

LATINECO

AMÉRIQUE LATINE-MARCHÉS & AFFAIRES

L'ACTUALITÉ ÉCONOMIQUE DES MARCHÉS LATINO-AMÉRICAINS

AOÛT-SEPTEMBRE 2004 - NUMÉRO 89

DEPUIS 1996

Dans ce numéro

➤ Conjoncture	2/4
Indicateurs économiques.....	3
☛ Authentique	4
➤ Finances	5
Qui est le N° 1 des banques?	
Restructuration bancaire en Argentine	
Méga-fusion bancaire en Colombie	
Peu de comptes bancaires uruguayens	
➤ Agroalimentaire	6
L'Argentin Arcor mise sur le Brésil	
Opération glaces en Colombie	
Une usine chilienne pour Nestlé	
Qui produit le meilleur café?	
➤ Distribution	7
La vente d' Almacenes Paris au Chili	
Croissance mexicaine pour C&A	
Alliance Sonae-Unibanco au Brésil	
Peu de shoppings au Pérou	
➤ Énergies	8
Un nouveau gazoduc au Brésil	
Mitsubishi remporte un contrat au Mexique	
Petrobras se renforce en Argentine	
Découvertes pétrolières au Mexique	
➤ Transports	9
Envol du fret aérien en Argentine	
Des signaux d' Indra pour EFE au Chili	
Parc automobile péruvien	
TAM gagne des PDM au Brésil	
➤ Tourisme	10
Davantage d'hôtels argentins	
Le tourisme se développe au Chili	
Trop d'hôtels non déclarés en Colombie	
L'attrait du Brésil	
➤ Télécoms-Médias	11
Televisa se diversifie	
Boom des portables au Venezuela	
América Móvil débarque en Uruguay	
Câble piraté au Brésil	
➤ Industrie	12
Des impayés pour Alstom en Argentine	
L'empire du Colombien Carvajal	
Du cuivre péruvien pour le Suisse Xstrata	
➤ Réponses d'entreprises	13
➤ L'oeil sur	14
➤ Nominations	15

LATINECO, spécialiste de la
veille économique sur
l'Amérique Latine

Latineco, la nouvelle étape d'iFi

De puis 8 ans, **Amérique Latine-Marchés & Affaires** vous apporte une synthèse de la vie des affaires du continent latino-américain.

Après toutes ces années, **iFi-informations & Finances internationales** a décidé d'ajouter **Latineco** à ses mensuels et études, un mot plus proche du monde latin.

Comme vous pouvez le constater, outre le **changement du nom** et la **nouvelle présentation** de la lettre, le nombre de pages et les rubriques augmentent pour développer son contenu et apporter des éléments de réflexion sur les nouveaux enjeux latino-américains.

Dans ce sens, la lettre donnera, le plus souvent possible, la parole à ceux qui ont connu ou connaissent une expérience professionnelle en Amérique Latine. Bref, l'objectif des publications et des études de **Latineco** est de vous rapprocher des problématiques du monde de l'entreprise latino-américaine et de vous apporter des réponses pertinentes et utiles.

La nouvelle étape d'**iFi-Latineco** consiste, également, dans l'incorporation d'un associé, **Nicolas Drouault**, spécialiste en stratégie export et en analyse des marchés latino-américains. Ses compétences et celles que j'ai développées dans le domaine de la veille économique et l'analyse financière sont parfaitement complémentaires et nous permettront d'augmenter et d'améliorer les services que nous vous apportons.

Nous vous remercions de votre confiance et fidélité.

Emilio Jover

Principales sociétés citées: AmBev, IRSA, Banco Suquia, Bisel, Bersa, MasterCard, Sadia, Perdigão, Arcor, Panificadora Moderna, Cargill, Nestlé, Soprole, Sabritas, Almacenes Paris, Sonae, Unibanco, C&A, Carrefour, Walmex, Soriana, Musimundo, Façonnable, Pão de Açúcar, Falabella, Petrobras, Sinopec, ISA, Repsol, TMM, TAM, EFE, Indra, FedEx, Amerian, Mayan Resorts, Four Seasons, Howard Johnson, Televisa, Televisión Azteca, MaXicine, Telcel, Movilnet, Telmex, Alcatel, Alstom, Gerdau, Embraer, Carvajal, MABE, CVRD, Arcelor, CST, Belgo Mineira, Acesita, Sun Coal & Coke, Danone, JFE, América TV, Telefónica Móviles, Cantv, Design Suites, VW, GM, KCS, YPF, Mitsubishi...

Nous vous prions d'excuser l'important retard de l'envoi de la lettre dû à des problèmes liés aux changements de la présentation.

Amérique Latine

Peu de sources de financement et trop d'inégalités

En 2004, les prévisions sur la progression du PIB tablent sur une hausse de 4%. Malgré ce taux respectable, la **Cepal** constate que dans l'ensemble de la Région, il existe toujours une **concentration du volume des crédits, les sociétés de capital-risque sont presque inexistantes, les institutions spécialisées dans le financement de projets de développement se sont affaiblies, le système de fonds de pensions est incomplet ou pas suffisamment étendu...**

Alors qu'aux États-Unis, près de 50% du financement des PME est fourni par le système bancaire, en Amérique Latine cette source ne représente que 2%.

Un autre point négatif pour faciliter le développement est celui de la volatilité des capitaux étrangers, habitués à spéculer en fonction des cycles ou des crises économiques de la Région. Actuellement ces financements représentent un peu moins de 20%, tandis qu'en Asie ils dépassent les 30%.

Selon l'ONU, l'**Amérique Latine reste la Région du monde où les inégalités sociales et économiques sont les plus fortes**. Ainsi, celle-ci ne peut pas aspirer à devenir une région développée si elle ne met pas en route une politique efficace pour combattre les inégalités et la segmentation sociale existante.

☛ Commentaire d'iFi-Latineco

Bien que dans la Région il existe de nombreuses entreprises multinationales, le problème du travail au noir, du sous-emploi et même de l'esclavage persiste et s'aggrave.

Doing Business selon la BM

Selon un rapport de la **Banque Mondiale**, malgré les réformes mises en place dans de nombreux pays d'Amérique Latine afin de **réduire les obstacles pour créer une entreprise**, il reste toujours beaucoup à faire pour faire **respecter les contrats auprès des tribunaux** et pour **assouplir la législation du travail**.

Les réformes préconisées par le rapport visent à la création de conditions favorables à l'emploi, à faire passer l'économie informelle dans le cadre de la loi et à promouvoir la croissance.

- Parmi les 58 pays sur les 145 étudiés, seulement la **Colombie**, le **Nicaragua**, l'**Argentine**, le **Honduras**, la **Bolivie** et le **Brésil** ont renforcé la protection des droits à la propriété.
- Le **Chili** est le seul pays de la Région à figurer dans le 1^{er} quart des pays, où il est facile de faire des affaires. L'**Équateur**, le **Guatemala**, le **Honduras** et le **Venezuela** sont les derniers.
- L'**Argentine**, la **Bolivie** et le **Nicaragua** ont mis en place des réformes visant à réduire le délai pour créer une entreprise. En **Argentine** la durée est passée de 68 à 32 jours, en **Bolivie** de 67 à 59 et au **Nicaragua** de 71 à 45.
- La **Colombie** a cassé le monopole public pour faire respecter les décisions judiciaires réduisant de 30% le temps pour acquitter une dette, par exemple.
- Au **Brésil**, la réforme du système d'information sur les crédits permet d'accéder à certaines informations directement par Internet.
- Les **créanciers** et les **débiteurs** de la Région sont les **moins bien protégés** du point de vue légal par rapport à d'autres régions du monde.

i F i-Latineco

Le spécialiste de l'Amérique Latine et de l'Europe du Sud

CONSEILS ET ÉTUDES ÉCONOMIQUES ET STRATÉGIQUES
FICHES PAYS/SOCIÉTÉS, NEWSLETTERS, VEILLE ÉCONOMIQUE

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
www.latineco.com

Conjoncture

Argentine

Les bons chiffres de 2004

Selon le Président argentin, en 2005 l'économie du pays devrait progresser entre 3% et 4%. La croissance du PIB viendrait consolider la hausse pour 2004, estimée actuellement à 7%.

La confiance de Kirchner est confortée par un excédent primaire de 6% du PIB, bien au dessus de celui du Brésil (4,25% du PIB) et de celui établi par le FMI (3% du PIB).

La projection a été calculé à partir des chiffres du 2S03 par rapport au 01S04 dont le montant avoisine les 7Mds\$ ce qui représente 5,7% du PIB de cette période.

Par ailleurs, avec 33,5Mds\$ d'exportations prévues en 2004 (+13,3%/2003) le Président argentin et son équipe sont plus qu'optimistes.

À noter: Le niveau atteint par l'excédent primaire, pourra-t-il être maintenu de façon durable ? En 2005, l'Argentine devra faire face à des dépenses supplémentaires provoquées par la hausse des retraites et des salaires décrétée en 2004. Dans ce contexte il n'est pas sûr que les rentrées fiscales supplémentaires puissent atteindre le même niveau de celui de 2004 grâce aux bons prix de produits agricoles sur les marchés internationaux, notamment du soja.

Brésil

Signes de reprise

Grâce au rythme des exportations et à l'amélioration de la consommation interne, l'économie est dans la bonne direction: au 2T04, le PIB a crû de 1,25% comparé au 01T04 et de 4,7% par rapport au 2T03. Les résultats du secteur industriel ont tiré la croissance avec une hausse de 7,1% au 2T04 comparé au 2T03.

Dans les mêmes périodes, les secteurs des services et agricole ont grimpé chacun de 3%. Au total, **la croissance prévue pour l'année 2004 oscillerait entre 3,9% et 4,1%**.

Par ailleurs, en juillet, la confiance des investisseurs étrangers s'est manifestée avec l'arrivée de 1,6 milliard de dollars d'IED, soit la plus forte entrée de devises depuis janvier.

Ainsi, depuis le début de l'année, les IED cumulent 5,64Mds\$ et les prévisions tablent sur un total de 12Mds\$ pour l'année 2004 (10,14Mds en 2003 contre 32,7Mds en 2000). En juillet, l'excédent commercial a atteint 3,5 milliards de dollars.

À ce rythme, il est fort possible que le solde pour toute l'année puisse totaliser 30,1Mds\$ selon les vœux du Ministre du Développement, de l'Industrie et du Commerce Extérieur, **Luiz Fernando Furlan**.

INDICATEURS ÉCONOMIQUES

PAYS	Risque pays	PIB Mds\$			PIB Δ %			Pop.M	Inflation %			Solde commercial Mds\$		Réserves internat (Mds\$)		Dettes ext. (Mds\$)	Change/\$ (*tx officiel)		Chôm. %
		août 04	2002	2003	2004 (p)	2002	2003		2004 (p)	2003	2002	2003	2004 (p)	2004	2003		Déc'03	août 04	
Argentine	5 459	86,0	129,7	140	-11,0	8,4	7,0	38,9	41,0	13,4	6,9	2,5	15,5	27,0	18,3	157,9	2,96	2,95	12,0
Brésil	458	455	497,8	nd	1,9	-0,2	4,00	180,0	12,5	14,8	7,25	30,1	26,1	43,6	53,0	213,5	3,1	2,95	12,2
Chili	71,4	66,42	72,05	85,0	2,1	3,3	4,7	15,1	2,8	2,8	2,1	1,4	3,1	15,4	15,98	43,57	636,0	593	9,7
Colombie	603	81,2	96,15	nd	1,5	3,74	3,7	44,5	7,0	7,1	5,7	0,3	-0,1	8,6	10,9	37,8	2 548	2 771	14,7
Équateur	1 180	24,5	28,96	30,65	3,3	2,6	5,0	13,0	9,8	7,9	2,97	-6,2	Nd	1,8	1,25	11,0	1,0	1,0	6,6
Mexique	183	637,3	626,8	625	1,1	1,3	3,7	104,0	5,8	3,98	4,5	-8,8	-5,6	40,8	57,2	170,0	11,55	11,15	3,8
Pérou	388	56,7	61,0	62,6	5,0	3,97	4,2	27,2	1,5	2,39	2,5	-0,2	0,7	9,7	10,9	30,0	3,4	3,5	9,4
Uruguay	497	12,3	11,5	nd	-11,0	2,5	9,0	3,4	25,94	19,4	11,7	-0,9	0,1	2,5	2,4	12,4	28,5	28,8	13,3
Venezuela	629	99,0	92,55	nd	-8,9	-10,4	12,0	23,2	31,2	27,1	25,0	10,6	Nd	14,8	20,8	25,0	2 550*	1 600	17,5

Confirmé à la Présidence du **Venezuela**, **Hugo Chávez** essaye de détendre l'atmosphère politique du pays et profite de la hausse du cours du pétrole. Malgré les prévisions d'une croissance économique en 2004, le pays est loin des niveaux d'il y a 2 ans. Par ailleurs, dans l'étude de la Banque Mondiale, le Venezuela se trouve parmi les derniers pays où le contexte serait le plus favorable pour les affaires. À cette constatation s'ajoute celle de la dégradation du travail : selon l'Institut National de Statistiques, actuellement près de 50% de la population active travaille de façon informelle, sans bénéficier d'aucun avantage et bénéfices sociaux. **Aujourd'hui, le pays est bien loin de l'opinion manifestée dans une enquête de 2000, lorsque 82% de la population était convaincue que le Venezuela était le pays le plus riche du monde.** (*) Le dollar au change officiel est de 1 960 bolivars

Chili

Les revenus stagnent

Selon la **Casen**, entre 1998/2003, les revenus de la classe moyenne ont chuté entre 0,32% et 1,19%. Les chiffres sont significatifs car au cours de la dernière décennie ce segment social s'est accru et représente près de 50% des Chiliens. Le recul des revenus touche les rentes, les salaires, les retraites...

Un foyer qui gagnait 588 480 pesos/mois en 1998, en percevait 568 279 en 2003. **En 5 ans le foyer a donc perdu 20 219 pesos.**

Malgré une croissance moins forte, entre 1998/2003 les secteurs les plus pauvres ont amélioré leurs revenus. Cette amélioration serait due aux aides publiques dans l'éducation et la santé. L'étude montre qu'entre 2000/2003, les pauvres non indigents sont passés de 14,9% à 14,1% soit de 52 300 personnes de moins.

Colombie

Bon rythme de croissance

Entre janvier et juin 2004, le PIB de la Colombie a progressé de 4,12% comparé au même semestre 2003. Depuis la récession de l'année 1999, le pays n'avait pas connu un taux aussi fort.

Rappel : l'évolution du PIB du premier semestre depuis 2001 a été de 2,27%, de 1,24% en 2002, de 3,19% en 2003.

Le principal **moteur** de cette croissance est le secteur de la **construction** qui, dans la période, a enregistré une hausse de 10,29%. L'industrie manufacturière, qui a la plus forte pondération dans la variation du PIB, a progressé de 5,15%.

En revanche, le secteur des **mines**, qui avait grimpé de 9,62% au premier semestre 2003, n'a progressé que de 3,97% au premier semestre 2004.

Dans le même semestre, le secteur **agricole** a avancé de 3,02% en incluant les cultures illicites.

Si dans le calcul les cultures illicites étaient exclues, la variation du secteur agricole atteindrait 5,8%.

Selon le Dane, les cultures non autorisées sont en train de perdre du terrain dans le calcul du PIB. Elles sont passées de 11% à 8% grâce au combat des autorités. Selon une étude, depuis 2 ans, les cultures de coca ont chuté de 30%.

Dans le secteur du commerce, le panorama est assez contrasté : les ventes de véhicules, de fer et d'acier et d'électroménager ont grimpé tandis que les livres, les articles de bureau, la papeterie, les boissons non alcoolisées, les produits de nettoyage et les lubrifiants sont en perte de vitesse.

Mexique

Mécontents de Vicente Fox

Dans un document du **Consejo Coordinador Empresarial-CCE** qui analyse la façon dont le gouvernement actuel gère l'économie, les chefs d'entreprises se déclarent être insatisfaits des résultats des 4 dernières années.

Ils constatent que la croissance économique et la création d'emplois ont été insuffisants, la compétitivité du pays a reculé et les problèmes relatifs à la corruption et à la pauvreté se sont aggravés ! À tous ces aspects négatifs il faudrait ajouter les disputes que se livrent quotidiennement les partis gouvernementaux, le PRI et celui du Maire de la ville de Mexico.

4 ANNÉES DE GOUVERNEMENT FOX		
	2000	2004
Inflation	8,9%	4,4%
Chômage	1,9%	3,48%
IED	14 Mds\$	12 Mds\$
Compétitivité	Rang 33 sur 44 pays	Rang 56 sur 60
Dette	12,6%	12,5%
Réserves internationales	33,5Mds\$	57 Mds\$
Finances publiques	L'objectif est de réduire le déficit à 0%.	



AUTHENTIQUE ! Parmi les plus anciennes entreprises familiales du monde, la **Hacienda Los Lingues**, dédiée à l'élevage de chevaux au Chili, a appartenu sans discontinuité à la famille **Claro Lira** depuis le XVII^{ème} siècle. Cette entreprise ainsi que le fabricant mexicain de tequila **José Cuervo** sont les seules Latino-américaines qui figurent dans le **Family Business**. Dans le palmarès mondial des fortunes créées de façon illégale figurent celles de 3 latino-américains : **Alberto Fujimori**, ancien président du Pérou, **Arnoldo Alemán**, ancien président du Nicaragua et **Jean-Claude Duvalier**, ancien président de Haïti...

Citigroup N° 1 en Amérique Latine

Au 1S04, la plus grande institution financière mondiale a dépassé **JP Morgan** en tant que banque d'investissement dans la Région. Citigroup est intervenue dans la fusion **AmBev/Interbrew** (2,9Mds\$) et dans des émissions de bons (Mexique, Chili) qui lui ont rapporté 82M\$ de commissions. Au 2T04, les revenus générés par les prêts aux entreprises latino-américaines ont crû de 43% par rapport au 2T03 totalisant 660M\$.

Restructurations bancaires en Argentine

Le marché mise sur la cession de la filiale locale de la **Banca Nazionale del Lavoro** (1,2Md\$ d'actifs, 86 agences) au **Banco Hipotecario** (contrôlé par l'État et géré par le groupe **IRSA**). Après de longues tractations, le **Banco Suquia** (Córdoba) serait adjugé au **Banco Macro-Bansud** pour 288M\$. L'opération achoppe sur l'apport de 220M\$ demandé aux autorités qui proposent 60M\$. Par ailleurs, après avoir acquis les banques **Santa Cruz**, **Santa Fe** et **San Juan** l'entrepreneur **Enrique Eskena** serait candidat au rachat des banques **Bersa** et **Bisel**. **Rappel**: ces 2 dernières et le Suquia ont été « abandonnées » par le **Crédit Agricole** en 2002. Certaines sources font état d'une éventuelle cession de la filiale locale de la **Société Générale**...

Le Mexique, champion des fraudes de cartes bancaires

Sur le marché bancaire mexicain les fraudes réalisées avec les cartes bancaires représentent 0,20% du total des paiements soit le double du taux mondial. Le montant annuel des fraudes dans le pays oscille entre 35 et 40 millions de dollars. Selon **Santander Serfin**, 60% des détenteurs de cartes ne la portent pas sur eux par crainte d'être volés et 86% sont au courant des cas de cartes « clonées ». Ainsi, la banque a lancé la carte « blindée » **Santander Black**, assurée contre le vol ou perte. La protection est limitée en cas de clonage ou fraude par Internet. En 2004 Santander Serfin prévoit de distribuer 150 000 cartes et 300 000 au cours des 12 prochains mois.

Par ailleurs, au 2T04, la facturation de **MasterCard** au Mexique a atteint 10Mds\$ soit une progression de 34,5% comparé au même trimestre 2003. Dans la période l'émission de cartes a augmenté de 25,6% totalisant 17,5M d'unités ayant été utilisées dans 103,5M d'opérations.

iRÁPIDOS!

Argentine

MASTERCARD POUR SUPPORTEURS

MasterCard, **Banco Macro-Bansud** et le club de football **Boca Junior's** ont lancé une carte de crédit destinée aux membres et aux supporters du fameux club de la « *bombonera* ». Outre un taux de financement de 23,19% en pesos et de 8% en dollars, la carte permet de financer des abonnements aux matches sur 12 mois sans intérêt.

Brésil

LES NICHES DE GENERALI SEGUROS

Au 1S04, la filiale brésilienne de l'assureur italien a facturé 45M\$. Dans la période, la branche transport international a crû de 11% et l'assurance-vie groupe de 55,7%.

Chili

ASSOCIATION ET VENTE D'ASSURANCES

MetLife a acquis 49,9% du capital de la branche assurance du BancoEstado pour 70M\$ dont 30M\$ ont été déjà versés. L'alliance est prévue pour 20 ans. Par ailleurs, AGF Allianz Chile, 5ème assureur du pays avec 7,4% de PDM a été cédé à Liberty Mutual Group pour 48,2M\$. L'assureur américain est leader du secteur au Venezuela, en Colombie et opère en Argentine et au Brésil.

Colombie

MÉGA-FUSION BANCAIRE

Bancolombia, **Conavi** et **Corfinsura** vont fusionner donnant naissance au 1^{er} groupe bancaire colombien dont les actifs dépassent les 10Mds\$. La nouvelle entité serait opérationnelle dès 2005, réunirait 11 770 employés et 630 agences.

Uruguay

FAIBLE BANCARISATION

Selon une enquête, le système bancaire n'attire que 18% des Uruguayens. Le taux atteint 36% lorsqu'il s'agit des secteurs à hauts revenus.

BOURSES

TABLEAU DE BORD DES MARCHÉS AU 31/08/04

PAYS / INDICES	Indices Boursiers			Change / US\$	
	31/08/04	Var. 2 mois (%)	Var. 31/12/03 (US\$)	31/08/04	31/12/03
ARGENTINE / Merval	952,14	0,30	-12,1	3,0	2,95
BRÉSIL / Bovespa	22 803	2,87	-0,3	3,1	2,95
CHILI / IGPA	8 238,2	5,2	6,1	627	593
COLOMBIE / IBB	3 015,0	3,2	47,6	2 533	2 771,5
MEXIQUE / IPC	10 264,3	1,75	15,8	11,4	11,15
VENEZUELA / IBC	27 263	6,8	27,9	2 800	1 600
LATIBEX / MADRID	1 541,6	13,2			

En août, le **Bovespa** accumule 3 mois de hausse grâce aux bonnes perspectives de l'économie brésilienne. En revanche, le **Merval** a reculé à cause de mauvais chiffres des *blue chips* de la bourse argentine dont **Telecom Argentina** et au manque d'accord sur la dette du pays. Au **Venezuela**, la victoire de Chávez et les bons résultats de **Cantv** et de **Sivensa** ont fait grimper l'IBC de 6,45%. La bourse colombienne, qui est en tête des bénéficiaires depuis janvier, a gagné 2,1% en août favorisée par la force du peso. Dans le mois, l'IPC mexicain progresse de 1,5% grâce aux prix du pétrole et du cuivre.

iRÁPIDOS!

Brésil

CARGILL S'EMPARA DE SEARA ALIMENTOS

Le géant agro-alimentaire a payé 130M\$ pour 62% du capital de **Seara** (groupe Bunge) le 3^{ème} groupe spécialisé dans la volaille et le porc du pays, derrière **Sadia** et **Perdigão**. Au 1S04, Seara a dégagé 15,7M\$ de bénéfices soit 254% de plus qu'au 1S03. **Rappel**: Bunge est propriétaire des marques locales comme **Delícia**, **Primor** et **Mila** (margarines), **All Day** (jus de fruits), **Maionegg's** (mayonnaise), **Soya** (huile), **Petybon** (pâtes)...

Chili

NOUVELLE USINE DE NESTLÉ

Nestlé Chile a investi 10M\$ dans une usine de production de lait concentré destiné à des marchés d'Amérique Latine, des États-Unis et du Japon. Basé à **Bío Bío** le site produira 40 000tn lait concentré chaque année.

Équateur

COMBIEN DE BOULANGERIES?

Le pays compte, au total, 7 000 boulangeries industrielles et artisanales. Les plus grands fabricants sont **Panificadora Moderna** (groupe Molinera Manta), **Cyrano**, **Supan** et **Panificadora San Carlos**. En milieu urbain sont consommés, en moyenne, 1,6 pain/jour et, au niveau national 42,7% des foyers consomme entre 4 et 8 pains/jour soit 36kg/an (92kg/an en Argentine). 7% du budget des familles est consacré à ce produit contre 6,6% au riz et 5,7% au lait.

Guatemala

LE MEILLEUR CAFÉ DU MONDE

Le gouvernement a lancé une campagne pour placer le pays en tant que référence pour distinguer la qualité des cafés *premium* ou *gourmet* cultivés dans d'autres pays, dont la Colombie. Contrairement à ce pays, le Guatemala a établi une AOC des cafés selon la région d'origine.

Pérou

1^{ER} EXPORTATEUR MONDIAL DE PAPRIKA

En 2003, les exportations de **paprika** ont dépassé les 16 000tn contre 1 638tn en 1999 soit une croissance de 800%. Le prix de vente au kilo tourne autour de 2\$.

Plats préparés pour *singles* brésiliens

Le segment des consommateurs individuels qui inclut des célibataires et des divorcés ainsi que les couples sans enfants qui n'ont pas le temps de faire la cuisine représente 10% du CA des industries alimentaires du pays. Les divorcés sont estimés à 4,9M de consommateurs. Des entreprises comme **Sadia** ont développé un « menu » à partir des plats les plus consommés dans les restaurants et les prévisions tablent sur une progression annuelle de 20%. Le pouvoir d'achat de ce type de consommateurs des classes A et B a poussé l'autre géant de l'agro-alimentaire brésilien, **Perdigão** à lancer une ligne de pizzas.

Les glaces à la conquête de la Colombie

Les fabricants de glaces colombiens souhaitent augmenter la consommation des Colombiens qui est, en moyenne, de 1,4 litre/an. Le CA généré par le secteur n'atteint que 20M\$ de CA annuel. **Meals de Colombia** a lancé le plan Everest 2003-2007 destiné à augmenter les ventes de 15% pour atteindre 8,7M\$/an. Son concurrent **Helados Mimos** prévoit d'accorder 5 franchises et d'ouvrir 2 locaux propres à Bogota totalisant, ainsi, 89 points de vente dont 50 en propre (400 000 dollars d'investissement d'ici 2005). La filiale du groupe américain **Baskin Robbins**, implantée dans le pays depuis 5 ans avec 14 locaux et **Fruzco Colombia** avec sa marque **Yogen Früz** ont aussi des projets de développement. Actuellement, les supermarchés sont le principal canal de ventes des glaces, suivis par les épiceries, les magasins de proximité et les vendeurs ambulants.

L'Argentin Arcor mise sur le Brésil

Le groupe agroalimentaire de Córdoba (famille **Pagani**) projette d'investir 106M\$ dans la construction de 4 sites de production et d'une centrale de distribution dans le Nordeste du Brésil. Le plan de développement devrait s'étendre sur 5 ans, la construction du 1^{er} site devant démarrer en 2005 dans la ZI du port de **Suape**, à 40km de Recife (Pernambouco). **Arcor** cherche ainsi à renforcer sa position dans le nord-est du Brésil où le groupe est déjà leader dans plusieurs segments dont les **chewing-gums**. Le choix du site obéit, aussi, aux facilités du port pour les exportations vers les États-Unis et l'Afrique qui représentent 30% de la production d'**Arcor do Brasil**. **Rappel**: Créé en 1981, **Arcor do Brasil** a facturé 110 millions de dollars en 2003, ce qui fait de cette filiale la 2^{nde} en importance pour le groupe argentin. **Arcor** est né à **Colonia Caroya** (province de Córdoba) en 1951 en tant que fabricant de bonbons. En 2003, **Arcor** a facturé 1,2M\$, possède des usines en Argentine, au Chili, au Brésil et au Pérou et exporte vers une centaine de pays.

TEXTOS TEXTOS TEXTOS TEXTOS TEXTOS TEXTOS TEXTOS TEXTOS

► **Argentine**: Fabriquée par **Pritty**, la boisson **Magna** se positionne comme la seule eau aromatisée sans calorique, le leader du segment « *light* » est **Ser** (Danone). ► **Chili**: Le groupe néo-zélandais **Fonterra**, propriétaire du groupe laitier **Soprole**, investira 15,3M\$ dans sa filiale **Prolesur** pour rénover son usine d'Osorno et construire une 2^{nde} tour de déshydratation pour fabriquer du lait en poudre. ► **Mexique**: Dans le segment des BRSAs, **Sabritas** cherche à augmenter la PDM de sa marque **Be-Light** pour concurrencer sa rivale **Levite** fabriquée par **Bonafont**. Actuellement le marché de boissons *light* est estimé à 120M\$/an dont 40M\$ pour **Be-Light**. ► **Venezuela**: La consommation d'aliments de base a chuté de 2,4% en juin.

Chili : Almacenes Paris change de propriétaires

Au terme d'un mois de négociations, la famille Gálmez a vendu la chaîne de **grands magasins** qu'elle contrôlait depuis plus de 100 ans ! La cession représente 52,39% du capital pour environ 250M\$. **Les nouveaux propriétaires sont** : **Inversiones Cerro Verde** (Jorge Gálmez) : 27% ; **Quiñenco** (holding du groupe d'Andrónico Luksic) : 11,41% ; **Consorcio Financiero** (familles Hurtado Vicuña et Fernández León) : 9,98% et **Lemoniz** (famille Ugarte Hernández) : 4%.

Les principales activités sont : **Branche « retail »** : noyau dur du groupe avec 20 magasins dans les principales villes du pays avec une surface de vente qui oscille entre 6 000m² et 15 000m². **Branche industrielle** : fabrique et distribue des meubles et des matelas. **Branche financière** : propose les services de cartes de crédit, d'assurances et de voyages ainsi que des services bancaires à travers le Banco Paris. **Branche immobilière** : point faible du groupe, en 2003, Almacenes Paris a investi globalement 70M\$ dans les centres commerciaux Plaza Los Angeles et Plaza Norte (Huechuraba) ainsi que dans les Mall Plaza d'Antofagasta et le Florida Center. **À savoir** : au 1S04, Almacenes Paris a dégagé 8,6M\$ de bénéfices, soit 39% de moins qu'au 1S03.

Davantage de shoppings argentins

Avant fin 2004, au nord du grand Buenos Aires seront ouverts 2 centres commerciaux et 2 autres en 2005 dont l'investissement total représente 27M\$. **Nordelta** (groupe Eduardo Costantini) qui a nécessité un investissement de 10,1M\$ sera inauguré en octobre 2004 et comprend 70 locaux dont un supermarché. Un 2nd centre commercial sera ouvert dans le secteur, avec un investissement de 3,38 millions de dollars. **Carrefour** prévoit, aussi, de construire un centre commercial autour de son hypermarché à Vicente López, en association avec **Carlos de Narváez**. À San Isidro (mi-chemin entre le Nordelta et le Carrefour), un groupe d'investisseurs a déboursé 675 000 dollars pour la construction du centre commercial **Deriva** : 14 boutiques et 1 restaurant.

Plus de Carrefour au Mexique?

Des rumeurs font état d'un possible retrait de Carrefour du Mexique. Dans le pays la chaîne française possède 28 magasins qui pourraient intéresser le leader local, **Walmex**, filiale du géant américain Wal-Mart. La chaîne mexicaine **Soriana**, engagée dans un programme de 25 ouvertures cette année, pourrait être, aussi, candidate au rachat. La cession des Carrefour mexicains pourrait rapporter entre 350 et 450 millions d'euros. **À savoir** : au 1S04, la croissance des bénéfices de Walmex a grimpé de 16% par rapport au 1S03 contre 3% pour ses concurrents...

iRÁPIDOS!

Argentine

FRÁVEGA FABRIQUES SES PC

La chaîne de magasins d'électroménager a investi 200 000\$ dans une fabrique d'ordinateurs. Frávega prévoit d'assembler 6 000 unités/mois sous la marque **Admiral**. La chaîne possède 62 succursales et prévoit l'ouverture de 3 autres en 2004.

Brésil

SONAE S'ASSOCIE À UNIBANCO

La filiale brésilienne du groupe portugais Sonae a passé un accord avec la banque Unibanco afin de créer une institution financière commune pour opérer dans le segment du crédit à la consommation, des cartes de crédit... **Sonae**, 3^{ème} groupe distributeur du Brésil, contrôle les enseignes **BIG** (46 unités), **Mercadorama** (24 unités), **Nacional** (67 unités) et **Maxxi Atacado** (11 unités).

LE NOUVEAU CONCEPT DE WAL-MART

Fin août la chaîne a inauguré un magasin à **Indiápolis** (SP) sous le format **supercenter** adapté à un milieu urbain à forte densité de population. Implanté dans le pays en 1995, Wal-Mart possède 144 unités dans 13 États du pays.

Colombie

SUCCÈS DES MAGASINS D'USINE

Un centre commercial format **outlet** sera construit au sud de la ville de Cali. **Unioutlet** aura 87 locaux pour une surface de 30 000m² dont 7 000m² destinés à la vente et 12 500m² à un parking.

Mexique

L'EXPANSION DE C&A

La chaîne hollandaise de magasins prévoit d'ouvrir 45 points de vente dans le pays avec un investissement d'environ 350M\$. Fin 2004, C&A aura 21 magasins concurrents des chaînes espagnoles **Zara** et **Mango**.

Pérou

PEU DE CENTRES COMMERCIAUX

En 2004, les shoppings devraient réaliser un CA de 900M\$, soit 10% de plus qu'en 2003 et pour Noël 2004, les ventes pourraient augmenter de 10% comparé à Noël 2003. Actuellement, le taux de pénétration des centres commerciaux au Pérou est de 8%, l'un des plus bas d'Amérique latine.

📱 TEXTOS 📱 TEXTOS

► **Argentine** : La chaîne de magasins de disques **Musimundo** a lancé sa propre carte de crédit. - ► **Brésil** : En mai, **Pão de Açúcar** a fermé 8 magasins **CompreBem Barateiro**. ► **Chili** : Les grands magasins **Falabella** ont payé 62,5M\$ à la famille **Leyton** pour la chaîne de supermarché San Francisco. ► **Colombie** : En août, l'enseigne **Façonnable** a ouvert son 1^{er} magasin à Bogota. - **Carulla Vivero** prévoit d'ouvrir 1 magasin dans le centre commercial **Gran Estación** et un autre au nord de Bogota. ► **Mexique** : Fin août, la chaîne de supermarchés **Soriana** a inauguré son 10^{ème} magasin **City Club** (format club de prix) à Los Cabos. ► **Pérou** : Au 1S04, grâce aux supermarchés **Tottus**, **Saga Falabella**, filiale du groupe chilien, a réalisé un CA de 160M\$ soit 6,6% de plus qu'au 1S03.

iRÁPIDOS!

Argentine

DEMANDE D'ÉLECTRICITÉ EN HAUSSE

Selon Fundelec, en août, la demande totale d'électricité a atteint 6 966,9GW/h, en baisse de 2,6% par rapport à juillet mais en hausse de 2,5% par rapport à août 2003. La plus forte progression de la consommation a été enregistrée dans le nord du pays avec un taux d'environ 14%.

Bolivie

DU GAZ POUR L'ARGENTINE

Fin septembre sera signé l'accord avec les autorités argentines pour la fourniture de 20M m3/jour de gaz. Le transport sera fait par un gazoduc de 1 000 km. **À noter** : le pays est engagé sur une réforme du secteur énergétique et les autorités étudient la création d'une société pétrolière publique, **Petrobolivia** et la restructuration d'**YPFB**.

Brésil

CONSTRUCTION DE GAZODUCS

Petrobras et **Chine Petroleum & Chemical-Sinopec** ont signé un accord afin d'étudier la participation du géant pétrolier chinois dans le projet **Gasene**. Il s'agit de la construction d'un gazoduc de 1 225 km reliant le bassin de Campos à la ville de Catu (Bahia). Le projet demande un investissement de 1,3Mds\$. Par ailleurs, le Président Lula a lancé la construction d'un gazoduc reliant la raffinerie Planalto (São Paulo) à la ville de Japeri (RJ). L'ouvrage qui transportera 8,6M m3 de gaz bolivien nécessitera un investissement de 300M\$. **À savoir** : d'ici 2010 **Petrobras** prévoit d'investir 3Mds \$ pour augmenter à 13 000km son réseau de gazoducs qui actuellement est de 8 860km

Mexique

UN CONTRAT POUR MITSUBISHI

Le groupe japonais a remporté le contrat pour la construction d'une centrale électrique pour 460M\$. Le contrat est proposé par **Electricidad Sol de Tuxpan**, une JV créée par **Mitsubishi Corp** et **Kyushu Electric Power**. La centrale située à 250km de Mexico, devrait être opérationnelle en 2006. **À savoir** : le Président **Fox** a mis en route 6 centrales électriques dont 4 sous le système PIE (capitaux privés) d'une capacité de 1 703MW (37,4% de la consommation locale). Les centrales ont nécessité un investissement de 1,1Md\$.

Les projets de Petrobras en Argentine

De longues négociations entre les autorités de Buenos Aires et de Brasilia ont finalement abouti à un accord pour que **Petrobras** investisse 200M\$ dans la construction d'un gazoduc reliant la Terre de Feu à Buenos Aires. Entre autres exigences, le pétrolier brésilien demandait que son investissement soit protégé par une loi. En moins de 5 ans, depuis le rachat des stations-service **Eg3** par échange d'actifs suite à la vente d'**YPF** au pétrolier espagnol **Repsol**, **Petrobras** est devenu un acteur majeur dans le secteur énergétique argentin. Sa présence dans le pays s'est consolidée avec l'achat de **PeCom**, en 2002, au groupe **Perez Companc** pour 1,12Md\$ suivi par celui de **Petrolera Santa Fe** (89,5M\$). Actuellement, les intérêts de **Petrobras** sont :

Pétrole : 2% du total de la production du pays et 20% des ventes d'hydrocarbures (stations-service).

Gaz : 11% de la production du pays et, grâce au contrôle de **Transportadora de Gas del Sur**, transporte 50% du gaz vendu dans le pays;

Électricité : 11% de PDM via le contrôle de la centrale thermoélectrique **Genelba** (génération), ses parts dans **Endesa** et **Ede-sur** (distribution) et dans **Transba** et **Transener** (transport).

Privatisation électrique en Colombie

Malgré quelques protestations, le gouvernement a ratifié la mise sur le marché de 8% d'**ISA-Interconexión Eléctrica** jusqu'à atteindre 19% du capital. Entre janvier et juillet, la demande cumulée d'électricité a été de 27 078GW soit 2,33% de plus comparé à la même période de 2003. La consommation de l'industrie et du commerce a grimpé de 6,5%. Dans ce segment de consommateurs, Bogota a été la ville qui a consommé le plus d'électricité sur le marché libre avec 220GW/h. L'industrie manufacturière représente 47% de la consommation non réglementée du pays.

Mexique: autant de pétrole qu'en Irak?

Des recherches effectuées par Pemex ont révélé des gisements en eaux profondes avec un potentiel de 54Mds de barils. Ce volume peut faire monter à 102Mds de barils les réserves du pays si l'on additionne les 48Mds de réserves actuelles soit le même niveau que celui estimé en Irak. Avec ce potentiel, le Mexique pourrait faire passer sa production à 7M de baril/jour contre 4M de barils/jour actuels. Les travaux de prospection qui ont permis d'établir ces chiffres ont nécessité un investissement de 4,55Mds \$. **À noter** : entre janvier/juillet, les revenus de Pemex dégagés par la vente d'hydrocarbures sur le marché local ont atteint 14Mds\$ soit 23,8% de plus qu'à la même période 2003. Par ailleurs, en 2004, grâce à la hausse du brut, le pays pourrait engranger 10Mds\$ supplémentaires soit le montant recherché via la réforme fiscale.

📱 TEXTOS 📱 TEXTOS 📱 TEXTOS 📱 TEXTOS 📱 TEXTOS 📱 TEXTOS 📱 TEXTOS

► **Argentine** : Pour la 12^{ème} fois, le pétrolier hispano-argentin **Repsol-YPF** a reçu le prix du plus important exportateur du pays de 2003 avec 2,58Mds\$ soit 23% de plus qu'en 2002. ► **Brésil** : **CVRD** est l'un des candidats pour exploiter le gisement de charbon de Moatize (Mozambique). - Le gouvernement lancera un appel d'offres pour la concession de 1 020km de lignes de transmission d'électricité nécessitant 400M\$ d'investissement. ► **Chili** : **Petrobras** et **Repsol-YPF** sont candidats au rachat des 491 stations-service Shell du pays qui représentent 22% du marché. ► **Colombie** : Entre janvier/juillet, le pays a exporté vers l'Équateur 112GW/h pour 65,1M\$. ► **Pérou** : En 2004, les investissements publics et privés dans le secteur électrique atteindront 318M\$ destinés surtout à la génération.

Mieux pour l'automobile argentin

Selon la CCA, en 2004 les ventes de véhicules 0 km atteindraient les 300 000 unités auxquelles il faut ajouter 1M de voitures d'occasion soit presque autant qu'en 1998, la meilleure année en termes de ventes avec plus de 1,3M d'unités (483 994 neufs et 822 209 occasion). Le boom de l'occasion s'explique, en partie, par le fait qu'une majorité des consommateurs ne peut accéder au crédit bancaire pour acheter du neuf d'une part, et d'autre part, ne souhaite pas s'endetter. Par ailleurs, en août, 26 958 véhicules ont été immatriculés dans tout le pays, soit un bond de 102% comparé à août 2003. Depuis janvier les immatriculations totalisent 199 000 unités dont 42 517VW, 33 707 Ford, 28 065 Chevrolet, 19 044 Fiat, 17 656 Peugeot et 17 363 Renault. En août, les fabricants ont produit 23 568 unités soit 11,2% de plus comparé à juillet et 53,5% de plus par rapport à août 2003. **Attention: en août, 64% des véhicules vendus dans le pays étaient importés.**

Le Mexicain TMM cède Mexrail à KCS

Le Grupo TMM-Transportadora Marítima Mexicana, le plus important groupe de transports du pays, vendu à **Kansas City Southern-KCS** 51% du capital de **Mexrail** contrôlée par sa filiale **Transportación Ferroviaria Mexicana-TFM** pour 32,7M\$. Mexrail est propriétaire à 100% de The Texas Mexican Railway Company, une ligne ferroviaire opérant aux États-Unis qui relie le réseau de KCS avec celui de TFM, le plus important du Mexique en termes de volume transporté.

Le parc automobile péruvien

Selon l'AETUP, le parc automobile national (voitures, autobus, camions, utilitaires, tracteurs...) a une moyenne d'âge qui oscille entre 15 et 18 ans, contre une moyenne de 7 ans, par exemple au Chili. Une grande partie de ces unités a été achetée d'occasion l'étranger avec une ancienneté moyenne de 7 ans.

Le secteur du transport terrestre de passagers est composé de 1 200 entreprises avec 80 000 véhicules (autobus, petits autobus et custers) dont 50% est concentré à Lima. Le système de transport de passagers inter-urbain est composé de 300 entreprises (5 000 cars) et celui du transport de marchandises compte près de 30 000 entreprises et 27 768 véhicules.

Par ailleurs, une étude de **Kia Motors** montre qu'au 1S04, le segment des véhicules **utilitaires** a été favorisé par les commandes des laboratoires pharmaceutiques, les sociétés de distribution, les groupes de BTP et les agences de voyages. Grâce aux crédits bancaires pour l'achat de véhicules neufs ainsi que la recherche de plus de sécurité, le marché automobile péruvien 0 km devrait croître de 15% avec la vente de 14 000 unités.

iRÁPIDOS!

Argentine

ENVOL DU FRET AÉRIEN

Selon la TCA, en août, le fret aérien a bondi de 33% grâce à la hausse des importations qui ont atteint 6 539tn (4 416tn en août 2003). Les exportations ont totalisé 6 672tn soit 22% de plus qu'en août 2003. Depuis janvier le volume a crû de 31%.

Brésil

PÉNURIE DE PNEUS

Au 1S04 l'industrie automobile ayant produit 1,04M de véhicules (berlines, utilitaires, camions et autobus) soit 14,8% de plus qu'au 1S03 les fabricants de pneus ont des difficultés à suivre ce rythme de croissance. En effet, dans la période, la fabrication de **pneus** n'a crû que de 3,79% avec 22,45M d'unités. Des fabricants comme **GM** ont contourné le problème en livrant des véhicules sans roue de secours aux concessionnaires qui, obligés de la fournir, s'approvisionnent sur le marché et la facturent au fabricant. **VW** a reporté la livraison de 300 poids lourd et autobus, faute de pneus.

TAM N° 1 DU MARCHÉ DOMESTIQUE

Pour le 14^{ème} mois consécutif, la compagnie d'aviation est en tête en termes de nombre de passagers payants transportés **dans le pays** avec 36,17% des PDM. **Varig** est N° 2 du avec 31,55% de PDM mais est N° 1 à l'international avec 84,23% suivie par TAM avec 15,69% de PDM. **Rappel:** au 1S04, TAM a dégagé 80M\$ de bénéfices soit 140% de plus qu'au 1S03.

Chili

EFE CHOISIT INDRA

Le groupe espagnol a remporté le contrat des chemins de fer chiliens pour l'équiper le Merval et les lignes de banlieue entre Santiago, San Fernando et Concepción en systèmes d'émission de tickets en utilisant une carte intelligente (3,5M€).

Équateur : ventes d'automobiles (unités)

Janvier	3 968
Février	3 996
Mars	4 799
Avril	4 388
Mai	4 405
Juin	5 260

📱 TEXTOS 📱 TEXTOS

► **Amérique Latine** : **FedEx** a investi 50M\$ à Miami dans un centre de distribution de courrier destiné à l'Amérique Latine et les Caraïbes. ► **Argentine** : Les villes de Córdoba et de Rosario lanceront un appel d'offres pour l'achat, respectif de 100 et 50 autobus destinés à leur réseau urbain de transports de passagers. - **Budget Rent a Car** a investi 2,7M\$ pour s'implanter dans le pays où Vip Travel est son associé. ► **Brésil** : En août **Ferrari** a vendu 5 unités neuves et 10 d'occasion. ► **Chili** : Le métro de Santiago a adjugé à **Alstom** le contrat de fourniture de 42 wagons pour 80M\$. - Avec l'achat de 250 autobus, la flotte de **Tur Bus** totalise 1 200 unités lui permettant d'augmenter son CA à 120M\$/an. ► **Mexique** : En 2004, DHL investira 40M\$ dans le pays pour améliorer ses infrastructures.

¡RÁPIDOS!

Argentine

SOLDE NÉGATIF POUR LE TOURISME

Bien que le peso soit dévalué et les touristes étrangers soient de plus en plus nombreux, le solde du secteur est négatif de 500M\$. L'an dernier, 1,7M de touristes étrangers ont dépensé près de 2,1Mds \$ dans le pays (autant que les exportations de blé et de maïs). Actuellement, le secteur du tourisme (national et étranger) représente 7,7% du PIB (6,18Mds\$) et emploie 1,1M de personnes.

Brésil

L'ENTRETIEN DES HÔTELS

Les travaux d'entretien et de rénovation demandent un investissement global annuel de 8Mds\$. Par exemple, l'an dernier le groupe d'origine mexicaine **Posadas Sudamérica** a dépensé 1,2M\$ dans la modernisation et décoration du **Caesar Park Fortaleza**. La chaîne **Tropical de Hotéis** investit annuellement 5% de ses bénéfices dans un fonds pour la rénovation de ses unités et 3% du CA pour l'entretien.

Chili

EXPANSION TOURISTIQUE

En 2004, le tourisme devrait générer 1,2Md\$ de revenus soit 30% de plus qu'en 2003 avec 1,8M de visiteurs. Au 1S04, le nombre de touristes a augmenté de 18% et 500 000 étaient originaires d'Europe et des Etats-Unis. Ce groupe représente au total 30% des touristes mais génèrent 50% des revenus. Par ailleurs, au 1S04, le secteur immobilier du tourisme a progressé de 5% et représenté 1,8Md\$ d'investissements. Parmi les 40 projets en cours figurent: 18 *resorts*, 20 hôtels et 5 centres de conventions/salons d'expositions.

Colombie

ALERTE À L'HÔTELLERIE INFORMELLE

Bien que dans le Registre National de Tourisme soient inscrits 1 500 établissements hôteliers, dans l'annuaire de téléphone en figurent près de 9 000 ! Il s'agit de petits établissements, auberges, pensions... mais aussi des chambres ou studios loués sans aucun contrôle. Par ailleurs, dans le secteur il existe 317 projets de rénovation/agrandissement en cours qui représentent un investissement d'environ 130M\$.

Le Brésil attire davantage de touristes

Selon le **CNT**, au cours des 7 premiers mois de l'année les revenus nets (dépenses des touristes étrangers au Brésil moins les dépenses des Brésiliens à l'étranger) générés par le tourisme s'élèvent à 344M\$ contre 218M\$ au cours de la même période 2003 soit une hausse de 57,8%. Dans la période, le pays a accueilli 3,4M de touristes étrangers, en hausse de 15,9% par rapport à 2003 qui ont dépensé 1,84Md\$. Cette amélioration du tourisme est due aux investissements faits pour la promotion du pays (10M\$) et aussi à la dépréciation du real face au dollar. L'an dernier, les 4,1M de visiteurs ont dépensé 3,4Mds\$. L'objectif d'**Embratur** est d'attirer 9M de touristes d'ici 2007 qui devraient apporter 8Mds\$ et générer 200 000 postes de travail. En 2003, **Rio de Janeiro** a été la ville la plus visitée et 97,2% des touristes étrangers ont déclaré vouloir revenir au Brésil.

Par ailleurs, les **salons** et les **foires** sont des attraits supplémentaires dont l'activité au cours des 12 dernières années a quadruplé. En 2004, le secteur a recensé 161 événements dont 75% auront lieu à São Paulo. **À noter**: fin septembre le **Pavilhão de Exposições de Anhembi** (SP) accueille le salon **Equipotel** qui réunit plus de 1 000 exposants brésiliens et étrangers.

De nouveaux hôtels en Argentine

Les secteurs de l'hôtellerie et de la gastronomie sont ceux qui ont le plus augmenté ces dernières années. Actuellement, 8 000 chambres d'hôtel sont en construction dans le pays, représentant un investissement d'1Md\$. Quelques projets en cours:

- **Amerian** a annoncé l'ouverture de 2 unités 4* dans les villes de **Villa Mercedes** (San Luis) et **Resistencia** (Chaco) pour 15M\$. La chaîne est originaire de Córdoba et possède des hôtels à Buenos Aires, Catamarca et Mar del Plata.
- **Howard Johnson** ouvrira un 4* (90 chambres) à Córdoba.
- **Compañía de los Andes** (Jaume Ros Puigsubira-Andorre) investira 2M\$ dans un 4* de 144 lits dans la station de ski de **Caviahue** (Neuquén).
- **Mayan Resorts** (Mexique) a acheté un terrain à Puerto Madero (Buenos Aires) pour construire une unité type temps partagé.
- **Design Suites** a ouvert un 2^{ème} hôtel (16 000m²) à Bariloche.
- **Four Seasons Buenos Aires** investira 6M\$ dans des travaux de rénovation.
- **Hotel Madero** (Sofitel/Accor) inaugure en septembre à Puerto Madero (80\$/nuit).
- **Faena Hotel & Universe** à Puerto Madero est décoré par Philippe Starck (300\$ la nuit).
- **Palacio Duhau Park Hyatt** ouvrira en avril 2005 dans un célèbre hôtel particulier de Buenos Aires.

Rappel: Buenos Aires compte 69 hôtels 4* et 5*. D'ici 2005, 8 unités seront ouvertes représentant 1 100 chambres.

📖 TEXTOS 📖 TEXTOS

► **Argentine** : **Emprendimientos Turísticos Religiosos** projette de construire un complexe touristique à Alta Gracia (Cordoba) sur 39ha. ► **Colombie** : Le **Centro Internacional de Convenciones Plaza Mayor** de Medellin (30 000m²) sera inauguré en avril 2005 et aura coûté près de 19M\$. ► **Mexique** : Entre janvier/juillet 2004, le pays a accueilli 12M de touristes qui ont généré 6,5Mds\$ soit 13,7% de plus par rapport à la même période 2003 et les autorités tablent sur 10Mds\$ pour toute l'année 2004 - En août, la destination touristique la plus visitée a été la **Riviera Maya** avec un taux d'occupation de 89,98% suivie par Cancún (88,9%) et San Luis de Potosí (71,7%). ► **Pérou** : Lors de la **Copa América**, dans la région de Lambayeque, ont été construits 8 hôtels (2,5M\$ d'investissement).

L'ADSL en Argentine

Bien que la pénétration d'Internet soit encore basse, l'Argentine figure parmi les 20 premiers pays avec la plus forte croissance des abonnements à la bande large. Les opérateurs de télécoms essaient d'utiliser l'ADSL afin de reprendre les abonnés perdus en ISPs. Selon **Point Topic**, au 1T04, en termes de croissance, le pays occupe le 14^{ème} rang du palmarès mondial avec une progression de 18,7% comparé au 1T03, le Pérou étant en tête avec une croissance de 60,8% sur la même période, suivi par le Mexique (4^{ème} place avec une hausse de 27,7%). Actuellement, la pénétration dans les foyers argentins de la bande large n'est que de 2,3% pour un marché qui représente un volume d'affaires supérieur à 400M\$ annuels avec 500 000 abonnés d'ici à la fin de l'année.

Les projets de la TV mexicaine

Le **Grupo Televisa**, le plus gros conglomérat de média de langue espagnole cherche à prendre des parts dans les segments de la vente de contenus et la commercialisation d'ordinateurs. Dans le 1^{er} segment, Televisa devrait profiter de la hausse d'abonnés à la téléphonie sans fil dont les abonnés sont passés de 6M à 32M entre 1999 et 2004. Le groupe mettrait à profit les 70% de PDM détenu dans le secteur de l'information du pays, les 180M d'exemplaires de revues éditées par an, les 1,5M d'abonnés à la télévision par câble et les 3 radios de sa propriété. Un autre segment que le groupe devrait développer est celui des **PSMS** (Premium Short Thort Messging System) qui consiste en un service avec une valeur ajoutée (texte, image, vidéo, inscription à des concours...). Lancé en mai, ce service (*hotnews* et chargement d'images) a déjà rapporté 4M\$ à partager avec les opérateurs de télécommunications. Par ailleurs, Televisa a créé une agence de presse afin de fournir des informations à l'AFP et à AOL Latino. Cette dernière possède 26M d'abonnés. Son concurrent, **Televisión Azteca** attend une hausse de publicité d'environ 7% en 2005 grâce à la progression de la demande des annonceurs.

Piratage dans la TV par câble au Brésil

Selon une enquête de l'ABTA, aux côtés des 2,5M d'abonnés à la TV par câble il y a près de 300 000 raccordements pirates ce qui se traduit par un préjudice d'environ 70M\$, soit 5% du CA total des entreprises du secteur. Le nombre de 300 000 est supérieur à celui des abonnés à la technologie MMDS. 90% des cas de branchement piratés sont faits par des anciens abonnés, radiés pour cause de non paiement des redevances. Dans bien des cas, ces pirates revendent le raccordement à des tiers comme dans de nombreux hôtels du pays.

iRÁPIDOS!

Argentina

AMÉRICA TV POUR CARLOS AVILA

L'entrepreneur argentin a pris le contrôle total d'América TV après avoir acquis les 17,5% du capital détenu par **Eduardo Eurneikan**.

Brésil

PUBLICITÉ EN HAUSSE

Selon une enquête, en 2004, les investissements augmenteraient de 25% comparé à 2003. Depuis mai, la demande a rempli tous les espaces dans les médias surtout dans le prime-time. **Exemple:** Les investissements en pub de **Gradiente** sont passés de 2M\$ en juin à 3M\$ en août. L'amélioration du contexte économique et le JO sont à l'origine de l'embellie. Les 5 espaces commercialisés par **Globo** pour les JO ont totalisé 26M\$. En 2003, le plus gros annonceur du pays a été **Casas Bahia** avec un budget de 255M\$.

Chili

LES INVESTISSEMENTS DE MAXICINE

La chaîne de cinémas contrôlée par la famille **Tarrazón** (Espagne) prévoit d'investir 30M\$ dans 4 complexes à Santiago et en province. En mai, **MaXicine** a inauguré dans le **Mall Florida Center**, un complexe de 14 salles (3 200 sièges) avec un investissement de 8,5M\$. **MaXicine** est aussi implanté en Bolivie.

Venezuela

DAVANTAGE DE PORTABLES

Selon **Conatel**, en 2004, le secteur de la téléphonie mobile devrait doubler de taille. Au 1S04, 29% des Vénézuéliens avait un portable soit 7,51M d'abonnés, contre 12,08% un téléphone fixe. Dans le semestre, les abonnés à la téléphonie sans fil ont augmenté de 7,1% par rapport au même semestre 2003 et les prévisions tablent sur une hausse de 20% pour toute l'année 2004. Actuellement, au Venezuela il existe 5 opérateurs de téléphonie sans fil: **Telcel** (récemment acquise par **Telefónica Móviles de España** à **BellSouth**), **Movilnet** (**Cantv**), **Digitel** (**TIM**), **Digitel** et **Infonet**. Par ailleurs, l'opérateur de télécommunication national **Cantv** a signé un contrat avec **Alcatel** destiné à renforcer le réseau de télécommunications bande large (100 000 lignes).

📱 TEXTOS 📱 TEXTOS

► **Argentine** : **Unilever**, le plus gros annonceur du pays, a confié sa dernière campagne aux agences **Kepel-Mata**, **DM Red Cell** et **Santo**. ► **Colombie** : **Cinemark** a inauguré un multiplex de 8 salles à Bogota dans le **Paseo Comercial San Rafael** d'une capacité de 1 600 sièges (4,5M\$ d'investissements). ► **Uruguay**: L'opérateur de télécoms mexicain, **América Móvil** s'est adjugé le 3^{ème} réseau de téléphonie mobile du pays et vise à contrôler 25% de PDM d'ici 2005 (54M\$ d'investissement). ► **Venezuela** : En 2003, les ventes de la maison d'édition d'origine espagnole, **Barsa Planeta** ont atteint 3M\$ (les filiales brésilienne et mexicaine ont facturé, respectivement, 30M\$ et 14M\$).- **Cantv** a lancé une nouvelle carte téléphonique utilisable d'abord dans l'île de Margarita et ensuite dans tout le pays.

iRÁPIDOS!

Argentine

LES IMPAYÉS D'ALSTOM RICOCHENT AU BRÉSIL

Les autorités argentines ont un court délai pour payer 9,8M\$ à **Alstom** concernant l'achat de 80 wagons destinés à la compagnie ferroviaire **Metrovias**. Tant que la dette ne sera réglée, cet achat du Secrétariat aux Transports d'Argentine ayant été financé par la **Banque de Développement du Brésil-BNDES**, celle-ci ne pourra pas accorder d'autres crédits aux pays de la pampa. Ainsi, **Petrobras**, le groupe pétrolier brésilien, devra attendre que la dette d'Alstom soit réglée pour obtenir des fonds en vue de participer à la construction d'un gazoduc en Patagonie (p. 8).

Brésil

EMBRAER AUX USA

L'avionneur a démarré la construction de son site de production à Jacksonville (Floride) d'appareils ERJ 145 destinés au système de défense des Etats-Unis. Par ailleurs, le CA d'Embraer pourrait être réduit de 970M\$ si le contrat de fourniture de 30 appareils 170 si US Airways annulait le contrat d'achat pour cause de faillite.

Chili

INVESTISSEMENTS CHIMIQUES

Au 1S04, le secteur de la chimie a enregistré une croissance de 5% comparé au 1S03. Le secteur facture 4,7Mds\$/an dont 1,7Md\$ à l'export. Entre 2003/2005, l'industrie chimique prévoit d'investir 2Mds\$ dont une grande partie correspond à **Methanex**.

Mexique

MABE OFFRE « HARMONIE, PAIX ET CONFORT »

C'est la nouvelle devise du N° 1 mexicain de l'électroménager. Avec les marques MABE, Easy, IEM et G.E. la firme qui vaut 2Mds\$, contrôle 50% du marché mexicain de produits blancs. Le groupe a passé des accords avec des firmes chinoises, agrandi son site de San Luis de Potosí et construit une usine à Celaya pour exporter vers les Etats-Unis. Au cours des 4 dernières années, les investissements annuels de MABE ont oscillé entre 50M\$ et 100M\$ destinés aux centres de production du Mexique et du Brésil.

De l'acier et du fer brésiliens

- **Gerdau Ameristeel US Inc**, contrôlée par **Gerdau Ameristeel Corp.**, filiale de **Grupo Gerdau**, a payé 266M\$ pour 4 sites de fabrication d'aciers longs, 3 de fils d'acier et 1 unité de fabrication de machines pour l'industrie minière.
- **Arcelor** prévoit d'investir 3Mds\$ dans le pays. Le groupe européen projette d'augmenter le contrôle dans **Acesita**, **Belgo Mineira**, **Companhia Siderúrgica de Tubarão** et **Vega do Sul**. Par ailleurs, **CST**, **Belgo Mineira** et **Sun Coal & Coke** vont investir 380M\$ dans la construction d'un site de production de coke dans l'État d'Espirito Santo. Le site sera opérationnel dès 2006 et permettra à CST d'augmenter sa production de 5M tn de plaque d'acier actuels à 7,5M tn. **Rappel**: en juin 2004 Arcelor a payé 578,5M\$ pour le contrôle de CST.
- **Companhia Vale do Rio Doce-CVRD** a signé un contrat avec le groupe sidérurgique japonais **JFE** pour la fourniture de 70M tn de minerais de fer dès 2005. Un accord similaire a été signé avec le groupe chinois **Shougang** pour 11,3M tn. Au 2T04, CVRD a enregistré 562M\$ de bénéfices totalisant 880M\$ au 1S04. Au 2T04 les exportations de CVRD ont atteint 508M\$. Le BNDES étudie 2 projets de construction de 2 aciéries dans le pays dont l'investissement devrait dépasser 1Md\$.

Reprise du meuble chilien

Après une période de crise du secteur et la concurrence des produits importés (Taiwan, Brésil, Mexique et Vietnam) l'industrie du meuble reprend des couleurs. Dans le pays, le secteur est composé de 2 447 unités de production de meubles et accessoires. Actuellement les exportations représentent 52M\$ dont 41,2M\$ vers les Etats-Unis. L'objectif du secteur est d'augmenter les exportations vers l'UE puisque le marché intérieur ne représente que 300M\$ de ventes (8% de la valeur totale de la production forestière). 70% de la production nationale de l'industrie du meuble utilise le pin *radiata* comme matière première.

L'empire du Colombien Carvajal

Fondé en 1904 dans la ville de Cali, le groupe n'a cessé de croître jusqu'à devenir un conglomérat de 13 entreprises dont 6 dans le secteur du papier et l'imprimerie : **Bico Internacional**, **Cargraphics**, **Carpak**, **Fesa**, **Grupo Editorial Norma** et **Publicar**. Afin de renforcer sa présence dans le pays et pour faire face à la concurrence internationale, Carvajal vient de prendre le contrôle total de Propal. Cette entreprise est le principal fabricant de papier blanc du pays et le seul fournisseur de papiers glacés destinés à la production de cahiers, de livres et des imprimés. En 2003 Carvajal a enregistré 67M\$ de CA et 10M\$ de bénéfices.

 **TEXTOS**  **TEXTOS**  **TEXTOS**  **TEXTOS**  **TEXTOS**  **TEXTOS**  **TEXTOS**  **TEXTOS**

- **Argentine** : Le groupe minier canadien Aquiline investira 30M\$ pour exploiter une mine d'or à Río Negro. ► **Brésil** : **Aracruz** (papier/cellulose) investira 30M\$ dans son usine de Guaíba (RS) acquise à Klabin l'an dernier pour 190M\$. - **Pincéis Tigre**, filiale du N° 1 brésilien de tubes en PVC, a cédé sa filiale **Batil**, fabricant de blaireaux à **Escovas Fidalga**, le plus ancien fabricant de peignes et de brosses du pays. ► **Chili** : En 2004, le fabricant suédois d'équipements pour l'industrie des mines prévoit de réaliser un CA de 50M\$.
- **Équateur** : L'industrie agrochimique locale ne couvre que 10% du marché (130M\$), le reste est importé d'Argentine, d'Allemagne...
- **Pérou** : Le groupe minier suisse **Xstrata Schei** s'est adjugé la concession du gisement de cuivre de Las Bambas en offrant 121M\$.

La politique marketing des filiales.

Think Globally, Act Locally: l'exemple de DANONE au Brésil.

Suivre les tendances du marché révélées par les équipes marketing locales, ou bien imposer un produit conçu « mondialement » dans le cadre d'une stratégie globale et d'une image forte: quel comportement adopter?

Quel rôle et quelle autonomie les équipes marketing locales possèdent-elles par rapport à la maison mère? Lorsque la maison mère veut imposer un nouveau produit, ne risque-t-elle pas d'être en inadéquation par rapport au marché local?

Pour répondre à ces questions la société **DANONE** a opté pour une position claire et précise.

Le **numéro 1 au Brésil** des produits laitiers frais et **numéro 3** des biscuits, possède deux importantes usines de fabrication dans le pays. Et, naturellement, dans sa structure brésilienne, **DANONE** a constituée une équipe marketing.

Afin de concilier la « pensée globale et l'action locale » (*think globally, act locally*), l'équipe marketing de **DANONE** France communique la *tendance* aux équipes marketing de ses filiales. Elle ne peut que « recommander » cette tendance et non pas l'imposer. Naturellement, la différence entre la recommandation et l'imposition – notamment selon le jeu des pyramides hiérarchiques...-

Isabel ZIVY

Avocat aux barreaux de Paris et Madrid

Tel : (33) 1 45 53 95 95

izivy@izivy-ala.com

Créé en 2001, le cabinet est en mesure de trouver des solutions dans tous les pays d'Amérique Latine pour les entreprises françaises ainsi qu'en France pour les entreprises latino-américaines. Dans ce cadre, Me. Isabel ZIVY organise en décembre 2004 à Buenos-Aires avec son correspondant sur place, sous l'égide de la Chambre de Commerce et d'Industrie Franco-Argentine, un **débat sur le droit français et argentin de la distribution.**

peut être interprétée avec une certaine liberté. Mais l'expérience prouve que les *recommandations* se légitiment parfaitement !

Véritable preuve de décentralisation, l'équipe marketing brésilienne est responsable de l'adaptation de la *tendance* communiquée par la maison mère, au marché local.

Cette équipe sera aussi en charge du développement de produits spécifiques sur le marché.

Concrètement, lorsque la maison mère décide de développer un produit à l'échelle mondiale, chaque filiale affine les caractéristiques (taux d'acidité, de sucre, parfum, etc...) selon des critères nationaux. Dans ce cadre, l'équipe brésilienne dispose aussi d'une large marge de main d'œuvre pour développer ses propres produits. Par exemple, le *lait aromatisé* est un produit développé - pour le moment- uniquement au Brésil car il correspond à une demande identifiée de ce marché.

Un autre facteur particulièrement déterminant sur ce marché est le *prix*. Il est fixé par l'équipe brésilienne et elle seule est compétente pour le positionner.

De même, les *réseaux de distribution* sont cohérents avec la structure du pays: les petits magasins, très présents et canalisant une force de vente considérable, représentent un axe complet de la stratégie de **DANONE** au Brésil.

Finalement, cette séparation des « pouvoirs », entre ceux qui *recommandent* d'un côté et ceux qui *réagissent* de l'autre, permet aux filiales d'être très proches de la réalité marketing locale tout en respectant une stratégie globale. Sûrement une des clefs de la réussite...

DANONE en Amérique du Sud c'est:

- ⇒ 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires et 10 900 employés;
- ⇒ 8% du chiffre d'affaires total du groupe;
- ⇒ N° 1 dans les produits laitiers frais, l'eau (pour les formats de moins de 2 litres), et N° 2 dans les biscuits et produits céréaliers;
- ⇒ Les marques **LU**, **BAGLEY**, **VILLAVICENCIO**, **DANONE**, **LA SERENISIMA**.

Nous tenons à remercier pour sa collaboration Mr. Emerson PESSINI, Brand Manager chez DANONE VITAPOLE.

Les vins et mousseux au Brésil

En observant un point de vente au Brésil consacré aux vins et mousseux, le consommateur se rend rapidement compte qu'il s'agit d'un endroit spécifique, avec sa propre ambiance et son propre marketing.

Et pourtant, le Brésilien n'est pas un grand consommateur de vin ou spiritueux: la consommation augmente certes légèrement, mais reste encore fortement liée au pouvoir d'achat.

Alors pourquoi consacrer de tels espaces et une telle infrastructure à ces produits ?

Une brève analyse du *marketing mix* permet de mieux comprendre cette évolution.

Dans un premier temps, il ressort nettement que les produits ont évolué: il y a encore quelques années, le vin vendu en supermarché était proposé en bouteilles de différents volumes, dont celui de 5 litres. Ce produit –la bouteille de 5 litres- a quasiment disparu des gondoles car le consommateur l'assimilait à de la *sangria*, dont le prix est bien inférieur. Cela constituait aussi un grand tort pour l'image du vin, car celui-ci était associé à de la *sangria*.

Dans un deuxième temps un facteur important a été mis en avant: Il se situe au niveau des **promotions** effectuées sur le lieu de vente, afin de sensibiliser le consommateur au vin.

En effet, dans la majorité des cas, le client qui souhaite acheter du vin ne sait absolument pas quelle type de bouteille acheter. C'est pourquoi des actions de promotions se sont multipliées. Elles se réalisent par la présence d'un spécialiste dans le magasin, par la création de « Club de vin », etc... qui favorisent l'achat. Ainsi, des supermarchés dans des régions comme le Nordeste –région peu habituée traditionnellement à la consommation de vin- ont augmenté leurs ventes de vin principalement par ces actions.

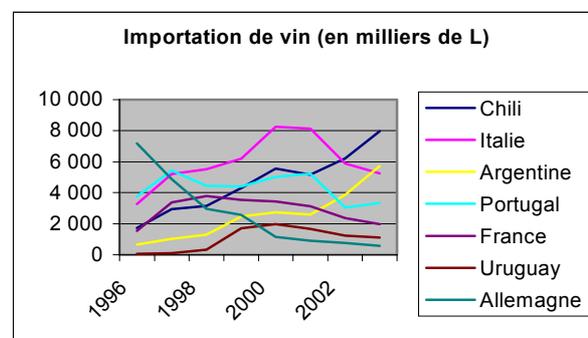
Par ailleurs, il faut reconnaître que l'industrie vitivinicole a effectué un effort important pour la formation de ces promoteurs.

Enfin, la **publicité** et particulièrement la notoriété a aussi joué un impact indirect intéressant. Et ce sont les **mousseux** qui ont en le plus profité, au bénéfice de toute la profession.

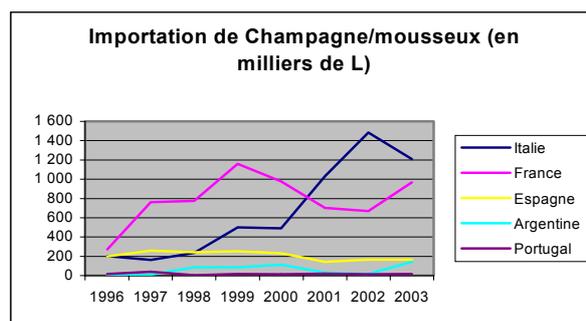
En effet, le mousseux était auparavant consommé pour fêter, un événement : mariage, jour de l'an.... Aujourd'hui, le Brésilien a découvert que le mousseux pouvait se boire à la place du vin, et il n'hésite plus à commander une bouteille dans un restaurant. Cela signifie que l'image du mousseux devient celle d'un produit accessible. Cependant, ce produit reste encore lié à la célébration d'un événement (le restaurant étant en lui-même un lieu social pour fêter un événement), aussi minime soit-il.

Aujourd'hui, de plus en plus de marques nationales travaillent pour améliorer l'image de leur production face à des marques étrangères qui bénéficient d'une très forte notoriété. Certains spécialistes estiment que 50% du vin importé est de qualité inférieure à la production nationale, et que le vin brésilien a donc toutes les raisons de trouver de meilleurs débouchés au niveau national.

ND.



On notera la chute vertigineuse des vins allemands sur le marché brésilien (7 171 ML en 1996), au profit des vins chiliens –aujourd'hui leader- et argentins. Pour comparaison, les vins nationaux représentent 54% des ventes avec 23,27 millions de litres en 2003, en nette augmentation depuis 1998.



NOMINATIONS:Amérique Latine

Juan Carlos Ortiz a été nommé directeur de la créativité au niveau mondial au sein de **Procter & Gamble**.

Jaime Vallés Valdés est le nouveau responsable des opérations de **Sun Microsystems** en Amérique Latine

Argentine

Gonzalo Rossi est le nouveau gérant général de **Amadeus Argentina**.

José María Zas est le nouveau directeur et président d'**American Express Argentina**.

Mario Monti a été nommé CEO de **Netizen**.

Brésil

Alfredo Setúbal présidera jusqu'en 2006 la **Associação de Bancos de Investimentos**.

Chili

Alfredo Norman a été nommé Président de **Aguas Andinas** (Agbar/Suez).

Mauricio González Urrejola devient directeur commercial de **SQL Technology**.

Bert Nacken est le nouveau président de **Minera Escondida**.

Ricardo Escobar devient le directeur commercial de **Equant**.

Pérou

Alvaro José Cuba Simons devient le DG de **Kraft Foods** Pérou.

Carlos Luna Conroy est le nouveau DG du groupe agroalimentaire **Casa Grande S.A.A.**

Susana Eléspuru Guerrero est la nouvelle DG **Saga Falabella**.

Kurt Johnny Burneo Farfán a été désigné Président Exécutif et Président du directoire du Banco de la Nación.



POUR ÊTRE AU PLUS PRÈS DE L'ACTUALITÉ, COMMANDEZ NOS ÉTUDES ET PUBLICATIONS !

Veille sur la Grande Distribution: Étude mensuelle sur le secteur (**consommation** et **enseignes**).
Un véritable observatoire. 50 pages environ.

6 numéros / semestre, 4 320 € HT-

12 numéros / an, 7 040 € HT.

Veille sur l'Agroalimentaire: Étude bimensuelle dressant le bilan de l'évolution du secteur. 35 pages environ.

12 numéros / semestre, 2 580 € HT-

22 numéros / an, 4 290 € HT.

Conjoncture: Étude mensuelle dressant un panorama des points clés de l'actualité économique et politique.
20 pages environ.

6 numéros / semestre, 1 100 € HT-

11 numéros / an, 1 900 € HT.

Études stratégiques: afin de trouver un partenaire, positionner son produit/service sur le marché, mettre en place un réseau de distribution adapté, etc... **Latineco** vous apporte une méthodologie, de la pratique et des contacts dans tous les pays d'Amérique Latine. Interventions sur mesure. **Nous contacter.**

PARCE QUE VOUS INTERVENEZ SUR LES MARCHÉS LATINS, ABONNEZ-VOUS À LATINECO

LATINECO Amérique Latine-Marchés & Affaires

1 an / 11 Numéros / 500 € TTC

2 ans / 22 Numéros / 900 € TTC

LATINECO Europe Latine-Marchés & Affaires

1 an / 11 Numéros / 500 € TTC

2 ans / 22 Numéros / 900 € TTC

LATINECO Amérique Latine + Europe Latine

1 an / 22 Numéros / 900 € TTC

2 ans / 44 Numéros / 1 600 € TTC

Mme, M.

Fonction.....

Société

Activité.....

E-mail

Adresse

Code postal

Ville

Pays

Téléphone..... Fax.....

Bulletin à retourner : à I.F.I. – informations & Finances internationales

25 rue d'Astorg – 75008 PARIS – France

ou par fax à **iFi** au **33 (0) 1 40 06 90 79**

Règlement :

♦ chèque à **iFi** – informations & Finances internationales
25, rue d'Astorg – 75008 PARIS – France

♦ virement à **iFi** – informations & Finances internationales
Société Générale-Paris Messine – 113, Bd. Haussmann – 75008 Paris
Code banque : 30003 / Agence : 03360 -Compte : 00020409779
Clé 59

♦ Carte Bancaire : VISA MASTERCARD AMEX
N° : _____ Expire le : _____
Signature : _____

Facture : à réception du paiement

LATINECO - Amérique Latine-Marchés & Affaires, publication mensuelle, éditée par **i F i. informations & Finances internationales**. - 25, rue d'Astorg - 75008 Paris - France; <http://www.latineco.com>; **e-mail** : ifi-info@latineco.com -); 33 (0)1 47 42 23 05 ; Fax : 33 (0) 1 40 06 90 79 . Directeur de la Publication : Emilio Jover - Rédacteur en chef : Nicolas Drouault Dépôt Légal : à parution - Commission Paritaire : 0999i77149 - ISSN : 1275-952X (papier) - 1298_0420 (en ligne).

LATINECO - Europe Latine-Marchés & Affaires, le moniteur économique de l'Espagne, de l'Italie et du Portugal, est aussi édité par **i F i**. Tout droit de reproduction réservé par quelque moyen que ce soit, sauf autorisation expresse de **i F i**.

LATINECO

Publicité

LATINECO est une société spécialisée depuis 10 ans dans le développement d'outils d'informations économiques sur l'Amérique Latine et l'Europe latine.

Ces outils sont destinés à favoriser la prise de décision au sein des entreprises intéressées par ces régions.

LATINECO élabore pour ses clients différents produits:

⇒ Des newsletters, dont la lettre **Amérique Latine Marchés & Affaires**,

⇒ Des veilles économiques sectorielles sur l'Amérique Latine, principalement sur le marché agroalimentaire et la grande distribution,

⇒ Et réalise des prestations sur mesure afin, entre autre, de valider des marchés, confirmer le positionnement commercial ou marketing d'une filiale, rechercher des partenaires... selon les besoins des entreprises.

Si votre société a des activités dans les marchés d'Amérique Latine, **LATINECO** peut vous accompagner dans vos démarches afin de vous fournir une information validée par un professionnel indépendant, ce qui vous permettra de gagner du temps.

N'hésitez pas à nous contacter pour tout autre renseignement sur nos prestations.

☛ **CET ESPACE EST RÉSERVÉ POUR VOTRE PUBLICITÉ** ☛

Contactez-nous au ☎ 01 47 42 23 05