

FICHE SECTORIELLE

Agroalimentaire - 2024



Wallonia.be
EXPORT
INVESTMENT



Feel inspired



Le Chili : l'agroalimentaire

Introduction du secteur

Le secteur de l'agroalimentaire chilien est le deuxième secteur par importance après le secteur minier. Il a une contribution au PIB, qui est estimée à environ 4,7% et il génère environ 368.316 emplois directs dans le pays. L'exportation du secteur agroalimentaire chilien atteint des chiffres importants, avec environ 970 produits différents, qui vont vers plus de 170 destinations, les principales étant les États-Unis, la Chine et le Japon.

Les 6 secteurs sont :

- Agro-industrie horticole
- Fruits de mer
- Bétail
- Semences,
- Autres produits agroindustriels
- Vins, spiritueux et boissons.

L'importance du secteur agroalimentaire s'explique car le Chili dispose d'une grande diversité de climat et de terres hautement fertiles. Les Chiliens s'orientent vers une agriculture durable et hautement spécialisée, où les progrès en matière de technologie, de biotechnologie et de recherche sont essentiels.

Économie chilienne

Le Chili est traditionnellement considéré comme un modèle en Amérique latine en termes de transparence politique et financière. Il a également été l'une des économies les plus dynamiques d'Amérique latine.

L'économie chilienne est confrontée à trois défis principaux :

1. Surmonter sa dépendance vis-à-vis du prix du cuivre (50 % des exportations du pays)
2. Développer une offre alimentaire autosuffisante
3. Accroître sa productivité, en particulier dans le secteur minier.

Le Chili dispose d'un réseau bien structuré avec 17 aéroports, dont 9 internationaux, 56 ports maritimes et 36 complexes frontaliers terrestres équipés pour l'exportation de marchandises.

Le Chili est le premier pays d'Amérique Latine pour la facilité de faire des affaires (59e mondial, Banque Mondiale 2020) et excelle en logistique, traçabilité, chaîne du froid, sécurité alimentaire et certification. Il est également premier de la région en logistique (34e mondial, Banque Mondiale) et en sécurité alimentaire (Economist Intelligence Unit, 2019).

Tendances et évolution du marché

Le marché de l'agroalimentaire a augmenté de 10 milliards de dollars depuis 2012 et la demande intérieure représentait 29 milliards de dollars en 2019. Globalement, l'industrie alimentaire représente environ 18% du PIB, 25% des exportations, 20% des ventes internes, 23% de l'emploi et 31% des entreprises.

Le gouvernement chilien a lancé en 2016 un programme pour doubler l'exportation d'aliments d'ici 2025 : en effet, 23% du total des exportations chiliennes proviennent des aliments. Leur exportation atteint aujourd'hui 18 milliards USD, le but à atteindre en 2025 est de 32 milliards USD. Le programme se centrera sur des "produits sains", ajoutant de la valeur avec plus de connaissances et technologie. Le pays affiche l'objectif ambitieux de devenir une puissance exportatrice alimentaire mondiale.



Le Chili dispose d'un réseau commercial solide grâce à leurs 33 accords avec 66 marchés, qui lui permet d'atteindre 86,3% du PIB mondial avec des conditions tarifaires privilégiées.

⇒ Vous pouvez trouver les différents accords via ce [lien](#).

Le Chili est l'un des 15 plus grands pays exportateurs agricoles au monde et a positionné plus de 50 produits sur tous les marchés où il est présent. Ils sont leaders mondiaux de l'exportation de myrtilles, cerises, raisins, prunes et pommes séchées, saumon et moules. Ils sont également en tête du classement des exportations pour le vin, les framboises et l'inuline.

Accords commerciaux

Cette année, l'Union européenne (UE) et le Chili ont modernisé leur accord d'association qui était en vigueur depuis 2003. Cette mise à jour vise à renforcer les relations politiques et économiques entre l'UE et le Chili, tout en approfondissant leur coopération et leurs échanges. Voici quelques points clés de cet accord modernisé :

1. **Renforcement des relations politiques et économiques** : L'accord actualisé intensifie la coopération politique entre les deux partenaires, qui partagent des valeurs universelles telles que la démocratie et les droits de l'homme.
2. **Composantes de l'accord** :

Accord-cadre avancé : Il comprend une composante politique et de coopération ainsi qu'une composante commerciale et d'investissement.

Accord commercial intérimaire : Celui-ci porte sur la libéralisation des échanges et des investissements, avec des dispositions spécifiques relevant exclusivement de la compétence de l'UE. L'accord commercial intérimaire devra être ratifié uniquement par l'UE, sans nécessiter la ratification des différents États membres. Il expirera lorsque l'accord-cadre avancé entrera en vigueur, sous réserve de sa ratification par tous les États membres. Avec ce cadre, 96 % des droits de douane sur les produits agricoles non encore libéralisés par le Chili et 66 % par l'UE disparaîtront, même si les produits sensibles comme la viande, certains fruits et légumes et l'huile d'olive seront protégés. Selon la Commission européenne, l'accord devrait augmenter les exportations de l'UE vers le Chili de 4,5 milliards d'euros. En 2022, le commerce total entre l'UE et le Chili a atteint 18,5 milliards d'euros.

Agritech et foodtech

Les technologies de rupture, qui transforment la chaîne d'approvisionnement alimentaire, sont portées par le segment relativement nouveau de l'"agri-food tech", qui comprend des entreprises et des applications de technologie agricole (agritech) et de technologie alimentaire (foodtech).

En ce qui concerne l'**agritech**, le secteur offre de nombreuses opportunités **comme les biomatériaux, les logiciels de gestion agricole et de gestion des sols, la robotique et la mécanisation agricole, les aliments innovants, les technologies de traçabilité, et l'agro biotechnologie**, parmi d'autres.

Le secteur de la **foodtech** offre également un certain nombre d'opportunités, **telles que les technologies pour les restaurants, les applications de commande et d'expédition, les recycleurs de déchets alimentaires, les kits de repas et les boîtes de recettes, la vente au détail d'épicerie en ligne, et la robotique dans les cuisines commerciales**, entre autres.

L'agri-food tech chilienne est émergente et il est donc difficile d'estimer sa taille et sa croissance mais l'intérêt et les investissements grandissants pour ce secteur démontrent le potentiel de ce marché.



InvestChile, 04/03/24

Mode de consommation

La consommation des Chiliens ne sert plus à répondre aux besoins des ménages mais marque un certain statut social. Ainsi, la croissance du pays a permis aux consommateurs de la classe moyenne supérieure d'obtenir des produits de meilleure qualité. **Le prix reste un facteur décisif dans le comportement d'achat, mais d'autres déterminants sont la qualité, la durabilité, la technologie, le service client, l'expérience client et la disponibilité.**

Malgré la pandémie et la guerre en Ukraine, la confiance des consommateurs chiliens a augmenté depuis 2021. Les achats se font autant en ligne qu'en magasin, les consommateurs regardant souvent les produits en ligne avant d'acheter en magasin. Les ventes en ligne ont atteint **7 milliards USD en 2021 (+23% sur un an)**. Instagram est largement utilisé à des fins commerciales.

Les consommateurs chiliens sont ouverts aux marques internationales mais préfèrent parfois les marques locales, comme pour le vin. **Environ 70% ne sont pas fidèles aux marques.** Cependant leur image sur les réseaux sociaux est importante car certains consommateurs y prêtent beaucoup attention.

De plus, le respect de l'environnement influence de plus en plus les décisions d'achat. Le Chili est le pays le plus conscient des problèmes environnementaux en Amérique Latine et a interdit les sacs en plastique dans les supermarchés depuis les années 2000.

Tendances locales

Au Chili, les résultats obtenus par Euromonitor International et MarketLine montrent que les consommateurs suivent la tendance mondiale et recherchent de plus en plus des **aliments sains, haut de gamme et différenciés**. Des données qualitatives montrent qu'en raison du nombre croissant de Chiliens menant une vie très active et

Distribution au Chili

Le Chili est un marché très ouvert. Toute personne physique ou morale est autorisée à importer.

Réseaux de distribution : la vente au détail de produits alimentaires se fait à travers de grands supermarchés, des épicerie de taille moyenne, de dépanneurs, de stations-services et de milliers de petits magasins de proximité indépendants. Les ventes au détail du secteur chilien ont atteint les 27,9 milliards de dollars 2020, ce qui fait du Chili le pays le plus développé d'Amérique Latine.

Les principaux groupes de supermarchés sont :

- ⇒ Walmart Chile, la plus grande chaîne de supermarché du pays en termes de chiffre d'affaires avec un part de marché d'environ **12,9%**, disposant d'environ 363 magasins sous les marques Líder et Express de Líder.
- ⇒ Cencosud, avec une part de marché d'environ **7,5%** et 247 supermarchés connu sous les noms de Jumbo et Santa Isabel
- ⇒ SMU, troisième grande chaîne avec une part de marché de **6%** et 290 magasins sous le nom d'Unimarc
- ⇒ Tottus, détenu par **Falabella**, avec une part de marché de **2,1%** et 69 hyper et supermarchés.

de l'augmentation des femmes sur le marché du travail, il y a une **demande croissante de produits alimentaires transformés et prêts à l'emploi sains**.

Par exemple, on peut citer la forte croissance des ventes enregistrée ces dernières années notamment pour les **aliments biologiques pour bébés, les viandes transformées surgelées saines, les fruits de mer, les produits à base de fruits et légumes, et les plats préparés positionnés comme des aliments cuisinés « maison »**. On peut également mentionner les aliments énergétiques et plus précisément les **barres énergétiques**.

De plus, cette évolution du marché facilite la croissance du marché de l'alimentation et de l'épicerie de manière plus générale, car les détaillants sont en mesure de vendre des produits de plus grande valeur et de générer des revenus plus importants. Nombre de ces segments affichent un meilleur potentiel de croissance que le marché dans son ensemble, ce qui crée **des possibilités intéressantes pour les nouveaux acteurs de se lancer dans des niches**.

Les générations Y et Z combinées représentent actuellement un tiers des consommateurs nationaux et deviendront un groupe de consommateurs majeurs avec l'augmentation de l'espérance de vie au Chili. Il est donc intéressant de voir que ce groupe a tendance à acheter en plus petits volumes que les générations précédentes, car ils recherchent avant tout des **produits plus sains et naturels, même si ceux-ci sont plus chers**. Ils sont aussi particulièrement friands de produits alimentaires transformés **sans gluten, lactose, sucre ou allergènes** et font attention au processus de production de ce qu'ils achètent (au niveau **éthique** et **environnemental**).

Les magasins bios et les petitsmarchés dans la rue, sont également en pleine expansion au Chili et donc d'excellentes opportunités d'affaires



Comment vendre vers le Chili ?

Pour pouvoir exporter de la Belgique vers le Chili, il est nécessaire d'obtenir une autorisation spéciale, des certificats sanitaires et phytosanitaires car ils sont requis pour la plupart des produits agricoles et dans certains cas pour les produits industriels. L'exportateur doit présenter un « rapport d'importation », un document qui doit passer par la banque centrale.

En général, il faut payer un droit de douane qui s'élève à 6% sur la valeur CAF (coût de marchandise/ prime d'assurance + valeur du flet de transport). En ce qui concerne les boissons alcoolisées et non-alcoolisées, il faut payer une taxe de vente supplémentaire (10% pour les eaux minérales, boissons artificielles et sirops, 20,5% pour les vins, champagnes, cidres et bières, 31,5% pour les liqueurs et spiritueux. Les produits de luxe sont soumis à une surtaxe de 15%. Quant au paiement des frais de douane, il faut les effectuer auprès du Service des douanes chiliennes. La douane approuve l'importation de produits alimentaires transformés au cas par cas et il faut obtenir la permission d'un agent du Service sanitaire.

Cependant, avec l'accord du 9 décembre 2022 entre le Chili et l'UE, 99.9% des exports européens devraient pouvoir entrer sans frais de douane.

De manière plus générale, la TVA au Chili est de 19% et est perçue sur les ventes de biens et de services. Les

importations sont soumises à la TVA, ce qui n'est pas le cas pour les exportations.

Les entreprises qui envisagent d'opérer au Chili peuvent bénéficier d'un large éventail de mesures d'incitation et de réseaux de soutien en matière d'investissement, d'organisation, de recherche, d'innovation et de talents humains. Les aides les plus importantes sont accordées par des institutions publiques telles que l'Agence chilienne de développement économique (CORFO) et le Service national de la formation et de l'emploi (SENCE), entre autres.

Foires et Salons

Parmi les foires agroalimentaires au Chili, nous retrouvons notamment Espacio Food & Service, le salon professionnel de l'industrie alimentaire le plus important du pays. Cette foire permet de présenter les dernières nouveautés et tendances en matière de produits, services et technologies liés à la production alimentaire et aux industries connexes (équipements, électro-ménagers, produits d'hygiène, logistique).

<https://www.espaciofoodservice.cl/>

Fruittrade est la plus grande exposition de l'industrie horticole chilienne. Il s'agit d'une foire commerciale spécialisée dans les fruits et légumes chiliens destinés à l'exportation, organisée par la *Federación de Productores de Frutas de Chile*, avec le soutien du gouvernement chilien au travers du ministère de l'Agriculture et des Relations Extérieures par l'intermédiaire de son agence de promotion des exportations, ProChile.

<https://2022.fruittrade.cl/>

Sources et liens d'intérêts :

[Estudio de impacto la Agrindustria Chilena](#)

[Le Chili et les tendances du retail, AWEX.](#)

[Agence pour le commerce extérieur—Eurostat.](#)

[InvestChile / ProChile / Chile Aduanas](#)

[Le consommateur au Chili \(BNP Paribas\)](#)

[Les circuits de distribution au Chili](#)

[Fiche pays Awex](#)

Contacts utiles

[AWEX Santiago / Cencosud / SMU / Tottus](#)

[Walmart Chile / Association des supermarchés](#)

[Access to Markets / CORFO / Invest Chile](#)