

Le Japon, sensible à l'image « France ».

Au pays du Soleil levant, les fromages français sont appréciés à leur juste valeur. Une image positive à exploiter pour soutenir le développement en cours de la consommation de fromage naturel.

« **P**our réussir en Asie, il faut être présent au Japon ». C'est du moins ce que pense Jérôme Bouhet, représentant de Lactalis au pays du soleil Levant. Le premier groupe fromager français a ouvert un bureau commercial en mars 2005 à Tokyo et est en phase de lancement d'un conditionnement 1kg de cream cheese pour la fabrication de cheese cake. Une ligne de fabrication a été installée à l'usine de Lons le Saunier pour fabriquer ce produit distribué également au Moyen Orient.

Lactalis n'est pas la seule entreprise française présente au Japon. Bel et Bongrain y sont depuis longtemps avec leurs propres équipes. Et, depuis 2003, Bongrain s'est installé industriellement en effectuant une joint-venture avec Kyodo Milk Industry. Bresse Bleu, structure dans laquelle Bongrain détient 51% des parts, fabrique des fromages naturels (par opposition à fromage fondu), notamment du camembert. Mais son best seller sur le marché japonais est le Pié d'Anglois, une pâte molle à croûte lavée que le groupe importe de France. Boursin,

groupe Unilever, s'intéresse aussi à ce marché depuis 1995 et avec succès. En 2005, Boursin a commercialisé 270 tonnes de fromage, soit 80% des volumes que le groupe réalise en Asie Pacifique (30 tonnes en Australie). « *Nous avons augmenté nos volumes de 10% en 2005 par rapport à 2004, preuve de l'engouement des japonais pour les produits premium. Etre présent au Japon impose d'être parfait. Le niveau d'exigence qualité est très élevé* », souligne Loïc Réthoré, de Boursin Japon.

Une image France très positive

L'image « France » fait vendre. Nestlé l'a bien compris. Le géant de l'agroalimentaire n'a pas hésité à mentionner sur l'emballage que son Kit Kat est fabriqué au lait de « Bretagne ». De plus, le Japon est une aubaine pour les fromages français. La distribution, bien que très atomisée, laisse une large place au haut de gamme qui pèse 31% du marché. Sopexa Japon estime que les fromages de table de France sont présents dans 65% des points de vente haut de gamme à Tokyo et dans sa région, et dans 30% d'entre eux dans le reste du pays.

Dans les supermarchés haut de gamme, l'offre est diversifiée et la tendance est au développement de paniers de

fromages naturels variés coupés en petites parts pour faire découvrir le fromage, élargir le champ des goûts dans le but de faire augmenter les quantités consommées. On retrouve dans ces assortiments différents fromages selon les périodes de l'année et les événements mis en avant par le distributeur. La diversité, ajoutée au côté pratique, devrait faire repartir les ventes qui ont stagné en 2005 faute de promotion.

Il faut dire que, face à la montée des prix des produits à l'importation aussi bien en provenance de l'Océanie (à cause de la sécheresse) que de l'Europe (conséquence de la PAC), les distributeurs ont du faire des économies. Prévoyant la poursuite de cette hausse,

l'offre s'adapte en termes de grammage et de prix.

Pour accéder au marché japonais, il n'y a pas moyen d'échapper aux importateurs-distributeurs dont certains sont des filiales de grands groupes laitiers. Ainsi, Cesco et Tokyo Dairy sont sous contrôle de Snow Brand et Morinaga, respectivement. Ces structures ont par ailleurs à leur capital les importateurs de bulk cheese qui font partie des sociétés géantes dites de commerce comme Mitsubishi et Itohchu.

Ce qui ne doit pas décourager les entreprises françaises. Les distributeurs japonais osent une offre très large et misent sur le haut de gamme avec porte-drapeau : les fromages français.

Source : RLF – n° 665 Octobre 2006

La Syrie

La situation du lait de chèvre au Moyen-Orient.

Le Moyen-Orient, avec une forte tradition pour les produits laitiers ovins et caprins, est une grande région où les produits laitiers font partie intégrante des traditions culinaires. Malgré les changements importants dans les modes de consommation, les systèmes de production et de transformation laitiers restent dans les mains de petits producteurs, y compris à Chypre, où pourtant les systèmes se sont fortement intensifiés. L'utilisation de parcours de steppes est dominante, associée au pâturage sur les résidus de récoltes (Syrie, Liban). Dans ce cas là, le lait est commercialisé par l'intermédiaire de laitiers ambulants. Des systèmes laitiers semi-extensifs utilisant des cultures fourragères et des concentrés se développent également.

En Syrie, on estime que la production de lait de brebis couvre 40 % de la consommation nationale de produits laitiers (surtout des yaourts), et le prix du lait a fortement augmenté (0,25 Euros/litre). La Turquie est également un pays avec un fort potentiel de développement pour la commercialisation des fromages de brebis et de chèvre. A moyen terme, la grande diversité du patrimoine laitier fromager pourrait être une source de valorisation intéressante. Toutefois, l'organisation de la collecte, la rationalisation de la production et la mise en place de services techniques sont des préalables essentiels.

Source : CIRVAL

Données générales :

La Syrie compte 17,6 millions d'habitants (Egypte : 75 millions), dont entre trois et quatre millions à Damas, la capitale administrative et des affaires.

Alep, la seconde ville du pays est le siège de l'industrie, et Lattaquié – avec Tartous – sont les deux villes portuaires du pays.

L'exode rural est important, le nombre des citadins augmente de 4 à 5 % par an.

Croissance démographique : 2,45 % par an.

Chômage : 11,1%



POINTS FORTS

La Syrie est engagée dans un processus de libéralisation de son économie pour attirer les investissements, relancer la croissance et créer des emplois, mais les progrès sont lents.

Le secteur du tourisme constitue un fort potentiel de développement.

Les avoirs du pays à l'étranger représentent deux ans d'importation.

Le mode de consommation est largement influencé par l'Occident en raison de liens culturels et historiques et du poids de la télévision (nombreux programmes d'origine française)

POINTS FAIBLES

Le déclin de la production de pétrole menace la situation économique et financière du pays. L'accélération des réformes s'impose pour faciliter les investissements privés.

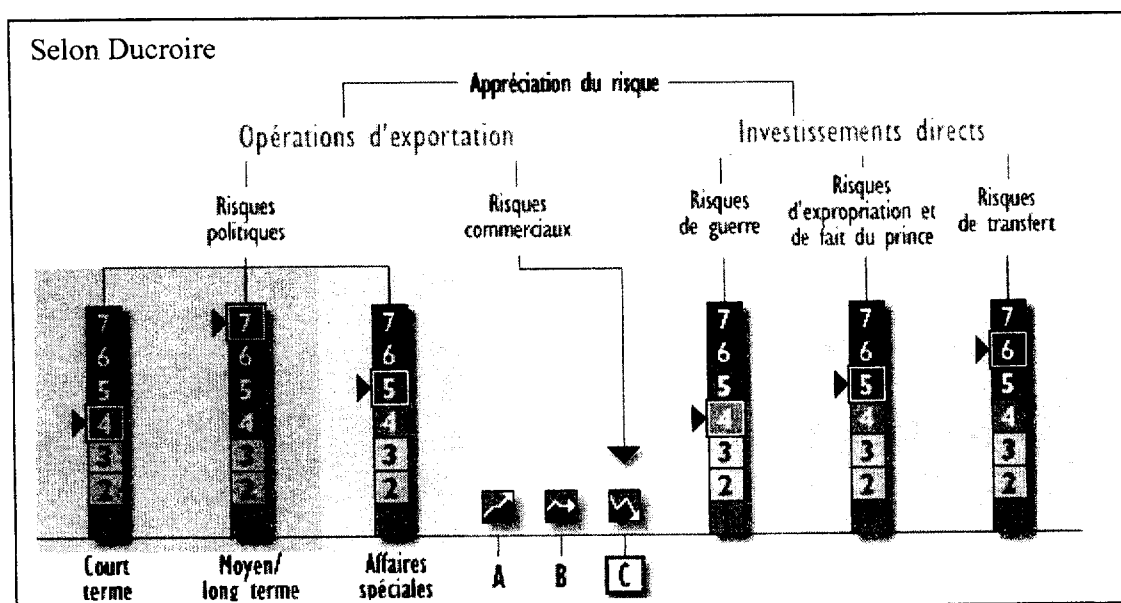
Les sanctions des Etats-Unis, les incertitudes politiques et l'escalade des tensions régionales, pèsent sur l'environnement des affaires. Le risque de boycott ou d'embargo pointe dès que le pouvoir en place prend des positions « tranchées »

Données économiques (d'après www.trading-safely.com)

(En Mds USD)	2001	2002	2003	2004 (e)	2005 (p)	2006 (p)
Croissance économique (%)	3,6	4,1	1,3	1,7	1,5	2
Inflation (%)	5,6	-2,3	5,9	4,6	6,7	5
Solde public/PIB (%)	2,4	-1,6	-2,7	-5,3	-4,8	-5,9
Exportations	5,3	6,6	5,8	5,4	5,7	5,4
Importations	5,0	5,2	5,4	6,4	7,1	7,2
Balance commerciale	0,3	1,3	0,4	-1,0	-1,5	-1,9
Balance courante (%)	1,2	1,8	1,3	0,5	0,0	-0,3
Dettes extérieures	107,8	103,7	100,8	94,4	42,2	39,8
Réserves en mois d'import.	5,9	6,8	7,4	6,9	6,2	6,0

e = estimation p = prévision

La Syrie : appréciations du risque



Source www.ondd.be Mise à jour des données: 26/07/2006

Appréciation du risque selon Coface (extraits d'après www.cofacering.fr)

Depuis la chute du régime irakien en 2003, l'économie syrienne tourne au ralenti et peine à redémarrer. Le déclin de la production de pétrole freine la reprise. Le secteur non pétrolier reste le seul moteur de la croissance, soutenue en 2004 grâce à un rebond des investissements étrangers et du tourisme. La situation de base arriérée de l'Irak a dynamisé la consommation. Toutefois l'escalade des tensions régionales et la montée des pressions internationales, après l'assassinat début 2005 de l'ex-Premier ministre libanais, ont affecté la confiance des consommateurs et des investisseurs. Dans ce contexte et compte tenu des risques d'isolement sur la scène internationale, une relance vigoureuse de l'activité en 2006-2007 est peu probable.

La situation financière extérieure s'est assainie grâce aux accords de restructuration de la dette conclus avec les pays créanciers et notamment avec la Russie qui a consenti une annulation substantielle. Le boom des prix du baril permet pour l'heure d'éviter une dégradation trop forte des comptes extérieurs en dépit de la diminution des volumes de pétrole exportés.

Données financières relatives à l'investissement en Syrie

Prévisions des Flux Nets de Trésorerie (FNT) sur 5 ans en milliers d'euros

ANNEES	2008	2009	2010	2011	2012
FNT (milliers d'euros)	500	1 800	2 600	4 700	9 000

Les encaissements et les décaissements se font en livres syriennes (excepté les remboursements d'emprunt prévus en euros). Le taux de change retenu pour la conversion est EUR/SYP = 68,5995 (taux de la Banque Centrale de Syrie).

L'investissement de **13 millions d'euros** a été entrepris alors que le marché syrien du fromage fondu connaissait un taux de croissance de 20 % par an. Aucune autre entreprise étrangère du secteur laitier n'est attendue sur le marché avant 3 ans. En outre, BEL a misé sur l'exportation d'un tiers de la production locale vers les pays limitrophes au bout de cinq ans.

Eléments financiers et logistiques de la facture pro forma n° 1043

Paiement par crédit documentaire irrévocable et confirmé

réalisable auprès de la BNP PARIBAS - PARIS

par négociation d'une traite à vue

couvrant « Process Cheese products » selon pro forma

Date limite d'expédition : 12 semaines à compter de l'ouverture du crédit documentaire en raison des emballages spécifiques

Incoterm CFR port Taïwanais en conteneur réfrigéré à 3° C

Départ Port du Havre

Expéditions partielles et transbordements autorisés.

Montant de la pro forma : 226 769,48 EUR plus ou moins 5 %
uniquement si la différence concerne la quantité

Conditions particulières : frais de confirmation à la charge de l'acheteur

Notification d'un crédit documentaire émis par Bank of Taiwan

PAGE : 1

TYPE DE MESSAGE / 700 OUVERTURE DREDIT DOCUMENTAIRE

AGENCE DESTINATAIRE : 02642 CI ET MOC POISSONNIERE

RECU LE : 12/05/2006

EMETTEUR : BKTWTWTP135 BANK OF TAIWAN
TAIPEI.....
TEXTE DU MESSAGE

27 :	NUMERO DE SEQUENCE	1
	NUMERO DE MESSAGES	/ 1
40A :	NATURE DU DREDIT DOCUMENTAIRE	IRREVOCABLE
20 :	NUMERO DU CREDIT DOCUMENTAIRE	SABBP1D
31C :	DATE D'EMISSION DU CREDIT	060511
31D :	DATE ET LIEU DE VALIDITE	
	DATE	060810
	LIEU DE PRESENTATION	IN THE BENEFICIARY'S COUNTRY
50 :	DONNEUR D'ORDRE DU CREDIT	TRADING COKEN DA-TCHANG ROAD N°.164 TAIPEI TAIWAN
59 :	BENEFICIAIRE	FROMAGERIE BEL 4, RUE D'ANJOU 75008 PARIS FRANCE
32B :	MONTANT DU CREDIT	
	CODE DEVISE	EUR
	MONTANT	226769,48 max
41D :	MODALITES D'UTILISATION	
	THE ADVISING BANK	
	BY NEGOCIATION	
42C :	SPECIFICATION DES TIRAGES	AT SIGHT
42D :	BANQUE TIREE	
	BNPPAFRPP	
43F :	EXPEDITIONS PARTIELLES	ALLOWED
43T :	TRANSBORDEMENTS	ALLOWED
44A :	CHARGEMENT / EXPEDITION	FREE EUROPEAN PORT
44B :	A DESTINTION DE	KEELUNG
44C :	DATE LIMITE D'EXPEDITION	060731
45A :	NATURE DE LA MARCHANDISE	TOTAL 11061 CTNS
	CHEESE PRODUCTS	DETAILS AS PER PROFORMA INVOICE NO 1043
	TRADE TERMS : CFR KEELUNG	

Offre Chinatex et éléments de cotation

Offre CHINATEX

- 200 000 sacs de plage en coton blanc avec le logo BEL sur une face
- conditionnement par carton de 400 sacs
- Cartons : 55 * 40 * 40 (cm)
- FOB Shanghai : 15 USD le lot de 40 sacs

Eléments de cotation transmis par le transitaire SDO :

	20 PIEDS	40 PIEDS
Dimension (cm) – (L*I*h)	588 * 234 * 225	1204 * 234 * 225
Forfait Shanghai – Le Havre	1050 USD	1 800 USD

BAF : 8% - CAF : 3%

Assurance : 1,2 % du CIP augmenté de 10 %

Garantie « Franc d'Avaries Particulières sauf ... »

L'entreprise SDO se charge de l'acheminement des marchandises dans l'entrepôt, de stocker les sacs, d'organiser le dédouanement et l'envoi individuel des sacs de plage aux consommateurs.

- Prestations SDO facturées 0,38 euros par sac.

- 1 EUR = 1,2685 USD

- TVA : 19,6 %

- TEC : 4 %

Données relatives à l'opération promotionnelle Kiri

Prix de vente moyen au consommateur final 2,25 EUR T.T.C. la boîte de KIRI

Marges cumulées des différents intermédiaires
(centrale d'achat, grossistes, détaillants, ...) 217 % du prix unitaire facturé par BEL

Taux de marge moyen pratiqué par BEL 30,6 % de son prix de vente

Estimation de l'impact de la campagne promotionnelle sur les ventes :

<i>(en milliers d'euros)</i>	MAI		JUN	
	1° Quinzaine	2° Quinzaine	1° Quinzaine	2° Quinzaine
C.A. 2006 réalisé	1700	1750	1800	1780
Augmentation prévisionnelle C.A.2007	+ 1,5 %	+ 2,2 %	+ 4,1 %	+ 4,5 %

Annexe 14 – à rendre avec la copie

Actions de la filiale japonaise selon les cibles

Cibles	Exemples d'actions commerciales
Importateurs / Distributeurs	
Points de vente	
Institutionnels et prescripteurs (par exemple : secteur de l'éducation et de la santé)	

Annexe 15 – à rendre avec la copie

Tableau de d'amortissement de l'emprunt

ANNÉES	CAPITAL RESTANT DÛ début de période	INTÉRÊTS	AMORTISSEMENT	CAPITAL RESTANT DÛ fin de période	ANNUITÉ
1					
2					
3					
4					