

iFi-Latineco 

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

➡ VEILLE-INFOS ◀

AMÉRIQUE LATINE

Agroalimentaire
Agro-industrie



I- Conjoncture

II- Évolution des secteurs

III- Entreprises et marques

N° 15 – Novembre 2004
(2^{ème} quinzaine)

Table des Matières

I. ÉCONOMIE ET POLITIQUE.....	5
ARGENTINE	5
➤ <i>La crise semble s'éloigner</i>	5
BRÉSIL.....	5
➤ <i>Amélioration du contexte macroéconomique</i>	5
CHILI	6
➤ <i>Une vitrine pour le Chili</i>	6
COLOMBIE	6
➤ <i>Forces et faiblesses des PME</i>	6
MEXIQUE.....	6
➤ <i>Déception au Mexique</i>	6
URUGUAY.....	7
➤ <i>Ce que voudrait changer le nouveau gouvernement</i>	7
VENEZUELA.....	7
➤ <i>Forte croissance économique</i>	7
II. ÉVOLUTION DES SECTEURS.....	8
PANORAMA.....	8
ARGENTINE	8
➤ <i>Hausse des exportations agroalimentaires</i>	8
➤ <i>Plantation record de soja</i>	8
➤ <i>Le secteur agroalimentaire s'organise</i>	8
CHILI	9
➤ <i>Hausse des exportations d'aliments</i>	9
➤ <i>Hausse des ventes des restaurants</i>	9
COLOMBIE	9
➤ <i>Développement des appellations d'origine</i>	9
PÉROU	10
➤ <i>Hausse des exportations de produits alimentaires</i>	10
➤ <i>... en particulier de surgelés</i>	10
➤ <i>Hausse des importations de maïs</i>	10
➤ <i>Les pâtes gagnent du terrain</i>	10
URUGUAY.....	11
➤ <i>Baisse des exportations de laine</i>	11
VIANDE : BŒUF, VOLAILLE.....	12
ARGENTINE	12
➤ <i>Hausse des exportations de viande bovine</i>	12
➤ <i>... et de volaille</i>	12
BRÉSIL.....	13
➤ <i>Énorme succès de la viande bovine</i>	13
➤ <i>Hausse des exportations de poulet</i>	13
CHILI	13
➤ <i>Hausse des exportations de viande</i>	13
COLOMBIE	14
➤ <i>L'industrie du poulet menacée</i>	14
PÉROU	14

➤ Expansion des marchands de poulet.....	14
PRODUITS LAITIERS.....	15
ARGENTINE	15
➤ Reprise des exportations de lait.....	15
➤ Hausse des ventes nationales de lait écrémé.....	15
BRÉSIL.....	15
➤ Hausse des exportations de produits laitiers.....	15
➤ Stop à la confusion des produits !.....	16
CHILI.....	16
➤ Le lait : un marché compétitif ?.....	16
VENEZUELA.....	16
➤ Aggravation de la pénurie de lait en poudre.....	16
FRUITS ET LEGUMES FRAIS.....	17
ARGENTINE	17
➤ Les fruits en crise.....	17
CHILI.....	17
➤ Caractéristiques du secteur des fruits frais.....	17
PÉROU.....	17
➤ Hausse des exportations d'agrumes.....	17
➤ ... de mangues.....	18
➤ ... et d'olives.....	18
➤ Des melons et pastèques aux États Unis.....	18
BOISSONS ALCOOLISEES.....	19
ARGENTINE	19
➤ Programmation des exportations de vin.....	19
➤ Champagne : la star des fêtes de fin d'année.....	19
BOISSONS SANS ALCOOL.....	20
PÉROU.....	20
➤ Succès des BRSA instantanées.....	20
PRODUITS SUCRÉS ET PANIFICATION.....	21
ARGENTINE	21
➤ Fin de la crise du miel.....	21
PÉROU.....	21
➤ Succès du nougat.....	21
➤ Hausse du prix du sucre.....	21
ÉPICERIE.....	22
ARGENTINE	22
➤ La peur de l'ail chinois.....	22
COLOMBIE.....	22
➤ Hausse du prix du café.....	22
PÉROU.....	23
➤ Hausse des exportations de cafés spéciaux.....	23
PRODUITS DE LA MER.....	24
CHILI.....	24
➤ Hausse des exportations de saumon et truite.....	24
PÉROU.....	24
➤ Croissance de l'industrie de la pêche.....	24
➤ L'invasion asiatique.....	24
III. ENTREPRISES ET MARQUES.....	25
ARGENTINE	25
➤ CCU transforme son usine de Salta.....	25

➤	<i>Hausse des bénéfiques de Molinos Río de la Plata</i>	25
➤	<i>San Carlos bientôt racheté</i>	25
BRÉSIL	26
➤	<i>Pepsico reprend ses biscuits apéritifs</i>	26
➤	<i>Bonne santé de Perdigão</i>	26
➤	<i>Iguaçu s'étend en Espagne</i>	26
CHILI	27
➤	<i>Optimisme de Viña Santa Helena</i>	27
➤	<i>Une nouvelle boisson à l'eau de vie</i>	27
➤	<i>Aproleche Osorno investit dans le fromage</i>	27
➤	<i>Alliance Fonterra/Nestlé</i>	27
➤	<i>Telepizza s'agrandit</i>	28
➤	<i>Maigas se renforce et se prépare à exporter</i>	28
➤	<i>Cermaq, bientôt leader du saumon ?</i>	28
COLOMBIE	29
➤	<i>Incauca se restructure</i>	29
➤	<i>Alianza Team vise l'international</i>	29
➤	<i>... tout comme Inversiones Nacional de Chocolates</i>	29
MEXIQUE	30
➤	<i>Grupo Modelo change de stratégie</i>	30
➤	<i>Bons résultats de Femsá</i>	30
➤	<i>... et de Bimbo</i>	30
PÉROU	31
➤	<i>La guerre AmBev/Backus se poursuit</i>	31
➤	<i>Investissements de Grupo Fierro</i>	31
➤	<i>M&M / Mars, à la recherche de partenaires</i>	31
URUGUAY	32
➤	<i>La filiale de Parmalat enfin rachetée !</i>	32
VENEZUELA	32
➤	<i>Pepsi mise sur le base-ball</i>	32
➤	<i>Les bières douces gagnent du terrain</i>	32
➤	<i>La plateforme de Parmalat</i>	33
➤	<i>Retour aux sources du café chez Nestlé</i>	33

Source : iFi - BM - FMI - OCDE...	Spread Souv.	PIB Mds\$			PIB %			Pop.M	Inflation %			Solde commercial (Mds \$)		Réerves internat (Mds \$)		Dette ext. (Mds \$)	Change/\$ (*taux officiel)		Chômage %
		2004	2002	2003	2004 (p)	2002	2003		2004 (p)	2004	2002	2003	2004 (p)	2004	2003		12/03	08/04	
Argentine	5 280	86	129,71	140	-11,0	7,3	7,8	38,9	41,0	13,4	6,5	11,3	15,5	27,0	18,8	157,92	2,98	2,95	12,0
Brésil	424	455	497,8	544,6	1,9	0,1	5,2	180	12,5	14,8	7,1	34,1	24,8	43,6	53,0	203,2	3,1	2,95	10,9
Chili	75	66,4	72,05	85	2,1	3,2	5,7	15,5	2,8	2,8	2,9	7,5	3,0	15,4	15,98	43,75	636,0	593	9,7
Colombie	610	81,2	96,15	Nd	1,5	3,4	3,9	44,5	9,0	6,5	5,7	0,3	0,2	8,6	10,9	37,8	2 500,0	2 771,5	13,4
Équateur	815	24,5	28,96	30,65	3,3	2,5	5,0	13,0	9,8	7,9	2,97	-6,2	Nd	1,8	1,56	11,0	1,0	1,0	6,6
Mexique	180	637,3	626,8	634	1,1	1,2	4,0	104	5,8	3,98	4,5	-6,0	-5,7	40,8	45,0	163	11,65	11,15	3,3
Pérou	395	56,7	61,0	62,6	5,0	3,8	4,2	27,2	1,5	2,39	3,5	2,0	0,7	9,7	12,17	30,0	3,4	3,47	9,4
Uruguay	413	12,3	11,5	Nd	-11,0	1,0	9,0	3,4	25,94	19,4	10,0	-0,2	0,0	2,5	2,01	12,4	26,7	29,5	13,6
Venezuela	550	99	92,55	98,5	-8,9	-9,5	12,0	25,5	22,4	31,1	16,0	14,7	14,8	14,8	23,0	25,0	1 920	1 600	16,0

➤ **Indicateurs économiques**

I. Économie et politique

Argentine

➤ La crise semble s'éloigner

Peinant à sortir de sa plus profonde crise économique et de sa situation de *default*, l'**Argentine** semble avoir retrouvé un peu ses esprits et ses espoirs. Il est vrai que le pays a bénéficié de conditions spéciales concernant les marchés mondiaux du soja et d'autres produits grâce à la dévaluation du peso.

À ce contexte s'ajoute la reprise de la consommation interne, ce qui permet de prévoir une croissance économique de plus de 7% en 2004. Au total, pour compléter le panorama idéal permettant d'augmenter les flux des investissements directs étrangers, les capitaux réclament, aussi, davantage de sécurité juridique, la réduction des formalités administratives, un traitement légal équitable et un climat politique stable.

Brésil

➤ Amélioration du contexte macroéconomique

Passé l'état de grâce prolongé de Lula da Silva, le **Brésil** a réussi à maintenir le cap, malgré la mise en place de politiques monétaire orthodoxe et fiscale rigoureuse qui en ont mécontenté plus d'un, surtout venant d'un gouvernement de « gauche ». Mais c'est grâce à ce compromis que le pays a réussi à améliorer le contexte macroéconomique aidé par la consommation interne et surtout, par le *boom* de ses exportations : soja, avions, minerais de fer, véhicules, viande...

Pour éviter les poussées inflationnistes, les autorités ont réajusté le taux de base à la hausse, suscitant les critiques des partisans d'une politique tournée vers le développement qui s'opposent aux « monétaristes ». La position du gouvernement est encore plus nette avec le récent remplacement de Carlos Lessa, représentant du premier courant, à la présidence du puissant BNDES.

Chili

➤ Une vitrine pour le Chili

L'accueil de la réunion de l'APEC a permis au Chili de réunir les Présidents des pays membres qui vont des États-Unis à la Corée, en passant par la Chine, le Japon, le Mexique, l'Indonésie...

Ce fut l'occasion idéale pour montrer au monde entier les réussites du pays depuis un certain nombre d'années qui devraient se confirmer par une croissance d'environ 5% en 2004 et autant en 2005.

Colombie

➤ Forces et faiblesses des PME

Selon l'Anif, les PME colombiennes doivent faire face à 3 difficultés majeures : les formalités administratives, l'accès au crédit et l'adoption de nouvelles technologies.

Le nombre de démarches et le délai pour la création d'entreprises sont des facteurs dissuasifs pour tout projet ou activité en cours. Ainsi, pour faciliter les formalités concernant les exportations, le gouvernement vient de les simplifier en créant un seul guichet regroupant les différentes formalités auprès de 12 administrations.

L'insuffisance de connaissance et d'équipements ayant trait à la technologie est très révélatrice : selon **Conectividad** et le **Dane**, seulement 39% des 431 000 PME/PMI recensées officiellement dans le pays dispose d'un ordinateur, dont 23% a un accès à Internet et 17% tient une comptabilité.

Mexique

➤ Déception au Mexique

Exaltés par l'interruption de 71 années consécutives de gouvernement du PRI par l'élection de **Vicente Fox**, les Mexicains semblent maintenant déçus par un bilan plutôt modeste après ses 4 années à la tête du pays.

Les besoins de réformes urgentes dans des domaines clés comme l'énergie, la fiscalité, le travail... ne parviennent pas à aboutir. Dans le contexte actuel, le Mexique connaît une période singulière car, d'une part, géographiquement et économiquement trop près des États-Unis, le pays est lié à l'évolution des indicateurs de son voisin.

D'autre part, le Mexique bénéficie actuellement de deux mannes qui sont la hausse du prix du pétrole et les transferts d'argent des émigrés qui pourraient frôler les 15 milliards de dollars en 2004, soit plus que les revenus du tourisme et presque autant que ceux du pétrole !

Uruguay

➤ **Ce que voudrait changer le nouveau gouvernement**

Le Président élu, **Tabaré Vázquez**, a promis des changements profonds dans la politique du pays, qui devraient être lancés dès le 1er mars 2005 -date de son entrée en fonctions- portant sur les thèmes suivants :

- Pauvreté : un plan d'urgence sera mis en place pour aider 1 million d'Uruguayens vivant en-dessous du seuil de pauvreté. **Rappel** : la population totale du pays est de 3,2 millions de personnes.
- Mercosur : la consolidation des liens avec les pays membres du bloc (Argentine, Brésil et Paraguay, plus le Chili et la Bolivie en tant que pays associés) sera une priorité stratégique.
- Investissements étrangers : ils seront traités sur la même base que les investissements nationaux.
- Dette externe : elle atteint 13 milliards de dollars, soit 106% du PIB national, dont la moitié a été l'objet d'un rééchelonnement.
- Services publics : la concession des services publics sera faite sur une base de conditions établies clairement pour les investissements et les prestations.

Venezuela

➤ **Forte croissance économique**

Au Venezuela, **Hugo Chávez** exulte car non seulement il a été confirmé à la Présidence du pays par un houleux referendum, mais aussi par la hausse du prix du pétrole qui lui permet d'engranger des dollars et de les dépenser un peu démagogiquement sans grand effort.

Ainsi, après une chute vertigineuse de l'activité économique entre 2002 et 2003, le pays se prépare à enregistrer une croissance du PIB de plus de 12% en 2004, soit la plus forte d'Amérique Latine.

II. Évolution des secteurs

PANORAMA

Argentine

➤ Hausse des exportations agroalimentaires

Selon le Senasa, au cours des 9 premiers mois de l'année, les exportations agroalimentaires ont crû de **10%** en valeur à **1,897 milliard de dollars** et de **7%** en volume à **8 238 126 tonnes** par rapport à la même période 2003. Les principales destinations de ces exportations ont été le **Brésil** (4,6 millions de tonnes pour 975 millions de dollars), le **Chili** (1,3 million de tonnes pour 278 millions de dollars), le **Pérou** (924 362 tonnes pour 145,5 millions de dollars) et le **Venezuela** (187 044 tonnes pour 156,5 millions de dollars).

➤ Plantation record de soja

Cette année, **14,2 millions d'hectares** seront destinés à la culture de **soja** et pourront, si les conditions climatiques sont favorables, en produire **38 millions de tonnes**, contre 32 millions en 2003. En outre, une épidémie de « **roya** », aussi présente en Argentine, s'est développée aux États Unis, faisant ainsi monter les prix sur le marché international. D'où une année 2005 qui s'annonce sous de bons auspices pour les producteurs argentins...

➤ Le secteur agroalimentaire s'organise

Près de 20 chambres de commerce se sont unies pour créer la **Chaîne Agro-industrielle Argentine**, qui a pour but de promouvoir le secteur en tant que **moteur** essentiel de l'économie et, donc, de négocier avec le Gouvernement afin de mieux le positionner.

À noter : l'agro-industrie représente **45%** de la production et **56%** des exportations de biens du pays.

Chili

➤ Hausse des exportations d'aliments

Entre janvier et septembre 2004, les exportations d'aliments industrialisés ont progressé de **26%** en valeur à **757 millions de dollars** et de **10%** en volume à **523 427 tonnes** comparé à la même période 2003.

Par type d'aliments, les **fruits** et **légumes surgelés** ont été les plus exportés avec une hausse de 44% en valeur à 120 millions de dollars et de 24% en volume à 79 570 tonnes, suivis des **produits en poudre** (91 043 tonnes pour 185 millions de dollars) et des **conserves** (181 173 tonnes pour 158 millions de dollars).

Cette année, les prévisions tablent sur des exportations d'aliments supérieures à **1 milliard de dollars**.

➤ Hausse des ventes des restaurants

Selon la Chambre Nationale du Commerce chilienne, au 3^{ème} trimestre 2004, le chiffre d'affaires des restaurants a augmenté de 3,2% comparé au même trimestre 2003 grâce à la reprise de confiance des consommateurs.

Ainsi, en septembre, le secteur de la gastronomie a légèrement progressé de 1,6% par rapport à 2003.

Colombie

➤ Développement des appellations d'origine

Le concept des appellations d'origine contrôlée commence à se développer dans le pays, dans le but de pénétrer de nouveaux marchés et d'obtenir de meilleurs prix pour les produits agricoles. En effet, de nombreux produits comportent la mention « authentique produit X » alors qu'aucune garantie ne le prouve.

De plus, ce manque de reconnaissance des produits conduit à l'utilisation inopportune de certains noms géographiques, parfois enregistrés par des tiers en guise de marque.

Pérou

➤ Hausse des exportations de produits alimentaires...

Selon l'Association des Agro-exportateurs, en octobre 2004, les exportations de produits alimentaires ont dépassé les chiffres d'octobre 2003. Donc, cette année, elles devraient atteindre **2 milliards de dollars**, rien que pour les fruits et légumes et le café.

➤ ... en particulier de surgelés

Depuis janvier, les **surgelés** sont en pleine expansion grâce l'introduction de nouveaux produits sur le marché. Les plus prisés au niveau mondial sont les **artichauts**, les **mangues** et les **avocats**.

Pour ce qui est des **artichauts**, 10% d'entre eux sont exportés sous forme de surgelés, contre 90% sous forme de conserves, rapportant ainsi **5 millions de dollars**.

De plus, selon Prompex, au 1^{er} semestre 2004, les exportations d'**asperges** congelées ont atteint **6,2 millions de dollars**, soit 10% des exportations totales de ce légume.

Enfin, les exportations de **mangues** congelées ont crû, en moyenne, de **25%** par an. Entre décembre 2004 et mars 2005, les producteurs prévoient d'exporter le double qu'en 2003/2004, dont l'Europe est cliente à hauteur de 80%.

➤ Hausse des importations de maïs

Selon l'Association Péruvienne d'Aviculture, en octobre, les importations de **maïs jaune dur** ont crû de 12% comparé à octobre 2003 à **130 millions de dollars**, à cause de la hausse des prix internationaux de 30% dû aux conditions climatiques, à la baisse des rendements et la hausse des coûts de transport.

➤ Les pâtes gagnent du terrain

Au 2nd semestre 2004, la demande de **pâtes** ne cesse de croître grâce aux ventes de produits économiques. Selon Métrica, au 1^{er} semestre, la demande a progressé de **7,2%** comparé au même semestre 2003, à la recherche constante de produits de qualité à bas prix. Bien que les ventes de **paquets** de pâtes représentent **80% du marché**, les ventes **en vrac** sont de plus en plus recherchées par les consommateurs péruviens, représentant **entre 10% et 15% du marché**.

À noter : le marché des pâtes génère **178,89 millions de dollars par an**, soit **250 000tn**.

Uruguay

➤ **Baisse des exportations de laine**

Selon le Secrétaire Uruguayen de la Laine, durant la saison qui s'achevait le 31 octobre, les exportations de **laine** ont chuté de 8% comparé à la saison 2003 à 188,6 millions de dollars.

Les produits les plus exportés ont été la laine **lavée et peignée**, concentrant **58,9%** des exportations, en recul de 13,7% à **22,8 millions de kilos**. Toutefois, les ventes de **fils de laine** et de **laine sale** ont progressé, respectivement, de 38,4% et 10,3%.

Les principaux acheteurs ont été la Chine à hauteur de 27,5%, l'Italie (16,3%), l'Allemagne (10,5%), le Mexique et les États Unis.

VIANDE : BŒUF, VOLAILLE

Argentine

➤ Hausse des exportations de viande bovine...

Selon le Senasa, entre janvier et octobre 2004, les exportations de viande **bovine** ont atteint **846,94 millions de dollars**, soit **377 497 tonnes**.

L'**Europe** a acheté 24 309 tonnes de viande **fraîche** pour 175 millions de dollars (+13% en valeur par rapport à la même période 2003), l'**Allemagne** représentant 13 986 tonnes, et la **Russie** a importé 65 761 tonnes de viande **industrialisée** pour 100 millions de dollars.

Ces chiffres dépassent déjà ceux de l'ensemble de 2003, où 379 366 tonnes avaient été exportées pour 694,02 millions de dollars.

À noter : en, décembre, l'Union Européenne pourrait lever ses restrictions qui pèsent sur le bétail originaire des provinces du **Chaco**, de **Formosa**, de **Jujuy** et de **Salta**.

➤ ... et de volaille

Selon le Senasa, entre janvier et octobre 2004, les exportations de viande de **volaille** ont atteint **40 millions de dollars**.

De ce total, les exportations de viande **fraîche** ont crû de 46% comparé à la même période 2003 à **34,4 millions de dollars** et celles de viande **industrialisée** de 30% à **6,4 millions de dollars**.

Les destinations principales de la viande fraîche ont été le Chili et l'Arabie Saoudite.

Brésil

➤ Énorme succès de la viande bovine

L'expansion du secteur de la viande bovine brésilienne sur le marché international montre la complémentarité de la production primaire et de l'industrie. En effet, en 1978, le pays **importait** 280 000 tonnes de viande, alors qu'en 2004, il en est devenu le **1^{er} exportateur mondial** avec une prévision de **1,4 million de tonnes** d'ici la fin de l'année.

De plus, la consommation nationale (sur un marché de 180 millions d'habitants) a grimpé de 27kg par personne et par an à 37kg.

Par conséquent, le défi du secteur est de mettre en place un programme de traçabilité globale et d'ajouter de la valeur au produit pour obtenir de meilleurs prix.

➤ Hausse des exportations de poulet

En octobre 2004, les exportations de viande de **poulet** ont augmenté de **44%** par rapport à 2003 à **217,8 millions de dollars**. Entre janvier et octobre, elles ont crû de 47% comparé à la même période 2003 à 2,14 milliards de dollars.

Cette année, elles devraient atteindre **2,4 millions de tonnes** pour **2,5 milliards de dollars**.

Chili

➤ Hausse des exportations de viande

Selon l'Odepa, entre janvier et septembre 2004, les exportations de viande ont crû de **71%** en valeur à **278 millions de dollars** et de **45%** en volume à **111 379 tonnes** comparé à la même période 2003.

La viande **porcine** a été le produit le plus exporté en regroupant **61,2%** des exportations de viande, soit **170 millions de dollars**, suivie de la viande **aviaire** avec **23,7%** (66 millions de dollars), de la viande **ovine** avec **6,8%** (19 millions de dollars) et de la viande **bovine** avec **4,8%** (13 millions de dollars).

Les principales destinations de ces exportations ont été le Japon (46%), le Mexique (16%), la Corée du sud (13%) ; le Royaume-Uni (5%), et l'Allemagne (5%).

À noter : le marché de la viande **blanche** génère **350 millions de dollars** par an. Ces 7 dernières années, le secteur avicole a investi 550 millions de dollars dans l'expansion de sa chaîne.

Colombie

➤ L'industrie du poulet menacée

Actuellement, l'industrie du **poulet** rencontre de sérieux problèmes tels que la **concurrence déloyale**, la **contrebande** et les **grosses différences de prix**.

En effet, dans la rue, il est possible d'acheter un morceau de poulet pour 0,39 dollars, boisson comprise parfois, ou encore un poulet entier agrémenté de pommes de terre, etc pour 2,72 dollars.

De plus, 85% des restaurants spécialisés dans la vente de ce type de viande sont illégaux et portent préjudice aux grandes chaînes telles que **KFC** et **Frisby**.

Enfin, le secteur doit faire face à la contrebande **technique** puisque les poulets et oies sont gavés avec des matières premières en provenance du Venezuela qui ne sont pas taxées.

Bien que la Colombie soit **l'un des plus petits consommateurs de poulet** de toute l'Amérique Latine, cela prouve que le secteur du poulet est devenu très attractif.

À noter : le marché du poulet génère habituellement **778,21 millions de dollars** par an.

Pérou

➤ Expansion des marchands de poulet

Selon Proexpansión, **1 200** vendeurs de poulet se côtoient à **Lima**, surtout dans les quartiers Nord, Est et du centre de la ville. Dans la capitale, 1 personne sur 3 mange du poulet tous les 5 jours.

Ainsi, en raison de la forte demande de volaille, le nombre de points de vente dans ce secteur devrait grimper de **20%** en 2005, sachant qu'ils ne cibleront plus les segments A et B des habitants de Lima, mais les **C** et **D**.

PRODUITS LAITIERS

Argentine

➤ Reprise des exportations de lait

Au 1^{er} semestre 2004, les exportations de lait de la province de Córdoba ont **triplé** par rapport à la même période 2003 à **60,9 millions de dollars**. Cette année, les prévisions tablent sur une hausse de la production de lait de **17%** comparé à 2003.

➤ Hausse des ventes nationales de lait écrémé

Selon ACNielsen, en octobre dernier, la consommation de **lait écrémé** a progressé de **16%** comparé à 2003, même si, malgré tout, le lait **entier** domine le marché. Entre janvier et octobre 2004, 62% des ventes correspondait au lait entier, contre 38% pour le lait écrémé.

L'étude montre également que 70% des achats effectués représentent le lait **frais** et les 30% restant le lait **longue conservation**. De plus, 39% des Argentins achètent le lait dans les supermarchés et 28% dans les libres-services, en hausse de 5% comparé à octobre 2003.

Concernant les emballages, les **sachets** de lait sont les plus vendus dans les libres-services et petits magasins et les **Tetra Brik** dans les supermarchés.

Brésil

➤ Hausse des exportations de produits laitiers

Entre janvier et octobre 2004, les exportations de produits laitiers ont crû de **102,5%** en valeur à **68,6 millions de dollars** et de **61,7%** en volume à **50,3 millions de tonnes** comparé à la même période 2003.

Le principal produit exporté a été le lait **en poudre** pour 5,3 millions de dollars, principalement à destination de l'Algérie, du Venezuela et du Chili. Le 2nd produit le plus exporté a été le lait **concentré** avec 3,8 millions de dollars.

Conjointement, ces 2 types de lait ont concentré **80%** des exportations totales de produits laitiers.

➤ Stop à la confusion des produits !

Le Ministère de l'Agriculture est actuellement en train d'étudier les modifications à apporter aux **emballages** du lait et des yaourts du pays à cause de leur ressemblance au véritable produit.

En effet, depuis quelques temps, les consommateurs brésiliens confondent, par exemple, des boissons à base de lait avec le lait lui-même à cause de leur position dans le rayon ou leur nom similaires.

Ainsi, en vue de mettre un frein à cela, le Gouvernement prévoit d'imposer l'inscription d'un **label de qualité sur toutes les boissons à base de lait**, qui ne comporteraient plus l'appellation « longue conservation » et devraient contenir au moins 2% de protéines.

Chili

➤ Le lait : un marché compétitif ?

Actuellement, le Chili dispose d'un véritable potentiel pour devenir exportateur de produits laitiers car, à long terme, ces exportations lui rapporteraient **500 millions de dollars**.

Pour atteindre cet objectif, le pays doit rendre son industrie plus **compétitive** en investissant dans l'amélioration de ses processus de production, en s'ouvrant à de nouveaux marchés et en développant la technologie et la recherche.

D'ailleurs, l'ouverture de la **Chine** comme marché pour le lait serait une manne pour le Chili. Il est donc essentiel que le secteur laitier se modernise.

À noter : en 2004, le secteur du lait devrait croître de **10%**.

Venezuela

➤ Aggravation de la pénurie de lait en poudre

Les Vénézuéliens ont de plus en plus du mal pour s'approvisionner en lait en poudre au prix fixé par le Gouvernement.

En effet, depuis l'instauration d'un système de contrôle des prix du panier alimentaire de base, les commerçants ne proposent plus que du lait **non réglementé** et donc nettement **plus cher**, avec un choix très **restreint**. Selon le Bulletin Officiel, un kilo de lait en poudre coûte 2,52 dollars en boîte et 2,21 dollars en vrac, alors que le lait en poudre non réglementé coûte entre 3,46 et 5 dollars le kilo.

FRUITS ET LEGUMES FRAIS

Argentine

➤ Les fruits en crise

Selon le Trésor Public, le secteur des fruits et légumes subit une fuite de revenus de **90%**, soit **16,95 millions de dollars** par an, car beaucoup de cultures sont illégales. Ainsi, les producteurs ne paient pas d'impôts.

Par ailleurs, à la fin de la saison 2004, les producteurs de **Coronda** (sud de Santa Fe) ont jeté **3 tonnes de fraises** car ils n'ont pas trouvé de marché où les commercialiser. En effet, les bonnes conditions météorologiques ont favorisé la pousse des fraises, menant ainsi à la **surproduction**.

Chili

➤ Caractéristiques du secteur des fruits frais

Le Chili est actuellement le **3^{ème} exportateur mondial de fruits frais** et vend la majeure partie de sa production à 70 pays, sachant que les **États Unis** représentent **53%** de ces exportations. Le pays n'exclue pas de pénétrer les marchés **chinois** et **indien**.

Pérou

➤ Hausse des exportations d'agrumes...

Cette année, les exportations d'**agrumes** devraient grimper de **60%** comparé à 2003. Selon Aduanas, entre janvier et septembre, **19 000 tonnes** de ce produit ont été envoyées, dont **65%** de **mandarines** (15 422 tonnes pour 10 millions de dollars), **2%** d'**oranges** et **1%** de **citrons**.

À noter : en 2007, le Pérou espère reprendre ses exportations d'agrumes à destination des États Unis via l'éventuelle signature d'un traité de libre commerce.

➤ **... de mangues...**

Pour la récolte novembre 2004-mars 2005, l'Association Péruvienne des Producteurs et Exportateurs de Mangues prévoit d'exporter **63 000 tonnes** de mangues **fraîches**, soit **20%** de plus qu'en novembre 2003-mars 2004, vers les **États Unis**, le **Canada**, la **Hollande** et la **France**.

Selon Aduanas, entre janvier et octobre 2004, les exportations de mangues fraîches ont atteint **45 000 tonnes** pour **30 millions de dollars**.

À noter : durant la saison 2003-2004, les 3 variétés les plus vendues ont été les mangues **Kent** (80), **Tommy Atkins** (11%) et **Heden** (8%). Depuis début novembre, le Pérou a débuté ses exportations vers le **Mexique** et projette, d'ici 2 ans, de le faire vers le **Japon**.

➤ **... et d'olives**

Selon l'Adex, entre janvier et octobre, les exportations d'**olives** ont progressé de **70%** par rapport à la même période 2003 à **9,33 millions de dollars**.

Le **Brésil** et les **États Unis** en ont été les principaux importateurs. Les envois d'olives **en conserve** ont représenté 80% des exportations totales d'olives et ont crû de 50% en octobre.

➤ **Des melons et pastèques aux États Unis**

Le Pérou peut désormais exporter ses **melons** et **pastèques** en Amérique du nord depuis que l'autorité phytosanitaire des États Unis (APHIS USDA) a donné son accord concernant l'import de **cucurbitacées**.

BOISSONS ALCOOLISEES

Argentine

➤ Programmation des exportations de vin

La Corporación Vitivinícola Argentina va se charger de la mise en œuvre d'un plan stratégique vitivinicole, ayant pour but que les exportations du secteur atteignent **2 milliards de dollars** d'ici 16 ans.

Ainsi, ce plan inclut une taxe de 0,00168 peso par litre de vin produit que les caves devront payer et qui, en 2007, pourrait croître à 0,00338 pesos, générant donc 5,42 millions de dollars. Ce montant servira à promouvoir les vins argentins à l'étranger et dans le pays, ainsi qu'à apporter une assistance technique aux producteurs.

➤ Champagne : la star des fêtes de fin d'année

Le **champagne** est la boisson la plus prisée par les Argentins pour trinquer durant les fêtes de fin d'année. Selon ACNielsen, dans le bimestre décembre-janvier, les ventes de ce type de boissons sont **4 fois supérieures** à celles réalisées au cours du semestre février-juillet.

De plus, **73,5%** des ventes de champagne sont effectuées dans les **supermarchés**. Toutefois, en juin/juillet, les achats de champagne se font davantage dans les supérettes qui concentrent 9,6% de parts de marché durant la période et dans les libres-services qui représentent 16,9% des ventes.

Durant les fêtes de fin d'année, **34%** des points de vente du pays commercialise du champagne, en particulier dans le **grand Buenos Aires** qui en constitue le plus gros consommateur en concentrant 53% des ventes.

BOISSONS SANS ALCOOL

Pérou

➤ Succès des BRSA instantanées

Depuis le mois de septembre, les ventes de BRSA instantanées semblent reprendre en termes de volume en raison de l'été austral. Cette tendance devrait durer jusqu'en avril 2005.

En effet, ce type de boissons remporte un vif succès, faisant ainsi concurrence aux **boissons gazeuses** via l'introduction de produits de meilleur rendement et à bas prix. Les marques phares de BRSA instantanées sont **Royal (Kraftfood)**, vendue sous emballage de 3 litres, ainsi que **Flash (Corpora Tresmontes)**, qui ne nécessitent pas de sucre.

À noter : - ces produits ciblent une clientèle de **segments C, D et E**, qui représente 82% des habitants de Lima.

- **20 marques** opèrent sur le marché des BRSA, contre 150 sur le marché des boissons gazeuses

- les Péruviens consomment 1,2 milliard de litres par an de boissons gazeuses, contre **360 millions de litres** pour les boissons instantanées.

PRODUITS SUCRÉS ET PANIFICATION

Argentine

➤ Fin de la crise du miel

Suite à la présence de *nitrofurane* détectée dans le miel argentin à destination de l'Angleterre en août 2003, les exportations de ce produit vers l'Europe ont nettement chuté. Entre janvier et septembre 2004, elles ont reculé de **27%** en volume à **47 000 tonnes** et de **33%** en valeur à **98 millions de dollars** comparé à la même période 2003.

Cependant, entre janvier et juillet, les exportations de miel **emballé** ont augmenté de **197%** en volume à **271 tonnes** et de **260%** en valeur à **811 000 dollars** comparé à la même période 2003. Ces exportations-là représentent 2% des exportations totales de miel et sont signe de la **récupération du secteur**. C'est pour cela que les apiculteurs argentins ont décidé d'améliorer la qualité et de trouver davantage de marchés.

À noter : l'Argentine exporte **95%** de sa production de miel.

Pérou

➤ Succès du nougat

Selon l'Aspan, cette année, la production de nougat devrait augmenter de **20%** comparé à 2003 à **1 000 tonnes** grâce à la hausse de la consommation de ce produit, rendue possible par une grande campagne de promotion.

À noter : le pays exporte du nougat en **Bolivie**, en **Équateur** et au **Chili**.

➤ Hausse du prix du sucre

Selon Macroconsult, cette année, la production de **sucre** devrait chuter de **20%** comparé à 2003, provoquant la hausse du prix du sucre. À la mi-novembre, sur le marché de gros de Santa Anita, un sac de 80kg de sucre blanc valait **24,45 dollars**, contre 18,78 dollars en novembre 2003.

D'où l'impact négatif sur les consommateurs finaux et les industries qui utilisent le sucre comme matière première.

À noter : la majeure partie de la production de sucre est destinée au **marché interne** car celui-ci est plus rentable que les exportations, étant donné que le prix du sucre péruvien serait supérieur de 60% au prix international.

ÉPICERIE

Argentine

➤ La peur de l'ail chinois

L'ouverture du marché chinois a mis en alerte les producteurs d'**ail** argentins qui craignent que la production se retrouve menacée à cause des prix moindres proposés par la Chine. Le Secrétaire de l'Agriculture leur a donc promis que des **contrôles sanitaires** seraient imposés en vue de limiter les importations d'aux chinois.

À noter : l'Argentine est le **2nd producteur mondial d'ail**, juste derrière la **Chine**. La province de **Mendoza** en est le **1^{er} producteur national** et exporte 76% de sa production, surtout au Brésil.

Colombie

➤ Hausse du prix du café

Cette année, la période de Noël s'annonce bien pour les exportateurs de café puisqu'une livre de café devrait valoir 1 dollar sur le marché international, sachant que chaque centime de dollars supplémentaire augmente le prix du café entre 2,14 et 2,33 dollars sur le marché national.

Ainsi, à Medellín, un producteur touche 162,11 dollars par sac de café, contre 116,73 dollars auparavant. En décembre, un sac devrait atteindre 167,31 dollars en raison de la pénurie de café de qualité.

À noter : pour la récolte 2003-2004, **11,1 millions de sacs** ont été produits. Les cultivateurs prévoient même de cueillir des grains de café jusqu'en février 2005. Pour la prochaine récolte, 11,5 millions devraient être produits.

Pérou

➤ **Hausse des exportations de cafés spéciaux**

Dans le pays, en 2004, les exportations de cafés **spéciaux** devraient représenter **16,39%** des exportations totales de café, contre 4,09% en 2000.

La production de ce type de café (incluant le café **gourmet** et le café **biologique**) devrait atteindre **59 000 tonnes**.

En outre, **360 000 tonnes** de café **vert** devraient être produites pour **223 millions de dollars**.

À noter : le Pérou dispose de bonnes conditions climatiques et de sols adéquats. Les cultures de caféiers occupent 270 000 hectares.

PRODUITS DE LA MER

Chili

➤ Hausse des exportations de saumon et truite

Entre janvier et septembre 2004, les exportations de **saumons** et de **truites** ont grimpé de **25,7%** en valeur à **1,02 milliard de dollars** et de **26,9%** en volume à **253 138 tonnes** comparé à la même période 2003. En 2005, les prévisions tablent sur une hausse de la demande de 10%, ce qui générerait des revenus supérieurs à **1,35 milliard de dollars**.

Les principaux clients ont été les **États Unis** avec 434 millions de dollars (43% du total) et le **Japon** avec 379 millions de dollars (37%). L'**Europe** a accru ses importations de saumons et truites de 80% à 81 millions de dollars.

À noter : en 2004, l'industrie des **aliments destinés à nourrir les saumons** devrait croître de 10% à 800 000 tonnes pour 640 millions de dollars et, en 2005, de 13% à 900 000 tonnes pour 700 millions de dollars.

Pérou

➤ Croissance de l'industrie de la pêche

Selon le Ministère de la Production, entre janvier et septembre 2004, l'industrie nationale de la pêche a connu une croissance de **49,6%** comparé à la même période 2003 à **1 696 000 tonnes**, dont 1 547 500 tonnes (+61,8%) correspondent à la production de **farine et huile de poisson** et 148 000 tonnes aux **produits de consommation humaine directe** (conserves, surgelés, etc.).

À noter : la flotte péruvienne se compose de 692 navires en acier et de 600 en bois.

➤ L'invasion asiatique

Des investisseurs **coréens** projettent d'implanter une **usine de fabrication de produits surgelés à Piura** et des **Chinois** envisagent d'**acquérir des entreprises locales** afin de ne pas dépendre de tiers et d'avoir un accès direct aux produits de la mer. En effet, la Chine est l'un des principaux importateurs mondiaux de produits de la mer congelés.

À ces raisons s'ajoutent le manque d'infrastructure adéquate du Pérou, ce qui limite le développement du segment des produits surgelés, la bonne rentabilité du secteur et le nécessité de diversifier celui-ci.

III. Entreprises et marques

Argentine

➤ CCU transforme son usine de Salta

Le brasseur chilien, filiale du groupe **Luksic**, a inauguré la 2nde étape de sa nouvelle usine de production de **bière** via sa filiale **CCU Argentina** dans la ville de **Salta**. En effet, CCU (Cervecerías Unidas) a investi **5 millions de dollars** dans la transformation et l'agrandissement de la capacité de production de cette usine.

À noter : dans le pays, la filiale de CCU est le **2nd** producteur de bière avec **15,8% de parts de marché** et possède une autre usine dans la province de **Santa Fe**. Depuis 2000, CCU exporte sa bière de marque **Budweiser** au Brésil, Chili et Paraguay.

Rappel : le brasseur commercialise les marques internationales **Budweiser**, **Corona**, **Guinness**, **Heineken**, **Schneider** et les marques locales **Santa Fe**, **Salta** et **Córdoba Dorada**.

➤ Hausse des bénéfiques de Molinos Río de la Plata

Au 3^{ème} trimestre 2004, le fabricant d'aliments contrôlé par le groupe **Perez Campanc**, a **triplé** ses bénéfiques à **9,89 millions de dollars**, contre 3,29 millions de dollars enregistrés au même trimestre 2003.

Cette hausse spectaculaire est due à l'impact positif de la vente de bouteilles d'huile sur le marché russe.

➤ San Carlos bientôt racheté

L'homme d'affaires **Francisco de Narváez** est sur le point de pénétrer le marché des **abattoirs** via l'acquisition du groupe **San Carlos**. Ce dernier possède une usine de production de viande dans le quartier **Mataderos** de **Buenos Aires** et une seconde dans la commune de **Los Surgentes (Córdoba)**. Sa principale activité est l'industrialisation de la viande sous forme de **plats froids** et de **charcuterie**.

À noter : San Carlos commercialise la marque **Casapueblo**.

Brésil

➤ **Pepsico reprend ses biscuits apéritifs**

La filiale brésilienne fabriquant la ligne de **biscuits salés Elma Chips** a annoncé que ses produits de marque **Festa Snack** devaient impérativement lui être retournés. En effet, 5 lots présentent une erreur sur l'emballage, où il est noté que ces produits ne contiennent pas de gluten.

Cette erreur est grave pour les personnes qui ne tolèrent pas l'ingestion de gluten car cela peut provoquer des coliques abdominales, de fortes diarrhées et des vomissements.

➤ **Bonne santé de Perdigão**

Au 3^{ème} trimestre 2004, le producteur de **viande** a augmenté ses **bénéfices** de 5,4% comparé au même trimestre 2003 à **14,04 millions de dollars**. Entre janvier et septembre, les bénéfices ont grimpé de 310,6% par rapport à la même période 2003 à 73,62 millions de dollars.

En outre, au 3^{ème} trimestre 2004, ses **ventes** ont atteint **355,75 millions de dollars**, contre 351,92 millions de dollars à la même période 2003, et ses **exportations** ont crû de 31,1% à **244,32 millions de dollars**, concentrant 57,8% des ventes totales du groupe.

Cette année, Perdigão prévoit d'accroître ses ventes de **viande congelée** de 10%, ses exportations de 19% et ses ventes de 5,5%, ainsi que d'investir 31,36 millions de dollars.

➤ **Iguaçu s'étend en Espagne**

La **Companhia Iguaçu de Café Solúvel**, dont le siège se trouve dans la ville de Cornélio Procópio, dans l'État du Paraná, a investi **15 millions d'euros** dans l'implantation d'une usine en Espagne, à **Valence**.

Cette dernière pourra produire jusqu'à 3 600 tonnes de café soluble par an.

Chili

➤ Optimisme de Viña Santa Helena

Actuellement, la filiale de **Viña San Pedro**, contrôlée par le groupe **CCU**, exporte **98%** de sa production vers, principalement, le Brésil, les pays nordiques, l'Irlande, le Japon, l'Angleterre et les États Unis. Le prix de vente moyen est de 18,6 dollars la caisse de vin.

En août 2004, les exportations du groupe ont crû de **26%** en volume à plus de **1 million de caisses** et de **31%** en valeur comparé à 2003. Cette année, **Viña Santa Helena** table sur un chiffre d'affaires supérieur à 20 millions de dollars.

À noter : la cave exploite 700 hectares de vignes et vient de lancer sa ligne premium **Cuatro Estaciones**.

➤ Une nouvelle boisson à l'eau de vie

Jürgen Paulmann, propriétaire de la compagnie aérienne Sky Airline et de la société de mise en bouteille **Llacolén**, vient de lancer sur le marché une nouvelle boisson à base de **pisco préparé** (eau de vie).

Entre novembre 2004 et octobre 2005, Paulmann table sur des ventes de 8,7 millions de dollars, soit l'équivalent de 10 millions de bouteilles de 33cl, qui sont commercialisées sous le nom **Pis 12** et **Pis 8** (chiffre indiquant le nombre de degrés d'alcool).

Avec ces ventes, l'homme d'affaires prévoit de contrôler **10% de parts du marché de l'eau de vie** et, à long terme, d'en atteindre 20%.

➤ Aproleche Osorno investit dans le fromage

Les producteurs de lait d'Osorno ont acquis, pour **11,49 millions de dollars**, l'usine de production qui appartenait à la firme suédoise **Arla Foods**.

Cette usine devrait ouvrir ses portes en décembre et sera destinée à fabriquer des **fromages** et du **lait en poudre**. Le but de l'opération est de produire, élaborer, commercialiser et exporter à partir d'un seul et même endroit.

➤ Alliance Fonterra/Nestlé

Fonterra, la firme néo-zélandaise propriétaire du producteur laitier **Soprole**, envisage de créer un partenariat stratégique avec **Nestlé**. Elle attend simplement le feu vert des autorités chiliennes.

À noter : Fonterra représente 20% des exportations totales de lait de la Nouvelle Zélande et est le **6^{ème} producteur mondial de lait**.

Rappel : Soprole est le **leader** de la production chilienne de lait et, cette année, il prévoit d'accroître ses bénéfices de 30% comparé à 2003.

➤ Telepizza s'agrandit

En 2006, la chaîne de **pizzerias** espagnole prévoit d'ouvrir 11 locaux supplémentaires au Chili, en plus des 39 qu'elle possède déjà en Espagne. Avec la vente de 250 000 pizzas par mois, Telepizza envisage d'installer un point de vente à **Antofagasta**. Actuellement, Telepizza détient **45% de parts de marché** et espère croître dans les centres commerciaux.

À noter : au Chili, le groupe facture **15 millions de dollars** par an et table, en 2006, sur un chiffre d'affaires de 20 millions de dollars.

➤ Maigas se renforce et se prépare à exporter

En 2006, le fabricant d'**équipements spécialisé dans la panification et la gastronomie** prévoit de s'étendre au **Pérou**, en **Bolivie** et en **Équateur**. Pour le moment, **Maigas** est déjà présent en **Australie**, au **Canada** et aux **États Unis**, entre autres. En 2003, le groupe a facturé 4,93 millions de dollars et, en 2004, il table sur la hausse de ses ventes de 10%.

De plus, le groupe est en pleine **modernisation** via l'incorporation de technologie, la création d'un département marketing et l'investissement dans la publicité, dans le but de se renforcer au niveau national.

➤ Cermaq, bientôt leader du saumon ?

Actuellement, le producteur de saumon norvégien est le **3^{ème} exportateur chilien** de ce poisson depuis qu'il a racheté 70% du capital de **Salmones Andes** pour **23 millions de dollars**, via sa filiale **Salmones Mainstream**.

Grâce à cette acquisition, le groupe table sur la production de **60 000 tonnes** de saumon par an au Chili. Il espère également se positionner en tant que leader national et mondial des exportations de saumon et, dans ce but, il prévoit de s'agrandir dans le pays.

À noter : au 1^{er} semestre 2004, **Mainstream** a facturé 58 millions de dollars, auxquels s'ajoutent les 14 millions de dollars de Andes.

Colombie

➤ **Incauca se restructure**

Le producteur de **sucre** local prévoit de fusionner ses opérations de production de sucre blanc avec celles de raffinage. L'objectif de cette fusion est de réduire les coûts pour l'entreprise et d'augmenter la productivité et la compétitivité du négoce.

En 2003, la branche raffinerie du groupe a facturé 62,78 millions de dollars et la branche production 120,83 millions de dollars.

À noter : **Incauca** vend du sucre au fabricant de boissons **Postobón**. Le groupe possède également une branche boissons rafraîchissantes et une productrice d'énergie.

➤ **Alianza Team vise l'international...**

Après avoir investi **60 millions de dollars** dans l'amélioration de son infrastructure, dont 15 millions dans l'installation d'une usine géante à **Barranquilla**, **Alianza Team** prévoit de pénétrer de nouveaux marchés.

Actuellement, le groupe, qui produit de **l'huile** et du **beurre**, facture **194,55 millions de dollars** par an dans le pays et exporte ses produits dans 13 pays, notamment au Chili, au Pérou, en Amérique Centrale, au Panama et aux Caraïbes. Cependant, Alianza Team envisage d'exporter également vers les **États Unis**, le **Brésil** et le **Mexique**.

À noter : le groupe importe des **palmes** (légume) d'Équateur. La nouvelle usine aura une capacité de production de **500 tonnes d'huile et de beurre par jour**.

➤ **... tout comme Inversiones Nacional de Chocolates**

Le fabricant de **chocolat** a acquis au **Costa Rica** 2 usines **Galletas Noel**, qui appartenaient à la multinationale suisse **Nestlé**, en vue de couvrir le marché de toute l'Amérique Centrale. Le groupe prévoit d'y investir **5 millions de dollars** dans la transformation et renouvellement de ces usines.

Par ailleurs, il en résulte la création de 3 nouvelles entreprises : **Compañía Nacional de Chocolates Costa Rica** pour la fabrication de **chocolats**, **Compañía de Galletas Noel Costa Rica** pour la fabrication de **biscuits** et **Cordialsa Costa** pour **commercialiser** les produits des 2 usines.

À noter : Nacional de Chocolates prévoit de créer 5 autres Cordialsa au **Panama**, au **Salvador**, au **Nicaragua**, au **Guatemala** et au **Honduras**. Pour l'instant, le groupe exporte pour 150 millions de dollars en Amérique Centrale.

Mexique

➤ Grupo Modelo change de stratégie

Au 3^{ème} trimestre 2004, les ventes totales du **brasseur** ont augmenté de 9,6% à 979,83 millions de dollars et ses exportations ont progressé de 16% à 290 millions de dollars comparé à la même période 2003.

En 2005, Grupo Modelo prévoit d'accroître sa facturation nationale de 4,5% via la **stabilité de ses prix de vente aux consommateurs** et ses exportations de 8%.

Rappel : Grupo Modelo est le **8^{ème} brasseur mondial et 1^{er} au niveau national** avec 63,1% de parts de marché, dont 57,1% au Mexique et 86,2% dans les exportations de bière. Il commercialise les marques **Corona, Modelo Especial, Modelo Light, Victoria, Pacífico, Estrella, Negra Modelo, Montejo** et **León**.

➤ Bons résultats de Femsa...

Au 3^{ème} trimestre 2004, les ventes globales de Femsa, producteur et distributeur de **boissons**, ont progressé de 6,8% comparé au même trimestre 2003 à **2,052 milliards de dollars**. Par branche, **Femsa Cerveza** (bière) a accru son chiffre d'affaires de 4%, **Coca-Cola Femsa** de 3,5%, **Femsa Comercio** de 28,6% et **Femsa Empaques** (emballages) de 6,2%.

Par ailleurs, Femsa a signé des accords avec **Heineken** afin de distribuer ses marques aux États Unis et avec **Coors Brewing Company** pour distribuer la marque **Coors Light** au Mexique.

Rappel : Femsa a racheté 30% de Femsa Cerveza, auparavant détenu par le brasseur belge **Interbrew**, pour 1,245 milliard de dollars.

➤ ... et de Bimbo

Au 3^{ème} trimestre 2004, le **leader de la fabrication de pain** a augmenté ses ventes globales de 4,6% par rapport au même trimestre 2003 à **1,120 milliard de dollars**.

Au Mexique, sa facturation a grimpé de 7,9% grâce à la hausse des prix de sa ligne panification. Cependant, aux États Unis, le chiffre d'affaires de Bimbo a reculé de 0,2% et, dans toute l'Amérique Latine, de 0,6% à cause de la baisse des ventes en Argentine et au Brésil.

Pérou

➤ La guerre AmBev/Backus se poursuit

Depuis que la Justice péruvienne a condamné **AmBev Pérou**, la filiale du brasseur brésilien du même nom, à ne plus utiliser les emballages de **Cervesur**, qui a été reconnue comme propriétaire des bouteilles **Backus**, la guerre des bouteilles ne fait que s'amplifier. Selon Backus, les consommateurs identifient la bouteille au produit et le verdict est tout à fait logique.

Rappel : AmBev a acquis récemment **Embotelladora Rivera** en vue de pénétrer le marché des boissons gazeuses.

➤ Investissements de Grupo Fierro

La filiale industrielle de **Grupo Fierro, Epprisac** (Pesquera Puerto Rico), vient de terminer l'agrandissement de son usine de **Bayóvar**, qui produit de la **farine de poisson** et du **poisson surgelé** et poursuit les travaux de son usine de **Paita**, ce qui permettrait au groupe de produire **70 tonnes de farine par heure**, contre 20 actuellement.

Par ailleurs, le groupe n'écarte pas la possibilité d'intervenir, dans le pays, sur le segment des **conserves**, mais préfère plutôt se concentrer sur le développement de nouvelles variétés de produits **congelés**.

À la mi-novembre, Epprisac a déjà exporté 20 containers vers l'Asie et Fierro a investi 9 millions de dollars dans ses activités de pêche. En 2005, ce dernier envisage d'augmenter son nombre d'usines et de navires.

À noter : cette année, Epprisac table sur un chiffre d'affaires de 25 millions de dollars.

➤ M&M / Mars, à la recherche de partenaires

L'une des plus grosses compagnies mondiale de **chocolats et confiseries** envisage d'établir une alliance commerciale dans le pays avec des sociétés locales, en vue de répondre à l'offre mondiale de **cacao**. En effet, le groupe souhaiterait stabiliser la production mondiale de ce produit et le promouvoir dans la **Région andine**.

En 2005, Mars implanterait donc un siège social à **Lima**, où le projet serait ainsi développé.

À noter : **le Pérou représente 0,4% de la production mondiale de cacao**. Selon Aduanas, entre janvier et septembre 2004, les exportations de chocolat ont atteint 3,3 millions de dollars et celles de fèves de cacao 1,2 million de dollars, principalement à destination des États Unis, de l'Équateur, des Pays-Bas, de la Belgique...

Uruguay

➤ La filiale de Parmalat enfin rachetée !

La filiale uruguayenne de l'italien **Parmalat** a été vendue à l'homme d'affaires **César Campiani**, l'unique candidat au rachat. Toutefois, le Gouvernement italien doit donner son accord pour que la transaction soit effective.

Selon les révélations de l'enquête réalisée par Kroll, la plus grande agence de détectives au monde, la piste de près de 1,2 milliard d'euros, entre autres, détournés par Gianni Grisendi (gérant de Parmalat), pour le compte de son propriétaire, Calisto Tanzi, se perd en Uruguay.

À noter : Parmalat Uruguay doit 30 millions de dollars à 11 banques.

Venezuela

➤ Pepsi mise sur le base-ball

Grâce au lancement de son cola en bouteille bleue et à la promotion de masse de ce dernier, Pepsi a entamé sa plus importante campagne publicitaire de l'année, représentant **40% des investissements annuels** du groupe.

Cette campagne se base sur le base-ball, dont c'est actuellement la saison, afin de cibler un **public jeune** qui assiste aux différents matchs. Ainsi, la boisson qui sera commercialisée durant la période sera le **Pepsi Blue Spice**, en édition limitée de 60cl.

À noter : Pepsi propose des balles de base-ball à collectionner lors de l'achat de ses produits.

➤ Les bières douces gagnent du terrain

Les Vénézuéliens semblent de plus en plus habitués à consommer des bières au goût léger. En effet, celles-ci couvrent **75% de la demande nationale** par le biais, entre autres, des marques **Polar Light, Polar Ice, Vox** et **Solera Light**.

D'ailleurs, la **Solera Light** devrait changer de présentation au profit d'une bouteille de 25cl, qui sera vendue plus chère que les autres (+15% environ), sachant que c'est une bière **premium**.

À noter : le but du fabricant de boissons **Polar** est que la Solera Light atteigne cette année 6% de parts de marché des bières légères.

➤ **La plateforme de Parmalat**

Le Gouvernement italien, qui contrôle le groupe laitier depuis son scandale financier, a décidé que le **Venezuela** serait le pays **pilote** pour la direction des activités du nouveau Parmalat en Amérique Latine.

Parmalat possède des usines de fabrication de **produits laitiers** et de **jus** dans 5 pays latino-américains, sachant que le Venezuela sera le centre des opérations pour le Brésil, la Colombie et d'autres pays des Caraïbes.

➤ **Retour aux sources du café chez Nestlé**

Les Vénézuéliens préfèrent consommer du **café filtré**, préparé à partir de café moulu. Malgré tout, le café **instantané** (en sachet) existe dans le pays depuis 50 ans et a toujours été consommé par les classes sociales **aisées**.

Avec plus de 3 000 machines à café, **Nestlé** envisage de renforcer sa branche café de tradition via la relance de sa ligne **Nescafé Tradición** et la rupture du schéma du consommateur type, achetant à **96%** du café moulu et à **4%** du café soluble.

Nestlé veut donc changer les habitudes de consommation de la population en lui montrant qu'il est possible d'obtenir un excellent café noir de manière simple et rapide.

À noter : **Nescafé** représente **3% de parts de marché** local du café soluble et cible une clientèle âgée de 22 à 35 ans.