

**iFi-Latineco** 

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

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

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

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

**➡ VEILLE-INFOS ◀**

**AMÉRIQUE LATINE**

---

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

---



**I- Conjoncture**

**II- Évolution des secteurs**

**III- Entreprises et marques**

**N° 36 - Janvier –2006**

# Table des Matières

---

➤ Indicateurs économiques .....	3
<b>I. ÉCONOMIE ET POLITIQUE.....</b>	<b>4</b>
AMERIQUE LATINE .....	4
➤ IED en 2005 et 2006.....	4
➤ Année de toutes les consolidations ?.....	5
<b>II. ÉVOLUTION DES SECTEURS.....</b>	<b>7</b>
<b>PANORAMA.....</b>	<b>7</b>
ARGENTINE .....	7
➤ La Patagonie est en bonne santé .....	7
➤ Davantage d'OGM.....	7
BRESIL.....	8
➤ Augmenter les exportations d'agro-aliments.....	8
CHILI .....	9
➤ Record des exportations agroalimentaires battu.....	9
➤ Des amuse-gueules à gogo.....	9
COLOMBIE .....	10
➤ 2005, une bonne année pour l'agriculture.....	10
PEROU .....	11
➤ L'organisation des chaînes de production agricole.....	11
➤ Investissements et exportations agricoles.....	11
URUGUAY.....	12
➤ La viande s'exporte très bien.....	12
VENEZUELA.....	12
➤ L'appétit des Vénézuéliens.....	12
<b>VIANDE : BŒUF, VOLAILLES.....</b>	<b>13</b>
ARGENTINE .....	13
➤ Ovins : plus d'exportations en 2005.....	13
BRESIL.....	13
➤ Boom des exportations de viande bovine.....	13
COLOMBIE .....	14
➤ Poulets : croissance soutenue de la production.....	14
➤ ... idem pour les oeufs.....	14
VENEZUELA.....	15
➤ Hausse de la consommation de viande de boeuf.....	15
<b>FRUITS ET LEGUMES FRAIS .....</b>	<b>16</b>
ARGENTINE .....	16
➤ Exportations de fruits en hausse.....	16
➤ ... de même pour les légumes.....	17
➤ Succès des légumes surgelés.....	17
CHILI .....	18
➤ Fruits frais : retour sur la période 1999-2004 .....	18
➤ Le marché des olives.....	18
PEROU .....	19
➤ Cultures et exportations.....	19

VENEZUELA.....	19
➤ <i>Du raisin très cher</i> .....	19
<b>EPICERIE</b> .....	<b>20</b>
BRESIL.....	20
➤ <i>Exportations de café</i> .....	20
COLOMBIE .....	20
➤ <i>Sensible hausse des exportations de café en 2005</i> .....	20
<b>III. ENTREPRISES ET MARQUES</b> .....	<b>21</b>
ARGENTINE .....	21
➤ <i>Quelles seraient les prochaines cibles d'ARCOR ?</i> .....	21
BRESIL.....	21
➤ <i>INTERFOOD distribue KRAFT</i> .....	21
➤ <i>Un site de production de féculé</i> .....	22
➤ <i>Les sauces d'UNILEVER, BRASFRIGO et PARMALAT</i> .....	22
CHILI .....	23
➤ <i>Les principaux exportateurs d'aliments transformés</i> .....	23
➤ <i>Exportations de poissons : les cinq groupes leaders</i> .....	24
➤ <i>Les projets de CALBIBRUT</i> .....	24
➤ <i>Une nouvelle usine pour TKF</i> .....	25
➤ <i>Les conserves de TREGUEAR</i> .....	25
➤ <i>... et les pruneaux de PRUNESCO</i> .....	25
MEXIQUE.....	26
➤ <i>GRUMA, davantage de ventes et moins de bénéfices</i> .....	26
➤ <i>BIMBO, mieux que prévu</i> .....	26

Source : iFi - BM - FMI - OCDE...	Taux courts	PIB (Mds \$)			PIB (%)			Pop. (M)	Inflation (%)			Solde commercial (Mds \$)		Réerves internat (Mds \$)		Dette ext. (Mds \$)	Change/\$ (taux officiel)			Chômage (%)
		01/06	2004	2005	2006 (p)	2004	2005		2006 (p)	2006	2004	2005	2006 (p)	2004	2005		12/04	12/05	12/05	
<b>Argentine</b>	6,0	151,5	140	nd	9,0	9,2	6,5	38,9	6,1	12,3	10,0	11,3	9,5	27,0	19,0	124,0	3,01	2,95	11,0	
<b>Brésil</b>	17,25	604,8	700	nd	5,2	2,6	3,5	181,58	7,6	5,7	3,8	33,7	44,76	43,6	53,8	165,0	2,3	2,95	9,4	
<b>Chili</b>	4,75	94,1	85	nd	6,1	6,3	5,3	15,5	2,45	3,7	2,7	9,1	8,76	15,4	16,09	44,6	517	593	8,7	
<b>Colombie</b>	6,0	97,3	98,1	nd	3,96	5,0	4,0	45	5,5	4,85	4,5	0,3	nd	8,6	15,06	37,9	2 275	2 771,5	10,1	
<b>Équateur</b>	Nd	30,2	30,65	nd	3,5	2,7	nd	13,2	1,5	1,9	2,0	-6,2	nd	1,8	2,14	10,76	1	1	11	
<b>Mexique</b>	8,3	676,5	745,8	771,9	4,4	3,0	3,5	105	4,5	3,3	3,7	-6,0	nd	40,8	68,7	163,0	10,85	11,15	3,9	
<b>Pérou</b>	3,3	68,3	77,3	nd	4,8	7,0	4,7	27,6	3,48	1,43	2,5	2,0	4,8	9,7	14,2	30,0	3,44	3,47	8,5	
<b>Uruguay</b>	Nd	13,22	12	nd	12,3	6,5	4,5	3,24	7,6	4,9	5,5	-0,2	nd	2,5	3,01	13,5	24,90	29,5	12,5	
<b>Venezuela</b>	16,1	109,3	98,5	nd	17,3	9,4	2,0	25,5	19,8	14,4	15,3	14,7	nd	14,8	30,3	25,0	2 150	1 900	8,9	

➤ **Indicateurs économiques**

# I. Économie et politique

## Amérique Latine

---

### ➤ IED en 2005 et 2006

Selon la **CnuCED**, l'an dernier, le **Mexique** pris la place du **Brésil** à la tête des pays latino-américains récepteurs d'investissements étrangers directs. Bien que le Mexique ait été le pays le plus attractif pour les capitaux étrangers, les investissements ont reculé de 4% pour atteindre 17 milliards de dollars, le secteur financier ayant été le plus touché par la baisse. L'an dernier, le Brésil a bénéficié de l'arrivée de 16 milliards de dollars représentant un recul de 15% par rapport à 2004.

Le **Chili** a conservé un flux important d'IED grâce au prix du cuivre sur les marchés internationaux. L'achat du brasseur Bavaria par le groupe anglo-sudafricain SABMiller explique l'accroissement important des IED en **Colombie**.

Au total, l'ensemble des pays de la Région a reçu en 2005 **72 milliards de dollars** d'IED soit 5% de plus qu'en 2004. Pour 2006, certaines prévisions tablent sur une stagnation des IED par rapport à 2005 et même une diminution, la Région devant recevoir à peu près 15% du total des flux.

Selon la Cepal, les points relatifs pour comprendre l'actuelle situation des investissements sont :

- 1-Les entreprises multinationales investissent des plus en plus dans les pays émergents, sauf en Amérique latine.
- 2-Les changements politiques en cours ne devraient, par exemple, pas compromettre la poursuite de l'embellie actuelle du contexte économique.
- 3-Les gouvernements dits de gauche actuellement au pouvoir ont mis en place des politiques fiscales réalistes.
- 4-Il serait très dommage d'annuler les réformes entreprises au cours des dix dernières années et tout recommencer.

**Bon à savoir** : en 2005, les IED dans le monde ont totalisé **897 milliards de dollars** dont 274 milliards à destination des pays en développement.

## ➤ Année de toutes les consolidations ?

Retour aux systèmes démocratiques et consolidation de la croissance économique. Aujourd'hui, on ne peut pas demander mieux à l'ensemble des pays latino-américains.

D'abord, en 2006, l'agenda politique est bien rempli avec pas moins de **huit élections présidentielles** dont certaines, comme au Mexique, au Venezuela et au Brésil, relèvent d'une importance particulière de par les enjeux politico-économiques en présence.

Au **Mexique**, tandis que l'expérience **Fox** touche à sa fin, le retour du **PRI**, qui a gouverné le pays pendant 71 ans, est plus que probable.

**Chávez**, qui conserve ses hauts indices de popularité, ne serait pas inquiet pour sa réélection au **Venezuela**.

En revanche, le suspense sera au rendez-vous au **Brésil** : **Lula** se représentera-t-il ? Si tel est le cas, sera-t-il réélu ? Rien n'est moins sûr.

Mais, dans ce début d'année il faut noter **deux évènements majeurs** : l'élection d'une **femme** à la Présidence du **Chili** et celle d'un **aymara** à la Présidence de la **Bolivie**.

Au **Chili**, l'arrivée au pouvoir de **Michelle Bachelet** est non seulement un symbole de la place de la femme latino-américaine dans le panorama politique mais aussi celui de la page tournée de la période de la dictature de Pinochet, la famille Bachelet ayant été victime de persécutions, d'emprisonnement et de mort.

En **Bolivie**, le peuple d'origine inca a pris le pouvoir à travers **Evo Morales**, fait inédit depuis l'arrivée des conquistadors espagnols il y a cinq siècles. C'est une autre page qui se tourne dans l'histoire de la Région et le phénomène pourrait s'étendre à d'autres pays voisins comme le **Pérou** si lors des élections présidentielles d'avril 2006 **Ollanta Humala** venait à être élu comme Président... Il ne faut pas oublier que l'actuel Président péruvien, **Alejandro Toledo** avait l'habitude de se présenter comme un « cholo » au cours de sa campagne électorale. Dans le langage local, « cholo » est un métisse d'origine inca.

PAYS	DATES DES PRÉSIDENTIELLES
COSTA RICA	05/02/06
PÉROU	09/04/06
COLOMBIE	28/05/06 et 18/06/06
MEXIQUE	02/07/06
BRESIL	01/10/06 et 29/10/06
ÉQUATEUR	15/10/06 et 26/11/06
NICARAGUA	05/11/06
VENEZUELA	Décembre 2006

Sur le front économique, le spectre de l'**inflation** semble éloigné dans la majorité des pays avec une nette tendance à la baisse **sauf** en **Argentine** et au **Costa Rica**. Les taux des années 80 ont fondu et, par exemple, l'IPC de la **Bolivie** qui avait alors atteint **35 000%** n'a crû que de 4,9% en 2005.

Enfin, pour 2006, les prévisions tablent sur une hausse du **PIB** oscillant entre 3,5% et 7%, selon les pays, ainsi que sur une réduction de la dette externe qui entraînera naturellement une baisse du taux du risque pays. Par ailleurs, d'autres sources comme la **BID** ont estimé que la croissance moyenne serait de 4,5%.

En tête des pays en termes de croissance figurent le Venezuela et l'Argentine. Le taux de croissance du Mexique tournerait autour de 3,5% à cause de la non-réalisation des réformes structurelles dans le domaine de l'énergie, des retraites...

# II. Évolution des secteurs

## PANORAMA

### Argentine

#### ➤ La Patagonie est en bonne santé

Le Département de l'Agriculture des États-Unis a reconnu que la « maladie de la mouche » avait été définitivement éradiquée de la Patagonie argentine. Avec cette décision, les fruits à pépin et à noyau cultivés dans la Région pourront être exportés librement non seulement aux États-Unis mais aussi à tous les marchés internationaux.

La décision devrait se traduire par une augmentation des exportations qui pourraient tripler. Dans les années 80, les autorités sanitaires argentines avaient développé une technique pour rendre stériles les mouches afin d'éradiquer la maladie.

#### ➤ D'avantage d'OGM

En 2005, la surface des cultures transgéniques a augmenté de 6% par rapport à 2004 atteignant **17,1 millions d'hectares** soit près de **50%** du total des cultures du pays.

Selon l'**ISAAA** (Service International pour l'adoption des applications agro biotechnologiques), la surface des cultures transgéniques en Argentine représente 19% du total mondial des surfaces de ce type de plantations estimée à 90 millions d'hectares sur un ensemble de 21 pays. En termes de surface de cultures transgéniques, les États-Unis occupent la première place mondiale suivis par l'Argentine.

Des 17,1 millions d'hectares de transgéniques, le soja représente 15,4 millions d'hectares, le reste est partagé entre le maïs, le coton... Malgré les problèmes posés par la sécheresse dans la région de production de soja, la récolte 2006 atteindrait 41 millions d'hectares. L'ISAAA estime qu'au cours des dix dernières années les cultures transgéniques auraient représenté pour l'Argentine un bénéfice de 10 milliards de dollars générés en particulier par le soja résistant au pesticide *glifosate*.



En 2005, près de 900 000 hectares de transgéniques ont été incorporés soit une hausse de 6% par rapport à 2004. Dans la même année, le Brésil a ajouté 4,4 millions d'hectares totalisant 9,4 millions ( États-Unis : 2,2 millions d'hectares nouvellement incorporés).

**Bon à savoir** : en 2005, les cultures transgéniques mondiales ont représenté une valeur de **5,25 milliards de dollars** dont 2,42 milliards pour le soja cultivé sur 54,4 millions d'hectares.

## Brésil

---

### ➤ **Augmenter les exportations d'agro-aliments**

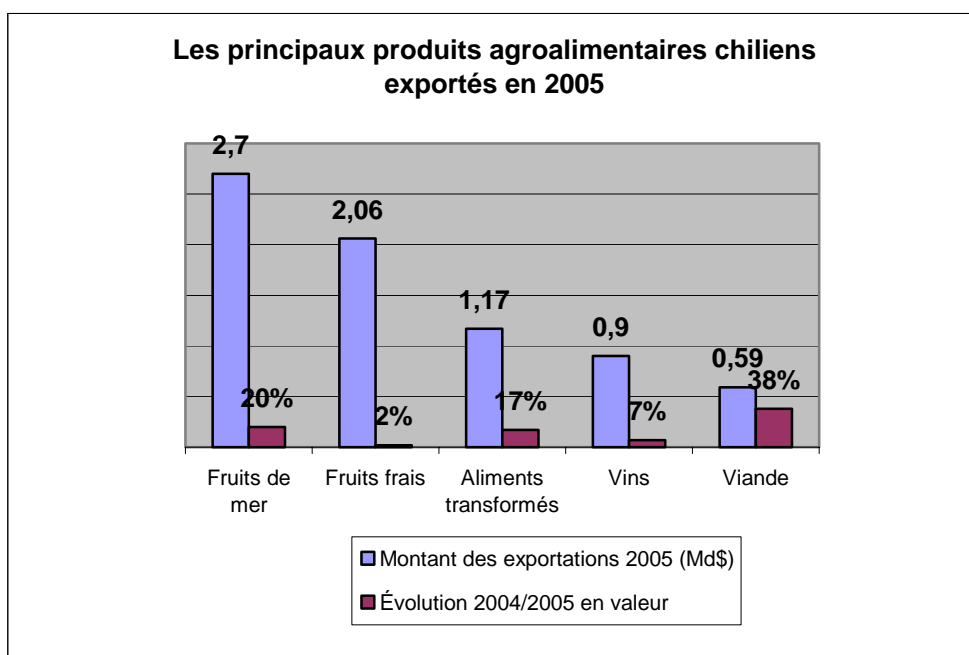
Selon le Cepea, une dévaluation de 10% du real devrait augmenter de 4,5% les exportations du secteur agro-alimentaire brésilien dans une période de sept mois.

Par ailleurs, en 2005, la balance commerciale agro-alimentaire de São Paulo a enregistré un excédent de 7,97 milliards de dollars soit une hausse de 26,9% par rapport à 2004.

## Chili

### ➤ Record des exportations agroalimentaires battu

En 2005, le montant des exportations de produits agroalimentaires a dépassé les **8 milliards de dollars** – un montant sans précédent pour le secteur – soit une hausse de **13%** par rapport à 2004.



### ➤ Des amuse-gueules à gogo

Dans le pays, la consommation moyenne de biscuits salés et assimilés est d'environ 1,4 kilo par personne contre 3 kilos au Mexique, 7 aux États-Unis et 10 kilos au Royaume-Uni.

Au total, le marché chilien de biscuits salés facture annuellement **160 millions de dollars** et si l'on ajoute les biscuits sucrés, la somme monte à **700 millions de dollars**.

Par type de biscuits salés, en 2005, les ventes de **chips** ont atteint **58 millions de dollars** contre 53,6 millions de dollars en 2004. L'industrie produit 7 500 tonnes annuelles écoulées à 53% via les épiceries et le reste dans les grandes surfaces.

Les marques leaders du marché sont **Evercrisp** (70% de PDM), **Marco Polo** (15,5%), **Kryzpo** (Córpora TresMontes) et **Lay's**.

**À noter** : Cette distribution de PDM peut varier de façon significative selon le produit et l'emballage (sac, boîte ou tube).

## Colombie

---

### ➤ 2005, une bonne année pour l'agriculture

Au cours du troisième trimestre 2005, le secteur agricole « légal » enregistrait une croissance moyenne de **3,42%** par rapport à la même période 2004.

Par produit, la croissance de la production de **bananes** a grimpé de 13,25%, celle du **yuca** (sorte de manioc) de 9,19%, le **café** de 7,71%, la **volaille** de 7,19%, les **œufs** de 6,78%, les **fruits** de 4,53% et la **pêche** de 4,51%. En revanche, les cultures illicites (coca) ont reculé de 7,01%.

Afin de favoriser la production et l'exportation de certains produits, les autorités ont mis en place un plan de financement et d'aides.

Ainsi, parmi les fruits qui vont bénéficier d'un traitement particulier se trouvent les mangues, l'ananas, la *pitaya*, l'*uchuva*, le fruit de la passion... Parmi les légumes figurent le piment, l'asperge, l'oignon, le brocoli, le chou-fleur, la laitue et l'artichaut.

## Pérou

---

### ➤ L'organisation des chaînes de production agricole

Près de 30% des petits producteurs agricoles indépendants sont organisés via une chaîne de production. Ce nombre de producteurs représente 326 000 hectares, soit 16% du total de la surface de terres agricoles du pays qui est de 2 millions d'hectares.

La chaîne de production est formée par des agents économiques qui vont de la fourniture de matières premières jusqu'à la vente des produits finis en passant par la production et la transformation.

Par exemple, un producteur de maïs jaune dur qui travaille en dehors des chaînes de production a une rentabilité moyenne de 4 tonnes par hectare avec un rendement de 9%, tandis qu'un producteur faisant partie d'une chaîne de production en obtient jusqu'à 8 tonnes par hectare avec un rendement de 33%.

### ➤ Investissements et exportations agricoles

Selon l'Adex, les investissements dans l'agriculture en 2005 sont estimés à **300 millions de dollars**. Afin de répondre aux exigences des traités de libre échange en négociation et de pouvoir atteindre l'objectif d'exporter des produits agricoles pour un montant de 30 milliards de dollars en 2020, le secteur devrait investir annuellement 1 milliard de dollars minimum.

En 2006, les prévisions tablent sur 1,8 milliard de dollars d'exportations de produits agricoles traditionnels et non traditionnels. Les principaux pays/régions importateurs sont les États-Unis (33%), l'UE (28%), l'Asie (10%) et le reste est destiné à des pays de la Région.

## Uruguay

---

### ➤ La viande s'exporte très bien

Entre janvier et fin novembre 2005, le pays a exporté **417 312 tonnes de viande bovine** contre 357 619 tonnes au cours de la même période 2004.

Ce volume a représenté une valeur de 772 millions de dollars (551 millions de dollars en 2004).

Les États-Unis ont été le principal pays importateur avec l'achat de 307 707 tonnes.

## Venezuela

---

### ➤ L'appétit des Vénézuéliens

Selon Datanáisis, en 2005, la consommation d'aliments a augmenté de **9%** par rapport à 2004. Parmi les denrées alimentaires dont la hausse a été la plus forte en 2005, figurent le riz, le fromage blanc, la margarine, les céréales, les pâtes, le pain et les viandes de bœuf et de poulet.

**Attention** : le contrôle de prix établi par le gouvernement a naturellement fait disparaître des gondoles quelques produits du panier de base.

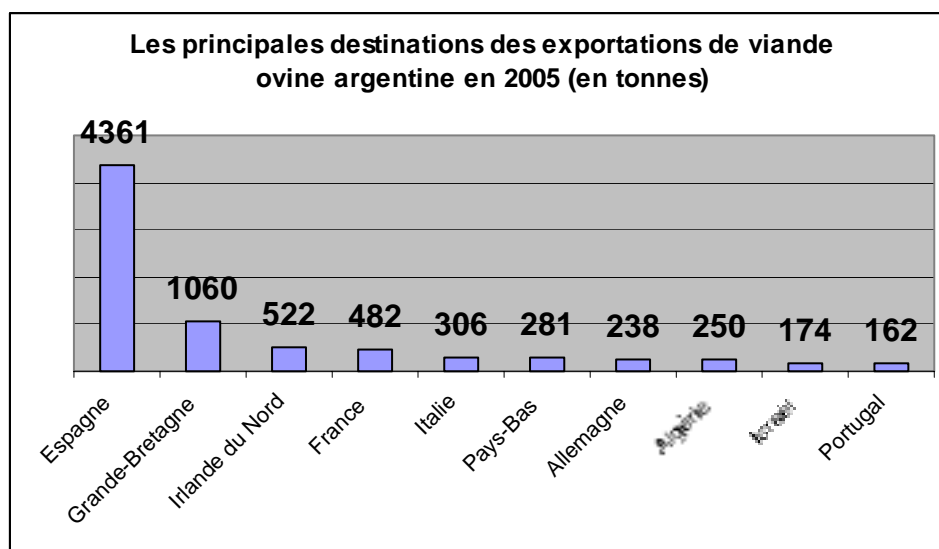
À l'absence habituelle du café, s'ajoute celle du sucre, du lait en poudre et du poulet. Face à ce manque, une enquête révèle que les consommateurs sont disposés à payer le prix fort pour obtenir les produits recherchés...

## VIANDE : BŒUF, VOLAILLES

### Argentine

#### ➤ Ovins : plus d'exportations en 2005

Entre novembre et décembre 2005, il s'est exporté dans le pays **8 433 tonnes de viande ovine fraîche**, soit une augmentation de **47%** par rapport à la même période de 2004. Le montant de ces exportations s'élève à **20,8 millions de dollars**, une hausse de **42%** comparé à janvier/novembre 2004.



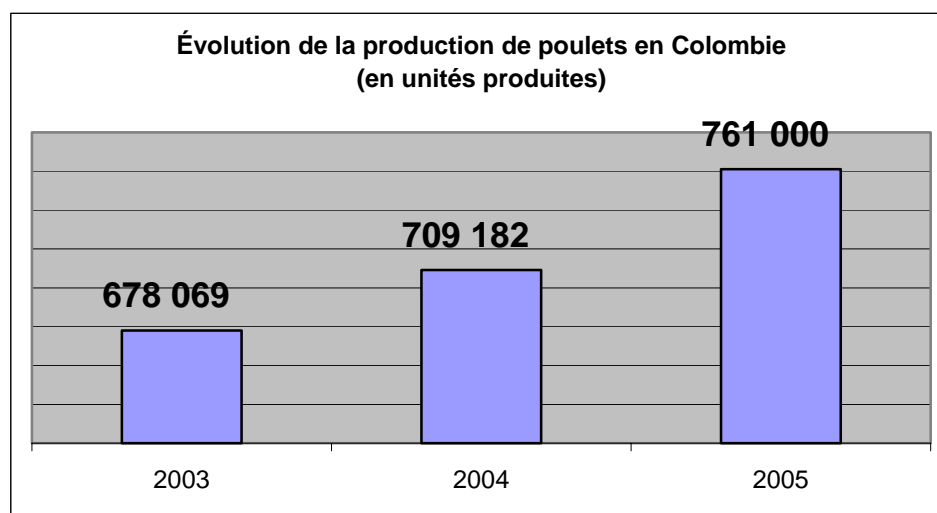
### Brésil

#### ➤ Boom des exportations de viande bovine

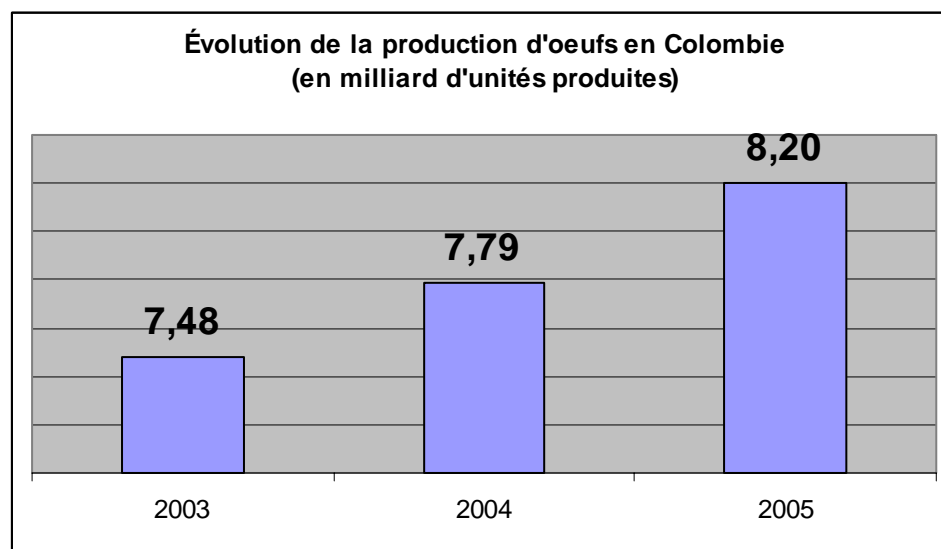
Malgré les périodes d'interruption d'exportations pour cause de fièvre aphteuse, le pays aurait exporté en 2005 pour **3,15 milliards de dollars** de viande bovine soit 2,3 millions de tonnes. Pour 2006, les prévisions tablent sur 3,62 milliards de dollars d'exportations.

## Colombie

➤ **Poulets : croissance soutenue de la production...**



➤ **... idem pour les oeufs**



## Venezuela

---

➤ **Hausse de la consommation de viande de boeuf**

Selon l'association des abattoirs du pays, la consommation de viande de bœuf s'est accrue de **3%** en 2005. Dans l'année, l'abattage d'animaux a augmenté de 17% par rapport à 2004.

**Bon à savoir** : bien que le prix de la viande de bœuf ait été fixé par les autorités à près de 4 dollars le kilo hors taxe, soit 4,26 dollars TTC, le produit est vendu sur le marché à 4,90 dollars le kilo.

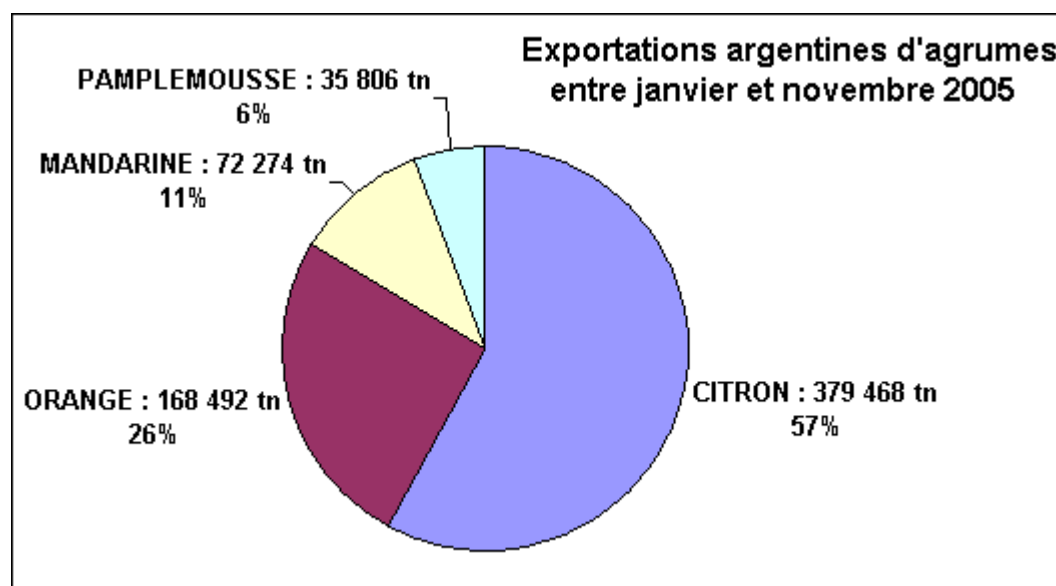


## FRUITS ET LEGUMES FRAIS

### Argentine

#### ➤ Exportations de fruits en hausse...

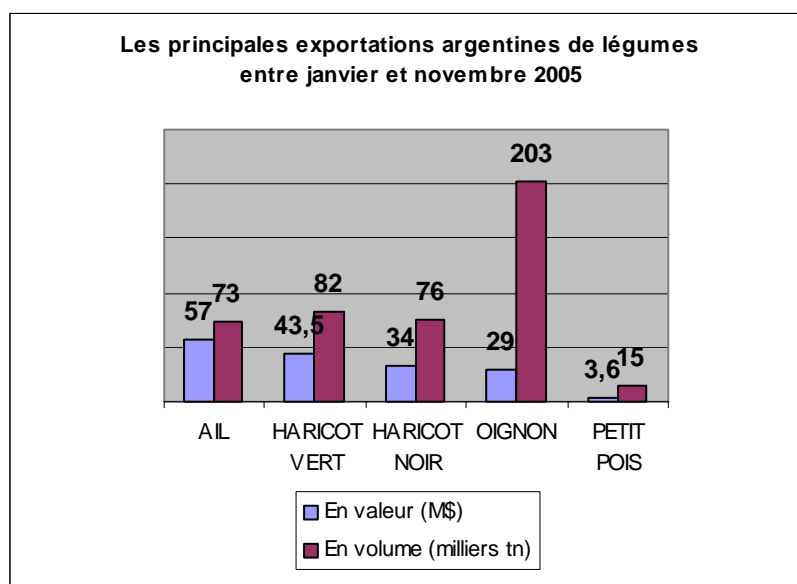
Durant les onze premiers mois de 2005, les exportations de fruits se sont élevées à **716 millions de dollars** contre 553 millions de dollars pour la même période de 2004. Les **poires**, les **citrons** et les **pommes** représentent à eux seuls 70% du total des exportations de fruits de la période, en valeur, celles-ci se sont montées respectivement à **207, 178 et 124 millions de dollars**. Le premier pays importateur des trois fruits cités est la Russie. À noter que la société argentine **San Miguel** est le **1<sup>er</sup> exportateur mondial** de citrons avec une facturation annuelle moyenne de **100 millions de dollars**.



**PS** : 75% des exportations de citrons sont destinées à l'Europe et plus particulièrement l'**Espagne** avec 70 000 tonnes mais également à la **Russie**, avec 59 623 tonnes exportées pour 24,6 millions de dollars (période janvier-octobre 2005).

### ➤ ... de même pour les légumes

Entre janvier et novembre 2005, les exportations de produits frais de cultures maraîchères et de légumes ont eux aussi connu une augmentation : de 165 millions de dollars en 2004 à **193,7 millions de dollars** pour la période. En volume, celles-ci ont très sensiblement augmenté : de 528 040 tonnes à **528 599 tonnes** en quasiment un an.



**PS** : la principale destination des **haricots verts** argentins en 2005 était l'**Espagne** avec 23 232 tonnes exportées pour 12,7 millions de dollars. Pour les **haricots noirs**, c'est le **Bésil** qui en est le 1<sup>er</sup> importateur avec 70 510 tonnes pour 31,91 millions de dollars, de même que pour l'**ail** (48 487 tonnes pour 33,17 millions de dollars) et les **petits pois** (13 554 tonnes pour 3,32 millions de dollars).

### ➤ Succès des légumes surgelés

Selon une enquête de AC Nielsen, les Argentins s'intéressent de plus en plus aux légumes surgelés dont la consommation en kilogrammes entre janvier 2004 et décembre 2005 a augmenté de **19%** par rapport à la période entre janvier 2003 et décembre 2004.

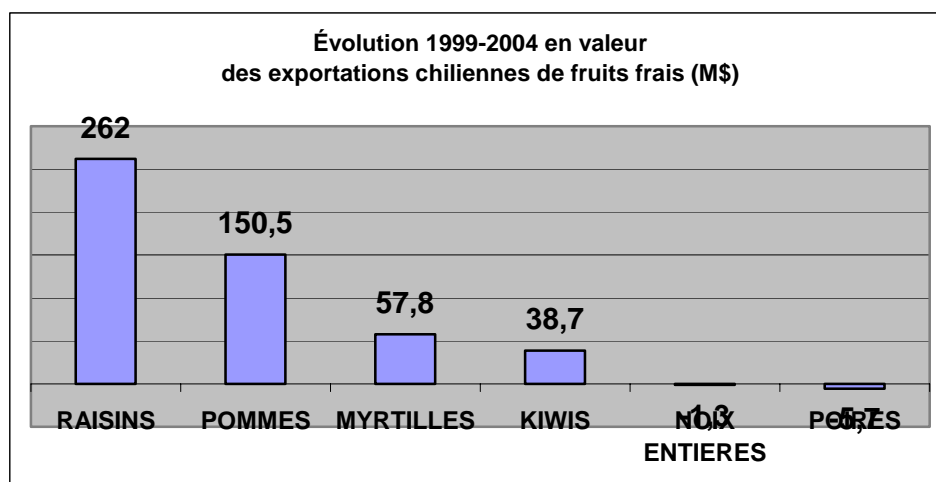
L'étude réalisée auprès des supermarchés du pays montre que 65% de la consommation de produits surgelés est concentrée à Buenos Aires et ses environs, les 35% restant correspondent aux ventes en Province.

Sur le total des ventes de surgelés, les légumes représentent 37% et les portions individuelles de poulet préparées 25,4%, celles-ci sont suivies par les pommes de terre, les pizzas, les poissons, les desserts, les plats cuisinés et les « *empanadas* ».

## Chili

### ➤ Fruits frais : retour sur la période 1999-2004

Entre 1999 et 2004, les exportations de fruits frais sont passées en valeur de **1,38 à 2,01 milliards de dollars**, soit une hausse moyenne annuelle de **8%**. En volume, le tonnage exporté augmentait tous les ans de plus de **2 millions de tonnes** en moyenne, soit une hausse moyenne annuelle de **7,5%**.



Notons également durant la période une augmentation du montant des exportations de **pamplemousses** (+150% en moyenne annuelle), d'**oranges** (+72%), de **châtaignes** (+52%) et d'**amandes entières** (+40,8%).

Concernant 2005, les chiffres des dix premiers mois de l'année ont montré une stagnation des exportations de fruits dans le pays : **+0,4%** en valeur.

**PS** : **49%** des exportations chiliennes de fruits sont à destination des **États-Unis**.

### ➤ Le marché des olives

Avec une production de 10 000 tonnes annuelles, le marché des olives facture plus de **20 millions de dollars**. Avec ce chiffre, le pays se place au troisième rang des producteurs de la Région après l'Argentine et le Pérou.

## Pérou

---

### ➤ Cultures et exportations

◆ **Artichauts** : comme au cours de 2005, les exportations d'artichauts ont presque doublé, le secteur prévoit d'ajouter 2 000 hectares à l'actuelle surface cultivée qui est de 8 000 hectares. Le projet nécessiterait un investissement d'environ 4 000 dollars par hectare.

Actuellement, les produits sont surgelés et mis en conserve dans douze sites industriels contrôlés notamment par les entreprises **Camposol**, **Talsa**, **Agrícola Mantaro** et **Procesadora**. **Rappel** : en 2005, la valeur des exportations d'artichauts a atteint **43,6 millions de dollars**, soit 98% de plus qu'en 2004.

◆ **Oignon jaune** : l'an dernier, le Pérou a exporté 2 000 conteneurs (40 tonnes par conteneur) d'oignon jaune doux vers les États-Unis, pays qui absorbe 90% des ventes. La valeur des exportations a été de 18 millions de dollars. **À noter** : sur le marché étasunien, en 2005, le cageot (18 kilos) d'oignons jaunes a été vendu entre 16 et 20 dollars soit 50% de plus qu'en 2004.

◆ **Banane bio** : les cultivateurs des districts de Querecotillo et Samán (Piura) vont produire des bananes bio destinées à l'exportation sur 516 hectares.

◆ **Palme** : le gouvernement débloquera **36,2 millions de dollars** pour favoriser les cultures de palmes destinées à la production d'huile. Le projet prévoit d'ajouter 4 700 hectares à la surface cultivée actuellement.

## Venezuela

---

### ➤ Du raisin très cher

La tradition de Noël qui consiste à manger 12 raisins en formulant 12 vœux est devenu plus cher en 2005. En effet, le kilo de raisin produit dans le pays a augmenté de 100% fin 2005 par rapport à 2004 à 4,65 dollars.

Dans la période de fin d'année, le kilo de raisin à pépins importé était vendu entre 5,85 dollars et 7,45 dollars. Le raisin importé sans pépins pouvait coûter jusqu'à 11,7 dollars le kilo.

## EPICERIE

### Brésil

#### ➤ Exportations de café

Malgré la volatilité des prix du café sur les marchés mondiaux, en 2005, le Brésil a exporté 26,2 millions de sacs de 60 kilos de **café en grain**, soit un volume inférieur à 1,5% par rapport à 2004. En valeur, le montant a crû de 44% à **2,9 milliards de dollars**. Pour 2006, les estimations tablent sur l'exportation de 26,5 millions de sacs devant générer 3 milliards de dollars.

Les exportations de café torréfié et moulu ont totalisé 3 700 tonnes et 15 millions de dollars.

Pour la récolte 2006/2007, le Brésil s'attend à une production oscillant entre 40,4 et 43,6 millions de sacs de 60 kilos soit une hausse de 32% à la récolte 2005/06.

**Bon à savoir** : le Brésil détient actuellement 30% de PDM marchés mondiaux du café, suivi par le Vietnam avec 14% et la Colombie avec 11,5%.

### Colombie

#### ➤ Sensible hausse des exportations de café en 2005

L'an dernier, le secteur caféier a exporté **10,3 millions de sacs de 60 kg** pour **1,5 milliard de dollars** contre 10,2 millions en 2004. La production totale 2005 a été de **13 millions de sacs**, soit une hausse de 3% par rapport à 2004.

# III. Entreprises et marques

## Argentine

---

### ➤ Quelles seraient les prochaines cibles d'ARCOR ?

Après l'achat de **La Campagnola** (voir étude N° 35), des rumeurs circulent sur d'autres projets du groupe de la famille Pagani pour acheter d'autres entreprises du secteur alimentaire afin d'augmenter sa gamme de produits et marques.

Ainsi, **Arcor** pourrait être intéressé par l'achat du groupe **Lheritier**, un fabricant de produits sucrés dont des sucettes, des confitures, des tourons, de la confiture de lait, de chocolats (œufs de Pâques) ainsi que des matières premières pour la fabrication de glaces.

L'autre cible du groupe de Córdoba serait l'entreprise **Delicia Felipe Fort-Fel Fort** qui avait fait fureur dans les années 60 avec le chocolat « surprise » Jack. Actuellement, Fel Fort fabrique des produits à base de chocolat, de bonbons, des tourons et toute une gamme de barre de céréales.

Fondée par Felipe Fort en 1912, La Delicia Felipe Fort est basée à Buenos Aires.

## Brésil

---

### ➤ INTERFOOD distribue KRAFT

Les changements de stratégie du géant agroalimentaire étasunien **Kraft Foods** par rapport à sa politique d'exportations ont entraîné le changement de son distributeur au Brésil. Fondé en 1995, **Interfood**, le nouvel agent brésilien de Kraft est le distributeur d'autres marques mondiales dont **Rémy Martin** (cognac), **Santa Helena** (vins chiliens), **Cointreau**, **Bols**, **Carbonell** (huile d'olive espagnole). **Toblerone** sera l'une des marques de Kraft dont Interfood devra faire la promotion au côté de **Macaroni&Chesse** (pâte pré-cuite), **A1** (sauces) et **Post** (céréales)... tous produits dirigés vers des consommateurs classe A/B.

### ➤ Un site de production de fécule

La firme **Bahia Starch Agroindustrial** va investir près de **4 millions de dollars** dans la construction d'une usine pour produire de la fécule à partir du manioc. Après l'État du Pará, celui de Bahia est le 2<sup>nd</sup> producteur de manioc du pays avec 4,4 millions de tonnes sur une production nationale totale de 26 millions de tonnes.

### ➤ Les sauces d'UNILEVER, BRASFRIGO et PARMALAT

Née dans les années 40, la sauce tomate, qui a connu une évolution de saveurs, devrait augmenter sa sophistication avec de nouvelles versions associées à la carotte, l'aubergine et d'autres légumes.

♦ **Unilever** : avec sa ligne **Pomarola**, la filiale brésilienne du groupe anglo-néerlandais se lance avec ce nouveau type de produits à base de tomate dans un marché estimé à 1,2 milliard de dollars. Leader absolu dans le segment de sauces et de concentrés après l'achat d'Arisco par **BestFoods** en 2000, **Unilever** a cédé en 2004 des marques nationales et régionales comme Jurema, Jussara et Palmeiron pour se concentrer sur **Arisco** (marque Tarantella) et **Cica**. Cette dernière a reçu le nom de Knorr (Elefante, Pomodoro et Pomarola).

♦ **Coniexpress** : le groupe propriété de **Carmelo Pauletti** a pris à Unilever la première place à **Pomodoro**, la marque de sauce tomate d'Unilever. **Rappel** : Carmelo Pauletti a été le fondateur d'Etti qui est passé sous contrôle de **Parmalat**.

♦ **Parmalat** : malgré la crise du groupe et l'absence de certains produits dans les gondoles des grandes surfaces, **Parmalat** profite de l'image d'**Etti**, vieille de 50 ans, pour essayer de reprendre les parts de marché perdues. Le groupe a misé sur des nouvelles formules et ingrédients ainsi que sur des emballages plus petits pour attirer le consommateur « single » (140 grammes au lieu des traditionnels 340 grammes). La ligne Etti (Salsaretti) a bénéficié de 1,7 million de dollars d'investissements pour développer de nouvelles saveurs au basilic et au parmesan. **À noter** : l'entrepreneur **João Alves de Queiroz Júnior**, ancien propriétaire d'Arisco, serait intéressé par l'achat d'Etti.

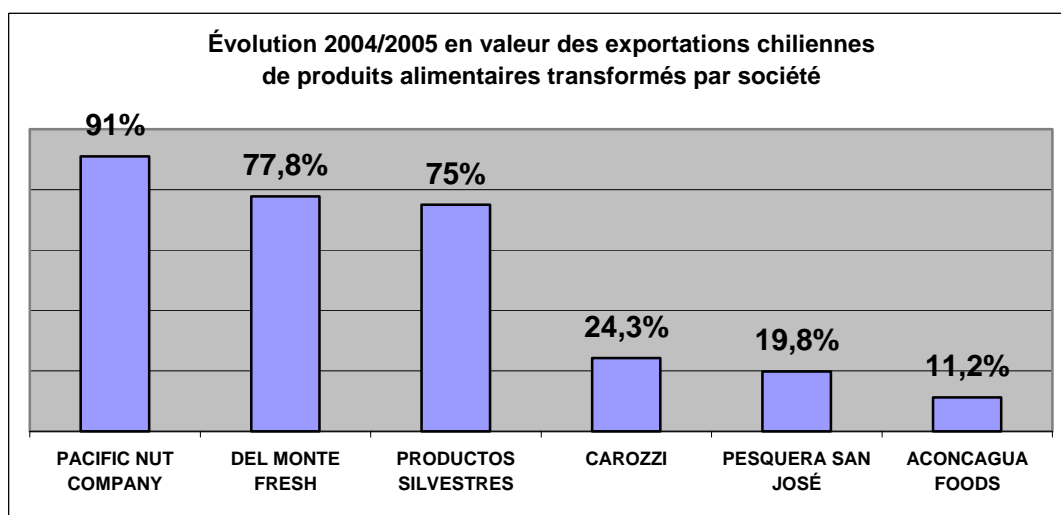
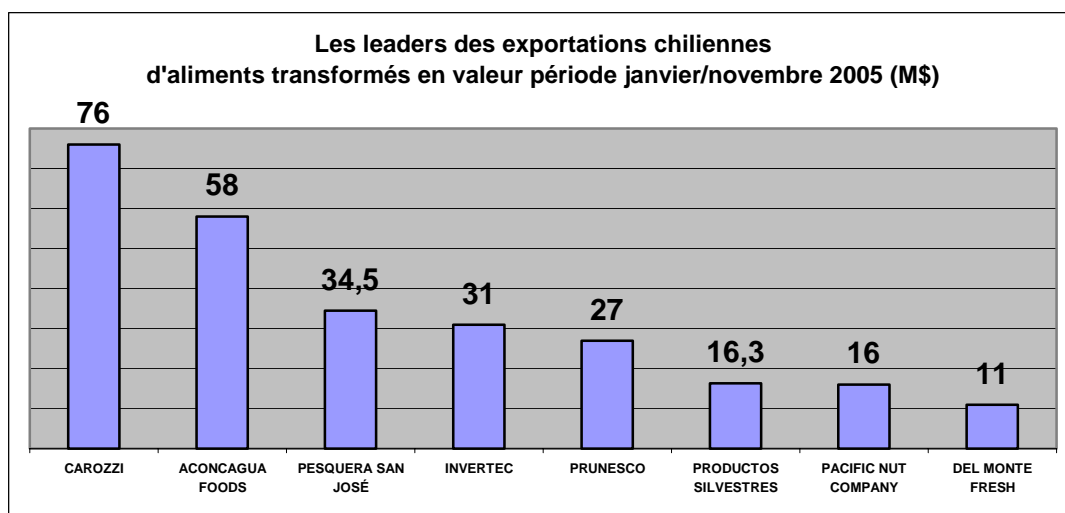
♦ **Brasfrigo Alimentos** : le groupe contrôlé par le **Banco de Minas Gerais** a investi près de 21 millions de dollars en septembre 2004 dans l'achat des marques Jussara et Jurema propriété d'Unilever, la dernière étant destinée à entrer sur le marché des produits à base de tomate. Le développement de la marque **Jurema** ira plus loin que dans des produits type sauces tomate pizza et bolognaise et devrait s'étendre à d'autres produits tels que la mayonnaise, les cubes de bouillon et les soupes en sachet. Ces nouveaux produits devraient concurrencer des marchés captifs de **Nestlé**, propriétaire de Maggi, ainsi que la ligne de mayonnaise de **Bunge**.

♦ **Asa** : implanté principalement sur le marché du Nord-est, après l'achat de **Palmeiron** à Unilever en 2002, le groupe a misé sur la ligne **Naturella** en changeant de formules, de saveurs et de conditionnements en proposant un produit moins riche en graisses.

## Chili

### ➤ Les principaux exportateurs d'aliments transformés

L'an dernier, les exportations de produits alimentaires transformés ont dépassé **le milliard de dollars** (1,170Md\$), c'est **17%** de plus qu'en 2004.

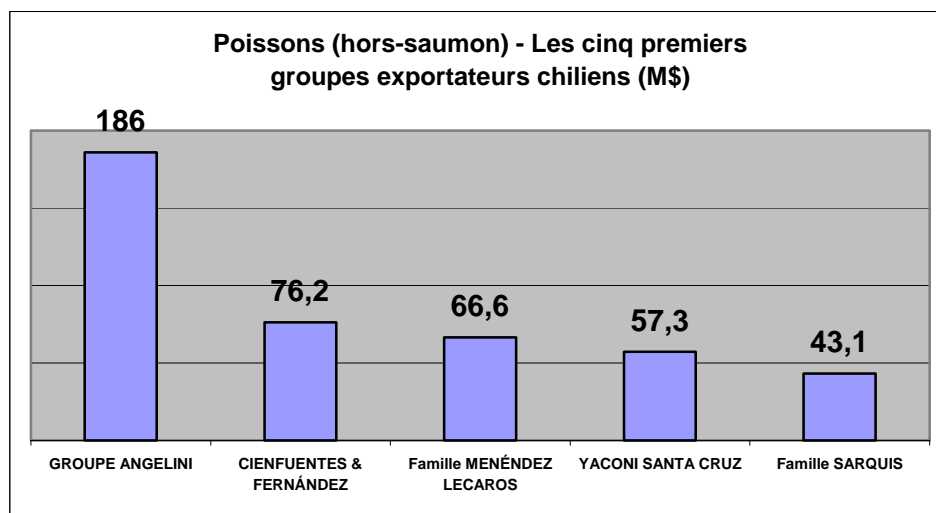


**Rappel** : Les trois premiers exportateurs 2005, **Empresas Carozzi**, **Aconcagua Foods** et **Pesquera San José**, appartiennent respectivement aux familles **Bofill**, **Ibáñez** et **Menéndez Lecaros**.



### ➤ Exportations de poissons : les cinq groupes leaders

**2,7 milliards de dollars** : c'est la somme totale des exportations de poissons de l'an dernier. Les cinq groupes en tête du classement (hors exportations de saumon) sont **Angelini** (Corpesca et SPK), **Francisco Cienfuentes y Jorge Fernández** (Pesquera Camanchaca), la famille **Menéndez Lecaros** (Pesquera San José), **Yaconi Santa Cruz** (Pesquera El Golfo) et la famille **Sarquis** (Pesquera Itata).



Parmi les autres grands exportateurs de poissons du pays, citons **Pesca Chile** (filiale de l'Espagnol Pescanova), **Pesquera Bío Bío** (famille Stengel) et **Emdepes** (Nippon Suisan), ces trois entités totalisent 48% des exportations de poissons hors-saumon, soit **549,1 millions de dollars**.

### ➤ Les projets de CALBIBRUT

Entre septembre 2005 et début janvier 2006, le groupe a exporté 694 511 caisses de fruits de qui représente un recul de 22,16% par rapport à l'exercice précédent. Au total, **Calbifrut** a prévu d'achever la période avec une chute de 30% des revenus à 13,3 millions de dollars et de 28% en quantité à 13 millions de kilos et 1,1 millions de caisses.

Selon la direction du groupe, cette baisse des résultats est due à la volonté de recentrer les activités de Calbifrut sur des marchés assurant une meilleure rentabilité. Ainsi, pour la saison 2006/2007, le groupe prévoit de réaliser un chiffre d'affaires de 20 millions de dollars soit 51% de plus qu'au cours de la période précédente.

Calbifrut est une entreprise agricole orientée vers l'exportation d'**avocats** (variété Hass), d'**agrumes** (citrons et oranges) et de **fruits d'été** (kiwis, poires et pommes). Les principaux marchés d'exportation d'avocats sont les États-Unis, l'UE et l'Argentine, l'Asie importe des agrumes (le Japon en particulier), et concernant les fruits de saison, les principaux marchés sont les États-Unis et l'Orient.

### ➤ Une nouvelle usine pour TKF

Le fabricant d'aliments en poudre investira **700 000 dollars** dans la construction d'un site de production qui sera en activité en mars 2006. Avec ces nouvelles installations, **TKF** prévoit d'augmenter de 25% ses ventes qui ont atteint **4,7 millions de dollars** en 2005.

Avec une clientèle institutionnelle, TKF cherche à placer sa production de gelées, soupes en sachet, jus, desserts et lait en poudre auprès des chaînes de supermarchés.

Dans le segment de sa clientèle d'institutions publiques, les seuls concurrents directs de TKF sont **Macrofoods** et **Ipal**, ce dernier s'adressant également à une clientèle privée.

Pour le moment, l'Équateur est l'unique marché à l'étranger, l'Amérique centrale étant la prochaine cible.

### ➤ Les conserves de TREGUEAR...

En activité depuis plus de 20 ans, le fabricant d'olives, de cornichons et autres produits en conserve a réalisé **1,4 million de dollars** de chiffre d'affaires en 2005.

**Treguear** est présent dans tout le pays en utilisant des canaux de distribution comme Rabie, Sodexho et Adelco ainsi que les chaînes de supermarchés, excepté **Jumbo** (Cencosud).

Détentrices de 35% du marché local, Treguear a passé un accord avec le groupe espagnol **Cazorla**, le 2<sup>nd</sup> producteur d'olives d'Espagne.

### ➤ ... et les pruneaux de PRUNESCO

En 2006, le producteur de pruneaux prévoit d'exporter 18 000 tonnes pour 40 millions de dollars contre 12 000 tonnes et **30 millions de dollars** en 2005.

La hausse du montant des exportations correspond en grande partie au conditionnement des pruneaux prêts à consommer qui, auparavant, étaient vendus en vrac.

Actuellement, **Prunesco** contrôle 40% du marché national des pruneaux qualité Agen, **Frutecsa** détient 19% de PDM et sept autres sociétés se partagent le reste.

Au total, en 2004, le Chili a exporté pour un total de 33 000 tonnes de prunes qui représente un montant de **45 millions de dollars**.

**Bon à savoir** : le premier producteur et exportateur mondial sont les **États-Unis** (150 000 tonnes), la **France** (50 000 tonnes) se place au 2<sup>ème</sup> rang des producteurs et le **Chili** au 3<sup>ème</sup> rang des producteurs/exportateurs.

---

## Mexique

---

### ➤ **GRUMA, davantage de ventes et moins de bénéfices**

Au cours du troisième trimestre 2005, les ventes de Gruma ont crû de 8,2% par rapport au même trimestre 2004 à **626,4 millions de dollars**. Les filiales **Molinera México** et **Gruma Venezuela** ont contribué négativement aux résultats du groupe agroalimentaire.

Par ailleurs, Gruma a signé un projet de cession de sa filiale vénézuélienne, **Molinos Nacionales CA-Monaca** à faveur d'un entrepreneur local **Ricardo Fernández**, associé de Gruma avec 50% du capital de **Demaseca**, une autre filiale du groupe au Venezuela. La cession de 40% de Monaca serait faite pour **65,6 millions de dollars**. L'opération devrait inclure l'achat par Gruma de 10% de Demaseca pour 2,6 millions de dollars.

La filiale **Gruma Corporación** reste toujours le leader sur le marché étasunien du secteur de l'industrie de la farine de maïs et des « tortillas ». Aux États-Unis, la demande s'accroît non seulement par l'augmentation d'émigrés mexicains mais aussi par le comportement du consommateur étasunien qui cherche une nourriture à basse teneur en hydrates de carbone (diète Atkins).

### ➤ **BIMBO, mieux que prévu**

Au troisième trimestre 2005, le groupe leader du secteur de la boulangerie et viennoiserie industrielle a augmenté ses ventes globales de 7% par rapport au même trimestre 2004. Les ventes au Mexique ont crû de 8,1% à **933,3 millions de dollars**, celles aux États-Unis de 3,4% à **325 millions de dollars** et celles en Amérique Latine de 8,9% à **95,2 millions de dollars**. Dans la période les bénéfices ont atteint **130 millions de dollars** soit 11,6% de plus qu'au troisième trimestre 2004.

Parmi les projets de 2006, **Bimbo** prévoit de développer ses opérations au Brésil et aux États-Unis. Au Mexique, l'achat de la chaîne de pâtisseries/boulangeries **El Globo** signifie le départ d'une stratégie nouvelle dans le segment du pain frais et dans le lancement de nouveaux produits.