

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- *Économie et politique*

II- *Conjoncture du secteur*

III- *Entreprises et marques*

N° 6 – Juin 2004
(2^{ème} quinzaine)

Source : iFi – BM – FMI – OCDE...	Spread Souv.	PIB Mds\$			PIB %			Pop.M	Inflation %			Solde commercial (000 M US\$)		Réserves internat (Mds\$) (000 M US\$)		Dette ext (000 M US\$)	Change/\$ (*taux officiel)			Chômage. %
		2004	2002	2003	2004 (p)	2002	2003		2004 (p)	2003	2002	2003	2004 (p)	2002	2003		Déc. 03	Mai 04	2004	
Argentine	5037	86	129,71	91	-11,0	8,4	6,5	36,23	41,0	13,4	6,9	2,5	15,50	27,0	16,8	145,58	2,95	2,86	12,0	
Brésil	667	455	497,8	Nd	1,9	-0,2	3,51	177,9	12,5	14,8	5,5	13,17	26,10	43,6	53,0	214,8	2,95	2,97	12,8	
Chili	79	66,4	72,05	81,5	2,1	3,3	4,7	15,1	2,8	2,8	2,1	1,4	3,10	15,4	15,9	43,63	593	624,8	8,1	
Colombie	603	81,2	77,9	Nd	1,5	3,74	4,0	44,5	9,0	7,1	5,7	0,3	-0,10	8,60	10,9	37,6	2 771,5	2 708	14,7	
Équateur	1180	24,5	26,7	Nd	3,3	2,6	5,9	12,2	12,6	7,9	2,97	-6,2	Nd	1,8	1,24,	11,0	1,0	1,0	6,6	
Mexique	207	637,3	626,8	Nd	1,1	1,3	3,7	97,5	5,8	3,98	4,5	-8,8	-5,60	40,8	58,3	170,0	11,15	11,45	3,90	
Pérou	388	56,7	61,4	Nd	5,0	3,97	4,0	27,2	1,5	2,39	2,5	-0,2	0,70	9,7	10,9	30,0	3,5	3,60	9,4	
Uruguay	664	12,3	11,5	Nd	-11,0	2,5	9,0	3,2	25,94	19,4	8,68	-0,9	0,10	2,50	2,01	12,4	28,8	29,70	14,2	
Venezuela	629	99	84,9	Nd	-8,9	-10,4	8,8	23,2	31,2	27,1	25,0	10,6	Nd	14,8	23,0	25,0	1 600	2 830	17,5	

Indicateurs économiques

Table des Matières

<i>Indicateurs économiques</i>	2
I. ÉCONOMIE ET POLITIQUE	1
➤ AMERIQUE LATINE	1
<i>Croissance généralisée</i>	1
☛ Le commentaire d'iFi-Latineco :	1
<i>Panorama contrasté</i>	2
<i>La dette externe privée et quelques ratios</i>	2
➤ ARGENTINE	3
<i>La crise semble oubliée mais pas l'aspect social</i>	3
<i>Attention en 2005</i>	3
☛ Le commentaire d'iFi-Latineco :	4
<i>Moins de dette externe privée</i>	4
☛ Le commentaire d'iFi-Latineco :	4
➤ BRESIL	5
<i>Le Plano Real a vaincu l'inflation mais pas les inégalités</i>	5
☛ Commentaire d'iFi-Latineco :	5
<i>Croissance garantie ?</i>	5
➤ CHILI	6
<i>Confirmation des chiffres</i>	6
<i>Une défaite socialiste ?</i>	6
➤ COLOMBIE	7
<i>Le calme après la tempête</i>	7
➤ MEXIQUE	7
<i>Mieux que prévu</i>	7
☛ Commentaire d'iFi-Latineco :	8
➤ PEROU	8
<i>De bons chiffres malgré le climat politique</i>	8
☛ Commentaire d'iFi-Latineco :	9
➤ VENEZUELA	9
<i>Pétrole et politique</i>	9
II. CONJONCTURE DU SECTEUR	10
➤ AMERIQUE LATINE	10
<i>Le secteur agricole perdra de son importance dans les pays riches</i>	10
<i>Mercosur – UE : pas d'accord sur la viande</i>	11
➤ ARGENTINE	12
<i>Système de contrôle des fruits et légumes</i>	12
<i>Panier de la ménagère plus cher</i>	12
<i>Le boom du maïs</i>	12
... <i>et le maintien de la culture de pommes de terre</i>	13
<i>Des prévisions agricoles optimistes</i>	13
<i>Hausse des exportations de poissons</i>	13
... <i>mais baisse des exportations de fruits</i>	13
➤ BRESIL	14
<i>Les exportations agricoles battent leur record</i>	14
... <i>même si les difficultés du soja se poursuivent</i>	14
... <i>et que le secteur agroalimentaire en pâtit</i>	14
<i>Le Brésil consolide sa position de leader en exportation de viande</i>	15
➤ CHILI	16
<i>Les exportations agricoles en chiffres</i>	16
<i>Les pâtes, un marché lucratif mais saturé</i>	17
<i>Les Chiliens friands de pain</i>	17

➤	COLOMBIE.....	19
	Augmentation des exportations de lait.....	19
	... et d'huile de palme.....	19
	L'industrie avicole se développe dans « l'Axe du Café ».....	20
	Les abattoirs investissent dans les centres commerciaux.....	20
	La « Macro Rueda » alimentaire de plus en plus prisée.....	20
	Les boulangeries toujours devant les supermarchés.....	21
	Les horticulteurs indiens veulent pénétrer le marché national.....	21
➤	MEXIQUE.....	22
	L'industrie alimentaire.....	22
	L'industrie du cacao en perte de vitesse.....	22
➤	PEROU.....	23
	Exportation d'oignons.....	23
	La pomme de terre péruvienne interdite en Équateur.....	23
	Les lucumas (fruits) en expansion.....	23
	Baisse des investissements dans la restauration rapide.....	23
➤	URUGUAY.....	23
	La NAFTA, principal acheteur de viande uruguayenne.....	23
III. ENTREPRISES ET MARQUES.....		24
➤	ARGENTINE.....	24
	Solfrut s'associe.....	24
	McDonald's veut croître et remonter sa cote de popularité.....	24
	Nestlé Purina investit.....	24
	... tout comme Monsanto.....	25
	Pegasus acquiert Aroma.....	25
➤	BRESIL.....	26
	Fin du chapitre Nestlé/Garoto.....	26
	Ambev gagne des parts de marché.....	26
	Parmalat Brésil sort lentement de ses difficultés.....	26
	Emballages pour surgelés.....	26
➤	CHILI.....	27
	Arcor-Danone : bientôt leader des biscuits ?.....	27
	Coca Cola s'acharne contre ses concurrents.....	27
	L'actualité de Concha y Toro.....	27
	La chaîne Gatsby se renforce.....	27
➤	COLOMBIE.....	28
	Juan Valdez en boutique.....	28
	Ventes record pour AdeS.....	28
	Chiquita Brands cède des actifs.....	28
	Scandale chez Bavaria.....	28
➤	MEXIQUE.....	29
	Bimbo augmente sa capacité de production.....	29
	FEMSA rachète les participations d'Interbrew.....	29
	Coca Cola Co et Pepsico font face à la concurrence.....	29
	Geupec acquiert Bret.....	30
➤	PEROU.....	31
	Le groupe Fierro développe sa production d'asperges.....	31
	Kiwifresh très prisé par les consommateurs.....	31
	Kraft Foods s'attaque à la zone andine.....	31
➤	VENEZUELA.....	32
	Cargill s'allie avec Del Monte.....	32
	La concurrence dans le secteur des pâtes devient « al dente ».....	32

I. Économie et politique

➔ Amérique Latine

Croissance généralisée

Après une bonne année 2003 en termes de croissance économique, suivie d'un excellent premier trimestre 2004, la quasi totalité des pays latino-américains a achevé le 2^{ème} trimestre avec une forte progression.

Dans la plupart des cas, le commerce extérieur a été le moteur de cette croissance grâce aux ventes d'importants volumes de matières premières : cuivre, soja, minerais de fer... et, bien sûr, pétrole. Sans le Venezuela dont le PIB a grimpé de près de 25% au 1^{er} trimestre grâce aux hydrocarbures, l'ensemble des pays de la Région a enregistré une croissance moyenne de 4,3%. Au total, pour toute l'année, les prévisions de croissance du PIB sont de 4,5%.

Malgré ces bonnes perspectives, les **points faibles** de la région se trouvent dans les **déficits fiscaux** et les **besoins de financement**. Étant donné le contexte mondial favorable du point de vue des taux, les économies régionales devraient profiter des conditions actuelles pour accéder à des financements internationaux, avant que les Etats-Unis ne procèdent à un réajustement.

Rappel : en 2003, les flux des IED ont diminué de 19% par rapport à 2002 totalisant 36,5 milliards de dollars. Cette situation pourrait s'améliorer dès 2004 mais, en tout cas, ce recul a été largement compensé par la hausse du volume des transferts de fonds des Latino-américains émigrés aux Etats-Unis, en Europe (Espagne)... Le principal pays bénéficiaire de ces transferts est le Mexique.

🗨️ **Le commentaire d'iFi-Latineco :**

En 2004, la croissance se produirait dans tous les pays du continent et si elle se maintient, en 2005, l'ensemble des pays de la Région enregistrerait une hausse du PIB de manière synchronisée pour la première fois depuis 35 ans.

Panorama contrasté

Selon certaines études, en termes de compétitivité, le continent latino-américain recule au profit des pays d'Asie comme la Chine et l'Inde.

Selon la Wharton School, les pays latino-américains sont trop pris par leurs préoccupations et problèmes internes, laissant de côté des aspects tels que la concurrence mondiale.

Parallèlement, la croissance du continent est un fait, comme signalé précédemment : la croissance est au rendez-vous, mais son dynamisme reste limité et circonscrit à certains secteurs clés des économies locales.

Pour Standard & Poor's, l'embellie ne pourra pas se consolider sans procéder à des réformes en profondeur dans des secteurs clés des économies locales dont l'énergie, les infrastructures, la fiscalité...

Rappel : Lors de la réunion de la CNUCED au Brésil, le Président Lula da Silva a rappelé que pour atteindre les « Objectifs du Millénaire » fixés par l'ONU, il y a 4 ans, il faudrait destiner plus de 50 milliards de dollars annuels aux pays en développement...

La dette externe privée et quelques ratios

	Argentine	Brésil	Chili
Dette en Mds \$	60,3	123,4	38,8
Dette/exportations %	1,82	1,48	1,5
Dette/réserves %	4,28	2,5	2,45
Dette/PIB %	48	24	47

➔ Argentine

La crise semble oubliée mais pas l'aspect social

Selon l'institut des statistiques argentin, bien que la crise économique de 2001/2002 semble dépassée, le chômage et le sous-emploi restent à un niveau très élevé.

Actuellement, le chômage frappe 14,4% des Argentins en activité et le taux atteint 19,5% si l'on tient compte des familles bénéficiaires du plan « Chefs de famille ». Ainsi, en additionnant les personnes sous-employées, près de 5 millions de personnes connaissent de sérieux problèmes d'emploi dans le pays.

À la lecture du document de l'INDEC, se pose la question de savoir si le pays a démarré un nouveau cycle de production avec des salaires plus bas et un chômage plus élevé et si la crise sociale est venue s'installer pour longtemps.

Rappel : en Argentine il y a 10 millions de familles environ dont près de la moitié est touchée par des problèmes de travail. Cette situation s'aggrave du point de vue des salaires, car le manque de travail maintient le niveau très bas. En outre, le salaire des nouveaux employés est, en général, plus bas que ceux qui étaient en activité auparavant.

Par ailleurs, les nouveaux postes sont en majorité créés dans le secteur informel, qui ne bénéficie d'aucun avantage social comme les congés payés, les retraites, les soins médicaux... Actuellement le nombre de travailleurs dans cette situation représente 47% des salariés du pays.

Attention en 2005

Selon la **Fundación Capital**, bien que la croissance économique 2004 puisse dépasser 7%, les estimations pour 2005 sont très basses tablant sur une progression de 1,2%.

La manne des exportations de matières premières (soja, oléagineux...) apporte les moyens pour faire face aux besoins « quotidiens » du pays. Mais, outre le problème social, il ne faut pas oublier l'aspect de l'évolution politique du pays. Néstor Kirchner semble toujours bénéficier d'un soutien de ses concitoyens, mais à moyen terme le pays devra juger son administration non seulement du point de vue de la renégociation de la dette, mais aussi du point de vue de la relance économique durable du pays. Beaucoup de provinces réclament la redistribution des fonds fédéraux et Buenos Aires « consomme » trop de moyens. Les relations entre Kirchner et son « parrain » Duhalde ne semblent pas au beau fixe, même si elles ne sont pas autant dégradées que celles avec Carlos Menem.

🗨️ Le commentaire d'iFi-Latineco :

D'ici 2005, il va falloir trouver les moyens nécessaires pour maintenir le rythme de croissance car en 2004, la situation économique « héritée » de 2003 était beaucoup plus favorable qu'actuellement. Il s'agira surtout de favoriser l'investissement productif et de trouver une issue plus ou moins définitive au problème de la restructuration de la dette.

Moins de dette externe privée

Alors qu'une nouvelle plainte collective de détenteurs de titres de la dette argentine est déposée aux Etats-Unis, on apprend que depuis 2 ans, la dette externe privée du pays est passée de 77,6 milliards de dollars à 60,3 milliards de dollars soit une réduction de 22%.

Parmi les 9 000 entreprises argentines endettées auprès de créanciers étrangers, seulement 30 représentent 45% du passif. La réduction de la dette a été obtenue grâce à la renégociation et l'abandon des créances, principalement entre les filiales et les maisons-mères (constructeurs automobile, industrie du caoutchouc, du plastique, chimie...). D'autres entreprises ont utilisé leurs fonds propres à l'étranger pour éponger leurs dettes comme les entreprises pétrolières.

Ce sont les banques les institutions qui ont réduit le plus leur dettes en réglant plus de 7 milliards de dollars soit 43% du total dû fin 2001.

🗨️ Le commentaire d'iFi-Latineco :

Cette réduction du passif des entreprises argentines montre aussi une situation de désinvestissement car les fonds propres utilisés pour rembourser les dettes sont déduits des sommes destinées à l'investissement productif. Par ailleurs, le paiement des dettes n'offre pas, forcément, la possibilité d'obtenir de nouveaux emprunts.

Même si à court terme cette situation n'aura pas de conséquences directes, à moyen et à long terme, le désinvestissement en capital devrait provoquer une baisse de la production.



Le Plano Real a vaincu l'inflation mais pas les inégalités

Dix ans après la mise en place du Plano Real le 1^{er} juillet 1994, la devise actuelle a réussi à vaincre une inflation endémique alimentée par un système de correction monétaire bien ancré dans les habitudes des Brésiliens. Ainsi, entre 1994 et 2004, **l'inflation moyenne à São Paulo a atteint 143% contre 200 160 601 286,94% !!!** durant la décennie précédente...

Parallèlement, au cours de ces 10 années, la dette publique est passée de 30% à 56,8% du PIB et dans la période entre 1995 et 2002 près de 2,6 millions de postes de travail ont été perdus.

☛ Commentaire d'iFi-Latineco :

Les programmes économiques, les réajustements post-crisis, la lutte contre l'inflation... laissent toujours les mêmes traces sur l'aspect social des pays d'Amérique Latine comme on peut le voir au Brésil et en Argentine.

Le coût social de ces politiques est très élevé et pour les populations touchées, il est très difficile de retrouver leur ancien niveau de revenus et leur position de travail.

Croissance garantie ?

Selon le Banco Central, même dans le pire des scénarios, en 2004, le pays devrait enregistrer une croissance d'environ 2,8%. Selon le Président Lula da Silva, la politique du gouvernement consiste à assurer une croissance durable plutôt qu'une forte croissance sans donner les moyens pour qu'elle se maintienne en 2005.

Rappel : en 2003, au cours de la première année du gouvernement, l'économie brésilienne avait reculé de 0,2%. Les prévisions pour 2004 tablent sur une progression du PIB de 3,5%.

Par ailleurs, en 2003, en termes de volume de l'excédent commercial, le Brésil est passé de la 19^{ème} à la 13^{ème} place sans oublier qu'en 2001, le pays se situait au 91^{ème} rang.

Le gouvernement de Lula a bien besoin de chiffres positifs, car le taux de popularité de l'ancien ouvrier métallo est en train de dégringoler : en juin 54,1% de personnes interrogées approuvaient sa gestion contre 60,2% en mai.



Confirmation des chiffres

Selon le Banco Central, en 2004, le taux d'inflation atteindra 2,1% (3,1% en 2005) avec une croissance économique oscillant entre 4,5% et 5,5%. L'évolution de la demande interne devrait passer de 7,1%, estimée au départ à 5,7%, et le solde de la balance de paiements serait positif d'environ 1 milliard de dollars contre un déficit prévu en début d'année.

Du point de vue de l'emploi, entre février et avril 2004, le taux de chômage était de 8,7%, soit 0,2% de plus qu'au cours de la même période 2003. Actuellement, 5,62 millions de Chiliens ont un travail.

La croissance de 5% enregistrée en avril serait due essentiellement aux performances du secteur externe. Durant ce mois, les exportations ont grimpé de 49,1% comparé à avril 2003 et de 54% en mai par rapport à mai 2003. La production minière a progressé de 10,4%

Par conséquent, en 2004, tout semble aller dans le bon sens pour le Chili malgré sa dépendance énergétique, essentiellement de l'Argentine où la crise semble être en passe d'être résolue.

Une défaite socialiste ?

Selon une enquête, si les élections présidentielles avaient eu lieu en juin, le Maire de Santiago, Joaquín Lavín aurait obtenu 41,5% des votes face à l'actuelle Ministre de la Défense, Michelle Bachelet créditée de 40,2% d'intentions de vote.

Lavín est le leader et candidat du parti de centre droit.

Colombie

Le calme après la tempête

Selon le DANE, l'institut des statistiques du pays, au premier trimestre 2004, la croissance économique a été de 3,8% comparé au même trimestre 2003. Presque tous les secteurs ont progressé, sauf l'agricole.

Face à la vigueur de la croissance, les prévisions pour toute l'année restent prudentes à 4%, ce qui n'est pas mal. Par ailleurs, entre janvier et avril, la croissance du secteur industriel a atteint 4,24%.

L'inflation continue à être contrôlée en-dessous du 5,5% prévu par le Banco de la República.

Malgré un contexte plutôt favorable, la Colombie présente quelques points faibles tels que la perception internationale pour les affaires ou bien les aspects concernant la réforme fiscale. A ce sujet, le projet risque de traîner dans le Congrès, occupé par la réforme de la législation concernant la réélection présidentielle.

D'autre part, le pays est embarqué avec le Pérou et l'Équateur dans la négociation d'un traité de libre échange avec les Etats-Unis.

Mexique

Mieux que prévu

L'évolution du PIB au cours du premier trimestre 2004 montre une reprise économique plus solide que prévu. Ainsi, pendant ce trimestre, la hausse du PIB a atteint 3,8% comparé au même trimestre 2003, soit la plus forte progression depuis fin 2000. Cette tendance s'est produite dans tous les secteurs de l'économie dont le manufacturier qui enregistre une progression de 2,8%, soit la première hausse depuis 4 trimestres.

La reprise économique des Etats-Unis a favorisé le commerce extérieur du Mexique. En effet, en mai, les exportations mexicaines hors pétrole, ont grimpé de 7% comparé au même mois 2003. Ce taux est révélateur, dans un contexte de perte de compétitivité du Mexique par rapport à d'autres fournisseurs des Etats-Unis.

Par ailleurs, les IED prévus en 2004 atteindraient 18 milliards de dollars, soit 4 milliards de plus que ceux estimés au départ.

Commentaire d'iFi-Latineco :

Après 3 années de stagnation, cette reprise économique pouvant aller jusqu'à une croissance de 4% en 2004 et 2005, pourrait favoriser l'image politique et sociale du gouvernement de Vicente Fox et faire face aux critiques d'une certaine inertie pour mener à bien les réformes dont le pays a besoin.

En effet, les bonnes nouvelles ont commencé en mai avec l'annonce d'une hausse des exportations de 21% ainsi que de l'excédent de la balance commerciale, le premier depuis 7 ans.

Ainsi, la polémique concernant la demande de jugement du Maire de México, Andrés Manuel López Obrador, le favori pour succéder Fox aux élections de 2006, ainsi que la croissante préoccupation générée par la hausse de l'insécurité dans le pays, sont des points négatifs pour l'administration Fox.

Pérou

De bons chiffres malgré le climat politique

Dans ce pays paradoxal, où des milliers de Péruviens sont totalement marginalisés de la vie économique et même sociale du pays, les bons chiffres se confirment depuis des années. Même Standard & Poor's a relevé le rating du pays de BB- à BB.

Le FMI et la BM ont félicité le gouvernement pour les réussites économiques et les améliorations sur le plan fiscal et externe tout en conservant une stabilité de prix.

Au premier trimestre, la croissance économique a été de 4,6% comparé au même trimestre 2003. À la hausse de la demande interne de la période il faut ajouter la croissance de l'investissement privé de l'ordre de 8%, taux jamais observé depuis 1997. A l'origine de ces chiffres se trouve le dynamisme des exportation non seulement de produits primaires mais aussi manufacturés. Cette activité s'est traduite par une hausse des investissements et de l'emploi.

Les investissements ont été effectués principalement dans des activités tournées vers les marchés externes, ignorant les aspects politiques internes. Parallèlement, ces investissements ont généré un accroissement de la demande interne et des embauches.

Les scandales politiques, le peu d'adhésions suscitées par Alejandro Toledo (7% d'opinions favorables) et l'absence d'une politique de réformes en profondeur n'ont pas eu d'impact négatif sur la marche de l'économie du pays jusqu'à maintenant.

🗣️ Commentaire d'iFi-Latineco :

Bien évidemment, à court terme, la séparation entre le politique et l'économique, pourrait encore tenir. Cependant, il faudrait éviter de penser que la situation économique du pays soit blindée pour le moyen et long terme. Au Pérou, trop de problèmes structurels restent encore à résoudre. Ainsi, ce n'est qu'à partir de la mise en place de véritables mesures que l'on pourrait parler d'une croissance durable. Le pays a besoin de réformes sur le plan du travail, du système judiciaire, de l'État, des concessions minières, le tout accompagné de plans d'éducation et de santé.

Venezuela

Pétrole et politique

Les ressources pétrolières ont permis au pays de vivre presque normalement depuis l'éclatement de la crise entre l'opposition et le Président Hugo Chávez. Un luxe qu'aucun autre pays n'aurait pu se permettre.

Finalement, le Conseil National Electoral a décidé que le référendum pour destituer ou confirmer Chávez comme Président aura lieu le 15 août prochain.

Comme d'habitude, les plans de financement des programmes disposeront des moyens générés directement ou indirectement par le géant pétrolier Pdvsa.

Au premier trimestre, le bond de la croissance de 29,8% comparé au même trimestre 2003, résulte d'une reprise technique car au premier trimestre 2003, l'activité économique du pays était presque nulle.

Au total, pour toute l'année 2004, le PIB pourrait progresser de 8,2% (11% pour le pétrole).

Rappel : au cours des 5 dernières années, le taux de pauvres dans le pays a presque doublé. Actuellement, près de 19 millions de Vénézuéliens ne disposent pas de revenus suffisants pour satisfaire les besoins de base. Le SMIC ne couvre pas le coût du panier de base de la ménagère, le taux de chômage touche 17,2% de la population active et 69% des Vénézuéliens déclare avoir réduit la consommation d'un aliment. Ainsi, selon l'Université Catholique Andrés Bello, au deuxième semestre 2003, dans le pays, 74,2% de la population était pauvre dont 40,4% vivait dans l'indigence soit 10,3 millions de Vénézuéliens qui ne disposaient pas de moyens pour acheter le panier de base. Il y a 5 ans, le taux d'indigents était de 22% et les pauvres représentaient 57,2% de la population. Ce qui veut dire qu'au début du gouvernement Chávez, la population pauvre vénézuélienne représentait la moitié de celle d'aujourd'hui.

II. Conjoncture du secteur

➔ Amérique latine

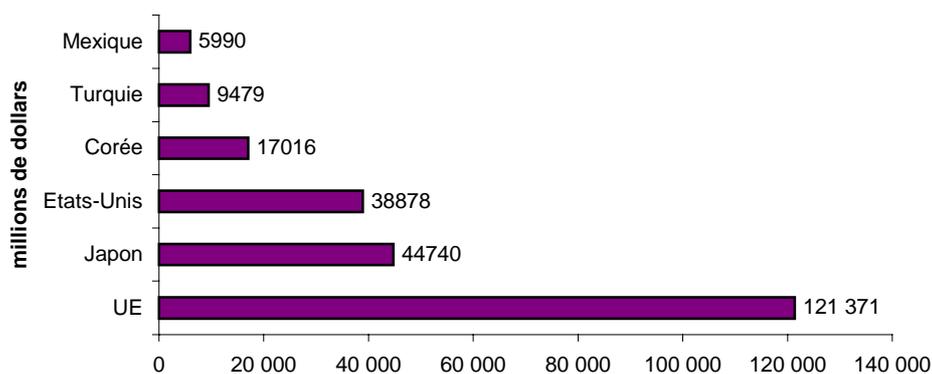
Le secteur agricole perdra de son importance dans les pays riches

Selon l'OCDE, entre 2004 et 2013, **le Brésil, la Chine et l'Argentine** sont les pays où le **secteur agricole enregistrera les plus forts taux de croissance** au monde, tandis que l'agriculture perdra de son importance dans l'Union Européenne, au Mexique et aux États-Unis. Les traités bilatéraux, comme celui en négociation actuellement entre l'UE et le Mercosur, auront un impact favorable sur le sucre ou l'élevage brésiliens.

Au cours des 10 prochaines années, le commerce mondial de **céréales** devrait s'accroître, l'**Argentine** et le **Brésil** en devenant les principaux exportateurs. Quant au commerce de **viande bovine**, ces deux pays devraient toujours avoir un rôle prépondérant, même si une partie de la production se vendra sur le marché national et l'exportation rencontrera des difficultés à cause de la fièvre aphteuse. Pour les produits **avicoles**, les États-Unis continueront d'exporter d'importants volumes, mais devront faire face à une concurrence accrue du Brésil. L'OCDE table sur l'augmentation de la demande mondiale en **oléagineux**, qui devrait être couverte par l'Argentine et le Brésil, celui-ci en devenant le 1^{er} exportateur mondial, à court terme.

À noter : les aides aux agriculteurs des pays membres de l'OCDE atteignent **257 milliards de dollars**.

Graphique : subventions agricoles en 2003



iFi-Latineco

Conseils et études économiques et stratégiques – Zones Amérique Latine et Europe du Sud

✉ 25 rue d'Astorg – 75008 Paris-France ☎ 01 47 42 23 05 📠 01 40 06 90 79

📧 ifi-info@latineco.com - www.latineco.com

Mercosur –UE : pas d'accord sur la viande

Les industriels et les producteurs du Mercosur (Paraguay, Uruguay, Argentine, Brésil) sont insatisfaits de la proposition faite par l'Union Européenne **d'un quota pour l'achat de 100 000 tonnes de viande.**

Le bloc sud-américain souhaiterait donc que l'UE revoit le volume des importations à la hausse en acceptant, au minimum, 315 000 tonnes soit l'équivalent de 5% de la consommation européenne de viande.

Rappel : actuellement, le Mercosur produit 12 millions de tonnes de viande, dont plus de 2 millions destinées à l'exportation. L'Union Européenne représente à peine 10% des exportations du bloc latino-américain.

De ses 100 000 tonnes de viande, le Brésil devrait en exporter 42,5%, l'Argentine 29,5%, l'Uruguay 21% et le Paraguay 7%.

➔ Argentine

Système de contrôle des fruits et légumes

Le **Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria-SENASA** a mis en place le **Sistema de Control de Productos Frutihortícolas Frescos-Sicofhor**. Ce programme vise à instaurer de bonnes pratiques dans la production agricole, l'industrialisation, le stockage et la vente de fruits et de légumes.

Le document établit diverses étapes et unifie les standards de qualité, tant pour le marché local que pour l'exportation. Ce système est destiné à lutter contre tout vestige de substances non admises telles que les traitements chimiques et autres produits interdits (herbicides, insecticides...) pour aligner les produits argentins du secteur au niveau des normes exigées par les marchés internationaux.

Le Sicofhor a utilisé le HACPP pour élaborer ses normes concernant les productions intégrées et bio ainsi que pour fixer les exigences relatives aux emballages, le système d'identification, les informations obligatoires (additifs, noms des responsables...)

À noter : entre janvier et avril 2004, le SENASA a certifié **255 326 tonnes de légumes frais** représentant un montant de près de 100 millions de dollars, soit une hausse de 19% en devises par rapport à la même période 2003.

Panier de la ménagère plus cher

Selon l'INDEC, en mai 2004, le panier de la ménagère a augmenté d'un petit **0,1%** comparé à avril, à **330 pesos**, et l'Indice des Prix au Consommateur a augmenté de **0,7%**.

Depuis janvier, le **panier alimentaire** de base a augmenté de 0,9%, alors qu'en avril, il a crû de plus de 10%. Les prix des aliments qui ont le plus augmenté sont les tomates (+52,5%), les courges (+44,7%) et la laitue (+32,4%). La forte hausse des **légumes (+13,15%)** a été compensée par la baisse de **8,1%** enregistrée pour les **fruits**, notamment les oranges (-30,1%), les mandarines (-12,4%) et les bananes (-7,5%).

Le boom du maïs...

En mai 2004, le prix du maïs a augmenté de **8%**. Sur la période 2004-2005, son prix pourrait augmenter de 30%. L'Argentine table sur une **hausse de 28% des surfaces cultivées**, soit environ 500 000 hectares supplémentaires.

Le prix de la tonne de maïs atteindrait 156 dollars. Actuellement, les producteurs argentins peuvent fournir **7 millions de tonnes**.

... et le maintien de la culture de pommes de terre

Jusque dans les années 70, l'Argentine importait des semences de pommes de terre afin de les transformer en produit d'exportation. Ainsi, dans le but d'éviter de planter des semences porteuses de maladies, le gouvernement de Buenos Aires a créé un programme de différenciation des zones d'ensemencement.

Ce programme a donc permis la **production de stocks de pommes de terre saines** via la **culture in-vitro** en développant les petits tubercules ainsi obtenus dans des **zones isolées**, où ont été produits 51 750 000kg de semences pour **8,62 millions de dollars**.

Cependant, l'Argentine continue d'importer du Canada et de la Hollande certaines variétés de pommes de terre telles que les Kennebec, Atlantic, Ranger-Russet et Russet-Burbank.

Attention : le pays n'exporte pas de semences !

Des prévisions agricoles optimistes

Ces 10 prochaines années, l'Argentine pourrait bien devenir l'un des plus grands exportateurs mondiaux de **céréales** avec **4,7 millions de tonnes**, à destination de **l'Union Européenne** et de la **Chine**.

Pour le moment, les exportations de **viande** argentine restent limitées car elles ne peuvent pénétrer les marchés de la zone Pacifique à cause des problèmes sanitaires (fièvre aphteuse).

À noter : l'agriculture occupe 1/3 de la population active du pays.

Hausse des exportations de poissons...

Selon le Senasa, entre janvier et avril 2004, les exportations de poissons ont crû de 21% en volume à 124 723 tonnes et à 168,7 millions de dollars en valeur.

... mais baisse des exportations de fruits

En mai 2004, les exportations de **fruits** via le port de San Antonio (province de Rio Negro) ont **reculé de 2,5% à 435 687 tonnes**, contre 447 219 tonnes en 2003. Cette baisse est due à celle de 28,71% de la demande des États Unis. Toutefois, les exportations de **pommes** font figure d'exception car elles **ont bondi de 3,28%**.



Les exportations agricoles battent leur record...

Selon le Ministère de l'Agriculture, en mai 2004, les exportations du secteur agricole ont atteint **3,4 milliards de dollars**, favorisées par les ventes de **soja, viande, sucre et alcool**.

Entre janvier et mai derniers, le secteur agricole représentait **41,5% des exportations totales brésiliennes**, sachant que les prix des produits exportés ont augmenté entre 20% et 30%.

... même si les difficultés du soja se poursuivent...

En mai 2004, le soja a perdu **23%** de sa valeur à 191 dollars la tonne, ce qui reste supérieur de 32% au prix en vigueur l'an dernier.

La **Chine, principal acheteur de soja brésilien**, pourrait entraver et même refuser l'importation du produit. En effet, la Chine vient d'annuler une commande de 300 000 tonnes et, en avril, la demande chinoise a chuté de **44%** car elle aurait détecté la présence de fongicides dans le soja brésilien.

... et que le secteur agroalimentaire en pâtit

En 2004, les ventes du secteur agroalimentaire devraient croître de **14,5% seulement**, contre une hausse de 35% en 2003. Cela s'explique par la **chute actuelle des récoltes de soja (-10%) et de maïs**, le **recul des prix internationaux** et les **problèmes de transport** (hausse des coûts d'infrastructure).

Cette année, la part du PIB générée par le secteur agroalimentaire devrait augmenter de **3%**, contre 6% prévu initialement par l'IPEA (institut de statistiques brésilien). Ainsi, même les semences et les engrais seront affectés par cette tendance.

Selon MB Associés, en 2004, les ventes du secteur agroalimentaire devraient atteindre **40 milliards de dollars**, contre 35 milliards de dollars en 2003. Cette hausse proviendrait de celle des prix puisque la récolte de cette année devrait diminuer de **2,7%** comparé à 2003.

Pour les récoltes de 2004/2005, le gouvernement prévoit de libérer 12,82 milliards de dollars d'aides aux producteurs.

À noter : le soja représente **1/3** des recettes du secteur agroalimentaire.

Le Brésil consolide sa position de leader en exportation de viande

En mai 2004, les exportations brésiliennes de viande ont atteint **3,8 millions de tonnes**, contre 3,4 millions de tonnes en 2003. Ainsi, **le Brésil contrôle 21% du commerce mondial de viande**.

Pour cette année, les prévisions tablent sur une consommation mondiale de viande équivalente à **253,6 millions de tonnes**, contre 250,5 millions de tonnes en 2003, ce qui représente l'un des indices de croissance les plus faibles de ces 2 dernières années.

Cette faible croissance est due, en particulier, à la crise du poulet asiatique et à celle de la vache folle en Europe. Ainsi, la production de viande latino-américaine pourrait **augmenter d'environ 6%**, représentant ainsi **27% des exportations mondiales**, contre 16% au début des années 90.

À noter : la consommation moyenne de viande par personne devrait se maintenir à 39,9kg.



Les exportations agricoles en chiffres

Cette année, le secteur agroalimentaire progresserait de **5%**, grâce aux exportations qui ont crû de 10% durant les 4 premiers mois de 2004. Les accords signés avec l'UE et les États-Unis n'en sont que plus favorables. De plus, l'agroalimentaire est le secteur qui subit le moins de chômage. Au 1^{er} trimestre, les exportations agroalimentaires ont atteint **281 millions de dollars**, soit **31%** de plus qu'en 2003.

Les exportations de fruits

Entre le 1^{er} septembre 2003 et le 6 juin 2004, les exportations de fruits ont augmenté de **11%** à **196,5 millions de caisses**. Le **raisin** a représenté 47% des ventes, les **pommes rouges** 13%, les **prunes** 14,4%, les **kiwis** 6% et les **poires** 4%. **Dole Chile** et **Del Monte Fresh** sont les intervenants leaders du secteur.

En mars 2004, les **myrtilles** sont les fruits qui ont été le plus exportés avec **67%** des ventes totales, soit **5,3 millions de caisses**, les États-Unis et le Canada étant les principales destinations (86,3% des exportations totales). Toujours en mars, les exportations de **framboises** ont augmenté de **0,5%** à **2,2 millions de caisses**. Quant aux autres fruits rouges, 97,9% de la production était destiné au marché national.

À noter : en 2003, les exportations de **noix** ont augmenté de **36%** à **12,3 millions de kilos** en volume et à **27 millions de dollars** en valeur.

Les exportations d'huile d'olives

Au 1^{er} trimestre 2004, les exportations d'huile d'olive à destination des **États-Unis** ont été **multipliées par 32** pour atteindre **93 814 dollars**. D'ici 5 ans, la surface occupée par les oliveraies devrait représenter 10 000 hectares, ce qui permettrait d'exporter **20 000 tonnes** d'huile pour **160 millions de dollars**.

À noter : le marché mondial d'huile d'olive brasse **10 milliards de dollars par an** et la consommation chilienne représente 0,12 litre par personne.

Les exportations de produits de la mer

Toujours à la même période, les exportations de **produits de la mer** ont crû de **14,9%** à **642,6 millions de dollars**, grâce à la truite et au saumon qui concentrent 80% des exportations totales du secteur. **À noter** : en 2004, le secteur de la pêche prévoit d'investir **156,8 millions de dollars** dans le but de renforcer sa production.

Les exportations de viande

Au 1^{er} trimestre 2004, les exportations de **viande** ont crû de **58%** comparé à la même période 2003, à **74,2 millions de dollars**. Les principales destinations ont été le Japon, l'Union Européenne, la Corée du sud, le Mexique et la Chine.

Par ailleurs, les exportations **avicoles** ont été multipliées par 4 à **24,6 millions de dollars**, favorisées notamment par la viande de porc. Les principales destinations ont été l'Allemagne, le Mexique, l'Angleterre, la Chine et l'Italie.

Attention : le segment de la viande est en profonde restructuration (fusions, faillites, changements de propriétaires, etc).

Les exportations de fleurs

Les exportations de **fleurs** ont, quant à elles, augmenté de **27% à 165 tonnes**, le principal client étant les États-Unis (83% des ventes totales) et, paradoxalement, la Hollande (l'un des plus importants producteurs de fleurs mondiaux).

Les pâtes, un marché lucratif mais saturé

Les Chiliens consomment annuellement entre 8kg et 9kg de pâtes par personne, générant ainsi des ventes supérieures à **1 milliard de dollars chaque année**. Le taux de pénétration du marché est à **100%** puisque chaque foyer possède des pâtes chez lui. Selon ACNielsen, les 3 principales marques concentrent 64% des ventes totales.

En 2003, le leader du marché était **Carozzi** (qui a acquis Parma) avec **40% de parts de marché** via ses marques Carozzi, Aconcagua, San Remo et Trattoria.

Avec l'arrivée de **Corpora Tresmontes** qui a acquis le fabricant de pâtes **Luchetti (33% de parts de marché)**, la concurrence devient rude dans l'industrie des pâtes. La stratégie du groupe vise à développer le secteur plutôt que de réduire ses prix.

À noter : actuellement, l'industrie chilienne exporte entre **15 000 et 18 000 tonnes de pâtes par an**, principalement à destination de la Colombie, du Venezuela, du Mexique et de l'Amérique Centrale. Elle en importe aussi d'Argentine, d'Italie et du Pérou.

Les Chiliens friands de pain

Malgré l'irruption des supermarchés, les canaux traditionnels (boulangeries) concentrent **80%** des ventes du secteur en facturant **1,3 milliard de dollars par an**.

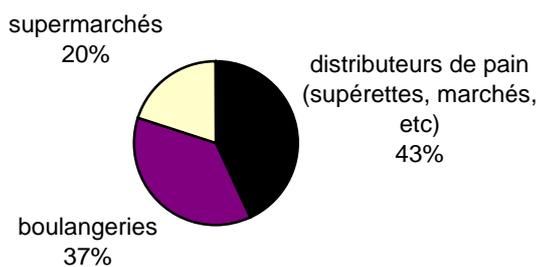
Les **boulangeries** gagnent de plus en plus de terrain car les consommateurs chiliens apprécient la **qualité** de leur service et le **gain de temps** comparé à celui passé dans les supermarchés. La propreté de l'endroit et l'odeur du pain sont les critères décisifs des Chiliens.

Par ailleurs, dans le pays, la consommation annuelle de pain représente **98kg par habitant**, le but des fabricants de pain étant d'atteindre 100kg en 2010.

Actuellement, le Chili est le **2nd consommateur mondial de pain** après l'Allemagne, qui en consomme 106kg par personne.

À noter : le commerce illégal de pain affecte le secteur.

Graphique : parts de marché des canaux de distribution de pain



Colombie

Augmentation des exportations de lait...

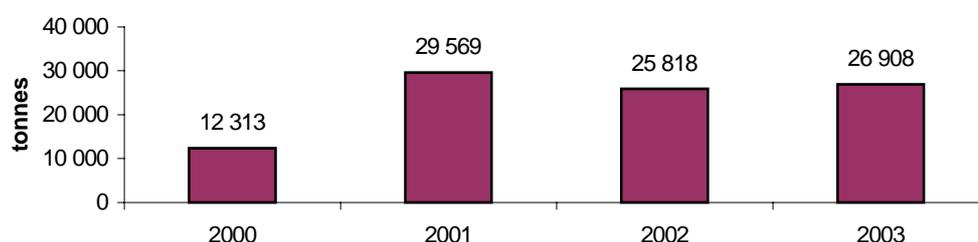
D'ici à juin, les producteurs de lait pourront exporter vers le Mexique, pays considéré comme le plus grand importateur d'Amérique Latine. Ils espèrent exporter entre 20 000 et 30 000 tonnes de lait. Les exportations favoriseraient ainsi des zones comme **Antioquia** et la **côte nord du pays**, exemptes de fièvre aphteuse.

À noter : 1) En 2003, les exportations colombiennes de lait ont atteint **35 880 tonnes**, chiffre en augmentation de 9,3% par rapport à 2002 (32 813 tonnes).

2) Les dérivés laitiers et le lait liquide représentent, respectivement, **4 872** et **4 101 tonnes**.

3) La plupart des ventes correspond au **lait en poudre** avec **26 908 tonnes**.

Graphique : exportations de lait en poudre



... et d'huile de palme

Au 1^{er} trimestre 2004, les exportations d'huile de palme ont augmenté de **24,2%** à **33 366 tonnes**, contre 26 886 tonnes pour la même période 2003.

Les exportations d'huile de palme **incorporée** à des produits tels que les autres huiles, le beurre, la margarine et le savon ont atteint 10 793 tonnes, soit une hausse de 777 tonnes comparé à 2003.

À noter : la production d'huile de palme est en augmentation dans la zone nord du pays, qui a fourni un total de 12 938 tonnes au 1^{er} trimestre de cette année.

L'industrie avicole se développe dans « l'Axe du Café »

En 2003, l'industrie avicole a présenté le meilleur taux de croissance du marché. En effet, « **l'Axe du Café** » est la région qui a enregistré la plus forte hausse avec **32%**.

Cette région représente **6%** de la production nationale de poulets et **3,9%** pour les œufs, suivie par Santander, le Valle et Cundinmarca avec, respectivement, une hausse de 10% et 9%.

Les abattoirs investissent dans les centres commerciaux

Pour les abattoirs, les affaires sont au beau fixe. En effet, les abattoirs des départements de Córdoba, Sucre, Magdalena et El Meta ont enregistré un chiffre d'affaires de **9,9 millions de dollars**, soit un volume d'abattage de 75 579 têtes.

En matière d'exportation, l'un des objectifs de cette année est l'**homologation** pour les marchés étasunien et du Moyen-Orient via un programme de renforcement opérationnel et commercial.

En outre, la nouvelle tendance est la construction de centres commerciaux spécialisés dans la vente de viande. 2 abattoirs de Bogota en sont les pionniers. Le 1^{er} a été l'abattoir **San Martín** et le 2nd **Guadalupe**, qui ouvrira un centre commercial en août prochain avec un investissement de **4,48 millions de dollars**.

Ce centre devrait s'étendre sur 10 000m², comprenant 82 locaux spécialisés dans la **vente de viande, de poisson et de produits laitiers**. Pour compléter la gamme de produits et de services offerts, le centre devrait compter un **supermarché de fruits et légumes**.

La « Macro Rueda » alimentaire de plus en plus prisée

Jusqu'à présent, l'organisation de réunions d'affaires dirigée par **Proexport** et qui regroupe de grandes entreprises étrangères a facturé **41,9 millions de dollars de contrats**. La « Macro Rueda » réalisée en mai à Cartagena de Indias a suscité l'intérêt européen pour les produits exotiques.

En effet, l'agro-industrie a décroché 32,9 millions de dollars de contrats, soit 78,7% du total. La France est le principal acheteur avec 11,7 millions de dollars, soit 28% du total de la « Macro Rueda ».

À noter : en 2003, les exportations de **langoustines** ont atteint **60 millions de dollars**.

Les boulangeries toujours devant les supermarchés

Selon une étude de la Fenalco (fédération nationale des commerçants), **55%** des consommateurs de pain vont dans les épiceries, **26%** dans les boulangeries et seulement **18%** dans les supermarchés. Pour l'instant, les boulangeries sont à l'abri de la concurrence des hypermarchés.

Au contraire, chaque année, de nouvelles boulangeries ouvrent. Cependant, les boulangers ont le défi d'élaborer un meilleur produit en tenant compte des nouvelles habitudes de consommation.

À noter : la Colombie n'est pas un grand consommateur de pain (**24 kg en moyenne par personne et par an**), contrairement au Chili (106 kg) ou au Mexique (60 kg). Dans le pays, il existe 25 000 boulangeries qui génèrent 1,6% du PIB.

Les horticulteurs indiens veulent pénétrer le marché national

Des Indiens d'El Meta ont créé l'« Asociación de Floricultores del Meta » dans le but de pénétrer le marché national avec des **produits exotiques** et d'approvisionner ce dernier, dans un premier temps, avec plus de **500 000 fleurs par an**.

Cette association aspire aussi à vendre sur le marché latino-américain, pour l'instant dominé par le **Costa Rica**.

À noter : à eux tous, les horticulteurs indiens produisent 9 000 fleurs par semaine.

Mexique

L'industrie alimentaire

Durant 17 ans, le secteur alimentaire a maintenu sa croissance et, actuellement, il se présente comme une industrie puissante pouvant rivaliser sur les marchés extérieurs comme le Japon.

Les 55 entreprises qui composent l'industrie alimentaire (produits de la mer, mayonnaise, assaisonnement, jus de tomate, haricots, pain/viennoiseries...) tablent sur une croissance du secteur de **3,6%** en 2004. Paradoxalement, l'emploi dans ce secteur a chuté de 4,8%, mais les employés gagnent davantage.

Seule ombre au tableau : la loi contre le « bio-terrorisme » appliquée par les États-Unis et qui pourrait nuire à l'industrie alimentaire mexicaine. Cette loi établit que tout produit comestible essayant de passer la frontière devra remplir, au préalable, un certificat dans lequel ses caractéristiques seront détaillées. En cas de manquement, des sanctions seront prises (amende, retrait du produit dans les rayons, interdiction définitive de son importation).

L'industrie du cacao en perte de vitesse

Le cacao mexicain, auparavant apprécié mondialement pour son arôme, a nettement perdu de sa qualité, entraînant une chute des prix.

Actuellement, le Mexique est le **10^{ème} producteur mondial de cacao avec 38 000 tonnes**, tandis que la 1^{ère} place est occupée par la Côte d'Ivoire avec 1,3 million de tonnes.

Ainsi, le Mexique a perdu des opportunités d'investissement à cause de l'absence de politique gouvernementale visant à promouvoir la valeur ajoutée dans l'industrie des sucreries et du chocolat.

En effet, le pays cherche seulement à exporter du sucre au lieu d'exporter des produits à plus forte valeur ajoutée, comme les sucreries ou le chocolat. Les droits de douane atteignent entre 18% et 23% sur le cacao et ses dérivés !

Concernant l'importation de chocolat, le Mexique n'impose aucun droit de douane, ce qui ne fait qu'augmenter la concurrence déloyale, notamment celle de l'Amérique Centrale, à laquelle doivent faire face les industries mexicaines.

À noter : le Mexique importe **22 000 tonnes de chocolat par an, soit l'équivalent de 40 000 tonnes de cacao**. Le mot chocolat vient de la langue maya : **chocoatl**.

Pérou

Exportation d'oignons

En mai, les exportations d'oignons secs ont augmenté de **18,4%** comparé à 2003, en sachant que l'**Allemagne** et le **Japon** représentent **94,8%** des exportations d'oignons secs en morceaux.

À noter : l'entreprise **Omniagro** concentre 96,4% des exportations de ce produit, suivie de **Green Vegetables** et **Flowers** (3,6%).

La pomme de terre péruvienne interdite en Équateur

L'entrée de pommes de terre en provenance du Pérou a été interdite en Équateur, l'objectif étant d'éviter l'introduction de maladies. Les inspecteurs des ports, aéroports et douanes ont donc l'obligation de détruire tout tubercule en provenance du Pérou.

Les lucumas (fruits) en expansion

Le président de Prolúcuma, Tulio Silgado, a annoncé que **95% de la production de lucuma se consomme au niveau national**, le 5% restant étant destiné à l'exportation. Le marché des lucumas se développe de plus en plus puisque le produit est vendu à l'industrie alimentaire qui l'utilise pour ses desserts en incorporant le fruit aux glaces, yaourts, BRSA et jus de fruits, entre autres.

Baisse des investissements dans la restauration rapide

Après l'euphorie des investissements dans des établissements de restauration rapide, la tendance s'est inversée et l'introduction des *fast-food* destinés à la classe **C** de consommateurs reste à l'étude. Désormais, les investisseurs préfèrent les projets générant un pôle de développement comme, par exemple, les centres commerciaux.

À noter : le marché du *fast-food* occupe 1,2 million de personnes. La zone nord de Lima possède un grand potentiel de développement.

Uruguay

La NAFTA, principal acheteur de viande uruguayenne

Les États-Unis, le Canada et le Mexique (membres de la NAFTA) ont acheté **71,91% des 136 424 tonnes de viande uruguayenne, exportée pour 244 millions de dollars**. D'ici à la fin de l'année, les prévisions officielles tablent sur **600 millions de dollars**. Les États-Unis ont été le principal acheteur avec 79 034 tonnes.

III. Entreprises et marques

➤ Argentine

Solfrut s'associe

Le producteur d'olives **Solfrut**, appartenant au groupe **Chediak**, a décidé de s'associer à un groupe hollandais pour créer une entreprise de distribution et de commercialisation de son huile d'olive sur le marché étasunien.

Solfrut commercialise déjà ses produits en Argentine sous la marque **Oliovita** et a agrandi son usine de production de la province de San Juan, dans laquelle le groupe a investi 600 000 euros.

McDonald's veut croître et remonter sa cote de popularité

En 2004, la chaîne de restauration rapide envisage de s'implanter dans la ville de **Rosario** via des accords avec les centres commerciaux actuellement en construction. Pour le moment, **McDonald's** possède 186 points de vente dans le pays et facture **68,97 millions de dollars**.

Par ailleurs, McDonald's tente de renouer avec le succès en **diversifiant** davantage ses produits : incorporation de poulet, salades...

À noter : en Argentine, le prix d'un Big Mac est l'un des moins chers du monde.

Nestlé Purina investit...

D'ici à la fin de l'année, **Nestlé Purina** prévoit d'investir **3,8 millions de dollars** dans des équipements, l'automatisation de la plate-forme de décharge/stockage de ses produits et un nouvel entrepôt dans son usine de **Santo Tomé**. Dans cette usine, le groupe produira **120 000 tonnes** d'aliments à destination du Moyen-Orient et de l'Asie.

En 2005, Nestlé Purina envisage d'investir **11 millions de dollars** dans le développement d'une nouvelle usine qui produira 50 000 tonnes supplémentaires.

... tout comme Monsanto

Monsanto Argentine prévoit d'investir entre **3 et 5 millions de dollars par an** dans la recherche et le développement de nouvelles cultures. Le groupe a davantage intérêt à développer celle du maïs, qui est actuellement en passe de devenir plus rentable.

Une bonne partie des investissements de recherche est particulièrement destinée aux **céréales**. A l'été 2005, le groupe prévoit de tester un maïs génétiquement modifié pour le rendre résistant à la sécheresse et qui serait prêt à être commercialisé en 2009.

Pegasus acquiert Aroma

Le fonds d'investissement **Pegasus** a acheté la chaîne argentine de magasins de café **Aroma** via la chaîne de glaciers **Freddo**, dont il est le propriétaire. Ainsi, Freddo aura le contrôle d'Aroma, bien que les 2 affaires seront indépendantes l'une de l'autre.

Aroma compte 6 points de vente et appartenait à Arcos Dorados, celui-ci étant la plus importante franchise de McDonald's sur le marché argentin.

À noter : Aroma constitue la 3^{ème} acquisition réalisée par Pegasus en 1 an et demi, les 2 autres étant la chaîne de disquaires **Musimundo** et les glaces **Freddo**.



Fin du chapitre Nestlé/Garoto

Le conseil de défense économique a définitivement rejeté la fusion **Nestlé/Garoto**. Ainsi, d'autres sociétés seraient déjà intéressées par le rachat du fabricant de chocolats Garoto, tels que le groupe **Mars**, l'un des leaders mondiaux de l'alimentation.

Grâce à sa filiale **Masterfoods South America**, Mars produit et commercialise ses marques de confiseries et chocolats M&M's, Twix, Snickers et Skittles.

Ambev gagne des parts de marché

En mai dernier, le brasseur, **AmBev**, a gagné des parts sur le marché domestique (+0.6 points à 66%) face à ses concurrents Molson Inc. et Schincariol.

AmBev est actuellement en processus de fusion avec le brasseur belge Interbrew et ensemble deviendront la plus grand groupe brassicole au monde en terme de volume devant l'américain Anheuser-Busch Cos.

Parmalat Brésil sort lentement de ses difficultés

En mai 2004, la filiale brésilienne de **Parmalat** a facturé **12,5 millions de dollars**. Le groupe a également signé un contrat pour **exporter 1 200 tonnes de lait par mois** en Europe avant la fin de l'année.

Toujours le même mois, Parmalat a récupéré 50% de sa capacité de production et le plan de restructuration de la société se poursuit, dans lequel la maison-mère prévoit de concentrer ses activités dans 10 pays.

Rappel : Parmalat est en crise depuis décembre 2003.

Emballages pour surgelés

La société **Suzano de Papel e Celulose** a décidé de pénétrer un nouveau segment du marché du papier cartonné. En effet, Suzano va produire et vendre des **emballages pour aliments surgelés**.

Ainsi, la compagnie espère obtenir **10% de parts de marché** au cours des 6 premiers mois de commercialisation du produit.



Arcor-Danone : bientôt leader des biscuits ?

Après l'Argentine, le joint-venture entre le groupe argentin Arcor et le français Danone souhaite renforcer sa présence au Chili sur le segment des biscuits, via la marque Bagley. Ainsi, les 2 groupes ont décidé de lancer de nouveaux produits, sachant qu'ils détiennent déjà **17% de parts de marché** au Chili.

En outre, en 2005, Arcor-Danone prévoit de s'implanter au Mexique en ouvrant une usine de production.

Coca Cola s'acharne contre ses concurrents

Coca Cola Company a gagné le procès, lancé il y a plus d'un an, contre l'entreprise de mise en bouteille **Llacolén**, qui commercialise et fabrique la boisson **Point Cola**. La raison invoquée était les similitudes que présentaient les étiquettes des bouteilles, pouvant ainsi induire le consommateur en erreur.

Llacolén a été interdit de commercialiser ses produits. Pour ses dirigeants, cette action représente une stratégie de Coca Cola pour éliminer ses petits concurrents.

L'actualité de Concha y Toro

Au 1^{er} trimestre 2004, la cave Concha y Toro, propriété de la famille Guilsasti, était le **leader des exportations de vin avec 1,6 millions de caisses vendues**, pour **33 millions de dollars**, soit une hausse de **16,4% en valeur et 12% en volume**.

Concha y Toro a ainsi obtenu **45% de parts des exportations de vins chiliens**. D'ici à la fin de l'année, le groupe envisage d'investir **38 millions de dollars**, dont 90% au Chili et 10% en Argentine. L'entreprise souhaite aussi augmenter ses ventes à l'étranger de **15% en valeur et entre 10% et 15% sur le territoire national**.

À noter : au 1^{er} trimestre 2004, les bénéfices du groupe ont reculé de 24%.

La chaîne Gatsby se renforce

Cette année, la chaîne de restaurants **Gatsby**, appartenant au holding **Unifood**, table sur un chiffre d'affaires de **20 millions de dollars**, soit 20% de plus qu'en 2003, grâce aux transformations de ses 19 établissements, la modification de son logo et les investissements dans le personnel et la technologie.

À noter : Gatsby envisage de s'implanter aux États-Unis.

Colombie

Juan Valdez en boutique

La Fédération Nationale des Cafetiers ouvrira le 6^{ème} établissement Juan Valdez à Bogota et le 11^{ème} du pays. La fédération investira entre **8 et 10 millions de dollars** dans l'ouverture de 10 boutiques Juan Valdez à l'étranger. 8 d'entre elles seront aux États-Unis et les 2 autres en Europe.

Ventes record pour AdeS

Six mois après son lancement, presque 1 million de litres de la boisson **AdeS**, mélange de soja et d'arôme de fruits, ont été vendus. L'entreprise qui commercialise AdeS envisage donc d'investir plus de 100 000 dollars dans le pays.

A noter : **130 millions de litres par an** sont vendus en **Amérique Latine**, dont 51% au Brésil, 16% en Argentine, 28% au Mexique, 1,6% au Chili et 2,4% dans la Région Andine.

Chiquita Brands cède des actifs

La multinationale étasunienne **Chiquita Brands** a décidé de vendre sa firme colombienne **Banacol** à **Invesmar Ltd**, pour **28,5 millions de dollars**. Cette vente lui permettra de se flexibiliser au fur et à mesure que sa production propre diminuera à 35%, le 65% restant en provenance de cultivateurs indépendants.

Néanmoins, Chiquita Brands continuera d'acheter 11 millions de caisses de bananes par an en Colombie, soit 9% du volume total de bananes de la firme.

À noter : au 30 juin 2003, le groupe a facturé 47,5 millions de dollars.

Scandale chez Bavaria

Le brasseur colombien Bavaria (famille Santo Domingo) a démenti avoir versé un pot-de-vin de 2 millions de dollars qu'elle aurait payé pour acheter l'entreprise productrice de bière Backus (Pérou).

Mexique

Bimbo augmente sa capacité de production

Le groupe agroalimentaire **Bimbo** a augmenté sa capacité de production de son usine **Ricolino** située à San Luis de Potosí pour **7 millions de dollars**. Le projet consiste à accroître la fabrications de ses produits Candy Max, Just Fruttie et Ricolino.

Ricolino possède une gamme de plus de 3 600 produits, 5 entreprises de distribution locales et est **l'une des entreprises leaders sur le segment des bonbons et chocolats** au Mexique.

L'entreprise entretient actuellement une relation stratégique avec **Wrigley's** (producteur étasunien de chewing-gums) et **Bon Bon** (fabricant de chocolats argentin).

À noter : Ricolino est présent dans 16 pays d'Amérique Latine et d'Europe. Au 1^{er} trimestre 2004, les ventes du groupe Bimbo ont augmenté de **3,9%** comparé à 2003, à **1,044 milliard de dollars**.

FEMSA rachète les participations d'Interbrew

Le géant des boissons Fomento Económico Mexicano-**FEMSA** a racheté au brasseur belge **Interbrew** la participation de **30%** que ce dernier possédait dans la branche bière de Femsa.

Le montant de la transaction s'élève à **1,245 milliard de dollars**, ce qui a provoqué la chute du cours des actions de FEMSA, qui a reculé de 6,69% à la Bourse mexicaine.

Coca Cola Co et PepsiCo font face à la concurrence

Dans toute l'Amérique Latine, le nombre de nouvelles marques de cola s'est considérablement accru, ce qui oblige le puissant groupe **Coca Cola Co** et son principal rival **PepsiCo** à étudier de nouvelles stratégies pour conserver leur avance sur leurs concurrents, particulièrement au Mexique.

Coca Cola travaille donc sur l'amélioration de sa gamme de produits, mais aussi sur son élargissement en proposant des produits dits « sains », meilleurs pour la santé et le bien-être des consommateurs.

À noter : le Mexique est le **plus grand consommateur de BRSA au monde**. **Big Cola**, né de la fusion de l'entreprise péruvienne **Ajemex** et de l'équatorienne **Gallito**, est l'un des concurrents de taille de Coca Cola et Pepsi.

Geupec acquiert Bret

Grupo Embotellador Unidas-Geupec a acheté **Grupo Embotellador Bret** pour 74,43 millions de dollars. Ainsi, Geupec devient le **2^{ème} groupe de mise en bouteille du pays**, comprenant 16 usines.

À noter : 1) Geupec distribue les marques Pepsi, Mirinda, 7Up, Kas Rosa, Manzanita, Rey et O'Key. Il possède aussi ses marques propres Tri Soda, Agua Santorini et Junghanns et, via ses franchises, Squirt, Squirt Light, Sangría Casera, Extra Poma, Ginger Ale, Club Soda, Quinac.

2) Dans les 4 prochaines années, Geupec envisage d'investir **100 millions de dollars** dans la production et la distribution de ces marques.



Le groupe Fierro développe sa production d'asperges

Le président du groupe **Fierro**, Ricardo Ruiz, a annoncé que de nouveaux hectares d'asperges seraient cultivés, étant donné l'évolution positive du marché de ces légumes.

Bien que la plupart des exportateurs soit en train de diversifier leur production en cultivant l'artichaut ou l'oignon, le groupe préfère pour l'instant se concentrer sur la culture d'asperges. D'ici à fin 2004, le groupe espère facturer environ **220 millions de dollars**.

À noter : fin 2002, Fierro a acquis un conglomérat d'entreprises, dont **Agroinper**, **Andina** et **Farmex**.

Kiwifresh très prisé par les consommateurs

Selon Ricardo Ramos Bernal, président de l'entreprise **Envasadora Majes**, environ 10 000 litres de nectar de kiwi, « **Kiwifresh** », seront exportés au **Brésil** et en **Bolivie** à la fin de cette année, pour **30 000 dollars**.

Envasadora Majes table sur une augmentation progressive de ses exportations. Actuellement, le groupe commercialise **7 000 litres de nectar par jour** et, d'ici à la fin de l'année, le but serait d'atteindre les 20 000 litres.

À noter : à partir de juillet prochain, 15 000 litres de nectar de kiwi seront introduits sur le marché de Lima.

Kraft Foods s'attaque à la zone andine

Le groupe Kraft Foods, qui a transformé son usine de Lima en un centre d'approvisionnement pour la zone andine, explore actuellement de nouveaux marchés potentiels.

En effet, Kraft Foods a déjà commencé l'exportation de chocolats à destination de la Bolivie et de l'Équateur. Cette année, l'entreprise prévoit de se consolider sur le segment des biscuits pour enfants.

À noter : en 2003, le groupe a facturé **78 millions de dollars** et, en 2004, il envisage augmenter de 5% ou 6% son chiffre d'affaires.



Cargill s'allie avec Del Monte

Cargill distribuera les jus de la marque **Del Monte** sous 3 formes non-réfrigérées : Tetrapack, verre et canettes. Ces jus seront distribués dans les magasins de libre-service, les chaînes de supermarchés, les boulangeries et chez les grossistes.

Cette alliance fait partie de la stratégie de Cargill pour distribuer des produits de tiers répondant aux mêmes critères de qualité que ses produits.

La concurrence dans le secteur des pâtes devient « al dente »

Actuellement, l'entreprise Molinos Nacionales-**Monaca** a investi **6 millions de dollars** dans une nouvelle usine comprenant 2 lignes de production pour fabriquer 1 200 tonnes de pâtes par mois.

D'ici à 3 ans, Monaca envisage de devenir la 1^{ère} industrie vénézuélienne du secteur de pâtes fraîches. Pour l'instant, il est l'un des principaux fournisseurs de farine des boulangeries et fabrique des pâtes sous la marque **Robin Hood**.

La concurrence s'intensifie donc avec l'arrivée de Robin Hood sur le marché dominé par **Cargill** avec ses marques Ronco, Milani, Fiorentina. Il faut noter aussi la présence des marques Sindoni y Eduardo, La Parmiggiani, Capri, Allegri et Carioli, entre autres.

À noter : le Venezuela est **l'un des plus gros consommateurs de pâtes avec 13 kg par personne et par an**, juste derrière l'Italie.