

Fiche sectorielle



Agroalimentaire

Chambre de Commerce et d'Industrie Franco Chilienne

Marchant Pereira 201 Of.701 Providencia CHILI
www.camarafrancochilena.cl



Janvier 2018 - Service Commercial



APERÇU DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE

La filière agroalimentaire, une des richesses du pays.

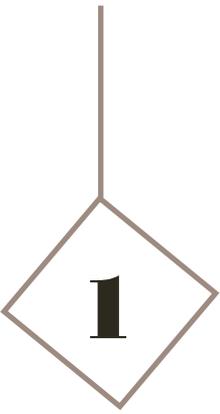
Après le secteur minier, la filière agroalimentaire qui représente 14% du PIB est la seconde source de revenus du pays. En outre, 31% des entreprises existantes au Chili (319.000) appartiennent au secteur alimentaire et emploient près de 2 millions de personnes par an (23% des emplois de l'économie chilienne).

En ce qui concerne l'industrie alimentaire dans sa totalité, nous pouvons distinguer une série de soussecteurs qui inclut les produits frais (fruits, légumes, poissons, fruits de mer, viandes, oeufs), boissons alcoolisées et non alcoolisées, aliments transformés.

Par ailleurs, 52 % de la production fruticole et maraîchère du pays est destinée à la production agroalimentaire, dont 86% sont affectés au marché international.

Les atouts du Chili reposent sur l'absence d'épidémies, une offre diversifiée et la conclusion de nombreux traités de libre-échange.





1

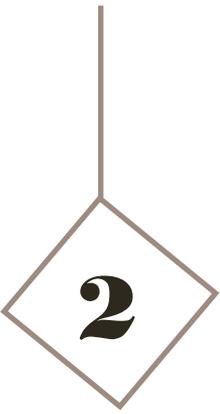
Mesures mises en place par le gouvernement

Le Chili importe encore peu de vin en volume, mais de plus en plus chaque année, signe d'une augmentation de l'attrait des consommateurs pour le vin, malgré un marché très achalandé par l'importante production locale. En 2015, les importations de vin se sont élevées à 2,41 millions de litres pour une valeur de 11,55 millions USD soit une augmentation de plus de 41,8% sur 2014.

Entre 2013 et 2015, les importations ont augmenté de 10% en volume et de plus de 40% en valeur, signe que les vins importés sont de meilleure qualité, se vendant plus chers sur le marché, l'augmentation en volume étant moins importante que celle en valeur.

Les vins effervescents représentaient la plus grande partie des importations chiliennes de vin en 2015 (75,1% du volume importé et 74,2% de la valeur totale des importations). Les vins embouteillés représentaient, quant à eux, 22% du volume de vin importé, et près de 24,9% de la valeur de ces importations. Quant aux vins en vrac ils n'ont représenté que 2,9% des volumes.

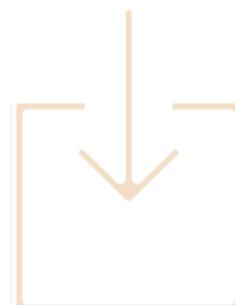


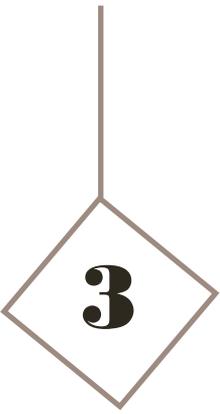


2

Importations

En ce qui concerne le commerce bilatéral Franco-Chilien, la filière « mieux se nourrir », qui rassemble les produits agroalimentaires, les intrants (engrais, semences...) et les machines agricoles, représente 1/8e des exportations françaises vers le Chili. Elle est portée en particulier par la nouvelle multiplication par deux des exportations de fromage, à 9 M EUR en 2016.





3

Exportations chiliennes

L'industrie agroalimentaire chilienne exporte à partir des années 1990 et croît depuis 2010 de 14 %. Le Chili est aujourd'hui au 17e rang des pays exportateurs.

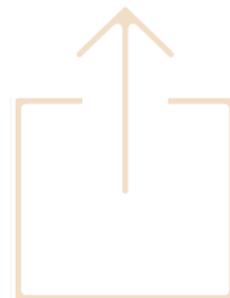
En 2016, les exportations ont atteint une valeur totale de 18.000 MM d'USD, ce qui représente 23 % des exportations nationales, et fait de l'industrie alimentaire la seconde activité la plus importante du pays.

Les exportations d'aliments transformés ont également augmenté de manière significative au cours des dix dernières années, enregistrant une croissance de 234%.

La filière fruit et légume : Le Chili est le 1er exportateur de fruits et légumes frais d'Amérique Latine et le 4ème au niveau mondial. Il est également le 1er producteur de fruits secs de l'hémisphère sud, et même du monde pour certains produits, tels que les prunes et les pommes séchées. Les exportations ont connu un boom au cours des 5 dernières années.

L'industrie vitivinicole : Le Chili est parmi les cinq premiers exportateurs mondiaux.

La filière des produits de la mer : Le Chili est le 1er exportateur mondial de truite et se classe 2nd pour le saumon derrière la Norvège.



4

Analyses et commentaires

Le Chili souhaite devenir une puissance agroalimentaire en distribuant ses produits aux quatre coins du monde, et diversifier ainsi sa matrice d'exportations beaucoup trop dépendante des ressources naturelles comme le cuivre. Le Chili aspire à faire partie des 10 plus grandes puissances agroalimentaires mondiales (17ème actuellement), et pour cela a besoin de technologies et d'innovations.

L'industrie agroalimentaire française peut d'une part trouver des débouchés pour son matériel technologique et d'autre part bénéficier de conditions favorables à une implantation industrielle. De nombreuses opportunités s'offrent par conséquent aux entreprises françaises désireuses de créer de la valeur ajoutée aux nombreuses matières premières chiliennes. Enfin, le Chili peut également servir de plateforme pour entrer sur les vastes marchés des pays voisins (Brésil, Argentine...), et plus généralement sur le marché mondial (Asie...)





5

Le produit au Chili

Les consommateurs chiliens sont de plus en plus tournés vers les aliments naturels et recherchent des aliments fonctionnels. La population du Chili est vieillissante et cela crée de nouveaux besoins. De plus, le Chili est un des premiers pays au monde à être en surpoids, à ce jour 33% de la population chilienne est obèse. Le Gouvernement développe donc de multiples programmes pour « vivre mieux et manger mieux » afin d'éduquer, motiver et encourager un style de vie plus sain, mais également produire mieux et de meilleure qualité.

C'est un marché vierge qui cherche très activement de nouveaux produits, ingrédients, recettes.



6

Tendances de consommation

Selon une enquête sur la consommation alimentaire au Chili (ENCA), seulement 5% de la population mange sainement. La principale source des 1.796 calories consommées par les Chiliens sont les produits de boulangerie : pains, biscuits et céréales (Chili: 2nd consommateur mondial de pain), les boissons sucrées, et les glaces.

Il y a jusqu'à 7 moments de consommation alimentaire sur une journée: le petit déjeuner, le déjeuner, le thé, le dîner et 3 collations (matin, après-midi et soir). Les aliments déshydratés, les conserves, les surgelés et les jus concentrés sont les produits les plus consommés par la population chilienne.

Par ailleurs, bien que la vogue des produits bio est encore confidentielle au Chili, on commence à trouver dans les rayons de supermarchés des produits biologiques, sans gluten, sans huiles végétales, etc. On y trouve également de plus en plus, la ligne de produits gourmets. En effet, en 2014, la demande pour les produits différenciés ou gourmets a augmenté entre 15 et 20%.

Le consommateur chilien recherche de nouvelles saveurs, des produits de qualité sophistiqués et diversifiés.



Figura 2.1. Mercado de alimentos procesados en Chile.

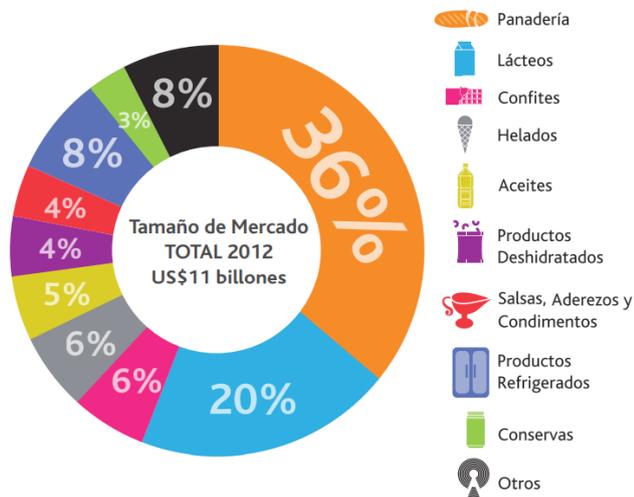
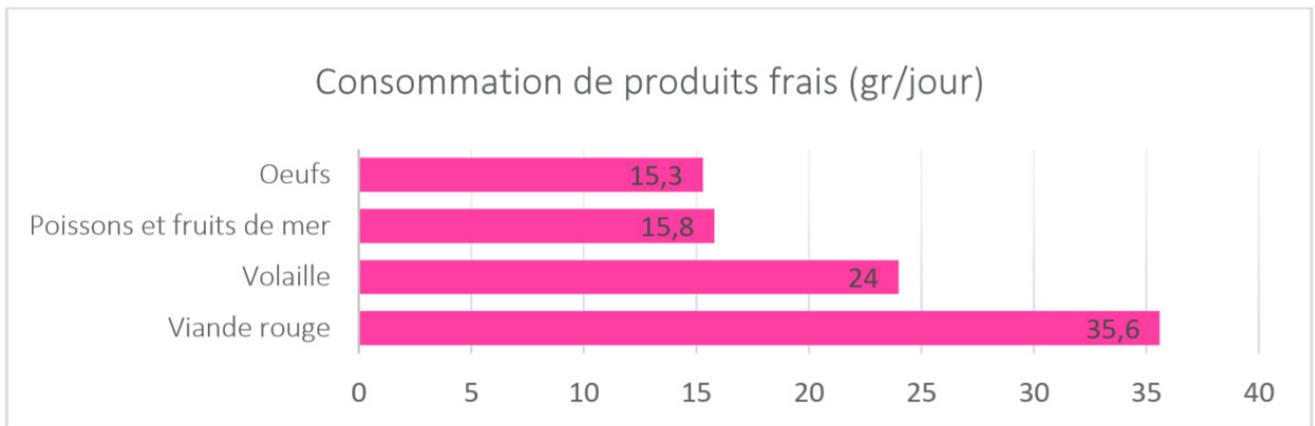


Figura 2.3. Mercado de las Bebidas Refrescantes en Chile.



Source : Fundación Chile, à partir des informations de Euromonitor



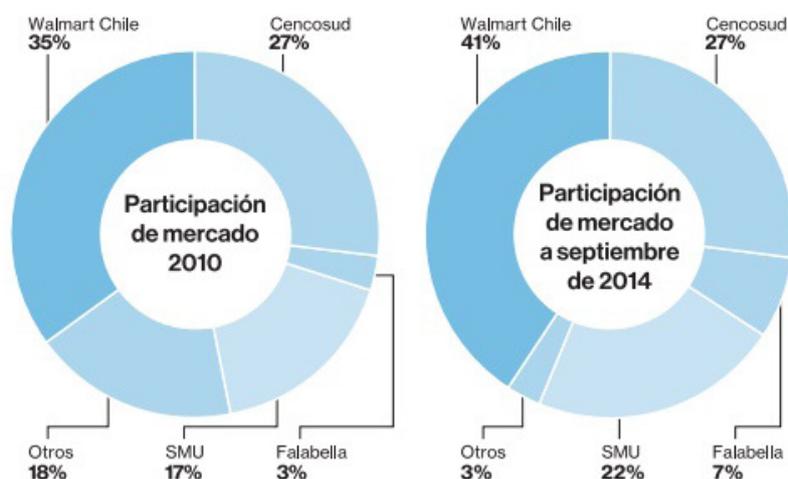
Source : Ministère de la Santé



Distribution et segmentation

Le secteur de la distribution alimentaire est de plus en plus concentré et compétitif. Les principaux canaux de distribution sont les hypermarchés, les supermarchés, les magasins de libre service¹ et les commerces de proximité².

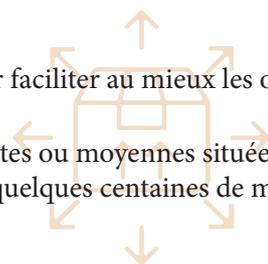
Actuellement au Chili, 4 acteurs détiennent 97% des ventes de l'industrie alimentaire. L'acteur le plus important des supermarchés est Walmart (Groupe qui possède Lider et Ekono), suivi de près par Cencosud (supermarchés Jumbo et Santa Isabel). À eux seuls, ils détiennent plus de 60% du marché. Le groupe Saieh (SMU), qui a acheté il y a quelques années Unimark parmi d'autres chaînes de supermarchés régionaux, est parvenu à se hisser en 3^{ème} position. Le 4^{ème} acteur est Falabella avec ses supermarchés Tottus.



Source : IFRS, INE

1 Magasin de libre-service : point de vente, organisé en conséquence pour faciliter au mieux les opérations de choix, de service et le cas échéant de paiement.

2 Commerce de proximité : point de vente de surfaces généralement réduites ou moyennes situées dans une zone d'habitation et dont la zone de chalandise est limitée pour l'essentiel à quelques centaines de mètres.



8

Principales activités et foires spécialisées au Chili

EXPO FOOD PROCESS

Salon des procédés pour la production des aliments et des boissons qui a lieu en octobre à Santiago tous les ans.

www.foodprocess.cl/index.php



SAGO FISUR

Salon de l'agriculture et de l'élevage au Chili. L'évènement aura lieu à Osorno. Aucune date n'a été confirmée jusqu'à présent.

www.sagofisur.cl

TECFOOD

Séminaire qui a lieu une fois par an sur le thème de l'alimentation et des emballages de demain en août. Organisé par Indualimentos, revue de l'industrie agroalimentaire de l'emballage.

www.indualimentos.cl



HALAL EXPO LATINO AMERICA

Exposition et plate-forme d'affaires de l'industrie de produits « halal » la plus importante d'Amérique latine. Salon qui a lieu une fois par an au mois de Novembre.

www.halalexpochile.com



FRUITTRADE

Convention et rencontre d'affaires entre les producteurs internationaux de fruits frais, de fruits secs, de légumes et de produits biologiques, avec une forte présence chilienne. Évènement qui a lieu une fois par an au mois de Septembre

www.fruittrade.cl/2018

FERIA INTERNACIONAL DE TECNOLOGIAS (IFT-AGRO)

Salon qui vise à réunir des grands conglomérats du secteur agricole et des cadres de grandes, moyennes et petites entreprises, fournisseurs de biens, produits et services liés à l'agriculture. Évènement qui a lieu une fois par an en Avril.

www.ift-agro.cl



9

Liens d'intérêt

AB CHILE

Association des Aliments et Boissons du Chili composée des 6 socios fondateurs (Andina, Embonor, Coca-Cola, CCU, Carozzi, Nestlé) à qui sont venus s'ajouter 14 entreprises d'alimentation et de boissons.

www.abchile.cl



ACHIGA

Association Gastronomique Chilienne qui a pour but de regrouper des personnes physiques et juridiques de l'industrie alimentaire afin de promouvoir leur développement, en vue du bien être de l'activité nationale.

www.achiga.cl



ASOEX

Association des Exportateurs de fruits du Chili qui compte avec plus de 350 entreprises productrices exportatrices de fruits frais associées à divers programmes.

www.asoex.cl



CENEM

Centre de contenants et d'emballages au Chili, qui regroupent les entreprises du secteur afin de rechercher des solutions aux problèmes techniques qu'elles peuvent rencontrer.

www.cenem.cl



CHILEALIMENTOS

Association d'entreprises alimentaire du Chili qui regroupe les entreprises de produits alimentaires transformés, d'équipements et services liés à la transformation des aliments. Elle vise à promouvoir les sociétés et activités du secteur aussi bien au Chili qu'à l'étranger.

www.chilealimentos.com



FEDEFRUTA

Fédération Nationale des producteurs de fruits Fedefruta qui vise à promouvoir les exportations directes des produits fruitiers.

www.fedefruta.cl

SNA

Société Nationale pour l'Agriculture qui rassemble un grand nombre de producteurs, professionnels, associations et fédérations liés à l'agriculture et à l'agro-industrie chilienne, dans le but de promouvoir les politiques publiques, la compétitivité, l'esprit d'entreprise dans l'agriculture et la formation du capital humain. www.sna.cl



10

Presse

CANAL HORECA

Revue des professionnels des services alimentaires

www.canalhoreca.cl

Canal Horeca
LA REVISTA DE LOS PROFESIONALES DEL FOOD SERVICE

CAPITAL

CAPITAL

Revue généraliste dédiée aux affaires et aux professionnels de l'économie chilienne

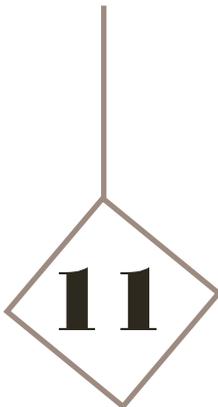
www.capital.cl

INDUALIMENTOS

Revue de l'industrie alimentaire et de l'emballage

www.indualimentos.cl





Informations

Vous souhaitez réaliser une étude de marché, trouver des distributeurs / importateurs dans le secteur agroalimentaire au Chili?

Nous sommes une équipe bilingue, travaillant au cœur de Santiago. Chaque année, nous accompagnons plus de 240 entreprises dans leur processus de développement au Chili. Fondée au Chili en 1884, les méthodes de la Chambre de Commerce Franco-Chilienne s'appuient sur une expérience commerciale, un réseau dense et réactif, et un accès à des ressources documentaires privilégiées.

