productivité ralentie.....  | 12       |
| ➞ FRUITS ET LEGUMES FRAIS.....  | 13       |
| <i>Argentine</i> .....  | 13       |
| ➤ Oignons : pénurie sur le marché national.....                           | 13       |
| ➤ Déclassement argentin en matière de haricots.....                       | 13       |
| ➤ Tonus des exportations de fruits frais.....                             | 13       |
| ➤ Triplement des exportations de fruits des bois.....                     | 13       |
| ➤ Soja : au 3 <sup>ème</sup> rang mondial.....                            | 14       |
| <i>Chili</i> .....  | 14       |
| ➤ Exportations agroalimentaires : un secteur choyé.....                   | 14       |
| ➤ Marché potentiel pour l'huile d'olive.....                              | 14       |
| ➤ Pommes : plantations en baisse.....                                     | 15       |
| <i>Colombie</i> .....   | 15       |
| ➤ Stagnation du secteur bananier.....                                     | 15       |
| ➤ Davantage de maïs jaune.....  | 15       |
| <i>Pérou</i> .....  | 15       |
| ➤ Exportations d'artichauts et d'asperges en hausse.....                  | 15       |
| ➤ Les mangues : 4 <sup>ème</sup> poste d'exportation agroalimentaire..... | 16       |
| ➤ Mandarines et bananes incas.....  | 16       |
| ➤ Café : un secteur concentré.....  | 16       |

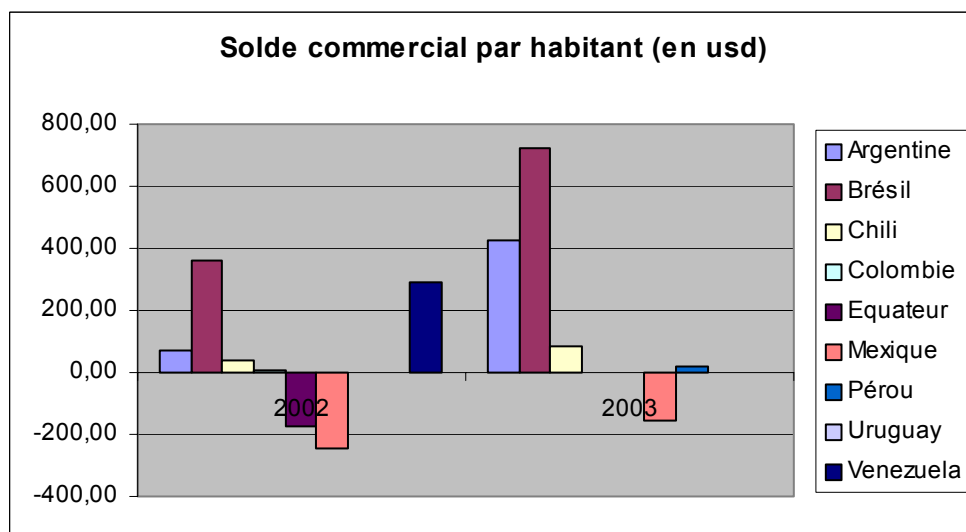
|             |   |           |
|-------------|---|-----------|
| ➤           | <b>BOISSONS ALCOOLISEES .....</b>                                       | <b>16</b> |
|             | <i>Chili</i> .....  | 16        |
|             | ➤ Ventes de vin en hausse.....  | 16        |
|             | <i>Équateur</i> .....   | 17        |
|             | ➤ Des boissons alcoolisées mais pas trop !.....                         | 17        |
| ➤           | <b>BOISSONS SANS ALCOOL .....</b>                                       | <b>17</b> |
|             | <i>Argentine</i> .....  | 17        |
|             | ➤ Exportations de jus de fruit en hausse.....                           | 17        |
|             | <i>Pérou</i> .....  | 17        |
|             | ➤ ¾ des revenus du secteur soft drinks à Lima.....                      | 17        |
|             | ➤ Concurrence accrue dans les boissons énergisantes.....                | 18        |
| ➤           | <b>PRODUITS SUCRES ET PANIFICATION .....</b>                            | <b>18</b> |
|             | <i>Argentine</i> .....  | 18        |
|             | ➤ Record pour le sucre.....   | 18        |
|             | <i>Mexique</i> .....  | 18        |
|             | ➤ Sucre : difficultés d'approvisionnement.....                          | 18        |
|             | <i>Pérou</i> .....  | 18        |
|             | ➤ Faible compétitivité pour le sucre.....                               | 18        |
|             | ➤ Chocolat : secteur excédentaire.....                                  | 19        |
| ➤           | <b>ÉPICERIE .....</b>   | <b>19</b> |
|             | <i>Argentine</i> .....  | 19        |
|             | ➤ 10 <sup>ème</sup> place mondiale pour le thé.....                     | 19        |
| ➤           | <b>POISSON - ALIMENTS POUR ANIMAUX FAMILIERS.....</b>                   | <b>19</b> |
|             | <i>Argentine</i> .....  | 19        |
|             | ➤ Dynamisme du secteur pêche.....                                       | 19        |
|             | <i>Chili</i> .....  | 19        |
|             | ➤ Croissance de l'industrie du saumon.....                              | 19        |
|             | <i>Pérou</i> .....  | 20        |
|             | ➤ Faible consommation d'aliments pour animaux domestiques.....          | 20        |
|             | ➤ Farines de poisson : fin de la déflation.....                         | 20        |
|             | ➤ Production de poissons et fruits de mer en croissance.....            | 20        |
| <b>III-</b> | <b>ENTREPRISES ET MARQUES .....</b>                                     | <b>21</b> |
|             | <i>Argentine</i> .....  | 21        |
|             | ➤ Monsanto introduit le maïs RR.....                                    | 21        |
|             | ➤ Investissements dans les laiteries.....                               | 21        |
|             | Des hôtels Pernod Ricard ?.....   | 21        |
|             | ➤ El Carmen gagne le marché argentin des agrumes.....                   | 21        |
|             | <i>Bolivie</i> .....  | 22        |
|             | ➤ Bavaria entre sur le marché bolivien.....                             | 22        |
|             | <i>Chili</i> .....  | 22        |
|             | ➤ Entreprises du secteur fruits et légumes.....                         | 22        |
|             | ➤ Nestlé investit en technologie.....                                   | 22        |
|             | ➤ Secteur du saumon (Voir Chapitre Entreprises et Marques - Chili)..... | 22        |
|             | <i>Aqua Chile, leader en exportation de saumons</i> .....               | 22        |
|             | <i>Fusion entre Nutreco Holding et Stolt Nielsen</i> .....              | 22        |
|             | <i>Salmones Antártica construira une usine</i> .....                    | 23        |
|             | <i>Pesquera Transantartic s'associe avec Jealsea</i> .....              | 23        |
|             | <i>Los Fiordos investit</i> .....                                       | 23        |
|             | ➤ Unilever Foods investit au Chili.....                                 | 23        |
|             | ➤ Novaceites, nouvel acteur du secteur huiles.....                      | 23        |
|             | ➤ Don Pollo en 3 <sup>ème</sup> position.....                           | 24        |
|             | ➤ Mondialisation des vins chiliens.....                                 | 24        |
|             | <i>Colombie</i> .....   | 24        |
|             | ➤ Bavaria se développe en Amérique Latine.....                          | 24        |
|             | ➤ Cafés Juan Valdez : exportation du concept.....                       | 25        |
|             | ➤ Les projets d'expansion avicoles.....                                 | 25        |
|             | ➤ Arroz Roa se positionne sur de nouveaux segments.....                 | 25        |
|             | <i>Équateur</i> .....   | 25        |
|             | ➤ AmBev vs Bavaria.....   | 25        |
|             | ➤ Les boissons énergisantes.....  | 26        |
|             | <i>Mexique</i> .....  | 26        |
|             | ➤ Cuadritos Biotek s'allie avec White Wave.....                         | 26        |

|  |    |
|--|----|
| <i>Pérou</i> .....                                     | 26 |
| ➤ L'énergie de Coca Cola .....                         | 26 |
| ➤ Tetra Pak domine le marché .....                     | 27 |
| ➤ Investissements en vue pour les embouteilleurs ..... | 27 |
| <i>Uruguay</i> .....                                   | 27 |
| ➤ Nestlé et Unilever bons pour les bouillons .....     | 27 |
| <i>Venezuela</i> .....                                 | 27 |
| ➤ Polar mise sur Seven Up.....                         | 27 |





### Le graphique du mois



---

# I- Conjoncture

## Amérique Latine

### ➤ Un panorama plus favorable

L'année 2004 devrait interrompre la période de faible ou nulle croissance économique pour l'ensemble du continent latino-américain avec une progression moyenne du PIB de 4,5%, un taux bien supérieur à celui des six dernières années.

Globalement, l'inflation a été contrôlée et même réduite, les monnaies locales se sont renforcées et les résultats des politiques fiscales et du commerce externe se sont améliorés.

La dynamique économique de la Région a été favorisée par les prix internationaux des matières premières, notamment des produits agricoles et miniers, et la reprise des exportations de produits non traditionnels surtout vers les États-Unis.

Par ailleurs, pour certains pays comme le Mexique et la Colombie, les transferts de fonds des émigrés ont un poids considérable dans les comptes nationaux. **Rappel** : les 10 milliards de dollars, voire plus, envoyés annuellement par les Mexicains travaillant aux États-Unis sont supérieurs aux revenus du tourisme, non loin de ceux du pétrole.

Il faut mentionner, aussi, que l'amélioration du contexte économique dans les grands pays de la Région, comme le Brésil, l'Argentine et le Mexique, a agi en faveur d'une meilleure perception du risque de la part des investisseurs internationaux.

### ➤ IED en hausse

En 2003, le flux de capitaux étrangers a atteint **50 milliards de dollars**, soit le plus bas des huit dernières années. En revanche, pour 2004, les prévisions tablent sur une hausse moyenne de 39%, le Brésil étant le pays le plus favorisé avec une entrée estimée à plus de 17 milliards de dollars. La deuxième destination des investissements étrangers directs sera le Mexique avec 14 milliards, environ.

Faute de ne pas trouver d'accord au sujet de la restructuration de sa dette, l'Argentine devra se contenter d'un investissement étranger estimé à 2 milliards, environ.

➤ **Cycle d'expansion économique avec peu d'emploi**

En 2004, les économies latino-américaines ayant enregistré la plus forte croissance seront celles du **Venezuela** avec 9,5%, de l'**Argentine** avec près de 7%, de l'**Uruguay** (5,5%) et du **Chili** (5,1%).

Pour le **Venezuela**, qui part de très loin avec une croissance en un recul de 9,2% en 2003, la hausse du prix du pétrole constitue une véritable aubaine. **Attention** : chaque fois que le pays a bénéficié des rentrées pétrolières extraordinaires il n'a pas su s'en servir pour les rendre productives de façon durable.

La **République Dominicaine** serait le seul pays à enregistrer un recul économique de 1,2%.

Malgré le contexte économique favorable, le front de l'emploi reste toujours un point négatif pour tous les pays de la Région. En 2004, le chômage global atteindrait 10,3% de la population active contre 10,5% en 2003. Le problème reste toujours d'actualité surtout en Argentine, au Pérou et au Mexique.

➤ **Les prévisions pour 2005**

Les prévisions tablent sur une progression de 3,5%, grâce au dynamisme de la croissance économique chinoise et à celle des Etats-Unis. L'activité devrait être soutenue grâce aux exportations de matières premières et aux flux de transferts d'argent des émigrés de plus en plus importants.

➤ **Le fardeau de la dette**

La **Dresdner Bank** a calculé que la dette externe des 20 pays d'Amérique Latine et des Caraïbes atteint actuellement 776 milliards de dollars et devrait passer à 793 milliards de dollars l'an prochain soit 154% des exportations totales de la Région. **Le Brésil est le pays le plus endetté avec 222 milliards de dollars**, suivi par le Mexique (161 milliards de dollars) et l'Argentine (152 milliards de dollars).



## II- Évolution des secteurs

### ➤ PANORAMA GENERAL

#### Argentine

##### ➤ Baisse ciblée de la TVA à l'étude

L'**AFIP-Administración Federal de Ingresos Públicos** devrait réduire la TVA de 21% actuel à 10,5% sur certains articles de consommation courante tels que **l'huile, les farines et les pâtes**. Cette décision coûterait à l'Etat 89,9 millions de dollars par an mais servirait à diminuer de 10% à 23% le prix de vente des produits. Par ailleurs, la mesure permettrait de réduire de 1,4% le taux de pauvreté et bénéficierait à 71 400 foyers. La Chambre de Commerce argentine a souligné qu'il faudra s'assurer que la baisse de la taxe se reflète effectivement dans les prix à la consommation.

#### Colombie

##### ➤ Consommation au ralenti

La croissance de 4,25% de l'économie au second semestre 2004 ne s'est pas répercutée dans le secteur alimentaire et dans la consommation. Les ventes de produits de grande consommation stagnent, aussi bien dans les grandes chaînes que chez les détaillants.

#### Mexique

##### ➤ Croissance erratique, exportations en hausse

Entre 1988 et le premier trimestre 2004, la croissance du **secteur agroalimentaire** est passée de 7,9% à 4%. Pour autant, entre 1999 et 2003, la valeur des exportations agroalimentaires a crû de 18% : 9,2 milliards de dollars en 2003 contre 7,8 milliards de dollars en 1999. Au premier semestre 2004, les exportations agroalimentaires ont atteint 6,8 milliards de dollars.

#### Pérou

##### ➤ Panorama incertain

Pour 2004, le ministère de l'agriculture péruvien dresse un panorama préoccupant pour le secteur de l'agriculture et de la pêche avec **au mieux** une croissance faible de 2% et **au pire** une chute de 2%, en espérant une reprise au 4<sup>ème</sup> trimestre

---

## ➤ **VIANDE : BŒUF, VOLAILLES...**

---

### Argentine

#### ➤ **Exports record pour la viande**

Au premier semestre 2004, les **exportations** de viande bovine en **valeur** ont retrouvé un niveau inégalé depuis 10 ans : soit **452 millions de dollars**, soit une hausse de 72% comparé au même semestre 2003. Par rapport à la même période de 2003, la hausse en **volume** est de 52%, atteignant 262 000 tonnes.

Plusieurs facteurs expliquent ces résultats : la reprise du marché européen, la réévaluation de l'euro, la Russie ayant choisi l'Argentine comme fournisseur, la fin des barrières au Canada et aux États-Unis et la fin des périodes de fièvre aphteuse de 2000.

### Chili

#### ➤ **Triplement de la production avicole en 10 ans**

Des années 90 à aujourd'hui, la production avicole a triplé, passant de 125 000 tonnes par an à 465 000 tonnes en décembre 2003, fruit d'un investissement dans l'industrie de plus de 300 millions de dollars depuis 5 ans. D'ici à 2010, 500 millions de dollars devraient être encore injectés dans la modernisation du secteur et l'exportation.

Il y a 5 ans, le Chili a parié sur des exportations ciblées vers des marchés exigeants en termes de qualité (Europe, Japon et Mexique). L'entrée au Canada dans les pays cible pour les exportations de poulets est prévue pour fin 2004 et celle des États Unis en 2005.

Au total, au premier semestre, les exportations ont augmenté de 200% en **valeur** du fait de l'ouverture des marchés japonais et mexicain et sur toute l'année 2004, la croissance des exportations de volaille devrait être de 50% par rapport à 2003, atteignant 110 millions de dollars.

Le marché intérieur représente 506 millions de dollars, 79% pour le poulet et 21% pour la dinde. Au premier semestre 2004, la **croissance interne du marché a été de 7%**,

Les entreprises chiliennes ont par ailleurs critiqué l'Argentine pour concurrence déloyale, qui exporte ses poulets franco de taxes.

## ➤ **PRODUITS LAITIERS**

---

### Argentine

#### ➤ Un aperçu du secteur :

- La production de lait de vache représente 8% du secteur de l'élevage ;
- La production est assurée par 11 000 établissements (**tambos**) ;
- La **structure industrielle est très concentrée** : le **segment haut** est constitué par 8-10 usines contrôlées par des capitaux nationaux et représentent 50%-60% du lait industrialisé consommé dans le pays et 80% du lait en poudre exporté ; le **segment moyen** est constitué par 300-400 entreprises qui alimentent le marché local et cherchent des niches d'exportation et un **segment bas** très large (1 000-2 000 entreprises) qui opère dans des circuits marginaux avec de produits bas de gamme.
- Des **canaux de vente très concentrés** : grandes chaînes de distribution, responsables, en grande partie, dans la fixation des prix de vente au public.
- Avec un cheptel de **2 millions de têtes**, le pays produit 9,2 milliards de litres annuels soit 2% du total mondial et ses exportations représentent 0,5% du commerce international du lait.
- La consommation interne pour 2004 est estimée à 205 litres par habitant.

#### ➤ Développements des investissements

Les années 1999 à 2003 ont été marquées en Argentine par une chute de 22% de la production de lait liée à la diminution de la consommation interne. La production repart depuis peu et devrait connaître une croissance comprise entre 15% et 17% en 2004 soutenue la hausse des exportations, notamment en ce qui concerne le segment du **lait en poudre**. Jusqu'en juillet celles-ci ont augmenté de **50% en volume** et **86% en valeur**, à 247,8 millions de dollars. Elles rapportent aujourd'hui beaucoup plus qu'il y a deux ans notamment grâce à la hausse des cours (1 200 dollars/t en 2002 contre 2 100 dollars/t en 2004).

Les entreprises, et surtout les plus petites qui sont aussi celles qui investissent le plus dont **Williner** et **La Cirila**, (voir chapitre **Entreprises & Marques**) ont misé sur le lait en poudre. Les sites de Villa Italia près de Rafaela (Williner) et Nogoyá (ancienne usine Nestlé, La Cirila) se sont fortement développés avec une contribution de quelque 1,2 million de litres supplémentaires à la capacité quotidienne du secteur (14 millions de litres). Donc, pas de risque d'une

surproduction et afin d'éviter une dépendance trop forte des exportations vers le seul Brésil, acheteur traditionnel du lait argentin, l'export cherche d'autres destinations aux premiers rangs desquelles l'Afrique du Nord, l'Irak, le Venezuela mais aussi le Chili et l'Égypte.

### ➤ **Marges excessives pour les fromages**

Les marges de commercialisation du fromage varient entre 100 et 160% net, à l'exception de certains grossistes. Au point que le fromage est parfois considéré comme un produit de luxe. En effet, **un fromage à râper de qualité coûte entre 7 et 8,4 pesos TTC à la sortie de l'usine et 17 pesos dans les gondoles des supermarchés** ce qui représente une marge de 152%.

La raison avancée est que le marché ne peut pas fonctionner de façon transparente du fait de **l'absence d'affichage officiel des cours de lait cru**, comme c'est le cas pour le soja. Du fait du manque d'un prix de référence, les distributeurs n'ont pas de plafond dans la fixation des prix des produits laitiers. Par ailleurs, les producteurs accusent les industriels d'abus de position dominante dans la fixation de prix.

**Rappel** : pour fabriquer un kilo de fromage à pâte cuite il faut 12 litres de lait. Normalement, le litre de lait est payé 0,45 centimes de peso donc le coût de base du kilo de fromage serait de 5,4 pesos (1,8 dollar).

**À noter** : en 2004, le marché pourra disposer de 1 milliard de litres de lait de plus qu'en 2003, ce qui pourrait provoquer une baisse des prix de produits laitiers ou dérivés du lait.

## **Chili**

### ➤ **Perspectives du marché fromager**

Le marché intérieur s'élève à 170 millions de dollars, 75% étant du type **gouda**, puis le fromage à **pâte molle** et, loin derrière, les fromages « **haut de gamme** ». 85% des ventes correspondent à des fromages en gros.

Le marché est assez atomisé. Les principaux producteurs de fromage sont: **Odepa Colun**, avec 34,6% de parts de marché, **Soprole**, avec 25,8%, **Mupulmo**, avec 13,8%, **Chiliolac**, avec 6,7%, **Cuinco**, avec 3,6%, **Quillayes**, avec 3,2%, **Loncoleche**, avec 3%, **Cafra**, avec 2,9%, et **Calan**, avec 2,3%.

Après une **consommation** en diminution en 2002 et 2003, et un rebond en 2004 avec une croissance prévue à 7%, **la consommation moyenne annuelle par habitant est de 125 litres de lait et de 4 kilos de fromage** (contre 12 en Argentine et 22 en France, pour le fromage). Pour les fromages haut de gamme, en 2004 la croissance 2004 est estimée entre 15 et 20%.

Au premier semestre 2004, les **exportations** ont atteint 15 millions de dollars, soit une hausse de 189% par rapport au même semestre 2003. 12% du fromage produit est exporté et le Mexique qui absorbe 95% des ventes à l'étranger. Viennent ensuite les États Unis et Cuba. En Europe, le Royaume-Uni est le principal importateur de fromages chiliens.

➤ **Hausse de l'offre de lait**

Au premier semestre, 2004, l'offre de producteurs de lait aux industries du secteur a atteint 872,9 millions de litres, soit une hausse de 6,3% par rapport à la même période de 2003.

## Pérou

➤ **Importation de vaches laitières**

Le Pérou étant déficitaire en matière de production laitière les autorités ont décidé de lancer un plan d'investissements pour augmenter le cheptel de vaches laitières. Les premiers achats se sont portés sur des animaux du Chili et de l'Uruguay. Avec une croissance de la production estimée à 7% par an, les autorités envisagent de parvenir à l'autosuffisance dans la production de lait d'ici à deux ans. Près de 20 usines de lait sont implantées sur la côte péruvienne, dont **Gloria, Nestlé et Laive** qui représentent 90% de la production laitière nationale. Sur le segment du **lait en poudre**, la concurrence des produits importés d'Australie, de l'UE et des États-Unis est très forte.

**Rappel** : La consommation actuelle de lait est de 50 litres de lait en poudre par personne et par an.

## Venezuela

➤ **Productivité ralentie**

La productivité du secteur laitier est affectée par la hausse du prix de la matière première nécessaire à l'élaboration du lait en poudre. Sur les 7 premiers mois de 2004, elle aurait augmenté de 20%, passant de 2 000 dollars la tonne à 2 400 dollars la tonne.

Aujourd'hui, le kilo de lait en poudre emballé se vend 3,4 dollars alors qu'en sachet, il est de 3 dollars. (Il s'agit d'un prix fixé par les autorités).

## ➤ FRUITS ET LEGUMES FRAIS

---

### Argentine

#### ➤ Oignons : pénurie sur le marché national

Au cours des 7 premiers mois de 2004, l'Argentine a exporté 47 386 tonnes d'oignons vers l'Europe, soit 31% de plus par rapport à la même période de 2003. Jusqu'au 31 juillet, les exportations ont atteint 225 630 tonnes sur une production de 600 000 tonnes. Il est à noter également l'important volume des exportations vers le Brésil.

Au mois d'août, le prix au public des oignons a augmenté de 97,6% atteignant 0,6 dollar le kilo et parfois jusqu'à 1 dollar. Les exportations ayant augmenté de 20%, les oignons destinés au marché interne se sont raréfiés, poussant à la hausse les prix et favorisant l'importation d'oignons du Chili et...du Brésil.

#### ➤ Déclassement argentin en matière de haricots

La surface cultivée a baissé de 400 000 ha à 180 000 ha et les exportations de 250 millions à 100 millions de dollars. L'Argentine est passée de la 2<sup>ème</sup> place mondiale à la 5<sup>ème</sup> parmi les exportateurs de haricots. Pour renverser la tendance, la Chambre des Légumes a décidé de présenter aux autorités nationales et locales un « Plan National des Légumes ».

#### ➤ Tonus des exportations de fruits frais

Durant les 7 premiers mois de 2004, les exportations de fruits frais ont totalisé 906 212 tonnes, représentant 420,2 millions de dollars, soit une hausse de 10% en devises et de 4% en volume, par rapport à la même période de 2003. Les **pommes** et les **poires** ont été les plus concernées par ces hausses.

#### ➤ Triplement des exportations de fruits des bois

Durant les 7 premiers mois de l'année, les exportations de **fraises**, **myrtilles** et **framboises** ont triplé, jusqu'à atteindre 1 848 tonnes, pour une valeur de 2,3 millions de dollars, une hausse de 195% en devises et de 190% en volume. Les **fraises** ont atteint 1,8 million de dollars, une hausse de 211% en volume et de 270% en devises. Elles sont exportées vers les États-Unis, la Russie, le Canada, la Chine et l'Australie.

55 tonnes de **framboises** ont été exportées, pour 81 000 dollars vers le Royaume-Uni, les États Unis, l'Allemagne et la France.

78 tonnes de **myrtilles** ont été exportés pour 458 000 dollars, vers les États Unis, la Hollande, l'Espagne, la France et le Japon.

➤ **Soja : au 3<sup>ème</sup> rang mondial**

Le soja est devenu la principale culture de l'Argentine, occupant 50% des terres cultivées, soit **13 millions d'hectares**. Le soja génétiquement modifié représente 90% de la production nationale et le pays est devenu le **premier exportateur mondial d'huile et de farine de soja**.

La récolte de 2003 a atteint 34 millions de tonnes et pour 2004, il est prévu 37,6 millions de tonnes, soit le double d'il y a sept ans. Le pays est placé au 3<sup>ème</sup> rang des producteurs mondiaux après les Etats Unis et le Brésil.

Pour 2004, la surface totale cultivée en **soja, blé et maïs** permettra une récolte totale estimée à 78 millions de tonnes, soit 8 millions de tonnes de plus que lors de la récolte de 2003. Sur la période 2004-2005, la surface semée en **maïs** augmentera de 5 à 22%, atteignant 15,5 millions de tonnes, face aux 12,6 millions de la période précédente.

## Chili

➤ **Exportations agroalimentaires : un secteur choyé**

En 2004, les prévisions tablent sur 7 milliards de dollars d'exportations de produits agroalimentaires. Les entreprises productrices et exportatrices de denrées alimentaires, réunies au sein de **Chilealimentos**, ont lancé un plan de promotion de l'image du Chili dans ce domaine. Selon **Fedefruta**, entre le 1<sup>er</sup> septembre 2003 et le 22 août 2004, les exportations de fruits et légumes ont crû de 11,45% à 1,9 milliard de dollars.

**Le Chili est le 15<sup>ème</sup> exportateur mondial de produits agroalimentaires, avec une croissance du secteur de 99% depuis 1996.**

➤ **Marché potentiel pour l'huile d'olive**

En 2003, le secteur a enregistré des ventes de 50 000 dollars, soit 30% de plus qu'en 2002. Au premier semestre 2004, les ventes nationales ont déjà atteint 150 000 dollars. Il est prévu pour 2005 une production de 3 000 tonnes et en 2010, de 7 000 tonnes.

Avec un taux de 17,4% de pénétration à Santiago et une consommation par habitant est de 135 grammes (19 litres en Grèce), la pénétration de l'huile d'olive dans la consommation est encore basse et le marché potentiel important. 55% de la consommation nationale est d'origine étrangère et 45% est issue de la production nationale.

**Rappel** : Le marché global des huiles au Chili est de 110 millions de dollars avec une production de 700 tonnes en 2004.

➤ **Pommes : plantations en baisse**

En 2004, on note une baisse de 5,2% dans les plantations de pommes rouges, par rapport à la période 1995-2001. Avec 28 384 hectares cultivés, il s'agit de la seconde par son importance, dans la VII<sup>ème</sup> Région.

## Colombie

➤ **Stagnation du secteur bananier**

Au premier semestre 2004, le secteur de la banane a exporté 24,5 millions de caisses, pour 131,3 millions de dollars, contre 24,9 millions de caisses sur la même période de 2003, qui ont rapporté 133,7 millions de dollars.

➤ **Davantage de maïs jaune**

La Colombie ne produit pas suffisamment de maïs jaune destiné à l'alimentation animale. Le pays produit 0,5 million de tonnes et doit importer annuellement 1,9 million de tonnes de maïs en provenance des Etats Unis et.

En effet, le secteur avicole a connu une croissance supérieure à la moyenne nationale et les zones de production du maïs ne se sont pas développées dans les mêmes proportions. Le gouvernement a donc supprimé toutes les entraves à l'importation de maïs blanc et jaune ainsi que pour le riz, le sorgho, le soja et le coton et entend stimuler la production nationale.

## Pérou

➤ **Exportations d'artichauts et d'asperges en hausse**

En 2004, les exportations d'**artichaut** pourraient atteindre 25 millions de dollars, soit une hausse de 100% par rapport à 2003. Le secteur prévoit de doubler les ventes en 2005 et signer un accord de libre échange avec les États Unis.

En 2004, près de 10 000 tonnes d'artichauts seront produites sur 4 500 ha, dont 3 200 sur la côte et 1 300 en montagne. 90% des artichauts exportés sont en conserve et le reste est congelé. Les marchés de destination sont les **États Unis pour les produits congelés**, l'**Espagne** (45,5% du total des exportations, 1,5 million de dollars) et la **France pour les conserves**.

Entre janvier et juillet 2004, les exportations d'**asperges** ont atteint 100,79 millions de dollars, soit 14% de plus par rapport à la même période de l'an passé. 40,8% du total, représentant une valeur de 41,1 millions de dollars étant exportés vers les États-Unis.



➤ **Les mangues : 4<sup>ème</sup> poste d'exportation agroalimentaire**

Au cours des 7 premiers mois de 2004, 82% des mangues produites au Pérou ont été exportées aux États Unis, à la Hollande et à la France. Le montant des exportations s'est élevé à 31,4 millions de dollars, soit une hausse de 21% par rapport à la même période de 2003.

Les mangues occupent le 4<sup>ème</sup> poste d'exportation de produits agroindustriels péruviens dont 64% sont originaires de la région de Piura. **La France a importé pour 3,21 millions de dollars de mangues.**

➤ **Mandarines et bananes incas**

Au cours des 7 premiers mois de 2004, les exportations de **mandarines** ont crû de 66,44% par rapport à la même période de 2004, pour 9,5 millions de dollars. La **mandarine occupe le 9<sup>ème</sup> poste d'exportation de produits agroindustriels péruviens.** Sur cette période, le Royaume-Uni a absorbé 57,47% de ces exportations pour un montant de 5,46 millions de dollars.

Durant les 7 premiers mois 2004, les exportations de **bananes** ont augmenté de 37,64% par rapport à la même période de 2003 à 6,29 millions de dollars.

➤ **Café : un secteur concentré**

En 2004, il est prévu que les exportations de café augmentent de 10% et pourraient atteindre 170 000 tonnes, ce qui permettrait de retrouver les niveaux de 2002. Il existe 70 entreprises exportatrices de café dont 20% concentrent 90% des volumes. L'Europe est le principal marché d'exportation avec 50% de parts suivie des États-Unis avec 45% et l'Asie.

## ➤ **BOISSONS ALCOOLISEES**

---

### **Chili**

➤ **Ventes de vin en hausse**

Sur la période août 2003-juillet 2004 et par rapport à la même période précédente, les exportations de vin chilien ont augmenté en **valeur**, de 19,6% à 744,2 millions de dollars et, en **volume**, de 18%, avec 432 millions de litres,.

Parmi ces chiffres, 607 millions de dollars correspondent à du **vin en bouteille**, avec 26,5 millions de caisses de 9 litres chacune. Les États-Unis concentrent 22% de ces exportations en volume et 21% en valeur soit 132 millions de dollars. Le Royaume Uni représente 24% des exportations en volume.

## Équateur

### ➤ Des boissons alcoolisées mais pas trop !

Une nouvelle tendance se dessine parmi les jeunes et les femmes, celle de consommer des « **alcohopops** », ces boissons qui contiennent généralement **5 degrés** d'alcool, mais jamais plus de 7. En Équateur, **Zhumir Ize** commercialise ces alcools avec les marques **Ize et Mixi**. Les jeunes achètent du whisky, du rhum, de la vodka, des « alcohopops » et de l'eau de vie, mais les alcools plus légers gagnent de plus en plus du terrain.

**Rappel** : En Équateur, pour 100 dollars destinés à la consommation générale, 54 cents sont destinés à la bière, 17 au rhum et 3 au vin. La consommation moyenne de liqueurs est de 8 litres par habitant et par an.

## ➤ BOISSONS SANS ALCOOL

### Argentine

#### ➤ Exportations de jus de fruit en hausse

Au cours des 7 premiers mois de 2004, les exportations de jus de fruits (agrumes et baies) se sont élevées à 6,4 millions de dollars soit, une croissance de 105% en valeur et de 70% en volume par rapport à la même période de 2003. Avec 3 607 tonnes et pour une valeur de 3,9 millions de dollars, soit une 227% de plus par rapport à la même période de l'an dernier, le jus de **citron** a dominé ce type d'exportations. 1 495 tonnes de jus d'**oranges** pour une valeur de 1,17 million de dollars ont été exportés, soit une hausse de 34% en volume et de 41% en valeur.

### Pérou

#### ➤ ¾ des revenus du secteur soft drinks à Lima

75% des revenus du secteur des **boissons sans alcool** étant concentrés à Lima, les principales entreprises du secteur visent à accroître leur pénétration dans les villes de province comme Trujillo ou Arequipa.

Pour 2004, il est prévu une croissance de l'ordre de 5%, malgré une forte chute au cours des mois de mai et juin. Au premier semestre, le secteur s'est vu affecté par la hausse de 40% du prix du sucre, qui a provoqué une réduction des marges.

➤ **Concurrence accrue dans les boissons énergisantes**

Depuis 2001, 10 marques de boissons énergisantes sont entrées sur le marché et, début 2004, a commencé à être produite localement une marque de ce type, 50% moins cher.

En 2004, il est prévu des ventes de 3,4 millions de canettes et que se maintienne une croissance annuelle supérieure à 100%. Les prix de vente locaux oscillent entre 1 et 2 dollars l'unité.

En 2003, 1,7 million de canettes avaient été vendues, soit une croissance de 157% par rapport à 2002.

## ➤ **PRODUITS SUCRES ET PANIFICATION**

---

---

### **Argentine**

➤ **Record pour le sucre**

La récolte a atteint un record historique, avec 1 800 000 tonnes grâce à un meilleur rendement à l'hectare, passant de 5 tonnes en 1995 à 7,4 tonnes en 2003, en dépit d'une diminution de la surface cultivée.

Le prix de vente au public est l'un des plus bas du monde : 44 cents de dollar le kilo, contre 91 cents au Canada et 1,73 dollar en Finlande.

### **Mexique**

➤ **Sucre : difficultés d'approvisionnement**

Le gouvernement prévoit des difficultés d'approvisionnement en sucre pour la fin de l'année, ce qui fait craindre une hausse de prix. Les négociants devraient négocier avec les autorités la mise en place d'un quota d'importations pour fin 2004. En mai 2004, le prix du sac 50 Kilos était de 26,5 dollars en hausse de 23,5% par rapport à janvier 2002. En ce qui concerne le sucre raffiné, il a subi sur la même période une hausse de 22,3% atteignant 30,7 dollars.

### **Pérou**

➤ **Faible compétitivité pour le sucre**

En 2003, les importations de sucreries au Pérou ont augmenté de 41%. En 2004 par ailleurs, on a noté une hausse de 60% du prix du sucre, ce qui affecte les coûts de production. Les coûts de production des autres pays de la communauté andine sont près de 50% moins élevés qu'au Pérou.

➤ **Chocolat : secteur excédentaire**

En 2004, la production péruvienne de **cacao** devrait augmenter de 3%, totalisant 9 120 tonnes. Au cours des 7 premiers mois de 2004, les **exportations** de cacao ont augmenté de 225% atteignant 3 millions de dollars. En 2004, il est prévu un total de 4,6 millions de dollars face aux 2,2 millions de dollars en 2003 et 2,5 millions en 2002. 52% de la production est exportée au Venezuela et 12% en Bolivie.

Au cours des 7 premiers mois de 2004, les **importations** de **chocolats** ont atteint 2,6 millions de dollars et devraient totaliser 5,1 millions à la fin de l'année, contre 5,4 millions enregistrés en 2003. Les principaux pays d'origine sont le Chili pour 40%, l'Argentine pour 20% et les Etats Unis pour 14%. **90% du chocolat vendu sur le marché local est importé.**

## ➤ **ÉPICERIE**

---

### Argentine

➤ **10<sup>ème</sup> place mondiale pour le thé**

En 2003, l'Argentine a exporté du thé pour 45 millions de dollars, se situant à la 10<sup>ème</sup> place mondiale. Les ventes à l'export ont augmenté de 4% par rapport à 2002. 90% des 60 000 tonnes de thé produites ont été exportées.

## ➤ **POISSON - ALIMENTS POUR ANIMAUX FAMILIERS**

---

### Argentine

➤ **Dynamisme du secteur pêche**

Durant les 7 premiers mois de 2004, le pays a exporté pour 253 millions de dollars de poissons de mer/eau douce, soit 20% de plus par rapport à la même période de 2003. L'Espagne est le principal client (55,7 millions de dollars).

### Chili

➤ **Croissance de l'industrie du saumon**

Jusqu'à juillet, les revenus de l'industrie du saumon ont crû de 22%, à 820 millions de dollars contre 675 millions de dollars au cours de la même période 2003. Les exportations ont augmenté de 23%, passant de 170 045 tonnes à 208 712 tonnes dont 6% ont été exportés vers l'Europe, 41% vers les Etats-Unis et 39% vers le Japon. (**Voir Chapitre Entreprises et Marques - Chili**).

## **Pérou**

### ➤ **Faible consommation d'aliments pour animaux domestiques**

Le marché des aliments pour animaux domestiques représente 16 millions de dollars et devrait s'accroître de 35% en 2004. Actuellement, la consommation ne concerne que 10% du marché potentiel estimé à 4 millions d'animaux familiers.

20 marques sont en concurrence dans le secteur et chaque année, il y a, en moyenne, deux nouveaux entrants. 90% de la production est destinée au marché local et 95% des ventes sont des aliments secs et 5% des conserves.

### ➤ **Farines de poisson : fin de la déflation**

Pour 2004, les exportations de farine de poisson atteindraient 800 millions de dollars avec une hausse de 30% de la production par rapport à 2003. Après 5 mois de baisse des prix, le prix du produit est à nouveau en hausse, à 602,7 dollars la tonne et, fin 2004, le prix moyen de la tonne serait de 650 dollars.

### ➤ **Production de poissons et fruits de mer en croissance**

Au cours du premier semestre, la production de poisson et de fruits de mer congelés a atteint 77 200 tonnes, soit une croissance de 33,9% par rapport au même semestre 2003. Sur la même période, les exportations ont atteint une valeur de 131 millions de dollars, en hausse de 43,8% par rapport à la même période.

Les principaux marchés de destination sont les États-Unis avec 24,6% de parts, l'Espagne avec 22,1% et la Chine avec 12,4%.

## III- Entreprises et marques

### Argentine

#### ➤ **Monsanto introduit le maïs RR**

Après les États Unis et le Brésil, pour la multinationale américaine l'Argentine est son 3<sup>ème</sup> marché international (10% de son chiffre d'affaires). En 1996, Monsanto avait introduit en Argentine le **soja RR** génétiquement modifié, qui fournit 50% des 70 millions de tonnes de soja produites dans ce pays. Il y a quelques semaines, Monsanto a introduit dans le pays le **maïs RR**.

#### ➤ **Investissements dans les laiteries**

La compagnie **Williner**, à Villa Italia (province de Santa Fe), prévoit d'agrandir ses usines de lait en poudre et de construire une nouvelle usine pour traiter 650 000 litres par jour, atteignant une capacité quotidienne totale de 1 million de litres.

L'entreprise **La Cirila** prévoit également d'agrandir ses usines de déshydratation à Nogoyá pour passer de 500 000 litres par jour à 1,1 million. Les destinations de ses exportations sont très diversifiées : de l'Irak, Sénégal, Venezuela, Brésil, Chili à l'Égypte. (Voir Chapitre **Évolution des Secteurs**).

#### **Des hôtels Pernod Ricard ?**

Pernod Ricard se prépare à entrer dans le secteur hôtelier en argentine, à **Cafayate**, où est implantée sa cave **Etchart**. Le groupe français réalise un chiffre d'affaires de 35 millions de dollars en Argentine et prévoit d'investir 3 millions de dollars pour son site de Salta afin d'accroître la production de vin.

#### ➤ **El Carmen gagne le marché argentin des agrumes**

La PME, située dans la province de Tucumán, produit des jus d'agrumes 100% NFC (qui ne sont pas issus de concentrés). Avant 2002, le marché argentin était dominé par des jus de fruits importés, principalement du Brésil mais; avec la dévaluation du peso argentin et la disparition sur les gondoles des produits importés, El Carmen s'est positionné sur ce segment, avec ses marques **Citric** et **Canamico**. Cette marque est distribuée essentiellement à Buenos Aires et sa province où elle vend près de 1,5 million de litres à l'année. Par ailleurs, et depuis 1989, l'entreprise exporte ses produits, principalement vers l'UE, la Russie et le Japon.

Le volume produit mensuellement s'élève à 200 000 litres.

## **Bolivie**

### ➤ **Bavaria entre sur le marché bolivien**

Le brasseur colombien a pris le contrôle de la **Corporación Boliviana de Bebidas S.A** (CBB) achetée à Backus, sa filiale péruvienne, pour 8 millions de dollars.

## **Chili**

### ➤ **Entreprises du secteur fruits et légumes**

En 2003, le Chili a exporté 214 millions de caisses de fruits et légumes, principalement vers les États Unis et l'Europe. Parmi les principales entreprises, **Dole Chile** a exporté 17,3 millions de caisses, un volume inférieur de 1,45% à la saison dernière. **Del Monte Fresh** a exporté 11,7 millions de caisses, en hausse de 5,4%. **Unifruitti Ltda** a exporté 11,6 millions de caisses, une hausse de 3,2%. **David del Curto** a exporté 10 millions de caisses, en baisse de 6,3%. Enfin, **Copefrut** a exporté 9,1 millions de caisses, soit 51,3% de plus qu'à la saison dernière.

### ➤ **Nestlé investit en technologie**

Au premier semestre 2004, les exportations de Nestlé Chili représentent entre 10% et 15% du montant total produit dans le pays et sont destinées à toute l'Amérique Latine, les États Unis l'Australie et le Japon. En 2005, Nestlé prévoit d'investir entre 10 et 20 millions de dollars en technologie et logistique mais ne prévoit pas de construction nouvelle.

### ➤ **Secteur du saumon (Voir Chapitre Entreprises et Marques - Chili).**

#### **Aqua Chile, leader en exportation de saumons**

Après l'achat en mars 2004 d'**Aguas Claras**, **Aqua Chile** est devenu le N° 1 des exportations de saumon. Au premier semestre 2004, Aqua Chile a réalisé un chiffre d'affaires de 96 millions de dollars (23 869 tonnes, 13% PDM).

#### **Fusion entre Nutreco Holding et Stolt Nielsen**

**Stolt Nielsen** et **Nutreco Holding** (qui contrôle **Marine Harvest**) ont signé un accord en vue d'une fusion prévue au premier semestre 2005 concernant leurs activités pisciculture, industrielles et de commercialisation de saumon. Ce nouveau groupe pourrait dès lors prendre la première place au Chili, avec 15% de parts de marché. Le chiffre d'affaires annuel du groupe pourrait atteindre 100 millions d'euros. Au premier semestre 2004, Marine Harvest a réalisé un chiffre d'affaires de 78 millions de dollars et Stolt, 27,5 millions de dollars.

### **Salmones Antártica construira une usine**

La filiale du groupe japonais **Suisan Kaisha**, va investir 6 millions de dollars dans la construction d'un élevage de saumons pour produire 40 000 tonnes annuelles. En 2003, les revenus de l'entreprise ont atteint 54,3 millions de dollars, avec 13 269 tonnes. Elle se place en 9<sup>ème</sup> position dans le secteur.

### **Pesquera Transantartic s'associe avec Jealsea**

La filiale de la conserverie **Robinson Crusoe**, **Pesquera TransAntartic**, vient de signer un accord avec la holding espagnole **Jealsa-Rianxeira**, leader du secteur en Espagne avec des ventes annuelles de 370 millions de dollars. Jealsa entrera dans le capital de la filiale et augmentera ses investissements pour que Pesquera parvienne à doubler sa capacité de production, de 12 à 24 millions de dollars, ainsi que ses exportations.

### **Los Fiordos investit**

Le groupe de pêche **Los Fiordos**, filiale du groupe **Agrosuper**, va investir 6 millions de dollars dans deux centres de salmoniculture dans la XI<sup>ème</sup> Région et dans la IX<sup>ème</sup> Région.

Pour 2004, Agrosuper prévoit une hausse de 40,8% de sa facturation. Elle compte investir près de 15 millions de dollars jusqu'en 2005 et est le leader du secteur devant **Ariztia**, **Don Pollo**, **Sopraval** et **Agrícola Vizcaya**.

**Salmones Mainstream** se maintient en 3<sup>ème</sup> place avec un chiffre d'affaires de 52 millions de dollars.

#### ➤ **Unilever Foods investit au Chili**

Le Chili est le pays où Unilever réalise le taux de vente par habitant le plus élevé d'Amérique latine. En 2004, Unilever Foods aura investi 10 millions de dollars en machines et équipements et dans l'amélioration des processus dans le domaine des **margarines** et des **tomates**. En 2005, il est prévu un investissement de 10 à 15 millions de dollars. Le groupe conservera 16 de ses marques au Chili, après la vente en juin 2004 des huiles **Chef** et **Cristal**.

#### ➤ **Novaceites, nouvel acteur du secteur huiles**

**Corpora Tresmontes** et le groupe argentin **Molinos Río de la Plata** vont s'associer sur le marché chilien de l'huile d'olive, qui représente un chiffre de ventes annuel de 110 millions de dollars. La société issue de cette union s'appelle **Novaceites**.



➤ **Don Pollo en 3<sup>ème</sup> position**

La production avicole chilienne représente 506 millions de dollars par an. **Don Pollo**, avec 7,8% du total, prévoit une croissance de ses ventes au kilo de l'ordre de 17% à 18%. (Voir Chapitre **Évolution du Secteur**).

La compagnie se place en 3<sup>ème</sup> position dans le secteur avicole, après **Agrosuper** et **Aríztia**. Avec un budget de 1,8 milliard de dollars pour les 3 prochaines années, elle prévoit de construire une usine de produits de charcuterie, en association avec **Aldus Wurst**. Même si son objectif reste de développer le marché chilien, la société entend à terme exporter.

➤ **Mondialisation des vins chiliens**

**Concha y Toro** a exporté 4,4 millions de caisses, 20, 9% de hausse que sur la même période de l'an dernier, un chiffre d'affaires de 91,6 millions de dollars. **Viña Botalcura** a noté une hausse de 503,2% de ses exportations en valeur, passant de 59 550 dollars à 359 200 dollars cette année. Les exportations de **Viña Estampa** sont passées de 44 075 dollars à 157 732 dollars, une hausse de 257,9%.

**Viña Gracia** quant à elle prévoit 11 millions de dollars de ventes pour 2004, une hausse de 10% par rapport à 2003. 95% de la production est exportée vers le Royaume-Uni et vers 9 pays d'Asie. En 2003, le vignoble a exporté 320 000 caisses de vin à un prix moyen de 32 dollars chacune.

**Viñas Haras de Pirque** exporte 95% de sa production vers des pays d'Amérique, d'Asie et d'Europe. En 2003, 22 000 caisses ont été exportées, au prix moyen unitaire de 45 dollars (990 000 dollars); il est prévu pour 2004 la vente de 35 000 caisses et un chiffre d'affaires de 1,7 million de dollars. Dans 3 ans, le vignoble espère atteindre 100 000 caisses et compte entrer sur les marchés indien, chinois, mexicain et russe avant la fin de l'année.

**Casa Lapostolle**, au capital 100% français, produit 150 000 caisses par an, au prix unitaire moyen de 63 dollars. Pour 2004, il est prévu une hausse de 20% des ventes, atteignant 11 millions de dollars pour 180 000 caisses exportées. Enfin, **Viña Santa Rita** et **Chandon** ont signé le 1<sup>er</sup> septembre un accord par lequel le vignoble chilienne peut commercialiser et distribuer les produits premium mousseux Chandon au Chili.

## Colombie

➤ **Bavaria se développe en Amérique Latine**

En 2003, les ventes de Bavaria ont crû de 65%, à 1,8 milliard de dollars contre 1,1 milliard de dollars en 2002. 83% de ces ventes correspond à la bière. Les exportations de ses marques ont augmenté faisant du **Groupe Bavaria le plus grand exportateur de bière d'Amérique du Sud vers les États- Unis**.

➤ **Cafés Juan Valdez : exportation du concept**

Avant fin 2004, la fédération nationale des producteurs de café prévoit d'ouvrir des cafés à Chicago, Boston, Miami et Seattle et pourrait même s'associer avec une chaîne de restauration rapide. Au total, 300 magasins devraient être ouverts aux Etats-Unis et en Europe. Entre décembre 2003 et juin 2004, 11 établissements ont été ouverts en Colombie.

**Rappel** : son concurrent, la chaîne américaine **Starbucks** possède 6 000 points de vente dans le monde.

➤ **Les projets d'expansion avicoles**

**Incubadora Santander** et **Agropecuaria Latinoamericana (groupe ISSA)** ont des projets d'expansion de l'ordre de 21,5 millions de dollars. En 2003, les ventes de ISSA se sont élevées à 36,6 millions de dollars; pour 2004, il est prévu des ventes de 46 millions de dollars

**Agropecuaria** entend doubler sa capacité avec 2,4 millions de poules, pour mettre sur le marché 1,6 million d'œufs par jour (11 millions de dollars).

**Incubadora Santander** a elle aussi un projet nécessitant 11 millions de dollars d'investissement, visant à disposer de 1,2 millions de poules et mettre sur le marché 800 000 œufs par jour.

➤ **Arroz Roa se positionne sur de nouveaux segments**

En 2003, la société a réalisé un chiffre d'affaires de 118,4 millions de dollars. **Arroz Real** entend désormais se positionner sur le marché des riz aromatisés ainsi que sur celui des soupes. Pour cela, l'entreprise envisage une alliance stratégique avec **Griffith de Colombia** et d'exporter vers l'Europe, les Etats-Unis, l'Amérique centrale et les Caraïbes.

Parallèlement, le gouvernement a augmenté de 50 à 80% les aides destinées à favoriser le stockage du riz pour éviter un excès d'offre et soutenir les prix. L'effort fiscal du gouvernement atteindrait les 5,8 millions de dollars.

## Équateur

➤ **AmBev vs Bavaria**

Dominé par la **Compañía de Cervezas Nacionales** (Bavaria), le marché équatorien de la bière pourrait être bouleversé par l'arrivée du groupe **AmBev** qui a investi 36 millions de dollars en décembre après avoir acquis **Cervecería Suramericana-Cervecería** (groupe équatorien **Isaias**).

**Rappel** : 8% des ventes de Bavaria sont réalisées en Equateur.

## ➤ Les boissons énergisantes

En Équateur, les boissons énergisantes représentent **5%** du marché des boissons non alcooliques, contre 2% au niveau mondial.

En avril et mai 2004, 1 893 000 litres de boissons énergisantes ont été consommées, représentant un montant de 2 368 507 dollars. Une dizaine de marques sont en compétition sur le marché équatorien : **Gatorade**, présente en Équateur depuis 10 ans, détient 50% des parts de marché de ce secteur. **Tesalia Sport** (Guítig) est entrée sur le marché en 2001. En 2002 ce fut le tour de **Power Yus** (Sumesa) et de **Profit** (Toni). On trouve également **Alpina**, **Splas**, **Wonder Gate**, **Full Energía**, **Sport de Alpes**, **Vital**, **Zitron light**, **Sed Max**. Certaines marques s'exportent, comme Tesalia, qui depuis 5 mois vend ses produits au Pérou, aux Etats-Unis et au Costa Rica.

**À noter** : À Quito il se vend 5,6 fois plus de boissons au goût citron et 2, 2 fois plus de boissons au goût orange qu'à Guayaquil. Par ailleurs, la cible des consommateurs est celle des 18-40 ans. Les ventes effectuées sur la côte (Guayaquil) sont 60% plus élevées que celles réalisées en montagne (Quito). Enfin, seulement 20% des commerces proposent plus de deux marques.

## Mexique

### ➤ Cuadritos Biotek s'allie avec White Wave

Le **Grupo Industrial Cuadritos Biotek-GICB**, entreprise mexicaine d'aliments lactés, s'est alliée avec le groupe international **White Wave** pour produire et commercialiser du lait de soja au Mexique.

L'objectif est de mettre sur le marché 40 000 litres lors des premiers mois de l'opération. GICB réalise des ventes annuelles de 60 millions de dollars et produit 485 produits tels que yaourts, fromages ou lait. Les deux entreprises vont produire la marque **Silk**. GICB entend par cette alliance accéder au marché des Etats Unis et obtenir une croissance pour 2005 de l'ordre de 16%.

## Pérou

### ➤ L'énergie de Coca Cola

La firme entend désormais consolider sa participation dans le secteur des boissons isotoniques, avec la marque **Powerade**. En effet, si ce marché est de petite taille, il est intéressant du fait de la faible pénétration de ces produits sur le marché péruvien.

Au Pérou, Coca Cola a investi 250 millions de dollars en achat de bouteilles, amélioration des infrastructures, acquisition de machines, lancement de

nouveaux produits et publicité. La compagnie produit annuellement 200 millions de caisses avec 200 marques locales, régionales, ou importées.

➤ **Tetra Pak domine le marché**

En 2004, le marché des emballages Tetra Pak prévoit d'augmenter de 9% grâce à une demande accrue de la part de l'industrie **laitière**, de l'ordre de 5% et de celle des **jus de fruits**. Il faut également souligner que les emballages Tetra Pak concernent 12% du marché des produits laitiers. Le secteur du **vin** consomme près de 4 millions d'emballages Tetra Pak.

➤ **Investissements en vue pour les embouteilleurs**

En 2004, les investissements des embouteilleurs augmenteraient de 20% notamment ceux de **Kola Real** et **Don Jorge**, pour accroître leur capacité de production, ainsi que pour de plus petites unités situées en Province, à Arequipa, Cuzco et Juliaca. Les investissements les plus importants pourraient se réaliser en 2005, à la suite du rachat d'**Embotelladora Latinoamericana** par **Corporación J.R Lindley** et de l'acquisition d'**Embotelladora Rivera** par **AmBev Perú** pour la production de Pepsico.

## Uruguay

➤ **Nestlé et Unilever bons pour les bouillons**

**Nestlé** et **Unilever Food** concentrent 90% du marché des bouillons et soupes en Uruguay. **Unilever** possède les marques **Knorr**, **Arisco** et **Wilde**, soit 30% du marché.

Durant les 7 premiers mois de 2004, les ventes de soupes ont diminué de 8% par rapport à la même période de 2003. Cependant, le secteur des bouillons a augmenté de 5%, se remettant de la chute de 12% connue en 2002. Knorr prévoit une hausse des ventes de 6% pour ses bouillons.

Entre 2002 et 2003, la vente de soupes avait chuté de 55% et, pour le moment, ne présente pas de signes de reprise.

## Venezuela

➤ **Polar mise sur Seven Up**

En septembre et en octobre, avec le lancement provisoire de **7Up Ice** et sa campagne de promotion, Polar vise à relancer les ventes de 7 Up. Cette boisson représente 11% du chiffre d'affaires de Polar et 42% de l'ensemble des boissons gazeuses.