

ANNEXE 9 : L'EXPÉDITION DE BOUTEILLES DE TURQUIE

Les intervenants principaux :

Exportateur turc	TURKIYE PAKETLEME
Importateur	TERROIR DE LORRAINE
Commissionnaire	CFI
Transporteur maritime	CMA-CGM
Transporteur routier	SAMER SA

Les éléments de la commande client :

- Marchandise : bouteilles en verre
- Quantité : 15 palettes Europe
- Poids brut d'une palette : 304 kg
- Conditionnement dans des cartons : 40 x 40 x 60 cm (L x l x h)
- 18 cartons par palette d'un poids unitaire de 15,5 kg chacun
- Tare palette : 25 kg
- Valeur d'un carton : 25 €
- Incoterm CFR Marseille (Incoterm version 2010)

La marchandise est empotée au départ dans un conteneur 40' DRY.

Les coûts logistiques nationaux :

- Transit portuaire et titre de transit (NSTI) : 70 €
- Coût du transport routier Marseille / Metz du conteneur : 950 €
- Liquidation douanière et HAD : 1 550 € (TVA incluse)

ANNEXE 10 : LE RÉAPPROVISIONNEMENT DES MARCHANDISES AVARIÉES

Les intervenants principaux :

Exportateur turc	TURKIYE PAKETLEME
Importateur	TERROIR DE LORRAINE
Commissionnaire	CFI
Transporteur aérien	TURKISH AIRLINES
Transporteur routier	BOTRIX EXPRESS

Les éléments de la commande client :

- Marchandise : Bouteilles en verre
- Conditionnement dans des cartons : 40 x 40 x 60 cm (L x l x h)
- 21 cartons d'un poids unitaire de 15,5 kg
- Valeur d'un carton : 22,5 €
- Incoterm FCA Istanbul (Incoterm version 2010)

Les coûts supplémentaires (à la valeur DAP Metz) :

- Liquidation douanière : 406 €
- HAD : 89,70 € (TVA incluse)

ANNEXE 11 : LA COTATION AÉRIENNE - EXTRAIT DES TARIFS TURKISH AIRLINES

COUT DE LA PREPARATION DU FRET PAR LA COMPAGNIE AERIEENNE : **(CALCULE SUR LE POIDS REEL)**

Tranches de poids	Montants fixes	Tarifs au kg
Jusqu'à 10 kg	16,22 €	-
De 11 à 100 kg	14,25 €	0,220 €
+ de 100 kg	30,45 €	0,045 €

COUT DE LA SECURISATION DU FRET :

Marchandise remise par un chargeur connu : (calculé sur le poids réel)

	AVEC certificat de sûreté	SANS certificat de sûreté
Par kg de marchandises	0,016 EUR	0,105 EUR
Minimum	4,760 EUR	15,000 EUR
Maximum	18,300 EUR	248,060 EUR

Marchandise remise par un chargeur non connu :

	Fret non sécurisé
Par kg de marchandise	0,08 €
Minimum	9,15 €
Maximum	260,00 €

① TARIF GENERAL : ISTANBUL / BRUXELLES

	En €
Minimum	80,03
Normal	3,55
100	3,10
250	2,80
500	1,85
Tarif applicable à toutes les marchandises	

Poids de taxation :

Le poids de taxation est la plus grande de ces deux valeurs :

- le poids au kg,
- un poids fictif de marchandise de 6 dm³ par kg,
Le volume retenu est le volume cubique déterminé en prenant en considération les plus grandes dimensions hors tout.

Le poids de taxation est arrondi de la manière suivante : toute fraction d'un kilogramme est arrondie au demi-kilogramme supérieur.

② TARIF EN ULD : ISTANBUL / BRUXELLES

Tarif sur Bruxelles en ULD
Type 2 : 3 350 €
Poids Pivot : 2 300 kg
Prix par kg excédentaire : 1,05 €

③ FRAIS ANNEXES AU DEPART DES AEROPORTS DE TURQUIE

Taxe fixe d'établissement de la LTA par la compagnie aérienne	13,75 €
Taxe fixe d'enregistrement (compagnie aérienne)	17,45 €
Surcharge de fuel : (compagnie aérienne)	0,45 €/kg de poids taxable avec un maximum de 500 €
Taxe Risk : (compagnie aérienne)	0,12 €/kg de poids réel avec un maximum de 250 €

ANNEXE 12 : LA MESSAGERIE INTERNATIONALE

C.F.I. a recours au transporteur BOTRIX EXPRESS afin d'acheminer les colis de l'aéroport de Bruxelles aux entrepôts de TERROIR DE LORRAINE.

Les conditions générales de vente du transporteur sont :

Extrait du tarif Europe

Liaison	Prix à l'envoi								Prix au 100 kg	
	1/20 kg	21/40 kg	41/50 kg	51/60 kg	61/70 kg	71/80 kg	81/90 kg	91/100 kg	101/500 kg	+ 500 kg
Bruxelles/Alsace Lorraine	52.10	56.23	59.50	61.60	65.15	67.50	68.20	70.90	70.90	65.90

Frais de traitement en port dû : 7,60 €
Terme fixe sur facture : 12,90 € par facture émise
Prestation de dédouanement NSTI : 40,00 €
Rapport poids/volume : 250 kg le m³

Nos tarifs s'entendent départ Belgique, domicile à domicile, hors taxes :

- de 0 à 100 kg, nos prix sont forfaitaires,
- au-dessus, nos prix sont aux 100 kg, arrondis aux 10 kg supérieurs.

ANNEXE 13 : L'INDEMNISATION DES PERTES ET AVARIES

Extrait du contrat de transport

Art.1 Les parties au contrat de transport routier

Le présent contrat est conclu entre :

La société C.F.I. (Compagnie de Fret International), rue Georges Claude, zone Industrielle Garolor, 57070 Metz en France, commissionnaire de transport

Et,

La société SAMER SA Technopôle 2000, 5 rue Edouard Belin, 57070 Metz en France, transporteur routier.

Art 18 : Évaluation des dommages

Il est convenu que :

En cas de dommages à la marchandise imputable au transporteur routier, celui-ci se doit d'indemniser le préjudice justifié dans les conditions du contrat type.

Toutefois si un caractère d'urgence est justifié, le dommage est composé de la valeur de remplacement de la marchandise avariée augmentée des frais associés (transport, douane...).

Art 19 Indemnisation pour pertes et avaries :

Le transporteur est tenu de verser une indemnité pour la réparation de tout dommage justifié dont il est légalement tenu pour responsable, résultant de la perte totale ou partielle ou de l'avarie de la marchandise. Les plafonds sont les suivants :

<i>Envois de moins de trois tonnes.</i>	<i>Envois de trois tonnes et plus.</i>
➤ 23 € par kg de poids brut de marchandises manquantes ou avariées, ➤ 750 € par colis.	➤ 14 € par kg de poids brut de marchandises manquantes ou avariées, ➤ 2 300 € par tonne brut de l'envoi.
<i>La plus faible des sommes obtenues fixe le plafond d'indemnisation.</i>	

ANNEXE 14 : LA PRÉPARATION DE COMMANDES VOCALE OU L'HOMME-MACHINE ?

Le guidage vocal des préparateurs de commande offre des gains de productivité et de fiabilité. Mais il présente de nouveaux risques professionnels dont il faut être conscient.

Par Christine Calais, journaliste - Solutions Business, publié le 29/10/2010 à 08:56

Voice picking

Le « voice picking » est un système de guidage du préparateur de commandes par la voix. La préparation de commandes vocale est arrivée il y a environ dix ans en France, d'abord dans les plates-formes logistiques de la grande distribution, où elle représenterait actuellement 70% des modes de préparation. Elle équipe aussi des PME logistiques, industrielles ou de la distribution, petites ou grandes. Citons GMR, distributeur d'équipements de robinetterie, avec 15 opérateurs équipés, autant que Guillot Jouani qui livre la restauration hors domicile, ou encore Royal Canin, France Loisirs ou Quo Vadis, qui ont une cinquantaine d'opérateurs équipés.

[...]

Prix en baisse

Le prix pour équiper un opérateur (logiciel plus matériel) a baissé, il est aujourd'hui de l'ordre de 2 500 à 3 000 euros. ' Le retour sur investissement est très rapide, entre huit et quinze mois, " assure M. Le Garrec. Le guidage vocal, utilisé pour la préparation de commandes, s'étend ou va s'étendre progressivement aux autres processus en entrepôt : inventaire, expédition, chargement du camion, réception.

[...]

www.lexpress.fr

ANNEXE 15 : LE « VOICE PICKING » EST BIEN PRATIQUE, MÊME DANS UNE TPE

Le prestataire AlterNative Logistique a opté pour la préparation de commandes vocale. Elle lui a permis de diviser par trois le temps consacré à la préparation et d'améliorer son image, pour un coût pas trop élevé.

Par Pierre Messié, Directeur d'Alternative Logistique, publié le 18/11/2010 à 11:29

[...]

Un temps de préparation divisé par trois

Au final, c'est une telle libération par rapport au papier ! Le préparateur travaille à son rythme, car l'ordinateur n'impose pas une cadence. Mais il travaille plus vite qu'avec la solution papier. Aujourd'hui il gère environ dix commandes par jour, ce qui représente 600 lignes, soit environ 1 h 30 dédiée à la préparation de commandes, contre 4 h 30 avant d'utiliser le système vocal. Travaillant auparavant à partir de listings papiers ou avec un pistolet-scanner, aucune de ces techniques n'est pratique sur le terrain. Il n'y a que le vocal qui apporte une vraie liberté parce que le système est entièrement yeux et mains libres. C'est très pratique d'avoir les mains libres pour refermer les cartons de produits cosmétiques afin d'éviter qu'ils ne prennent la poussière.

Ce gain de temps s'accompagne d'une forte baisse des erreurs de préparation : pour ainsi dire, il n'y en a quasiment plus. Et le préparateur peut plus se consacrer aux autres opérations en entrepôt, comme la réception, l'inventaire, la mise en stock ou l'expédition.

Le budget total de la mise en place de la solution s'est élevé à 18 000 euros, dont 3 000 euros par terminal portable.

[...]

www.lexpress.fr

ANNEXE 16 : LES RISQUES PSYCHOSOCIAUX

[...]

La mise en place d'un tel système donne un sentiment d'équité dans la répartition des commandes, rend la profession accessible à des salariés pas ou faiblement qualifiés, à des salariés pratiquant une langue étrangère, valorise le préparateur qui utilise une nouvelle technologie. Cependant, elle génère également des risques psychosociaux.

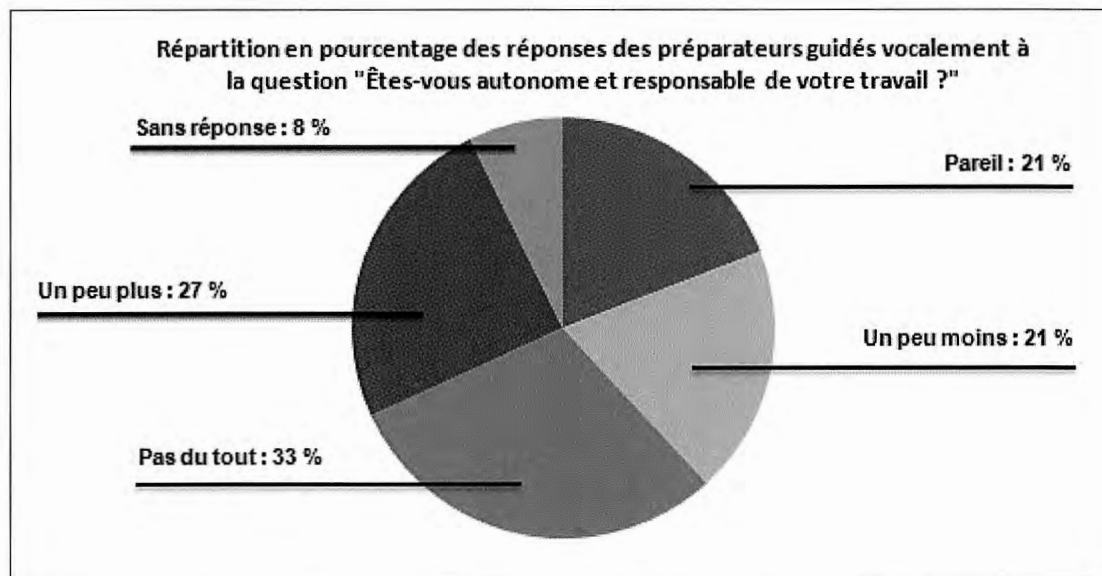
Ces risques sont moins visibles que ceux liés à l'activité physique mais n'en sont pas

moins importants dans ce mode d'organisation. Ils se traduisent par une charge mentale qui, si elle est trop importante, peut devenir dommageable pour le personnel (débordement, insatisfaction). Ces dernières manifestations n'apparaissent qu'après plusieurs mois d'utilisation du système vocal alors que, dès sa première utilisation, les conditions nécessaires à l'apparition de ces risques sont présentes. [...]

Extrait ED 135 – INRS – avril 2009

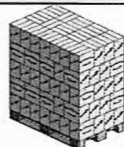
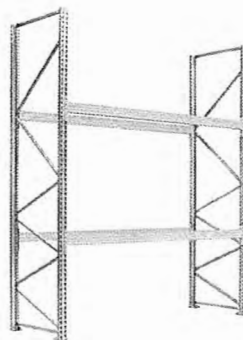
ANNEXE 17 : « ÊTES-VOUS AUTONOME ET RESPONSABLE DE VOTRE TRAVAIL ? »

Manutention : Il s'agissait de déterminer si l'évolution technologique, en libérant les mains du préparateur, apportait une amélioration réelle de la manutention.



INRS – Hygiène et Sécurité au travail n° 214 - 1^{er} trimestre 2009

ANNEXE 18 : LES CARACTERISTIQUES DE LA ZONE DE STOCKAGE DES PRODUITS FINIS
SOCIETE TERROIR DE LORRAINE - METZ

Caractéristiques des charges palettisées			
	Palette « europe » : 800 x 1200 x 150 mm Tare de la palette vide : 25 kg Hauteur charge palettisée : 1 200 mm Poids charge palettisée : 900 kg		
Extraits des caractéristiques techniques des palettiers			
Les lisses : - sont équipées à chaque extrémité d'attaches soudées avec 3 ergots et 1 verrou de sécurité, - se démontent facilement. - mesurent : 2 700 mm x 112 mm x 50 mm (L x h x l), avec une épaisseur métal 1,5 mm. - peuvent supporter 3 000 kg par paire. Les échelles : - ont des montants perforés en façade au pas de 75 mm, - possèdent des pieds en acier boulonnés, - ont une profondeur de 1 050 mm, - supportent une charge maximum de 9 000 kg, - mesurent en hauteur 5 800 mm (taille unique pour les échelles d'extrémité et intermédiaires dans l'entrepôt).			
Caractéristiques de la zone de stockage			
Longueur	45,00 mètres	Largeur	33,00 mètres
Hauteur sous ferme du bâtiment	7,50 mètres	Largeur des allées de gerbage	3,00 mètres
Mesures de prévention liées à la sécurité - jeux fonctionnels et échelles d'extrémité			
Ces mesures respectent les recommandations définies par la fédération européenne de la manutention (FEM) et l'INRS.			
Jeu de manœuvre ou marge de sécurité	Un espace d'au moins 100 mm entre le dessus de la charge et le dessous de la lisse supérieure lorsqu'elle est chargée.		
Marge latérale ou intervalle	Un espace d'au moins 75 mm entre deux charges voisines ou entre une charge et un montant.		
Échelles d'extrémité	La hauteur des échelles d'extrémité doit être supérieure de 1 mètre à la hauteur de dépose du dernier niveau.		
Plaque de charge <u>actuelle</u> du palettier			
CHARGES MAXIMALES LES CHARGES SONT UNIFORMÉMENT RÉPARTIES SUR L'ENSEMBLE DU RAYONNAGE PAR ÉCHELLE : PAR NIVEAU : Lisse : 2 700 x 112 x 50 mm Nombre de niveaux (hors sol) : Hauteur du premier niveau : 9 000 Kg 3 000 Kg 2 1 950 mm			
PROCÉDEZ RÉGULIÈREMENT AUX CONTRÔLES SUIVANTS - Utilisation et usage normal du rayonnage - Respect des poids maximums des charges autorisées - Vérification des dommages accidentels - Préconisations conformes à la norme EN 15635 NE PAS MODIFIER LA STRUCTURE OU LA HAUTEUR DES NIVEAUX SANS L'ACCORD DU FABRICANT.		FABRICANT RAIPORNA 27 rue de Sully 57000 METZ	DATE D'INSTALLATION 7 octobre 2009

ANNEXE 19 : L'EXTRAIT DES CARACTERISTIQUES DES CHARIOTS DE MANUTENTION

Chariot à mât rétractable

Modèle R1.4

Marque : Hyster

Mât installé

Triplex grande levée libre

Model	Hauteur de levage mm (h ₂)	Levée libre mm (h ₂)	Hauteur mât abaissé mm (h ₁)	Hauteur hors tout mât déployé (h ₄) ♦
R1.4, R1.6, R1.6N	4 626	1 555	2 125	5 676
	5 076	1 705	2 275	6 126
	5 526	1 855	2 425	6 576
	6 426	2 155	2 725	7 476
	6 876	2 305	2 875	7 926
R1.4H, R1.6N, R1.6H	7 026	2 455	3 025	8 076
	7 476	2 605	3 175	8 526
	8 076	2 805	3 375	9 126
	8 526	2 955	3 525	9 576

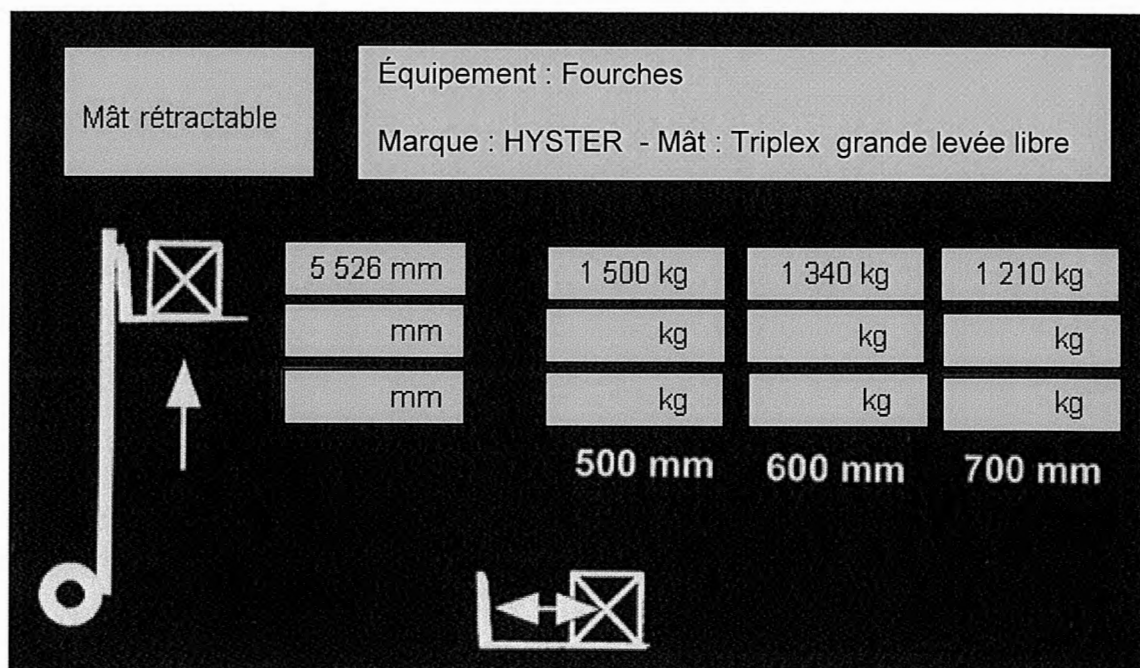
Source : Hyster

ANNEXE 20 : LES BESOINS EN EMPLACEMENTS

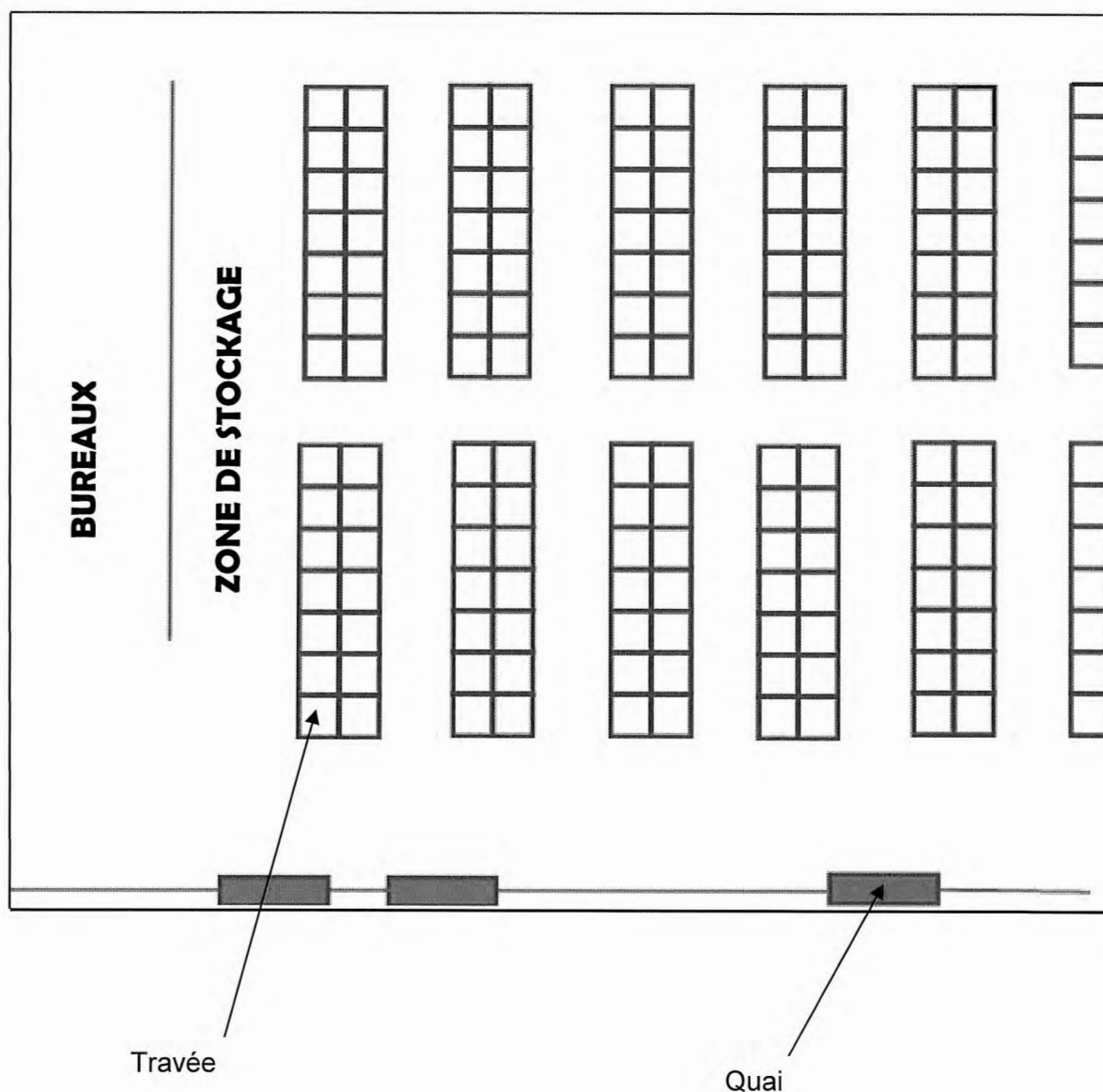
Le catalogue de la société TERROIR DE LORRAINE comporte 380 références différentes.
L'état des stocks justifie d'un besoin de stockage d'environ 1 800 emplacements palette.

ANNEXE 21 : LA PLAQUE DE CHARGE DU CHARIOT

MODELE R1.4 - MARQUE : HYSTER



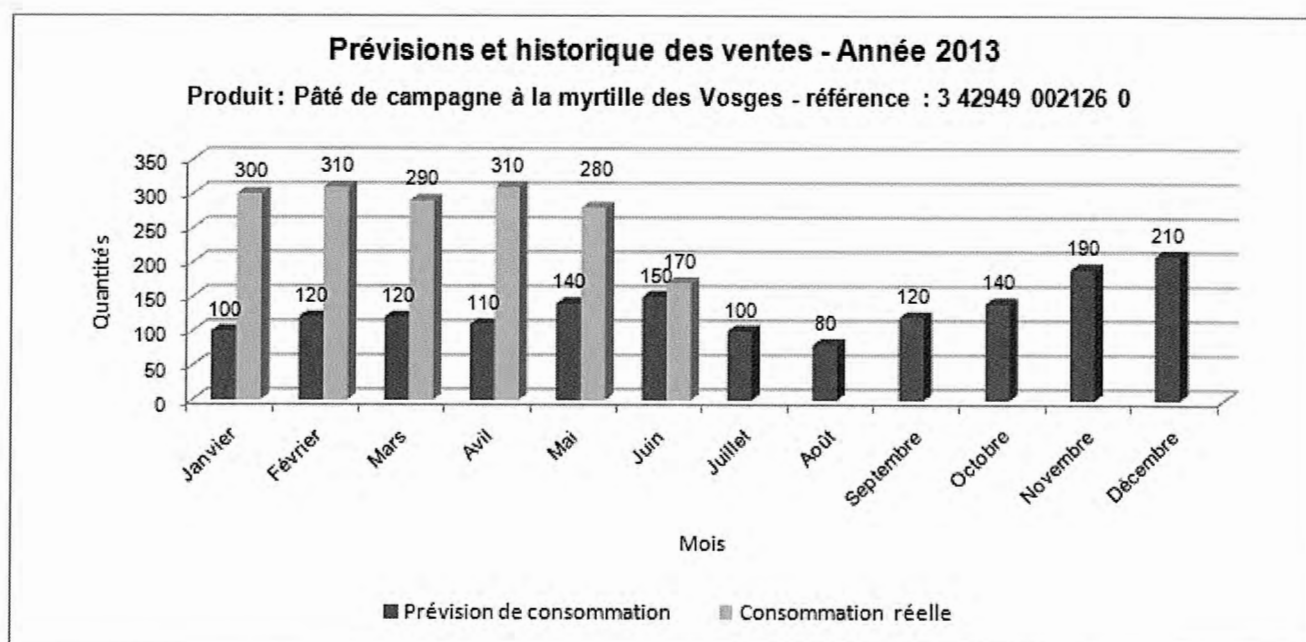
ANNEXE 22 : LE PLAN DE MASSE DE LA ZONE DE STOCKAGE
SOCIÉTÉ TERROIR DE LORRAINE – METZ



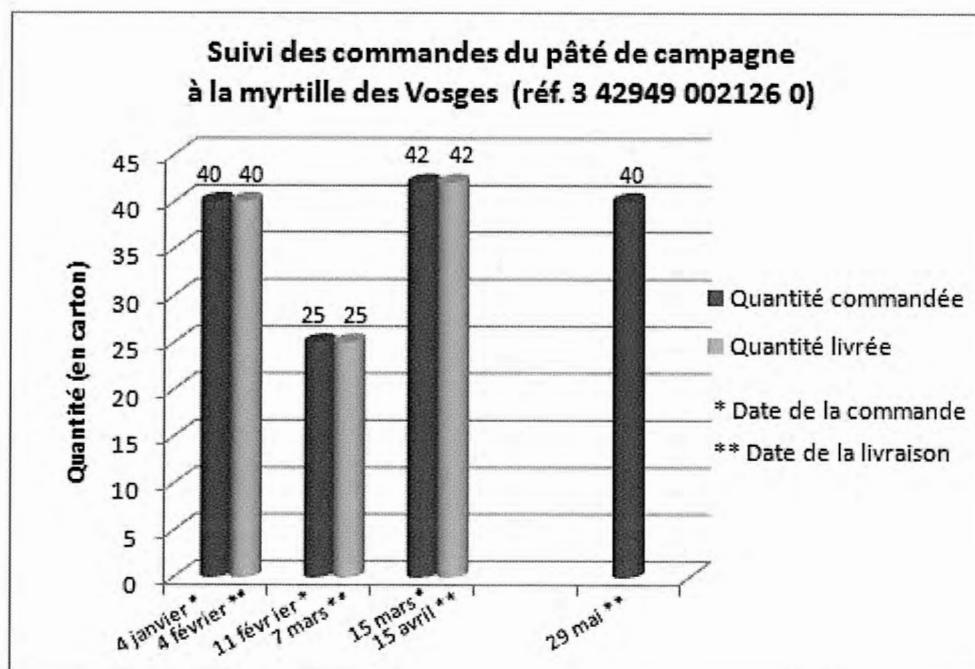
Remarque :

Pour accroître la stabilité, les palettiers doubles sont reliés par des entretoises de jumelage.

ANNEXE 23 : LES PREVISIONS ET CONSOMMATIONS DES VENTES EN 2013
SOCIETE TERROIR DE LORRAINE – METZ



ANNEXE 24 : LES DONNEES DE GESTION
PRODUIT « PATE DE CAMPAGNE A LA MYRTILLE DES VOSGES
REFERENCE 3 42949 002126 0



- Inventaire au 1^{er} janvier 2013 : quantité en stock : 320 pots de 200 grammes.
- La livraison de la commande réalisée le 29 mai aura lieu le 27 juin. Toutefois, le fournisseur a informé votre société que 25 cartons seulement seraient livrés.

ANNEXE 25 : L'EXTRAIT DE LA PAGE ECRAN D'UNE FICHE PRODUIT
SOCIÉTÉ TERROIR DE LORRAINE – METZ

CONSULTATION DES PRODUITS									
CONSULTATION DES PRODUITS - 26 JUIN 2013									
Référence produit :		34294900212260		Adresse de stockage :		PF010203			
Désignation du produit :									
Pâté de campagne à la myrtille des Vosges									
Fournisseur :				Conditionnement :					
La ferme du Colombier				Pot de 200 g					
Unité d'achat :		Prix achat		Unité vente		Prix vente			
Carton de 24 pots		57,60 €		Pot de 200 g		4,80 €			
				Délai livraison :		1 mois			
				Délai protection :		7 jours			
				Stock minimum :		163 pots			
				Stock maximum :		547 pots			
				Cmm :		132 pots			
				Quantité économique :		384 pots			
				Coût acquisition :		20,00 €			
				Taux de possession :		20,00 %			
Date de la commande :	Numéro de la commande :	Quantité commandée :	Date de livraison prévue :	Date effective de livraison :	Quantité réelle :	Reliquat fournisseur :	Date de livraison reliquat frs :		
29/05/2013	152	40 cartons	29/06/2013						
Quantité réservée :	Nom du client :	Date de livraison :							
100 produits	CE Mairie Chatonrupt	05/07/2013							
Date :	Stock physique :	Stock potentiel disponible							
26/06/2013	1 228 pots	1 128 pots							







ANNEXE 26 : LES ABREVIATIONS ET LE FORMULAIRE DE GESTION DES STOCKS

Paramètres de calcul de coûts :

Coût de passation d'une commande	A
Taux de possession	Tp
Taux de possession (forme décimale)	r
Coût unitaire rendu H.T.	U
Coût d'acquisition	A x n (n = nombre de commandes)
Coût de possession	Stock moyen en quantité x U x r
Coût de gestion	Coût d'acquisition + Coût de possession
Dépense totale d'approvisionnement	Valeur totale des achats + Coût de gestion

Paramètres de gestion :

Consommation annuelle	P
Consommation moyenne mensuelle	Cmm
Délai d'acquisition	d
Délai de protection	dp
Quantité en commande	Qc
Quantité en magasin	Qm
Quantité réservée	Qr
Stock de protection	Sp
Stock potentiel disponible	SPD = Qm + Qc - Qr

Paramètres propres à la gestion sur seuil :

Stock mini	Cmm (d + dp)
Quantité économique de commande Formule de Wilson	$\sqrt{\frac{2 \times A \times P}{U \times r}}$
Stock maxi	Stock mini + Qe
Stock de protection	Cmm x dp
Stock d'alerte	Cmm x d
Quantité à commander	Q = Stock maxi – SPD

Paramètres propres à la gestion en RPE :

Nombre économique de commandes	$Ne = \sqrt{\frac{P \times U \times r}{2 \times A}}$
Périodicité économique	$Pe = \sqrt{\frac{288 \times A}{P \times U \times r}}$
Quantité à commander	Q = Cmm x (d + dp + Pe) - SPD

ANNEXE 27 : LE SALON INTERNATIONAL DE L'AGROALIMENTAIRE (SIAL)

19 au 23 octobre 2012 à Paris

L'événement à ne pas manquer pour tous les professionnels du secteur agroalimentaire !

Sur place, près de 6 000 exposants provenant du monde entier vous attendent et vous dévoileront une liste exhaustive des innovations alimentaires les plus récentes.

Le SIAL, c'est l'occasion de tester les produits agroalimentaires et de découvrir vos prochains succès commerciaux, mais aussi de faire des rencontres et de nouer des partenariats fructueux. Tous les secteurs d'activités sont bien évidemment représentés : les produits d'épicerie, les produits frais et secs, les produits surgelés, les produits alimentaires intermédiaires, les ingrédients alimentaires, les produits de la mer, les produits biologiques, les produits carnés, les produits laitiers... Sans oublier les exposants, producteurs et négociants en vin, qui vous permettront de découvrir une grande variété de vins produits sur les 5 continents !

Depuis 2008, le secteur Épicerie Fine

dont l'offre se différencie des secteurs « épicerie », « produits sucrés » et « conserves » s'adresse à des fabricants et distributeurs de produits qualitatifs alimentaires et non alimentaires à destination des épiceries fines, cavistes, corners épicerie fine en GMS, en restauration, centrales d'achat, import/export, circuits alternatifs,...

Ce secteur est pour vous si vos produits présentent les spécificités suivantes :

Produits haut de gamme, premium, produits originaux, introuvables, produits raffinés, sophistiqués, coffrets cadeaux, produits à offrir, produits pour les fêtes, packaging recherché et qualitatif, produits équitables.

Quel type de visiteur pour ce secteur ?

Épicerie fine, cavistes, grande distribution, grands magasins, concepts stores, centrales d'achat, duty free, import/export, négoce, grossistes, restauration commerciale, corner épicerie, distributeurs RHD, boutiques de décoration, commerce de détail (confiseurs, traiteurs, fromagers, charcutiers, chocolatiers,...), salons de thé, ateliers culinaires, e-commerce alimentaire, sommeliers, cadeaux d'affaires, comités d'entreprise, distribution alternative (jardinerie, arts de la table, parc d'attraction,...).

Plus de 25 000 visiteurs déclarent un intérêt pour les produits d'épicerie fine

- Pour 97% d'entre eux, la visite du SIAL a permis de découvrir des produits qu'ils ne connaissaient pas.
- 89% des visiteurs du secteur Épicerie Fine du SIAL sont satisfaits de leur visite.

L'Épicerie Fine, devenu un secteur à part entière, est un succès :

- 350 exposants présentent des produits d'épicerie fine.
- 25 % des exposants sont des entreprises françaises.

Une vitrine internationale qui se confirme : les 3 pays les plus représentés sont la France, l'Italie et l'Espagne.

<http://www.sialparis.fr/>

ANNEXE 28 : LE BILAN DES EXPORTATIONS DE PRODUITS AGROALIMENTAIRES **(RESULTATS SUR LES ANNEES FLOTTANTES JUILLET/JUIN)**

Alors que la balance du commerce extérieur de la France se dégrade avec un déficit qui passe de 82 Mrd EUR en 2010/2011 à 83 Mrd EUR en 2011/2012, le solde du commerce extérieur agroalimentaire enregistre quant à lui une hausse de 13,5% et atteint **11,9 Mrd EUR**.

Les exportations agroalimentaires françaises atteignent leur plus haut niveau depuis 5 ans, elles s'établissent à **56,5 Mrd EUR** sur l'année mobile, ce qui représente une hausse de **5,5%**.

Les importations augmentent également en passant de 43,1 Mrd EUR à 44,7 Mrd (+3,6%).

Les exportations françaises progressent de 5,5% vers les pays de l'Union européenne et de 5,6% vers les Pays Tiers. Le marché de l'Union Européenne représente 66,6% des exportations françaises en 2012, alors qu'il représentait 73,2% en 2006/2007. Ceci montre bien le développement des exportations vers les Pays Tiers.

© Ubifrance

Extrait « Où exporter en 2013 ? » - UFIBIFRANCE et Ministère de l'Agriculture de l'Agroalimentaire et de la Forêt – octobre 2012

ANNEXE 29 : LES PRODUITS D'ÉPICERIE FINE

En 2011, le dynamisme des ventes de produits agroalimentaires transformés (hors vins & spiritueux) s'est confirmé à l'export avec une hausse de 12%, deux fois plus importante que la progression du chiffre d'affaires sur le marché national. Ce résultat global cache cependant de nombreux écarts entre les différents segments de produits d'épicerie selon la capacité des entreprises de la filière à se développer à l'international. Les produits d'épicerie français bénéficient à l'étranger, et notamment dans les pays émergents, d'une image de qualité. Ils se caractérisent également en général par des prix élevés. Par rapport aux productions locales, les produits d'épicerie de France rejoignent très vite la catégorie des produits « gourmet », voire de luxe. Leurs principaux débouchés se trouvent donc dans les réseaux de distribution haut de gamme ou les établissements premium de l'hôtellerie restauration.

DES CONSOMMATEURS EXIGEANTS ET UNE SITUATION DE PLUS EN PLUS DUALE EN EUROPE

En Europe, le secteur a durement été affecté par la crise financière. Cependant, l'extension de l'offre en marques de distributeur aux catégories de produits « gourmet » ouvre de nouvelles opportunités de débouchés dans la grande distribution.

Dans un contexte global plutôt morose, les modes de consommation continuent cependant à évoluer rapidement et plusieurs « niches » de produits ont un taux de croissance supérieur au marché : les produits biologiques, les produits halal ou encore certains produits associant praticité et authenticité. Plusieurs régions françaises ont ainsi développé des marques régionales pour mettre en avant leurs productions de terroir, aussi bien en France que dans le reste de l'Europe.

Une césure de plus en plus importante est à noter entre l'Europe du sud, où la plupart des acteurs du marché se trouvent dans une position attentiste, et l'Europe du nord où le dynamisme des ventes reste important. Cette situation devrait perdurer en 2012 avec un tassement des marchés traditionnels de l'Europe du sud et le développement de nouveaux débouchés pour les produits français dans des pays nordiques de plus en plus ouverts à l'art de vivre et à la gastronomie traditionnelle française au point d'en adopter les codes et d'exceller dans les concours de cuisine comme le Bocuse d'Or (où leurs équipes seront fortement représentées à la finale organisée à l'occasion du SIHRA Lyon début 2013).

LES CLASSES AISEES DES PAYS EMERGENTS CONSTITUENT LE PLUS SUR DEBOUCHE EN 2012

En 2011, c'est surtout hors Europe que les ventes ont progressé rapidement, notamment vers les grandes plateformes d'importation que sont des villes comme Dubaï, Hong-Kong et Singapour (+ 30% en moyenne voire davantage). Le développement des classes aisées de consommateurs induit de nouveaux besoins et un intérêt marqué pour les produits français. Le secteur de l'hôtellerie restauration connaît lui aussi un développement rapide dans les pays émergents et se montre friand de produits exclusifs, aussi bien pour leur clientèle d'expatriés que d'hommes d'affaires fortunés. Plusieurs supermarchés haut de gamme ouvrent leurs portes, notamment en Chine et aux Émirats Arabes Unis, et font preuve d'un intérêt marqué pour les produits européens dans leur assortiment. Les produits français y sont très bien représentés. Plusieurs rencontres d'affaires avec les grands comptes de la distribution de ces pays sont organisées par le réseau UBIFRANCE à Paris, en région et sur le SIAL et seront renouvelées en 2013.

DES OPPORTUNITES DE DEVELOPPEMENT A NE PAS NEGLIGER

En 2011, le Japon et les États-Unis sont restés les plus importants clients pour les produits français « gourmet » en dehors de l'Europe. Même si ces deux pays ont également été affectés par la crise (et le Japon doublement avec la catastrophe de Fukushima), ils connaissent une reprise plus ferme qu'en Europe et restent de gros clients potentiels où toutes les opportunités commerciales n'ont pas encore été exploitées. Ces marchés matures sont également à la recherche de produits sains, naturels et de confection artisanale. Un intérêt particulier est porté aux produits qui ont « une histoire à raconter » et/ou dont la présentation, l'emballage, sont particulièrement raffinés. Enfin, de nombreux marchés où l'offre française est encore très peu présente demandent à être prospectés et pourraient devenir à terme de réels relais de croissance pour nos produits haut de gamme : Turquie, Brésil, Malaisie, Afrique du Sud...

© Ubifrance

Extrait « Où exporter en 2013 ? » - UFIBIFRANCE et Ministère de l'Agriculture de l'Agroalimentaire et de la Forêt – octobre 2012