

Angola

Les opportunités d'affaires dans les secteurs agricole et agroalimentaire

Etude de terrain personnalisée menée par Business France en 2018

Avertissement

Cette étude a été menée par Business France avec le soutien du Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation.

Elle a été réalisée par **Athénaïs PINARD LEGRY**, chargée d'études internationales au Département AGROTECH, au terme d'une mission de 3 semaines en Angola en août-septembre 2018.

La source d'une image ou information non précisée est par défaut Business France 2018.

L'Angola est un marché où il existe peu ou pas de registres, de statistiques ou de panels consommateur. Certains distributeurs tiennent une analyse de leurs ventes mais ne les divulguent pas. Il est très difficile d'obtenir des données chiffrées.

Une étude de marché doit donc passer par un important travail de terrain comprenant une analyse qualitative sur recueil d'information auprès des professionnels du secteur et des visites de points de vente.

Ont contribué à cette étude :

- **Guilherme DE AZEREDO**, Chargé de développement Agrotech et Art de vivre / Santé, Business France Luanda (ANGOLA)
- **Stéphanie LEO**, Coordinatrice du Pôle Etudes du Département Agrotech, basée à Marseille
- **Rachel CHAOUCHE**, Chef de projet informations réglementaires Afrique, basée à Marseille.

Athénaïs PINARD LEGRY

Chargée d'études internationales

Département AGROTECH | Activité Export

T : + 33(0)1 40 73 36 29

P : +33(0)6 67 42 61 04

77 bd St Jacques - 75014 PARIS

- AFD Agence française de développement
- APM Analyse Potentiel Marché (dossiers d'information réalisés par Business France)
- BNA Banque nationale d'Angola
- BNDES Banque de développement du Brésil
- BVP Boulangerie, Viennoiserie, Pâtisserie
- AOA Kwanza (ou Kz : monnaie angolaise)
- AFD Agence française de développement
- EUR Euro (€)
- F&L Fruits et légumes
- FMI Fond monétaire international
- FOCAC Forum de Coopération Chine-Afrique
- GD Grande distribution
- Gesterra Compagnie de gestion des terres arables (angolaise)
- GMS Grandes et moyennes surfaces
- GNIS Groupement national interprofessionnel des semences et plants (français)
- HORECA Hôtellerie, Restauration, Catering
- IAA Industrie(s) agroalimentaire(s)
- IDE Investissement direct à l'étranger
- INRA Institut national de recherche agronomique (français)
- Mio Million(s)
- Mrd Milliard(s)
- MPLA Mouvement populaire de libération de l'Angola (parti politique majoritaire)
- Nda Non défini ailleurs
- OGM Organisme génétiquement modifié
- OMC Organisation mondiale du commerce
- PDM Part(s) de marché
- PDN *Plano de Desenvolvimento Nacional 2018-2022 (angolais)*
- SAU Surface agricole utile
- SAV Service après-vente
- TCAM Taux de croissance annuel moyen
- Unita Union pour l'indépendance totale de l'Angola (principal parti d'opposition)
- USD Dollar américain

Synthèse des principaux enseignements

I – Présentation du pays

- 1.1. Géographie : le 2^{ème} pays dominant la région
- 1.2. Economie : dépendance au pétrole
- 1.3. Politique : un pays stabilisé
- 1.4. Commerce extérieur : dépendance aux importations

II – L’agroalimentaire en Angola

- 2.1. L’agriculture : un potentiel sous-exploité
- 2.2. L’agroalimentaire : une offre locale non compétitive
- 2.3. La balance commerciale agroalimentaire : déficitaire

III – L’accès au marché

- 3.1. La distribution : dominée par l’informel
- 3.2. Les aspects réglementaires : plutôt souples

3.3. Le paiement : un enjeu à part entière

3.4. L’appréhension interculturelle du marché

IV – Situation et perspectives secteur par secteur

4.1. Les productions végétales

4.2. Les productions animales

4.3. Infrastructures, alimentation et santé animales

4.4. Les équipements industriels

4.5. Les ingrédients et PAI

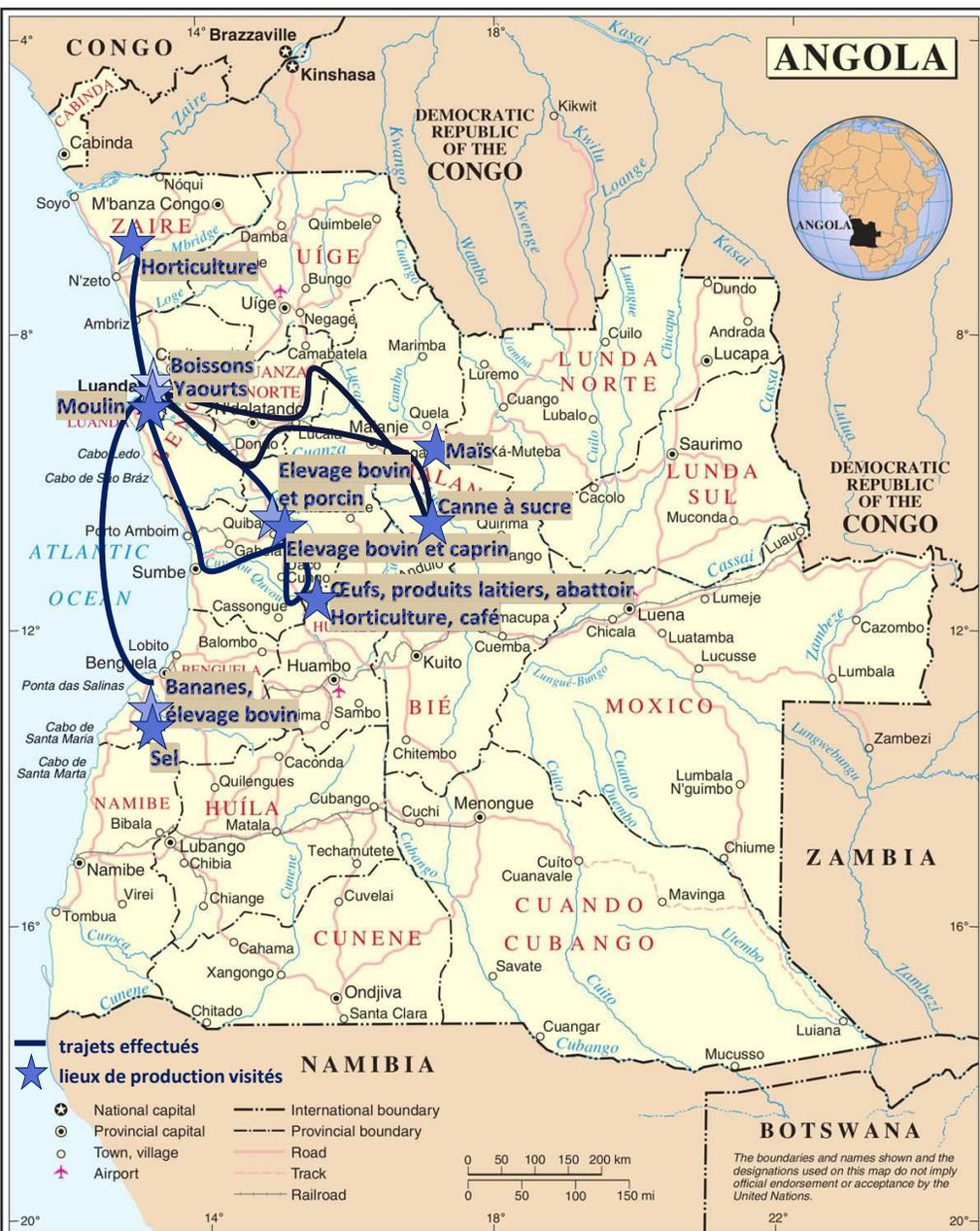
4.6. Les produits transformés et gourmets

4.7. Les boissons

Bilan

Annexes et photos terrain

Méthodologie : enquête terrain...



- 43 rendez-vous honorés ; dont :
 - ▼ 37 rendez-vous sur le terrain (entraînant souvent plusieurs entretiens par rendez-vous) ;
 - ▼ 6 en France ;
 - ▼ 12 visites de sites de production, se subdivisant le plus souvent en plusieurs lieux et types de productions (exploitations agricoles, élevage, transformation, boisson...) ;
- Programme de rendez-vous sur 3 semaines, organisé par le bureau Business France de Luanda :
 - ▼ Du 20 août au 7 septembre 2018
 - ▶ 10 jours à Luanda
 - ▶ 2 jours à Malanje
 - ▶ 2 jours à Benguela
 - ▶ 4 jours dans le Kwanza Sul
 - ▶ 1 jour dans le Zaire
 - ▼ Déplacement en voiture la plupart du temps (sauf aller-retour pour Benguela).
 - ▼ Nombreuses visites de points de ventes (GMS, marché informel, machinisme agricole...).

Avertissement : Sur l'Angola, les chiffres sont à prendre avec précaution ; ils sont peu fiables, parfois divergents, voire inexistants. Tout au long de cette étude, nous avons pris le parti de retenir :

- soit les chiffres des sources faisant autorité sur le sujet (ex : FMI pour la croissance économique),
- soit les chiffres recoupés entre plusieurs sources (ex : population de l'aire urbaine de Luanda),
- soit les chiffres ou estimations nous paraissant les plus plausibles, parfois en les déduisant nous-mêmes des constatations sur le terrain (ex : nombre de têtes dans les élevages intensifs).

Publications et évènements institutionnels

- Business France, Fiche pays, 2018
- Business France, fiches marché :
 - ⇒ Élevage et aquaculture, 2018
 - ⇒ Équipements IAA, 2017
- Business France, veille viande, 2018
- Business France, diverses études pour clients privés
- Interventions institutionnelles sur divers évènements en France (salons, Journée Export du MAA, conférences...)
- Notes du service économique régional

Médias, presse, revues spécialisées

- Jornal de Angola, Jeune Afrique, Novo Jornal, Arte...
- Brèves agricoles de la DGTrésor
- Arte (documentaires)
- Euronews (focus)
- E&M (*Economia e Mercado*)

Sites Internet

- Sites des entreprises citées
- Sites institutionnels français (France Diplomatie, BpiFrance, DGTrésor...)
- Rapports d'activité des entreprises citées
- Sites institutionnels internationaux (FAO, OMC...)
- Blogs spécialisés

Bases de données

- Euromonitor, Lexis Nexis, Factiva...

Bases de données statistiques

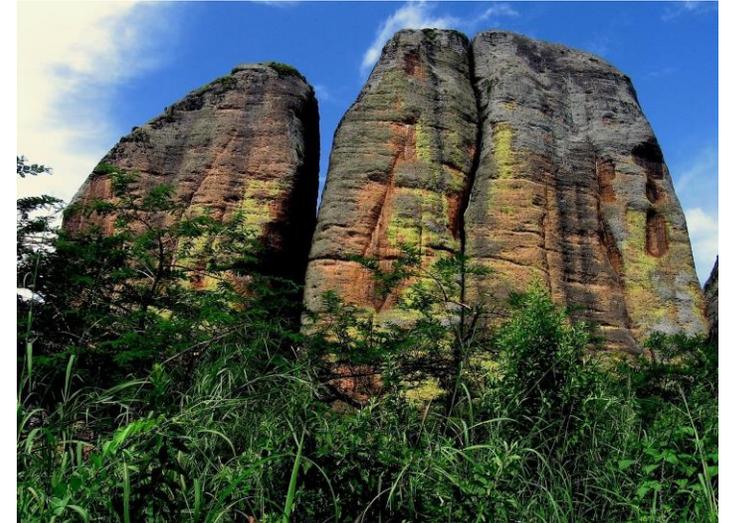
- Douanes françaises, européennes, américaines
- GTA
- COMTRADE (ONU)
- CNC Angola
- Agrostat (base de données interne à Business France)

N.B.: plusieurs sources utilisées sont des documents Business France en **accès libre et gratuit** pour les entreprises françaises : n'hésitez pas à vous tenir informés de nos évènements, publications et webinars gratuits. Vous pouvez pour cela vous inscrire à nos **newsletters** spécialisées (par exemple : produits laitiers, viandes, filières végétales, réglementaire, Chine... sur simple demande) ou nous suivre sur Twitter : **@BF_Food**, **@BF_InfosMarches**, **@reglementaire**.

Nos études de service public sont à retrouver gratuitement sur : **bit.ly/BF-etudes-agro**.



Synthèse des principaux enseignements



Secteurs / produits	Situation mi-2018	Perspectives à moyen / long terme	Commentaire(s)	Go ?
Machinisme agricole	La vaste majorité des exploitations est vivrière et familiale : elles utilisent un machinisme peu sophistiqué. En revanche, minorité de très grosses <i>fazendas</i> équipées de plusieurs dizaines de tracteurs, serres, pivots, pompes à eaux etc. La disponibilité des pièces de rechange est le 1 ^{er} critère de choix.	Essor nécessaire de l'irrigation : l'Angola dispose des ressources en eau, mais manque du matériel. Nombreux projets d'investissements en cours. Idem pour les serres. En revanche, ralentissement du marché des tracteurs à surveiller.	L'offre française est insuffisamment connue. Attention, les difficultés de paiement en devises étrangères freinent de nombreux gros projets d'investissement (cf. p.55).	
Intrants agricoles	Tous importés. Pratiques de production très peu raisonnées , y compris dans les grandes exploitations dont les techniques agricoles sont parfois comparables à celles du Portugal dans les années 1990-2000, en raison de l'origine et de l'âge des ingénieurs agronomes en charge de la gestion.	Belles opportunités sur les intrants en agriculture conventionnelle : semences, fertilisants, produits phytosanitaires... à destination des petites comme des grosses exploitations. Ils doivent toutefois s'accompagner de formation sur leur bonne application, que ce soit dans les petites ou les grosses exploitations. Attention à un risque d'accentuation des pratiques agricoles à contre-courant des tendances actuelles : légalisation du glyphosate, des OGM...	Attention aux difficultés d'enregistrement de nouveaux produits chimiques. Sur le moyen-long-terme, l'avenir réside dans l'agriculture raisonnée, avec des moyens technologiques avancés pour ne pas user les terres. N.B. : celles-ci ont besoin d'être chaulées avant culture.	
Machinisme pour les élevages	Production animale insuffisante : cela fait du secteur une priorité gouvernementale. Les cheptels sont cependant très disparates : élevages intensifs quasi inexistantes sur les porcins, ovins et caprins en particulier ; en revanche, élevages bovins en développement ; aviculture performante pour les œufs non transformés.	Quelques opportunités dans les plus grandes <i>fazendas</i> , mais elles partent de zéro : besoins en matériel, en génétique, en savoir-faire... Gros potentiel sur l'aquaculture dans les années à venir.	Peu de barrières douanières. Les cheptels angolais sont « arc-en-ciel » : gros besoins d'améliorations génétiques pour augmenter les rendements (très bas) sur la durée. L'offre française doit se faire connaître rapidement.	
Santé animale	Nombreuses maladies dans l'élevage, maîtrise encore faible des aspects vétérinaires. Indisponibilité fréquente des vaccins dans le pays (les opérateurs partent les acheter dans les pays voisins).	Besoins en solutions vétérinaires et en techniques de gestion des cheptels. Des consultants sont embauchés dans les grandes <i>fazendas</i> à cette fin.	Freins financiers aux campagnes de vaccination ; coûts des vaccins élevés en raison des marges que s'octroie l'importateur sur ce marché en demande.	
Alimentation animale	Très rudimentaire (pâturage dans les exploitations familiales ; maïs ou soja mélangé à des prémix importés du Portugal dans les <i>fazendas</i>), elle représente toutefois un coût très important pour les éleveurs, car elle composée directement ou indirectement d'intrants importés.	La dépendance aux importations sur cet aspect fondamental préoccupe les opérateurs angolais. Plusieurs développent dès lors leurs propres solutions, le plus souvent d'assemblage « maison » à partir d'intrants de diverses origines pour minimiser le coût. Aucun n'a encore développé de solution complètement intégrée pour nourrir les bêtes.	Quelques éleveurs, tels que Santo Antonio (porcins et bovins) ou Aldeia Nova (aviculture et vente extérieure), ont une usine de feed pour leur usage propre. Ils y mélangent céréales et additifs, et les enrichissent d'huile de soja dans le cas d'Aldeia Nova.	
Equipements industriels	Agro-industries en plein essor dans le pays, en dépit de problèmes structurels de dépendance aux importations et d'accès aux devises étrangères. Nombreux investissements en cours : lignes de transformation laitière, biscuits, BVP, sauces, boissons...	Secteur très porteur , à condition de proposer des facilités de paiement et d'être pragmatique sur la mise en œuvre du projet. Très beaux contrats à saisir ; mais offre française parfois méconnue. Il faut être présent sur le marché pour détecter les nouveaux projets.	Une expérience de l'Afrique et de ses particularités est un vrai plus, qui apporte de la crédibilité à une offre.	

Secteurs / produits	Situation mi-2018	Perspectives à moyen / long terme	Commentaire(s)	Go ?
Ingrédients et PAI	Avec les agro-industries en plein essor et l'absence quasi-totale de production locale , l'Angola dépend des importations sur tous les types d'ingrédients . La France a une marge d'amélioration dans ses statistiques commerciales sur ce marché.	Les additifs, les saveurs, les ingrédients laitiers sont particulièrement porteurs. Les considérations santé ne prendront pas d'ampleur dans le moyen-terme ; elles sont inexistantes aujourd'hui . Sur les industries des boissons, très développées en Angola, un créneau de niche sur des boissons <i>light</i> / sans sucre ou fonctionnelles pourrait toutefois voir le jour dans les prochaines années.	Le marché fonctionne encore avec des ingrédients industriels basiques, à l'exception d'une niche très restreinte pour des ingrédients « premium » (c'est-à-dire de gamme moyenne d'un point de vue français) pour la BVP ou l'HORECA de luxe.	
Produits transformés	Le marché est restreint ; la consommation se concentre sur des produits de base (produits de la <i>cesta basica</i>). Pour les produits plus élaborés, le marché est dominé par l'offre portugaise, et dans une moindre mesure sud-africaine.	L'Angola n'est pas mûr pour des produits transformés élaborés. Aldeia Nova a voulu lancer une gamme de plats préparés mais n'a pas rencontré le succès escompté. La cuisine est faite à la maison, au moyen de produits de base. Le marché des produits transformés est restreint et concentré sur des produits peu chers.	Une niche pourrait apparaître sur le baby food , en raison de la nécessité d'une prise de conscience des bonnes pratiques de nutrition infantile (mortalité infantile particulièrement élevée, majoritairement en raison de diarrhées). La sensibilisation ne semble toutefois pas prioritaire dans les actions des autorités.	
Produits gourmets	La charcuterie est portugaise, la BVP locale et quelques « faux » fromages français se trouvent dans les rayons. Le tout reste très immature. Les opportunités résident dans le développement d'une offre locale plutôt que l'export de produits français .	Le marché des produits gourmets souffre des mêmes handicaps que celui des produits transformés de manière générale, en plus accentués encore. Il est trop restreint pour être d'un réel intérêt. Le prix des produits français, augmenté de la marge importateur, est bloquant.	Un produit transformé milieu voire entrée-de-gamme en France pourra être considéré gourmet en Angola.	
Vins	Les vins portugais règnent. Le goût angolais est peu éduqué et se concentre sur des vins rouges très forts en alcool . Les autres vins sont sur des niches de marché. Seule exception : les mousseux, très appréciés, nécessaires aux périodes de fêtes, et sur lesquels les Champagne français tirent une belle épingle du jeu avec un quasi monopole de Moët & Chandon .	Les Champagne sont de plus en plus concurrencés par l'effervescent entrée-de-gamme sud-africain JC Leroux et les cavas espagnols. Les vins français ne percent pas : ils sont mal positionnés en termes de prix et de degré d'alcool, face à la concurrence portugaise et du Nouveau Monde.	La baisse du pouvoir d'achat angolais est un signal négatif pour l'évolution prévisible du marché.	
Autres boissons alcoolisées	La majorité de l'alcool bu en Angola est constitué des bières (Castel est le maître du marché local) et de spiritueux bas-de-gamme en sachets plastiques .	Des tendances peuvent être discernées sur ce marché, sensible aux effets de mode et aux campagnes marketing. Le gin est en première ligne. Les tequila et mezcal pourraient être la prochaine mode.	Quelques bières importées visibles dans les linéaires des marchés formel ; on a toutefois du mal à imaginer comment elles peuvent être compétitives face à l'offre locale qui est de plutôt bonne facture.	

I – Présentation du pays



Géographie



SUPERFICIE :

1,2 Mio km²
Plus de 2 fois la France



CAPITALE :

Luanda
Aire urbaine : 9,2 Mio hab.



PAYS LIMITOPHES :

Nord : Congo et République démocratique du Congo
Est : Namibie
Sud : Zambie

Economie



MONNAIE :

Kwanza (AOA ou Kz)
Taux de change septembre 2018 :
1 EUR = 333 AOA
1 USD = 286 AOA



CROISSANCE :

+1 %
+2,25 % prévus en 2018



FACILITE A FAIRE DES AFFAIRES

(classement Coface) :
175^{ème} pays sur 190
NOTE ENVIRONNEMENT DES AFFAIRES (Banque mondiale) : D



PIB :

106 Mrd USD



PIB / HAB. :

3 571 EUR



DETTE :

78 % du PIB
Déficit public : -6,5 %

Population



29 Mio d'habitants

Les estimations varient d'une source à l'autre (de 28 à 30 Mio environ).
Doublement de la population prévu d'ici 2045.



POPULATION DE MOINS DE 15 ANS : 43 %

(> 65 ans : 2,7 %)

TAUX DE FÉCONDITÉ ≈ 6 enfants par femme



POPULATION URBAINE :

65 %
(17,4 % en 1975)



ESPÉRANCE DE VIE :

61,5 ans (2016)



LANGUE :

Portugais

2^{ème} pays lusophone par son étendue
2^{ème} pays lusophone par sa population



TAUX D'ALPHABÉTISATION :

72 % des adultes (> 15 ans)

Avec ses ressources considérables (pétrole, gaz, minerais, agriculture, pêche, phosphate...), l'Angola profite d'un capital naturel quasi sans limite.

Cela en fait le second pays dominant l'Afrique australe, après l'Afrique du sud.

Par ailleurs, il fait le lien entre l'Amérique latine et l'Afrique de par sa géographie, sa langue, et sa culture.

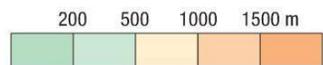
Il fait toutefois face à des défis majeurs pour son développement :

- **des infrastructures très insuffisantes**
- **un coût du transport intenable pour la compétitivité de l'offre locale**
- **une croissance démographique (et urbaine à Luanda) effrénée.**

Atouts : un pays vaste avec un large front de mer



Angola



- route
- voie ferrée
- aéroport
- plus de 2 000 000 h.
- de 100 000 à 2 000 000 h.
- de 50 000 à 100 000 h.
- moins de 50 000 h.

- Avec ses 1,2 Mio km², l'Angola présente une grande diversité de paysages et d'altitudes.
- Ses **1 650 km de côtes** débouchent sur l'océan atlantique.
- Le pays ne dispose toutefois que de **5 ports commerciaux** :
 - ▼ Luanda
 - ▼ Namibe
 - ▼ Cabinda.
 - ▼ Lobito
 - ▼ Soyo
- Un nouveau port est en projet à Barra Do Dande (nord de Luanda). Appel d'offre ouvert en juillet 2018.
- Le territoire est divisé en **18 provinces**, **168 municipalités** et **368 communes**.

Principales agglomérations :

Luanda (capitale ; 9 Mio hab. avec l'agglomération)
Huambo (environ 850 000 habitants)
Lobito-Benguela (environ 600 000 hab.)

Lubango (environ 450 000 hab.)
 Malanje (environ 250 000 hab.)

Richesses naturelles :



- Pétrole : production majoritairement off-shore.
- 3 bassins principaux : Bas-Congo (nord – autour de l'enclave de Cabinda), Kwanza nord et sud (centre), province de Namibie (sud).



- Gaz : 2^{ème} pays producteur de gaz liquéfié d'Afrique.
- Terminal d'exportation de gaz naturel liquéfié mis en service en 2013 à Soyo.



- Gisements minéraux : diamants, granite, gypse, marbre, or, cuivre, fer, manganèse, plomb, mica, nickel, phosphate, quartz, argent, uranium, vanadium, tungstène, titane, chrome, béryl, kaolin, zinc.
- L'un des plus riches pays du monde.

- Le transport routier est le **principal moyen de transport** des marchandises en intérieur. Or les infrastructures routières angolaises ont été endommagées durant la guerre civile. Quoique le gouvernement en fasse une priorité, **leur état se dégrade**. D'après plusieurs sources sur le terrain, c'est notamment dû à des défauts de qualité en raison de détournement des investissements, au dépend du respect des normes.
 - Ce sujet est au cœur des préoccupations des opérateurs privés angolais, car il conditionne les coûts et donc la rentabilité de tout projet. Or il peut devenir un véritable handicap lorsqu'un centre de production dépend de routes en mauvais état.
 - Ainsi la **localisation d'un lieu de production est un facteur à prendre en compte dans le choix d'une implantation** : entre 4 000 ha de terres cultivables à l'est du pays, et 1 000 ha à 300 km de Luanda, la seconde option sera privilégiée (encore qu'elle ne soit même pas idéale, puisqu'un trajet aller-retour de 600 km peut prendre toute une journée sur la plupart des routes).
 - Le temps de transport décuplé par le mauvais état des routes comporte autant de risques qui affectent la compétitivité des biens finaux : accidents, vols, détérioration des produits dans le transport...
 - Les routes angolaises sont complétées par un **réseau ferroviaire de 3 lignes** qui ne sont pas reliées :
 - ▼ Luanda-Malanje, opérée par la société de chemin de fer de Luanda (CFL)
 - ▼ Benguela-Luau, opérée par la société de chemin de fer de Benguela (CFB)
 - ▼ et Namibe-Menongue, opérée par la société de chemin de fer de Moçamêdes (CFM).
 - L'entreprise nationale d'exploitation des aéroports et de la navigation aérienne (ENANA) travaille depuis plusieurs années sur un programme de **modernisation des aéroports**. Un nouvel aéroport international est ainsi en cours de construction à 40 km de Luanda (capacité prévue de 15 Mio de passagers et 600 000 t de fret par an, selon les déclarations officielles). Un projet de tramway reliant ce nouvel aéroport et le centre ville de Luanda pourrait voir le jour dans les prochaines années.
 - Les **installations portuaires** font également l'objet d'un plan de développement.
 - Pour ce qui est des **infrastructures et services urbains** (logement, eau, électricité, assainissement, santé), ils sont insuffisants (par exemple seul 42 % de la population a accès à l'eau potable) et font face au défi de la croissance très rapide de la population.
- ⇒ **L'ensemble de la chaîne logistique (routes, stockage, froid, emballage) est à développer pour faire parvenir les productions sur les lieux de consommation, voire à l'export.**



VERBATIMS :

« Le transport de Malanje à Luanda est plus cher que le transport du Brésil à Luanda. »

Atlas group, import produits transformés

« C'est plus cher d'amener des produits en camion de Lubambo à Luanda que par bateau de France à Luanda. »

Machiniste français

VERBATIMS :

« Il n'y a quasi pas de camion vrac en Angola. Il faut mettre les productions [maïs] en sac. »

Castel, production céréalière brasseries

Quelques exemples de routes angolaises

- Photos ©Business France prises au cours des déplacements terrain ; août 2018.



Dans la presse : 24 septembre 2018*

Exemple de conséquence de la carence des circuits de distribution en Angola : les agriculteurs de la province de Bié (centre) envisagent d'abandonner la culture du blé en raison de la difficulté de l'acheminer vers les centres de consommation (suite à la dégradation de 50 t entreposées dans l'attente d'un moyen de transport).



Depuis 2002 et la fin de la guerre civile, la démographie et l'économie angolaises connaissent une croissance très rapide.

La chute des prix du baril à partir de 2014 a plongé le pays dans une crise économique, financière, et de change dont les effets affectent toujours le climat des affaires.

La nécessaire diversification de l'économie angolaise est affichée comme une priorité par le gouvernement.

Elle commence par l'agriculture, secteur sur lequel le pays jouit d'un immense potentiel, et qui est considéré comme un moteur de développement social.

En dépit de ces difficultés, le pays bénéficie du soutien financier international. Un retour du FMI est annoncé pour l'année 2019.

Indicateur (chiffres 2017*)	Angola	France
PIB	106 Mrd EUR	2 163 Mrd EUR
Déficit public en % PIB	7,5 %	2,6 %
Dette publique en % PIB	67 %	99,2 %
PIB / habitant	3 571 EUR	32 955 EUR
Croissance	1 %	2,3 %
Croissance 2018 (estim.)	2,25 %	1,8 %
Inflation	23 %	1 %
Chômage	20 %	9 %



PÉTROLE

- Reserves estimées à **12,6 Mrd** de barils (plus de 30 ans d'exploitation)
- Production : plus de **1,6 Mio barils / jour** (2016) = entre 2 et 3 % de la production mondiale.
- 2^{ème}** producteur de pétrole d'Afrique, après le Nigéria et devant l'Algérie.
- 95 %** des exportations angolaises.



GAZ

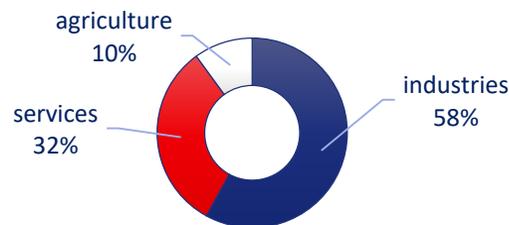
- Reserves prouvées de plus de **300 Mrd m³**
- Capacité de liquéfaction de **5,2 Mio t** de gaz naturel liquéfié (GNL) par an.
- 2^{ème}** producteur d'Afrique.



MINES

- Potentiel d'extraction important.
- Mais exploitation qui reste à développer sur tout le territoire et tous les minéraux : depuis 2017, les autorités accélèrent la délivrance de concessions.
- Secteur dominé par les **diamants** (11 % des pierres extraites).
- 4^{ème}** producteur mondial de diamants : production annuelle estimée à environ 9 Mio carats (**1,5 Mrd USD**).

Part des principaux secteurs d'activité dans le PIB angolais*



- 73 % des recettes de l'Etat angolais viennent du pétrole.** Le pays est donc éminemment dépendant des cours mondiaux.
- Depuis le début des années 2000, l'exploitation pétrolière a tiré la croissance nationale : **+12 %** en moyenne entre 2002 et 2013, avec des chiffres de plus de **+20 %** en 2006 et 2007.
- Suite à la chute des prix du baril à partir de 2014, l'Angola a connu d'**importantes difficultés** qui l'ont poussé à afficher une volonté de **diversifier son économie**, notamment par le développement de l'agriculture et des services.
- En attendant, le pays s'est endetté sur les marchés financiers internationaux, entraînant une explosion des taux d'intérêts et une charge supplémentaire dans les dépenses de l'Etat. Le FMI, après deux années sans intervention dans le pays, devrait revenir d'ici début 2019 à la suite de négociations de prêt entamées par la nouvelle Présidence**.

VERBATIM :

« **C'est ça l'Angola : pendant 1-2 ans, on fait un argent 'monstre', et ensuite il faut vivre une paire d'années sur les réserves.** »

Dimassaba, importateur, distributeur, BVP (et autres)

68 % de la population dispose de moins de **2 USD** par jour.

Environ **3 %** de la population est en situation d'insécurité alimentaire (\approx 900 000 Angolais) et env. **15 %** en malnutrition (\approx 450 000 personnes)*.

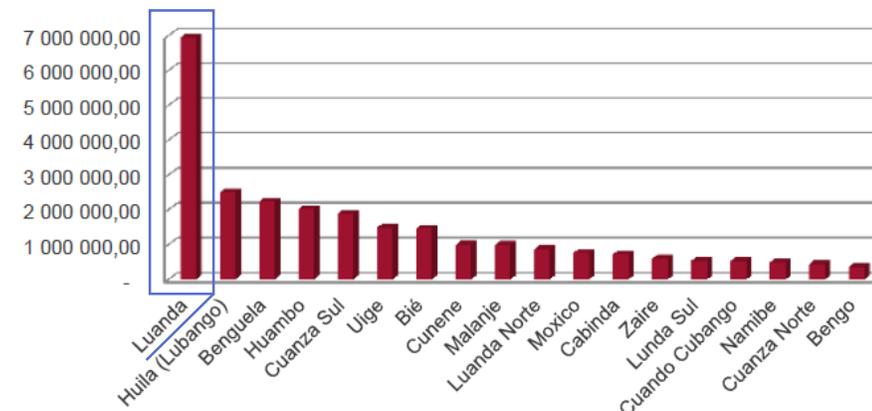
60 % le taux de chômage officiel
La population est **très fortement inégalitaire**.

L'Angola compte **300 milliardaires** et **3 000 millionnaires**.

5 %
la part estimée de la classe moyenne dans la population angolaise.

On estime qu'environ **1 %**
de la population dépense sans regarder le prix.

Répartition de la population dans les provinces angolaises



Source INE 2016

- **85 % des consommateurs** se concentrent sur les produits alimentaires de la « *cesta basica* ». Les opérateurs de la distribution en Angola constatent que les ventes de produits « superflus » – a fortiori non alimentaire – stagnent voire diminuent. Par exemple, Dimassaba rapporte que son magasin d'électroménager générait un chiffre d'affaires de 10 000 USD par jour avant 2016 ; pas plus de 700 aujourd'hui.
- La perte de pouvoir d'achat s'observe **y compris dans la classe moyenne**. Le **prix** est un facteur d'achat important.
- Plusieurs incertitudes freinent les décisions d'achat :
 - ▼ la hausse des prix de l'essence (annoncée par la rumeur publique) ;
 - ▼ l'inflation ;
 - ▼ le taux de change du kwanza : **la monnaie se déprécie de façon continue depuis début 2018**. Le gouvernement annonçait une dépréciation de **-35 %** d'ici la fin de l'année ; elle sera plutôt d'au moins **-50 %** avant stabilisation.
- Les estimations recueillies sur le terrain étaient que fin 2018, 1 euro s'échangerait contre 400 voire **500 kwanzas** (en août, 1 EUR = 420 AOA au marché noir ; 330 AOA au taux officiel). À noter : la différence du taux de change du kwanza entre le marché officiel et le marché noir tend à se résorber sous l'impulsion du gouvernement.
- Les **marques** jouent tout de même un rôle dans les habitudes de consommation. Les plus connues sont les **portugaises** (importance de la présence dans le pays), et les **sud-africaines** qui bénéficient de la vitrine de Shoprite (GD).
- Les classes sociales ayant un réel pouvoir d'achat sont plutôt les **expatriés**, ce qui inclut les riches Angolais formés à l'étranger qui reviennent dans leur pays à la condition d'avoir ce statut contractuel.

La **cesta basica** : le « panier de base » est défini par la loi et réglementé en Angola. Il comporte entre autres huiles, farines de maïs et de blé, sel, riz, sucre, pâtes, crackers...

VERBATIM :

« Il y a 5-6 ans en Angola, il y avait des voitures partout, des bouteilles de Moët & Chandon à 900 USD étaient consommées, les gens dépensaient sans se soucier du prix... Tous les endroits pour faire la fête étaient pleins en permanence, des bars ouvraient chaque semaine. Il y avait 250 000 Portugais. [Aujourd'hui : environ 150 000. Le pic a eu lieu pendant la crise économique au Portugal : 320 000 Portugais se sont installés en Angola dans les années 2000.] **Les prix du pétrole ont chuté à partir de juin 2014. Juste avant, il y avait des projets partout, notamment de grosses ambitions de BTP pour la classe moyenne. On faisait des investissements incroyables. Les showrooms étaient luxueux. Aujourd'hui tout ça est à l'arrêt.** »

Zahara, GD haut-de-gamme

L'Angola a été le théâtre de 27 ans de guerre civile entre, dans un premier temps, différents mouvements de libération nationale, et ensuite les forces armées angolaises et les rebelles de la Unita.

Le cessez-le-feu conclu en avril 2002 y a mis fin.

Depuis, le pays se reconstruit sous la direction d'une majorité politique ancrée. Le parti principal, tout-puissant, est le MPLA. Si le Président a récemment changé, le parti au pouvoir reste, lui, identique élections après élections.

La politique comme l'économie sont contrôlées par une élite puissante, restreinte et connue, avec les conséquences que tout monopole implique.

Malgré cela, l'Angola bénéficie de la stabilité. La population ne souhaite pas risquer de troubler la paix. Seule exception : les tensions avec les séparatistes de l'enclave de Cabinda (au nord).

Structure de l'Etat angolais



- **République à régime présidentiel et parlementaire** (Constitution de 2010).
- Le Président est chef de l'État et du Gouvernement.
- Il est limité à **2 mandats** de 5 ans.

L'exécutif se compose en outre :

- d'un **Vice-président** (remplacement du poste de Premier ministre depuis la Constitution de 2010)
- et du **Conseil des ministres**.

Grandes dates de l'Histoire du pays :

- 1961, début de la lutte armée contre le pouvoir colonial portugais.
- 11 novembre 1975, Indépendance et début de la guerre civile.
- 1994, protocole de Lusaka (Zambie) : fin officielle de la guerre civile et entente entre le MPLA et la Unita.
- 4 avril 2002 : cessez-le-feu entre les forces armées de la Unita et le gouvernement angolais.

- L'Angola est politiquement stable depuis la fin de la guerre civile, à l'exception de l'enclave de Cabinda. Riche en pétrole, elle est le théâtre de la lutte armée menée par le Front de Libération de l'Enclave de Cabinda (FLEC) séparatiste depuis 1975.
- En août 2017 ont eu lieu des élections générales dans le calme. Le Président sortant, **José Eduardo dos Santos**, ne s'est pas présenté. Il est resté 38 ans au pouvoir : il était le deuxième président du pays depuis l'indépendance. Il avait désigné comme poulain son vice-président Manuel Vicente, mais celui-ci s'est trouvé mis en cause par la justice portugaise dans des affaires de corruption qui ont entraîné d'importantes tensions entre les deux pays*.
- En conséquence, c'est son ministre de la Défense qui a été élu. **João Lourenço** poursuit ainsi la mainmise du **MPLA** sur la politique angolaise, avec toutefois un score moins important qu'aux précédentes élections. Le Président sortant est resté à la tête du MPLA jusqu'en septembre 2018 ; il a alors annoncé qu'il se retirait de la vie politique. Il est à noter que João Lourenço est un agriculteur : il possède deux *fazendas*, une au nord et une au sud de Luanda d'environ 10 000 ha.
- Dès sa première année de pouvoir, João Lourenço a fait preuve de fermeté dans ses décisions en évinçant des personnalités clef de l'ancienne présidence :
 - ▼ changements à la tête des organes de presse d'Etat
 - ▼ de la Banque nationale
 - ▼ des entreprises nationales de diamants (Endiama, Sodiam)
 - ▼ **éviction d'Isabel dos Santos**, fille de José Eduardo dos Santos et femme la plus riche d'Afrique, de la tête de la compagnie publique pétrolière **Sonangol**.
- Ces actes ont généré un grand espoir pour la bonne gouvernance future du pays ; toutefois ils ne sont qu'un premier pas. La capacité à mettre en œuvre les réformes économiques et sociales nécessaires reste à démontrer. La nomination de nouveaux ministres compétents se fait attendre.
- Le Ministre de l'agriculture est **Marcos Alexandre Nhunga**, en place depuis la Présidence Dos Santos. Il a été confirmé à ce poste à l'arrivée au pouvoir du Président Lourenço en 2017.



José Eduardo Dos Santos
© Tribune de Genève



João Lourenço
© Bénin web TV



Marcos Nhunga
© Vanguarda

■ L'Angola est membre d'une vingtaine d'organisations internationales et régionales, dont :



Southern African Development Community
(15 pays d'Afrique australe dont Afrique du sud)



Communauté économique des pays
d'Afrique centrale (CEEAC)



Union africaine (depuis 1975)



CGG - GGC

Commission du golfe de
Guinée (siège à Luanda)



Communauté des pays de langue
portugaise (depuis 1996)



Banque africaine de développement
(BAfD, depuis 1980)



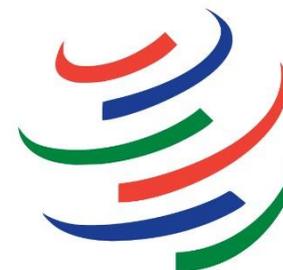
Banque internationale pour le
développement et la reconstruction (BIRD)



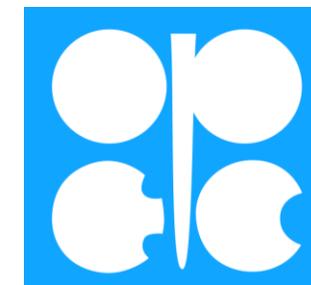
The World Bank



Banque mondiale et FMI
(1989)



Organisation mondiale du
commerce (OMC ; 1996)



Organisation des pays exportateurs
de pétrole (OPEP ; 2007)

- Nouvelle alliance pour le développement de l'Afrique (NEPAD)
- Association des pays africains producteurs de diamants (ADPA ; membre fondateur)
- Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (WIPO)

- Membre du forum sur la coopération Chine-Afrique (FOCAC).
- Les relations avec la Chine sont intéressantes à analyser : l'Angola est le premier récepteur africain d'investissements chinois (notamment immobilier et services) ; en parallèle la Chine est le premier acheteur de pétrole angolais.



Visite présidentielle angolaise en France ; mai 2018 © Ouest-France

- Les relations diplomatiques entre l'Angola et la France ont été troublées pendant la guerre civile angolaise
 - ▼ avant les accords de paix de 1994,
 - ▼ au début des années 2000 (affaire « Angolagate » : ventes d'armes non-officielles en provenance de l'ancien bloc soviétique, par des personnalités françaises politiques et du monde des affaires).
- Depuis plusieurs années, le dialogue est constant entre nos pays sur d'importants sujets d'intérêt mutuel :
 - ▼ sécurité (Guinée-Bissau, Golfe de Guinée, Grands Lacs, Madagascar, Soudan, Sahel, Mali, Centrafrique),
 - ▼ développement durable et préservation de l'environnement.
- La dernière visite officielle française en Angola est celle de Jean-Yves Le Drian, Ministre des Affaires étrangères, à l'occasion entre autres de la signature de l'Accord Agricole entre la France et l'Angola (mars 2018). Ensuite le Président João Lourenço a effectué une visite d'Etat en France en mai 2018.
- Un déplacement du Ministre de l'agriculture français est prévu en Angola (et Afrique du sud) début 2019.

- La communauté d'affaires française est l'une des plus anciennes historiquement en Angola, après la communauté portugaise.
- L'Angola est le 3^{ème} pays récipiendaire d'investissements français sur le continent africain (7,2 Mrd EUR en 2013 ; derniers chiffres disponibles).
- 85 % de ces IDE sont à destination des industries pétrolières : les hydrocarbures, et notamment l'importante présence de Total, sont au cœur des relations économiques entre la France et l'Angola. Il est à noter que la chute des prix du pétrole a entraîné en 2016 une contraction de 60 % des échanges franco-angolais.
- Total E&P Angola est le 1^{er} opérateur pétrolier du pays (40 % de la production nationale en 2015), grâce au lancement de son projet Pazflor (FPSO) en 2011.
- La France est toutefois présente dans de nombreux autres secteurs, et se diversifie progressivement : un peu plus de 70 implantations françaises sont recensées (dont des entreprises créées par des Français installés en Angola), parmi lesquelles Subsea7, Air France, AGS Mobilias, Alcatel-Lucent, Bocard, Bourbon (Sonasurf), Bureau Veritas, Castel, Actemium, CMA/CGM, Europe Assistance, Eurostral, France International Services, Friedlander, Apave, Lassarat, Mazars, Necotrans, Newrest, Oxbow, Petromar, Ponticelli, Prezioso, Saipem France, Schlumberger, Bolloré Africa Logistics, Sirius, Sodexo, Sonamet, Spie Oil & Gas, Stapem, Technip/Angoflex, Total E&P Angola, VAM Vallourec, etc.*
- Un accord d'établissement a été signé avec l'AFD en juillet 2017. Un premier projet de 220 Mio EUR à destination de l'agriculture, de l'eau et de l'énergie a ainsi pu être lancé en partenariat avec la Banque mondiale.



TOTAL

L'Angola a noué des liens commerciaux particulièrement importants avec la Chine qui exporte principalement des machines et équipements (transformateurs et générateurs électriques, téléviseurs, bulldozers, climatiseurs...).

À l'inverse, l'Angola exporte principalement du pétrole vers ses principaux clients.

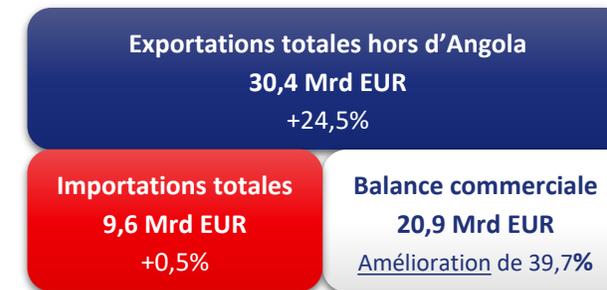
Le Portugal est son second fournisseur, ce qui s'explique par l'histoire qui lie ces deux pays ainsi que la proximité culturelle forte et l'importante diaspora portugaise installée dans le pays.

L'Angola dépend à l'extrême des biens de consommation importés.

- Chute des importations angolaises tous produits confondus sur la période 2012-2017 (TCAM **-9 %**), et stagnation en 2017 par rapport à 2016.
 - ▼ La Russie a été un fournisseur inhabituellement important en 2016 (5^{ème} ; 510 Mio EUR exportés).

- Chute des exportations sur la période 2012-2017 (TCAM : **-11 %**), avec toutefois une remontée de **+25 %** pour l'année 2017 par rapport à 2016.
 - ▼ **Diversification** notable des clients depuis 2011.

Balance commerciale* 2017 et évolution par rapport à 2016



Les principaux fournisseurs de l'Angola en 2017 sont :

- 1) Chine (21,2 % de parts de marché)
- 2) Portugal (18,7 %)
- 3) Etats-Unis (7,5 %)
- 4) Brésil (6,2 %)
- 5) Afrique du Sud (5,4 %)
- 6) Royaume-Uni (4,6 %)
- 7) Corée du Sud (3,3 %)
- 8) **France (3,2 %)**

Total :
70,0%

Les principaux clients de l'Angola sont :

- 1) Chine (58,6 % de parts de marché)
- 2) Inde (11,8 %)
- 3) Etats-Unis (7,5 %)
- 4) Taiwan (4,3 %)
- 5) Afrique du Sud (3,9 %)
- 6) Espagne (3,1 %)
- 7) Italie (1,1 %)
- 8) **France (1,1 %)**

Total :
91,3%

⚠ Ces données sont des **estimations Business France** en « effet miroir » à partir des déclarations douanières (parfois limitées) des partenaires commerciaux de l'Angola, car nous ne disposons pas de données douanières angolaises fiables. Nous considérons que les importations d'une zone en provenance d'Angola sont les **exportations angolaises vers** cette zone ; et que les exportations d'une zone vers l'Angola sont les **importations angolaises en provenance de** cette zone.

Situation avec la France :

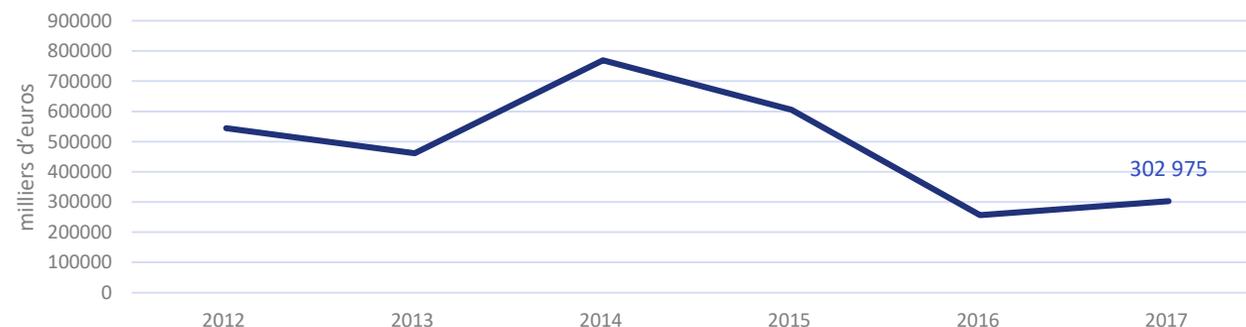


2017

En 2017, la France est le **8^{ème} fournisseur** de l'Angola avec une part de marché de **3,2 %** au total, en augmentation de **+17,4 %** par rapport à 2016 (elle était le 10^{ème} fournisseur avec 2,7 % des PDM).

Les exportations françaises vers l'Angola, notre 85^{ème} client, ont atteint **303 Mio EUR**, en hausse de **+18 %** par rapport à 2016.

Evolution des exportations françaises vers l'Angola, tous chapitres confondus*



II – L'agroalimentaire en Angola



Dans les années 1970, l'Angola était l'un des plus importants pays agricoles d'Afrique. La guerre civile a entraîné l'effondrement de sa production.

Le pays est aujourd'hui dépendant des importations alimentaires et peine à reconstruire un secteur primaire efficient, et compétitif au regard de l'offre internationale.

Sur les 35 Mio ha de terres arables, seuls 5 Mio sont exploités, et la vaste majorité sont de toutes petites exploitations vivrières aux rendements très faibles.

Avec 10 % du PIB et un potentiel immense, l'agriculture est aujourd'hui en première ligne stratégique pour la politique de diversification du pays (le Plan National de Développement de l'économie cible également les services).



Dans le **top 5** des pays à plus fort potentiel agricole au monde*.

Le **2ème** réseau hydrique d'Afrique → surface irrigable de **6 Mio ha** → seulement **6 %** actuellement exploités.

92 % de la surface agricole utile du pays sont dédiés au **pâturage**.

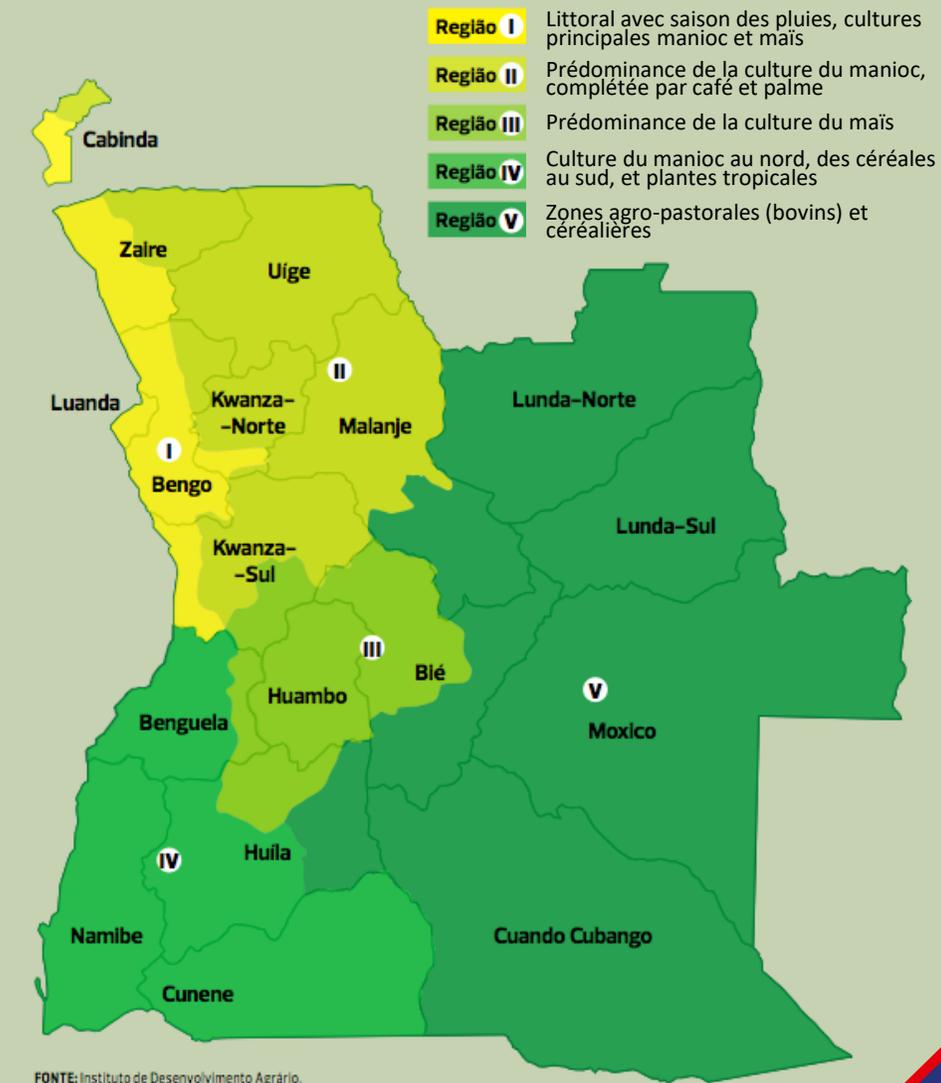


La majeure partie de la production agricole est localisée dans la **moitié nord**. Les zones les plus fertiles se trouvent dans le **centre** et aux alentours : provinces de **Huíla, Huambo, Malanje et Bie**, où les précipitations sont abondantes entre septembre et avril.

95 % de l'élevage est concentré dans la **moitié sud** du pays, dont **1/3** dans la province du **Cunene**.

- La taille de l'Angola lui permet de bénéficier de conditions climatiques très variées :
 - ▶ le plateau central, zone la plus peuplée, bénéficie d'une bonne pluviométrie et de températures modérées ;
 - ▶ les plaines du nord-est ont un climat chaud et humide ;
 - ▶ Le sud-est est aride, mais possède suffisamment de rivières pour permettre d'irriguer.
- Les cultures se répartissent ainsi :
 - ▶ Nord (Cabinda, Uíge, Kwanza nord, Zaïre, Malanje) et nord-est (Lunda) : **manioc, haricots, arachide, maïs**.
 - ▶ « **Ceinture verte de Luanda** » : **zone maraîchère** péri-urbaine alimentée par le fleuve Bengo (chou, poireau, pomme de terre, tomate, oignon...). Rendements faibles en raison de méthodes de cultures rudimentaires, mais fort potentiel, mis en danger par la pression foncière de l'agglomération luandaïse.
 - ▶ Région centrale du Planalto : **maïs** et **haricots** dominants.
 - ▶ Dans le sud, les systèmes **agro-pastoraux** prennent une importance croissante. Le maïs, le sorgho et le mil se partagent entre la destination animale et humaine. Ils sont complétés par le niébé et le manioc (UE, 2016).
- L'Angola interdit pour le moment la culture de plantes génétiquement modifiées et aucun essai n'est en cours. L'importation d'OGM est par ailleurs interdite depuis 2004 (sauf farines). Cette législation pourrait changer car le Ministre de l'agriculture y semble favorable (d'après les discussions avec les représentants de l'Ambassade de France).
- Pour ce qui est des actions de l'AFD, elles se concentrent sur les provinces de **Kwanza nord, Kwanza sud et Malanje**. L'AFD note également dans sa stratégie le potentiel agricole de la région de **Huambo**, d'autant plus qu'elle accueille la seule Faculté d'agronomie du pays, et que le gouverneur de la province est francophile.

Principale production par zone en Angola



*Sources : Nations Unies pour l'agriculture et l'alimentation ; Business France pour les autres chiffres

Répartition des exploitations

Agriculture familiale



- **60 % des superficies** cultivées selon les estimations terrain*.
- Près de **1,9 Mio** de petites exploitations familiales de subsistances en 2008-2009 (dernières données disponibles en matière de structures agricoles), cultivant en moyenne **1,9 ha**.
- Cultures de base : céréales (**maïs** ; 52 %), tubercules (25 %) et légumineuses (19 %)**.

Exploitations familiales moyennes



- **10 % des superficies** cultivées selon les estimations terrain.
- **8 000** exploitations familiales d'une superficie moyenne de 24 ha à même de dégager un surplus de production commercialisable.
- Leur nombre est **croissant**.
- Elles sont davantage spécialisées dans la production de **céréales** (70 %) et moins de tubercules (9 %) et de légumineuses (10 %). Elles produisent également du café (4 %), des fruits (4 %) et des produits horticoles (3 %)**.

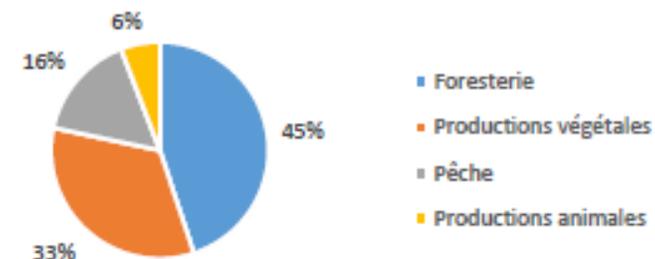
Grandes fazendas



- **30 % des superficies** cultivées selon les estimations terrain.
- Ces exploitations commerciales à grande échelle sont appelées **fazendas**.
- Elles sont peu nombreuses (une trentaine maximum, d'après les estimations terrain) mais s'étendent sur des milliers d'hectares.
- Le gouvernement cherche à appuyer leur développement.

- La taille moyenne des exploitations en Angola est de 2 à 3 ha. L'agriculture reste donc éminemment familiale et vivrière dans le pays, et c'est ce qui représente le plus important marché quoique les moyens y soient particulièrement limités.
- Avant la guerre civile, l'Angola était autosuffisante pour les cultures vivrières et exportait plusieurs productions comme le café, le coton et le sucre de canne.
- La guerre a engendré une incapacité à maintenir des pratiques agricoles continues et une diminution drastique de la production alimentaire.
- L'Angola dispose d'après la FAO de la 16^{ème} plus grande superficie agricole potentielle du monde, mais seulement 10 à 15 % des terres sont cultivées (dernières données : 2013).

Répartition des productions agricoles angolaises en 2013



Source : Business France d'après FAO stat et Banque mondiale

VERBATIM :

« Au total on dénombre une cinquantaine de très grandes fazendas dans le pays : une trentaine réellement actives et bénéficiant d'investissements et une quinzaine/vingtaine au final qui tournent (c'est-à-dire qui produisent avec de bons moyens et technologies). Ce type de projet n'est toutefois pas représentatif de l'agriculture angolaise, qui reste familiale et vivrière dans sa vaste majorité. »

CCEF à Luanda

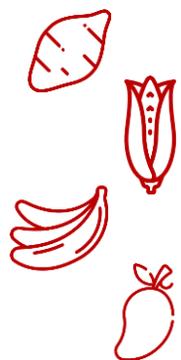
Avec **1,9 Mio d'exploitations familiales** estimées en Angola, ce type est très largement majoritaire dans l'agriculture angolaise*.



↳ Sur les **5 Mio ha** cultivés dans le pays, **100 000 ha** seulement bénéficient de **machines et / ou de traction animale** pour l'ensemencement et la récolte.

↳ L'agriculture familiale est le premier employeur dans le secteur primaire : **très peu d'adultes vivant de l'agriculture travaillent sur une parcelle autre que celle qui les nourrit.**

- Une famille est typiquement constituée de 7 à 20 personnes, travaillant depuis le plus jeune âge jusqu'au plus tard. Lors des périodes de forte activité (semis et récoltes notamment), l'entraide entre voisins est de mise. Très peu de familles fonctionnent avec des employés. Le cas échéant, il peut arriver que l'ouvrier soit payé en nature.
- La culture sur brûlis est très répandue en Angola, et notamment dans les villages. Elle sert à défricher facilement les sols, mais a pour corollaire leur érosion plus rapide. Par ailleurs l'incendie n'est pas toujours maîtrisé et engendre parfois de vastes feux de savane, avec des conséquences néfastes sur la faune, la pollution de l'air, la sécurité des Hommes...
- Les petites exploitations angolaises sont particulièrement confrontées aux chenilles dévorant le maïs aux virus et champignons s'attaquant aux tomates.



- Elles font pousser essentiellement des cultures vivrières de maïs et de **manioc** (première production végétale du pays). Ces produits constituent les fondements de l'alimentation angolaise de base (cf. [p.38](#)). Le maïs est rarement vendu, car rarement en excès.
- Selon l'étude menée par Rémi Saget en 2015*, 20 % de la production de manioc est perdue en raison des mauvaises conditions de conservation et du manque d'infrastructures de stockage.
- Outre les productions maraîchères, les exploitations familiales utilisent parfois des bananiers et des manguiers en polyculture pour protéger les plants au sol du soleil et de l'évaporation.

Exemple des exploitations familiales de la région de Benguela** :

- La principale culture de rente est la **banane**, souvent sur plus de 50 % de l'exploitation. Elle est produite toute l'année et écoulee sur les marchés locaux.
- Le **maïs** représente environ 20 % de la superficie des exploitations ; produit toute l'année.
- Le reste est constitué de **cultures maraîchères**, à raison d'environ 3 cycles par an (sauf haricot et patate douce produits en saison froide, et tomate en saison chaude).
- La tomate est source de revenu, mais limitée par les maladies et la chute des prix de vente à la fin de la saison chaude (avril) en raison des récoltes des grandes fazendas.

Les principaux cycles de culture dans l'agriculture vivrière angolaise*

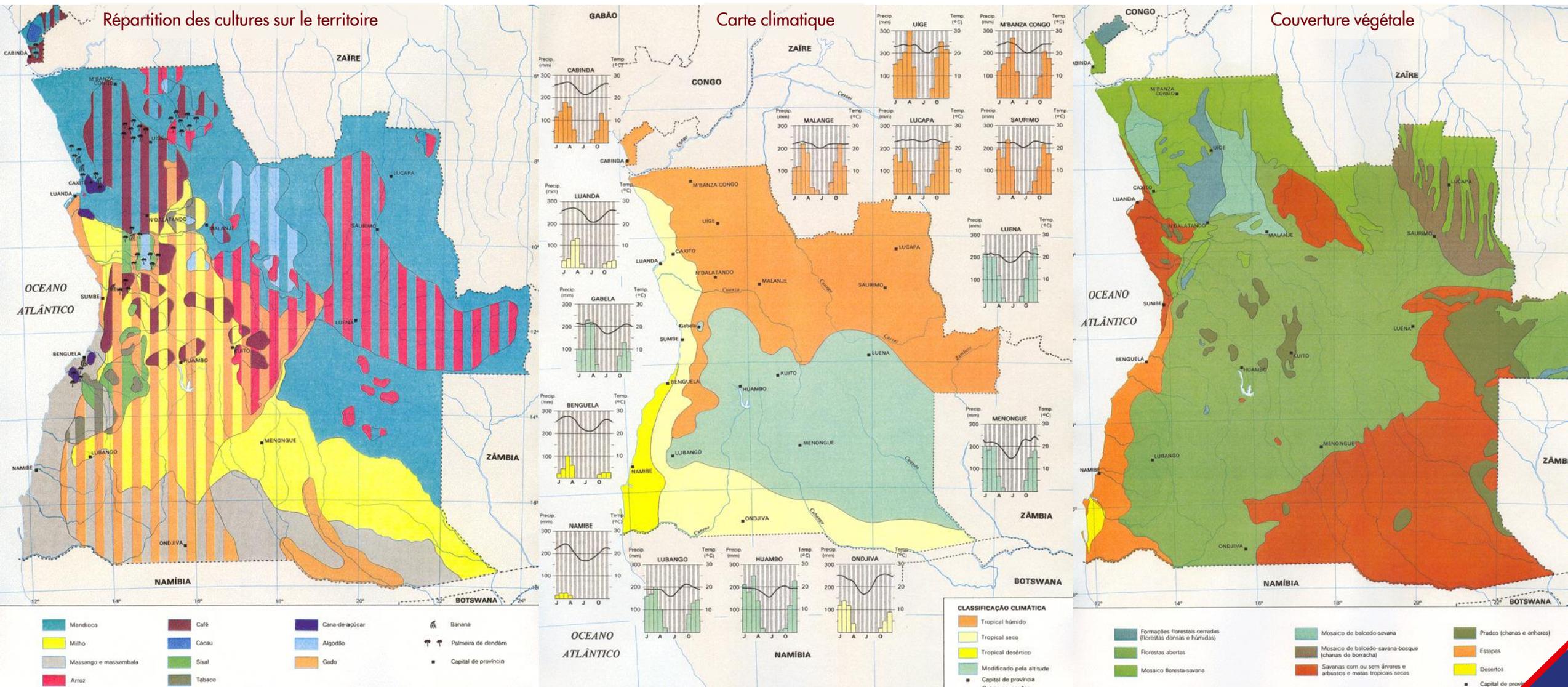
Culture	Cycle	Période
Maïs	90 jours	Toute l'année
Haricot	90 jours	Saison froide
Banane	11 mois	Toute l'année
Choux	60 jours	Toute l'année
Patate douce	Pérenne ; mûre 90 jours	Saison froide
Laitue	60 jours	Toute l'année
Jimboa (feuilles comestibles)	60 jours	Toute l'année
Aubergine	90 jours	Toute l'année
Oignon	6 mois	Toute l'année
Manioc	pérenne	Toute l'année
Tomate	120 jours	Saison chaude
Courge	60 jours	Toute l'année



Saison froide ≈
mai-août

Saison chaude ≈
octobre à avril

■ Les dernières données fiables datent de l'époque coloniale, notamment pour ce qui est du recensement / de la cartographie agricole du pays, de l'analyse des sols, et même des études spécifiques sur le potentiel agricole de certaines régions. Elles n'ont pas été réactualisées depuis. Ce manque de « data » est un problème dont il faut avoir conscience en Angola.





68 %
de la population angolaise en âge de travailler est active dans le secteur primaire (**6,7 Mio** d'Angolais).



+6 % par an
progression moyenne du **PIB agricole** depuis 2009.



2013-2017 et 2018-2022

les **plans de développement** nationaux pour l'agriculture :

- accroissement des rendements grâce à l'utilisation d'**engrais** et **machines** agricoles ;
- production de **semences** ;
- **irrigation** (financée par des lignes de crédit à l'importation).

- L'Angola affiche une ambition publique en matière d'agriculture, visant à :
 - ▼ réduire la **dépendance du pays aux importations** ;
 - ▼ réduire la vulnérabilité de l'agriculture aux conditions naturelles ;
 - ▼ garantir la production de **produits porteurs à l'international** ;
 - ▼ garantir la production de produits constitutifs du panier alimentaire de base (**cesta basica**).
- Le potentiel est sans limite pour certaines filières sous-exploitées au regard de la demande nationale et internationale : le café, l'élevage (viande et lait) et les céréales, notamment.
- Les autres priorités sont :
 - ▼ les **infrastructures** (irrigation, stockage, chaîne du froid),
 - ▼ la **mécanisation des exploitations** agricoles
 - ▼ et la **production locale d'intrants** (semences, engrais, machines).
- Ces ambitions sont freinées par le mauvais état des infrastructures de transport, des systèmes de gestion hydrauliques, le manque de maintenance des installations, qu'elles aient été construites avant ou après la guerre, et la persistance de mines anti-personnel dans certaines zones (sud-est).

⚠ De nombreux projets se soldent par des échecs

Exemple de projet abandonné :

- Un centre de recherche sur les semences bâti par les Israéliens sur mandat gouvernemental : suite au vol du moteur de la pompe d'irrigation la veille de la mise en service, les 30 hectares dédiés n'ont encore jamais servi.

Exemples de projets souffrant du manque d'accès aux infrastructures de base :

- Lactiangol (cf. [p.111](#)) n'a été raccordé à un système de fourniture d'eau qu'à l'été 2017. Avant, l'entreprise de transformation laitière fonctionnait par camions citernes.
- Mafcom (cf. [p.114](#)), entreprise de transformation d'origine indienne, installe une usine de laits UHT et concentré à Viana (banlieue industrielle de Luanda). Elle a dû commencer sans licence de construction, et changer 2 fois d'emplacement pour le projet en raison du passage de canalisations. Pour la mise en place de son usine de margarine, elle a dû importer des pièces complémentaires pour l'électricité et l'eau suite à des soucis techniques.
- ISTAM, institut de formation agricole construit par les Français : il n'a pas été mis en fonction en raison du manque de 2,5 km de route pour y accéder. Le raccordement à l'électricité a été réalisé à l'automne 2018 (avant : fonctionnement sur générateurs).
- Une *fazenda* dans le sud du pays (province de Cunene), sur 120 000 ha dont 340 de pivots installés, équipée de 6 silos de 10 000 t pour le maïs, avec des routes impeccables en son sein, voit sa production à l'arrêt en raison de l'état profondément dégradé de 90 km de routes qui y mènent (d'après le témoignage de Fertiangol, il faudrait 3h30 en jeep pour les parcourir).

VERBATIM :

« Le cycle en Angola, c'est 3 ans pour lancer le projet puis 3 ans pour tuer le projet. »

Fazenda Santo Antonio, gérant

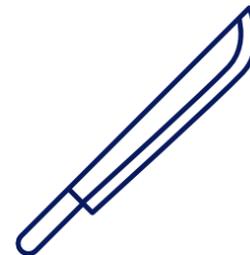
Deux défis fondamentaux pour l'agriculture angolaise



L'absence de main-d'œuvre qualifiée



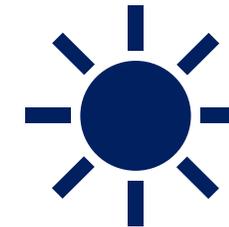
- **L'éducation agricole manque** : besoins en personnel professionnel, agences rurales, échanges entre les institutions existantes...
- La méthode d'assolement la plus répandue dans le pays est la **culture sur brûlis** (mise en jachère d'une parcelle que l'on incendie ensuite en vue de la cultiver). Les conséquences de ces pratiques sont désastreuses pour les sols et pour l'environnement.
- 40 % à 60 % des agriculteurs angolais seraient analphabètes*.



Le manque de moyens techniques



- Les outils de base de l'agriculture angolaise sont **la bêche et la machette**, les houes et les pelles. Il y a très peu d'animaux de trait, *a fortiori* de machines.
- La majorité des agriculteurs angolais applique des **techniques de production très rudimentaires** : production non standardisée (ex. : formation des rangs de maïs), apprentissage par l'expérience, absence de gestion / rotation des cultures, lutte contre les ravageurs basée sur la tradition...
- L'ensemencement est effectué par épandage ; la plantation et la récolte dépendent de la force de travail humaine.



Les atouts de l'agriculture angolaise



- Vastes ressources hydrauliques de surface.
- Sols de bonne qualité (sous condition de chauler).
- Large biodiversité.
- Bon ensoleillement et températures favorables.

Agriculture familiale : illustrations sur le terrain

Incendie de terres mal maîtrisé près de Quibala



Vente de produits familiaux au bord de la route de Malanje

Champs familiaux près de Huambo



Produits locaux en vente sur un marché informel



161 Mio EUR

total des dépenses publiques prévues pour le secteur agricole en 2019¹.

→ Ce chiffre est en baisse².

20 %

la part du secteur agricole dans les exportations angolaises².

- Le gouvernement a lancé un grand **Programme de Développement National 2018-2022** fixant les objectifs pour l'économie angolaise dans les 5 ans à venir. Ce PND vise la **diversification** de l'économie angolaise en priorisant le développement de l'agriculture et de l'agroalimentaire, en particulier **cultures, transformation, élevages**.
- Néanmoins, d'après nos échanges sur le terrain, les pratiques de soutien à l'agriculture du gouvernement sont très **imparfaites**. Il vaut mieux dès lors baser son projet sur une **indépendance** à tout soutien gouvernemental (cf. [p.67](#)).
- Les importateurs angolais se plaignent par exemple d'importations régulières d'intrants et de machines, faites plus ou moins directement par l'Etat angolais, « **cassant** » le **marché** privé, sans se préoccuper en revanche du suivi et des mesures d'impact de telles aides. Les marchés gouvernementaux sont souvent attrayants mais néanmoins opaques et peuvent présenter des risques de recouvrement.
- Autre source d'inquiétude : la remontée annoncée des prix de l'essence, qui risque d'entraîner une grogne sociale. Le gouvernement a annoncé que dans le cas du secteur agricole, il **subventionnera le prix des combustibles** dès fin 2018³.

VERBATIM :

« Le Ministère de l'agriculture a lancé de nombreux grands projets sur ce raisonnement : « *Nous importons 400 000 t de maïs. Une exploitation de 10 000 ha avec un rendement moyen de 10 t par ha en produirait 100 000 ; il suffit d'en avoir 5 ou 6 pour que l'Angola soit excédentaire* ». Toutefois il manque la base pour pérenniser cette production, notamment en termes de transports et d'intrants agricoles. »

Importateur d'équipements

VERBATIM :

« Le Ministère de l'agriculture nous a demandé d'assumer l'assistance technique de 600 tracteurs qu'il allait importer d'ici la fin de l'année 2018. Cette démarche pénalise les opérateurs qui suivent les règles du marché. Nous avons décliné cette proposition. »

Importateur d'équipements

VERBATIM :

« De nombreux projets en Angola mixent argent public et fonds privés. C'est le cas de Fazenda Aurora (appartenant à l'ancien président : elle a été appelée ainsi d'après sa mère), d'Agrolider... »

Importateur d'équipements

Emplacement du « pôle de développement agro-industriel de Lucala », au bord de la route vers Malanje. Autour : des étendues vides.





VERBATIM :
« Au niveau administratif, nous voyons des améliorations. Il faut prendre les autorités par la main, mais c'est plus facile qu'avant. »
Opérateur du marché des boissons

Portugais

- Omniprésents en Angola, *a fortiori* dans le monde agricole, les Portugais sont environ 150 000 aujourd'hui dans le pays, selon les estimations recueillies sur le terrain.
- Le pic de la présence portugaise a eu lieu au moment de la crise économique au Portugal dans les années 2000 : la diaspora portugaise en Angola se chiffrait à 320 000 ressortissants.
- De nombreuses entreprises agroalimentaires sont gérées par des Portugais, quoiqu'elles soient souvent à capital angolais (cf. [p.39](#)).
- **Novagrolider**, la principale entreprise agricole du pays, a été fondée et est dirigée par deux frères portugais.
- Il est à noter que nombre des Portugais rencontrés en Angola se considèrent comme des locaux : ils se sont installés dans le pays définitivement. L'Angola est devenue leur patrie, et ils se la sont appropriée mentalement comme telle.

Brésiliens

- Autre grande puissance lusophone, le Brésil a de nombreux liens avec l'Angola.
- Dans l'agriculture : plusieurs projets financés par la Banque de développement du Brésil (BNDES), parmi lesquels, à Malanje :
 - ✓ Fazenda Pungo Andongo (maïs)
 - ✓ **Biocom** (canne à sucre ; projet partagé avec Sonangol, BAI, Daimler et Odebrecht).

Israéliens

- Quoique leur diaspora ne paraisse pas particulièrement importante en Angola, les Israéliens sont bien présents sur de nombreux projets agricoles, notamment via des lignes de financement dédiées : 4 projets sont en développement à Huambo, Cabinda, Lunda Sul et Quibala. Ces *fazendas* incluront notamment la production de semences. A la conclusion de ces projets, Gesterra en assumerait la gestion avant de la passer dans les mains de privés.
- La Fazenda Quiminha (Bengo) fonctionne très bien d'après les témoignages terrain. Elle a été développée par le groupe Tahal : horticulture, œufs et céréales, avec une agro-industrie associée (logistique et rations animales).
- Enfin, **Aldeia Nova** est un excellent exemple de succès (cf. [p.113](#)) : œufs, lait, yaourts et abattoir.
- Les projets israéliens ont souvent une composante sociale s'inspirant du modèle des kibboutz : la production est en partie assurée par des familles locales auxquelles sont fournis à cette fin des moyens, matériels et formations.

Chinois

- Dans la logique de la politique de « *going out* » agricole (pour expansion économique, sécurité alimentaire...), la Chine a institué un **Plan de Coopération dans la Modernisation de l'Agriculture** dans le cadre du Forum de Coopération Chine Afrique.
- Elle montre un intérêt croissant pour ce secteur en Angola depuis les **années 2010**.
- Dès 2008, la banque de développement chinoise (CDB) a notamment soutenu **7 grands projets de fazendas** de 1 500 à 12 000 ha, localisée dans diverses zones du territoire angolais, afin de produire du **riz**, du **maïs** et du **soja**.
- Le crédit de la CDB est d'environ **100 Mio USD** par ferme. Les fermes, les terres et les produits appartiennent au gouvernement angolais et devaient, après mise en route sur 5 ans, être gérées par Gesterra.
- La réussite ne semble pas au rendez-vous: rendements loin des ambitions, réduction des surfaces et productions...
- La gestion a finalement échoué au Fonds Souverain Angolais (FSA), qui a créé pour cela un organisme de gestion de projets agricoles (COFERGEPO) **dirigé par des Portugais** recrutés à cet effet.
- Le nouveau gouvernement a annoncé début novembre 2018 sa volonté de privatiser ces projets.

L'Angola dépend des importations pour la grande majorité des produits, finis ou non.

Dans tous les cas, l'offre nationale n'est pas compétitive face aux produits internationaux :

- si les produits locaux sont bruts, ils souffrent d'une compétitivité grevée par le coût des intrants (importés) et les coûts de transport ;
- s'ils sont transformés, ils souffrent du coût des intrants (ingrédients, équipements...).

Cette règle s'applique à tous les produits, sauf aux œufs (dont l'importation est contrôlée par l'Etat) et aux boissons (bières et sans alcool), dont l'industrie locale a su particulièrement bien se développer.

Le manque de compétitivité des produits « *feito em Angola* » est accentué par des droits de douane favorables aux produits d'importation, avec en outre une récente mise à 0 des droits concernant les produits de la *cesta basica*. Cette mesure, qui avantage les importateurs face aux fabricants locaux, pourrait changer à l'avenir ; en attendant elle est appliquée depuis juillet 2018 dans le pays.

- Les aliments de base les plus consommés sont :



le manioc
(produit localement)



le maïs



le blé
(importé)



le riz
(largement importé).

- La **farine de mil** et de **manioc** est le produit le plus consommé en Angola : c'est le féculent de base. La **fuba**, farine de maïs, manque souvent en dépit de la production familiale de maïs. Le complément nécessaire est acheté sur les marchés.
- La consommation de farine de blé a beau être apparue dès le 20^{ème} siècle, notamment pour le **pain**, la production de blé reste marginale dans le pays.

- Les habitudes de consommation en Angola sont très proches des portugaises, avec des standards portugais. On retrouve ainsi en Angola **la morue, les pommes de terre, le riz, le pain et les œufs**.

- D'autres éléments typiques viennent compléter cette gastronomie :

- ▼ Le **fungo** : pâte consistante d'accompagnement, faite par la cuisson de **farine de manioc ou de maïs avec de l'eau**, consommé quotidiennement dans toutes les classes de la population.
- ▼ La **feijoada** : cassoulet à base de haricots rouges que l'on retrouve aussi dans la gastronomie brésilienne.
- ▼ Le **gindungo** : condiment accompagnant tout repas, à base d'huile végétale, de piment et d'ail.

- Dans le régime de base que l'on trouve dans les villages angolais, les protéines sont souvent apportées par un poisson local grillé ou une viande grillée (de chèvre par exemple).
- Le pain est fait à base de farine locale fabriquée à base de blé importé, et non de maïs (dont les épis sont plutôt consommés en tant que tels).
- Les **saveurs sucrées** sont appréciées. Les desserts, souvent réalisés à partir de lait concentré, sont additionnés de sucre. Il n'y a pas de préoccupation santé freinant la consommation de jus concentrés et de sodas.
- Les Angolais sont plutôt **sensibles aux marques** et à leur univers, ainsi qu'aux campagnes de promotion.
- Pour ce qui est de la **nutrition infantile** en particulier : l'alimentation pour adulte est souvent appliquée dès le sevrage du nourrisson, vers 4-6 mois. Faute d'information des mères, elle peut inclure des aliments inadaptés sans une transition maîtrisée : *fungo*, aliments riches en gluten, fruits...
- Cette **malnutrition** engendre des pathologies chez les enfants angolais : intolérances, infections telles que des **diarrhées** aiguës (15 % des causes de mortalité chez les moins de 5 ans selon une étude de l'OMS en 2013 ; le taux de mortalité infantile en Angola étant de **154 pour mille en 2016**), retards de croissance et troubles mentaux. S'ensuivent également à l'âge adulte des **prédispositions au diabète et au cholestérol**.
- Ce sont des habitudes traditionnelles, qui se transmettent de génération en génération. Il n'existe ainsi à ce jour aucun programme national pour l'amélioration de la nutrition infantile, et la voix des pédiatres n'a pas d'influence suffisante pour modifier ces coutumes.

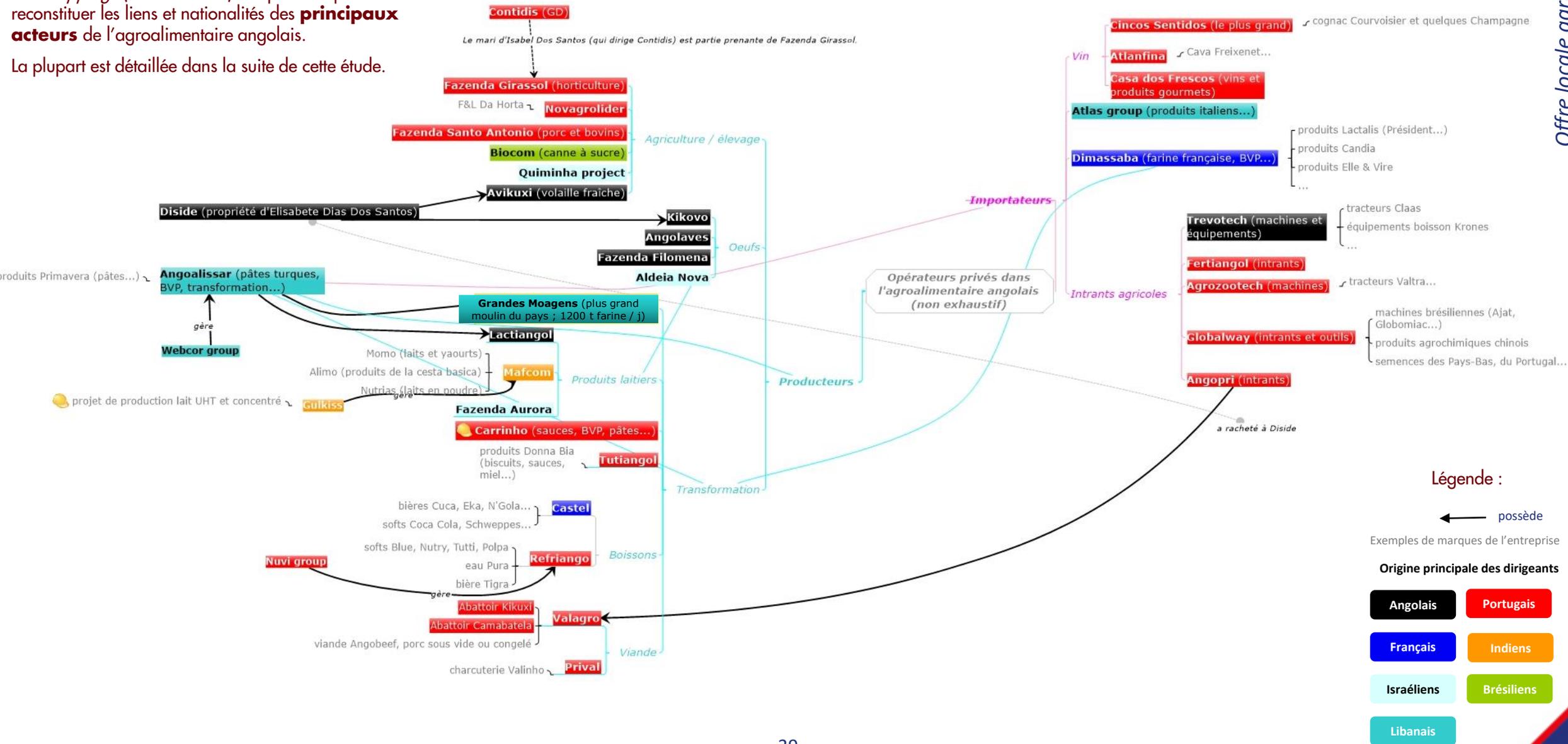


Exemple de dessert maison en restauration : confiture de lait, meringue crue et biscuit.

Les opérateurs privés de l'agroalimentaire en Angola

Ce *mapping* (non-exhaustif) a pour objectif de reconstituer les liens et nationalités des **principaux acteurs** de l'agroalimentaire angolais.

La plupart est détaillée dans la suite de cette étude.



L'Angola est passée d'une situation d'exportateur net de produits agricoles et agroalimentaires jusqu'à la fin des années 1970 à une situation d'importateur net.

La balance commerciale pour les produits agricoles et agro-alimentaires est fortement déficitaire avec en 2017 plus de 2,3 Mrd EUR d'importation contre 106 Mio EUR d'exportation.

La balance commerciale se creuse au fil du temps, conséquence de la différence grandissante entre la croissance démographique exponentielle et le développement du secteur agricole.

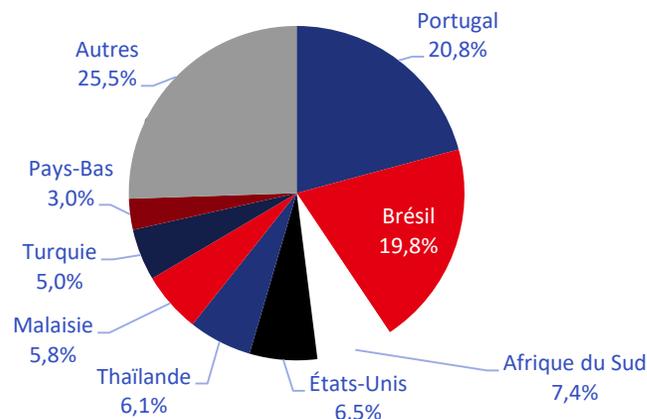
La dépendance de l'Angola aux importations rend les denrées alimentaires très sensibles à la volatilité des prix des matières premières au niveau mondial.

En valeur, l'Angola importe 22 fois plus qu'il n'exporte

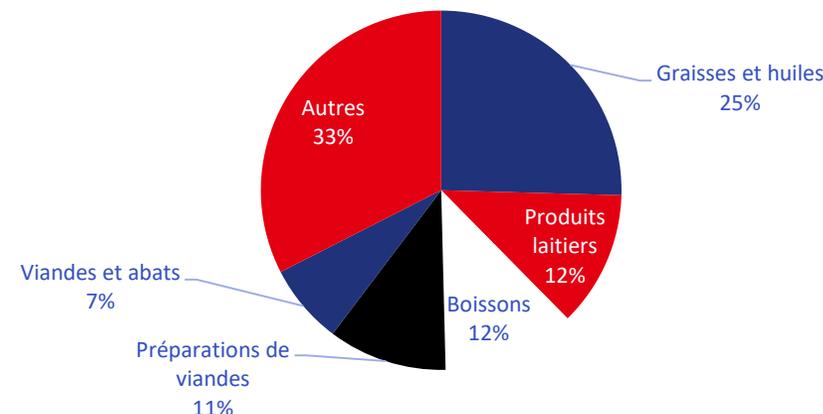
Balance commerciale agroalimentaire* 2017 et évolution par rapport à 2016



Répartition des principaux fournisseurs agroalimentaires de l'Angola en 2017 (valeur)



Zoom sur les importations angolaises agroalimentaires en provenance du Portugal en 2017 (valeur)



*Réalisée à partir des 24 premiers chapitres douaniers (codes SH).
Source : Business France d'après GTA

Les principaux fournisseurs de l'Angola en produits agricoles et agroalimentaires (24 chapitres SH) en 2017 sont :

- 1) Portugal (20,8 % ; principalement graisses et huiles),
- 2) Brésil (19,8 % ; sucre et viandes),
- 3) Afrique du Sud (7,4 % ; boissons et produits minoterie),
- 4) États-Unis (6,5 %),
- 5) Thaïlande (6,1 %),
- 6) Malaisie (5,8 %),
- 7) Turquie (5,0 %)
- 8) Pays-Bas (3,0 %)
- 9) France (2,8 %)

Les 6 premiers ont 2/3 des PDM.

Les principaux clients de l'Angola pour des produits agricoles et agroalimentaires en 2017 sont :

- 1) Côte d'Ivoire (39,2 % des exportations angolaises : principalement sardines et maquereaux congelés),
- 2) Espagne (16,9 %),
- 3) Ghana (15,1 %),
- 4) Chili (8,2 %),
- 5) Portugal (7,8 %),
- 6) Corée du Sud (3,1 %),
- 7) Taïwan (2,9 %),
- 8) Chine (2,3 %).

Les 6 premiers représentent 90 %.

Les principaux produits exportés vers les 3 principaux clients de l'Angola en valeur en 2017 sont les **produits de la mer** (SH 03).

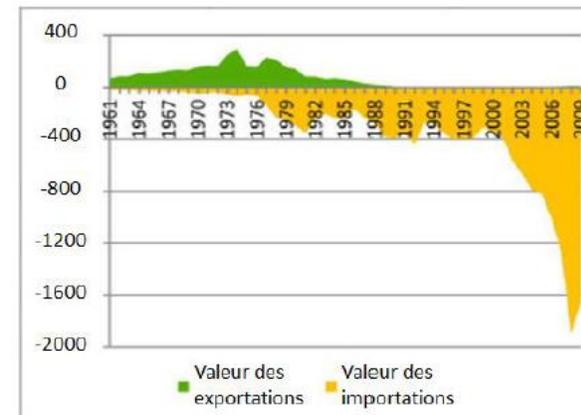
■ Exportations

- Les exportations agroalimentaires de l'Angola sont en augmentation quasi constante sur la période 2012-2017, à l'exception d'une légère baisse en valeur en 2016 par rapport à 2015.
- Les principaux produits exportés sont les produits de la mer à 40 % en valeur en 2017, les huiles et graisses végétales et animales (33 %), et l'alimentation animale (13 %).

■ Importations

- L'Angola importe 80 % des denrées alimentaires consommées sur son territoire. C'est un enjeu fort pour le pays. Le gouvernement compte améliorer cette situation en s'appuyant sur des investissements étrangers pour développer une offre locale (cf. [pp.34-35](#)).
- Après une période de hausse, les importations agroalimentaires de l'Angola ont fortement baissé en valeur en 2015, avant de repartir fortement à la hausse en 2017 par rapport à 2016.

Evolution de la balance commerciale agricole de l'Angola jusqu'en 2009



Source: FAOSTAT

⇒ Avec un creusement du déficit commercial de 24 % en 2017 en valeur, cette tendance se poursuit d'année en année.

Avec la France :

Nous sommes le **20^{ème}** client de l'Angola et représentons 0,02% de ses exportations.

À l'inverse, nous sommes son **9^{ème}** fournisseur avec 2,8 % des PDM agroalimentaires en valeur.

⇒ **Le bilan est en notre faveur.**

Exportations françaises vers l'Angola en 2017* 64,2 Mio EUR +19,8 % par rapport à 2016	
Importations françaises depuis l'Angola en 2017 17 000 EUR +142,9 %	Balance commerciale 64,2 Mio EUR Amélioration de 19,7%

Evolution des exportations agroalimentaires françaises vers l'Angola en valeur*



- Du point de vue des douanes françaises, l'Angola n'est que notre **69^{ème}** client à l'export agroalimentaire, avec **64,2 Mio EUR en 2017**, en hausse de **+19,8 %** par rapport à 2016.
- Les principaux produits exportés de la France vers l'Angola sont les produits de la minoterie (code SH 11) avec 49,5 % des parts de marché en valeur, les céréales (PDM 29,8 %) et les boissons (PDM 7,1 %).

III – L'accès au marché



Le marché informel domine très largement les achats en Angola.

Il est souvent plus apprécié par les fabricants que le marché formel, car les paiements sont immédiats (« au cul du camion »).

En revanche il implique pour les consommateurs des règles d'hygiène pas toujours respectées et une traçabilité peu évidente.

C'est également un moyen pour les plus importants producteurs d'écouler la marchandise abîmée ou à la qualité insuffisante pour la distribution formelle.

Les clefs de réussite sont d'être accompagné et conseillé dans sa prospection : trouver les bons contacts, les bons partenaires et la bonne information n'est pas évident dans un pays où tous les profils entrepreneuriaux, des charlatans aux visionnaires, s'épanouissent.

Le marché informel est bien supérieur au marché formel : on l'estime à environ

65-70 % des transactions, contre **30 %** pour le formel*.

- ➔ Il s'adresse à minimum **80 %** de la population angolaise*
- ➔ Particulièrement population des provinces, ou à plus faible pouvoir d'achat
- ➔ Avec la recherche d'économie qui touche de plus en plus chaque segment de la population, même les plus riches se fournissent dans les circuits informels, tirant les prix à la hausse d'après les témoignages de consommateurs locaux.

- C'est un réseau peu structuré, composé de petites échoppes bricolées, de vendeurs de rue et de marchés improvisés sur le bord des routes. L'approvisionnement est local, ou se fait auprès de grossistes et / ou de marchés de quartier.
- Un enjeu en Angola est de faire le lien entre les gros faiseurs et ce marché informel qui reste prédominant. Les fabricants en sont pour la plupart conscients et proposent des achats « au cul du stockage », payés en liquide et sans facture, à destination du marché informel. Pour eux, c'est le circuit qui s'avère être souvent le meilleur payeur, en revanche il ne permet pas de maîtriser le prix et les conditions de vente de ses produits.
- Les stratégies des opérateurs varient pour répondre à la prédominance de l'informel en Angola ; par exemple :

Atlanfina (boissons alcoolisées) a un point de vente dédié aux camions de vendeurs informels sur sa zone de stockage, et se rend régulièrement sur le terrain pour suivre les évolutions des ventes auprès de ses clients informels.

Fazenda Girassol propose au kilomètre 30 des produits de moindre qualité, dans son propre point de vente mais démarqué. Pour les produits de qualité correcte, elle dessert elle-même le marché luandais grâce à un système de livraison à domicile (vraie innovation en Angola).

Une usine de poissons surgelés à Benguela a décidé de ne fournir que le circuit informel en raison des problèmes de paiement avec le formel. Les revendeurs viennent directement remplir leurs glacières, contre paiement immédiat en liquide.

Newaco met en place ses propres magasins de proximité pour vendre à bas prix des produits frais / surgelés (cf. [p.52](#)) : les enseignes **Fresmart** choisissent pour l'implantation des endroits où se trouvent des vendeurs de rue pour capitaliser sur les habitudes des consommateurs.

Kilomètre 30

le plus gros marché informel du pays (appelé ainsi car il se situe au kilomètre 30 de la route de Viana, en banlieue de Luanda, sur laquelle se trouvent nombre d'implantations industrielles et commerciales).

Kilomètre 30*

C'est le rendez-vous des Luandais « qui veulent faire des économies » (témoignage consommateur), c'est-à-dire tous, y compris les 5 % de la classe moyenne-haute. C'est là que les gros faiseurs écoulent leurs stocks inadaptés au marché formel (soucis de qualité, fraîcheur, calibrage, déchets, etc.). On y trouve tous les types de produits frais. Le samedi, le succès est tel qu'il faut s'y rendre avant 6h du matin pour trouver ce que l'on cherche. La vente se passe de façon traditionnelle. Par ex. pour la viande : l'acheteur choisit l'animal vivant ; le vendeur le tient par les pattes avant pour le soupeser et fixer un prix. Un bovin vaut environ 170 000 AOA (≈ 430 EUR), par exemple ; un caprin de 10 à 20 000 AOA (≈ 25-50 EUR). L'abattage et la découpe se font en arrière-cour, sous les yeux de l'acheteur s'il le souhaite. Toutes les pièces consommables en alimentation (sauf peau, sabots, cornes...) sont fournies. Un membre de la classe moyenne congèle les pièces dans son congélateur-coffre et les consomme sur plusieurs mois. Cela revient 4 à 5 fois moins cher que s'il achetait sa viande à l'unité.



- La distribution formelle concerne une minorité de la population angolaise (maximum 20 %, qui ne se fournissent pas intégralement dans les réseaux formels), et seulement dans les grandes villes, l'essentiel étant concentré à Luanda.
- En dépit de son retard, le formel gagne des parts de marché grâce à un accès aux devises facilité et des méthodes de gestion que n'ont pas les vendeurs informels : centrales d'achats à l'euro, entrepôts de stockage, flottes de distribution...
- De manière générale, la grande distribution se structure autour d'enseignes généralistes qui commercialisent des produits de marques étrangères ou développent leurs propres marques distributeur.

SHOPRITE

Le leader actuel du marché est d'origine sud-africaine et les marques d'Afrique du sud sont particulièrement présentes dans ses rayonnages. Il commercialise également les produits Lactalis et Cerebos fabriqués en Afrique du sud. Ses pratiques commerciales sont notoirement très agressives*. Sa position clef sur le marché en fait néanmoins un partenaire dont il est difficile de se passer.

Nom des enseignes	Structure du capital	Nombre de points de vente	Commentaires (voir aussi p.50)
SHOPRITE	Afrique du sud, Angola	24 Shoprite ou Medirite	Les enseignes Shoprite sont quasi systématiquement associées aux fastfoods de la chaîne : Debonairs Pizza et Hungry Lion.
CANDANDO	Angola	4 hyper	Créneau premium ; CONTIDIS se positionne sur la mise en valeur des productions nationales.
MAXI BOM PREÇO	Portugal (TEIXEIRA DUARTE), Angola	15 cash & carry 1 supermarché de proximité	TEIXEIRA DUARTE est omniprésent en Angola depuis 1921 : construction, automobile, ciment, restauration (PASTELERIA NILO, RESTAURANTE PINTOS), hôtellerie (TROPICO, ALVALADE et BAIA)...
KERO NOSSO SUPER	Angola (ZAHARA en consortium avec BANCO PRIVADO ATLANTICO)	7 hyper à Luanda + 8 dans les autres provinces. 31 supermarchés de proximité	Zahara : groupe créé en 2010 dédié à la distribution moderne. En 2015, il a repris la gestion de Nosso Super au groupe brésilien Odebrecht (produits basiques alimentaires pour la population dans tout le pays ; système de petits cash & carry).
INTERMARKET	Liban	4 supermarchés	Propriété d'une société italienne anciennement installée à Luanda (métier BTP, transport maritime). Les importations passent par une société du groupe, MATEBA Angola , dont le siège est en Italie.
JUMBO	Portugal (AUCHAN), Angola	1 hyper	Pionnier de l'hypermarché en Angola en 1973. En difficulté actuellement : sur le point de fermer ses portes d'après plusieurs sources terrain.
CASA DOS FRESCOS	Angola	5 supermarchés	Fondé en 1999. Etablissements premium d'en moyenne 600 m ² .
MEGA BEM ME QUER	Angola, Portugal	1 cash & carry 90 supérettes de proximité	Mega Palanca : 4 600 m ² de vente ; dont cafeteria, restaurant, banque associée... Mega et Bem Me Quer appartiennent à Nuvi group , qui détient également REFRIANGO (boissons).
DIMACITY	Angola, Liban, France	1 supermarché	Surface 400 m ² à Luanda ; positionnement premium . Produits Amora, Ducros, Maille, Président, Elle & Vire, Candia...
ALIMENTA ANGOLA	Brésil (TENDA ATACADO), Angola	3 cash & carry	Projet de développement d'une dizaine d'établissements supplémentaires pour la vente en gros.
ANGOMART	Inde (SANZI)	10 supermarchés	Appartient à Noble group , qui dépend du groupe SANZI. Projet d'une nouvelle chaîne d'hypermarchés MABOR quadruplant la superficie moyenne actuelle d'un AngoMart.
FRESMART	Inde (SANZI)	2 magasins	Groupe Newaco (SANZI) . Produits frais et surgelés pour classes populaires. Ventes vrac et détail (= prix vrac + 6 %). Petites surfaces de vente localisées sur les points de vente traditionnels, afin de les remplacer. Ambition : 20 magasins d'ici 2020.

Distribution formelle : illustrations sur le terrain

Candando (groupe Contidis) à Luanda



Shoprite (chaîne sud-africaine) à Luanda



Mega (cash & carry de Nuvi group, qui possède également les industries de boissons Refringo), Luanda



Yaourts (Candando)



Boulangerie à l'intérieur du magasin



Chaînes de fastfood associées aux points de vente Shoprite : Debonairs Pizza (comparable à Domino 's en France) et Hungry Lion (comparable à KFC).

- Contidis a lancé en 2015 les supermarchés **Candando** sur un créneau **haut-de-gamme**.
- Le capital est 100 % angolais. Il implique notamment les fonds d'Isabel Dos Santos, fille de l'ancien Président Dos Santos et dirigeante de nombreuses sociétés (« la femme la plus riche d'Afrique »), dont la Sonangol jusqu'à l'élection de l'actuel Président d'Angola en 2017.
- **Candando parie sur la production nationale**. Les points de vente mettent en avant une signalétique particulière pour les produits « *feito em Angola* ». Ce sont pour la plupart des produits bruts : fruits et légumes ; au plus poissons et viandes.
- Le groupe organise également des dégustations de produits transformés à partir de produits locaux (ex : compotes de fraises angolaises).
- Il produit **ses propres produits de BVP** au sein des points de vente ; entre autres une gamme de gâteaux, pâtisseries et desserts à base de produits locaux (fruits...).



Présentation

- **4 magasins** dans l'agglomération luandaïse.
- Les supermarchés Candando proposent **240** types de produits nationaux.
- Sur le créneau des fruits et légumes angolais, 10 % sont fournis par la seule fazenda Girassol.



Chiffres

- Selon les dirigeants de Contidis (⚠) :
 - ¼ des produits sont importés ;
 - ¼ achetés en Angola,
 - ½ production propre**→ 75 % locaux.**
- Pour les principaux produits importés :
 - Bœuf du Botswana, de Zambie, d'Afrique du sud, ou d'Amérique du sud (Uruguay, Paraguay) ; parfois Pologne et Irlande. La viande bovine nationale représenterait 30 % de leur offre (fournis par Valagro et Angobife).
 - Porcs du Portugal, Espagne, et parfois Brésil. En 2018 ils commencent à commercialiser de la viande porcine d'Angola provenant des abattoirs de Waku Kungo (Valagro) et Quibala (fazenda Santo Antonio).
 - Poulet : 90 % angolais. Le reste vient du Brésil, de Turquie, des Etats-Unis...
 - Poissons : à 40 % produits en Angola. Le reste vient de Norvège (saumon et morue), du Portugal...
 - Fruits : à 60 % Angola ; le reste Portugal et Afrique du sud.
 - **Vins** : principalement du **Portugal**, d'**Afrique du sud**, dans une moindre mesure du **Chili** et de **France**.



Organisation des achats

- L'ambition affichée à terme est de soutenir une production locale permettant d'approvisionner les points de vente Candando en produits nationaux.
- Pour cela, Contidis souhaite fournir soutien technique, formation et semences à ses producteurs (projet « Dispec ») au moyen de **kits par culture** et de **kits d'assistance technique**.
- Le groupe souhaite également **valoriser les produits bruts** (transformation) et développer des filières à l'export.
- Sur le bœuf, il souhaite **améliorer la génétique des cheptels** qui les fournissent. Notre interlocuteur mentionnait la race Angus. **Des alternatives génétiques françaises (par exemple Charolaises) pourraient être proposées.**



Projets

RESTAURATION

- La restauration indépendante est traditionnelle, dans un **style culinaire portugais** :
 - ▼ Apéritif de rillettes de thon, pain baguette et olives ;
 - ▼ Plat du jour, par exemple poisson grillé sur des légumes vapeur (pommes de terre, poireaux, carottes...), accompagné d'huile d'olive ;
 - ▼ Pâtisseries portugaises : riz au lait à la cannelle, *pasteis de nata* (pâte feuilletée et flan), *bolo de bolacha* (gâteau de biscuits)...
 - ▼ Café style expresso, de marque **Delta**, servi avec un bâton de cannelle.
- La restauration rapide en chaîne compte encore peu d'enseignes :
 - ▼ **KFC**, qui dépend de KFC Portugal et fait partie des intérêts d'Isabel Dos Santos (des rumeurs font état d'un blocage de l'arrivée de MacDonald's en Angola pour cette raison)
 - ▼ **Hungry Lion** et **Debonairs Pizza** sont les marques de Shoprite
 - ▼ **FunFood** est une idée du groupe Newaco, encore à l'état de projet.

HÔTELLERIE

- Quoique riche de points d'intérêt, **le tourisme n'est pas un marché porteur** en Angola, en dépit des intentions du gouvernement pour développer la filière. La clientèle hôtelière reste donc très majoritairement *business* et principalement internationale.
- **Luanda concentre** les opérateurs clefs du marché hôtelier haut-de-gamme en Angola :
 - ▼ Epic Sana (groupe portugais), le seul hôtel 5*.
 - ▼ Tropico, hôtel 4* sur la même avenue luandaïse que l'Epic Sana.
 - ▼ Intercontinental (groupe britannique) : l'hôtel est terminé depuis 2 ans, équipements inclus, mais n'a encore jamais ouvert ses portes. Il paraît peu probable qu'il le fasse prochainement.
 - ▼ Sofitel (Accor, français) : chantier est en pause depuis 2 ans (70 % du bâtiment construit).
 - ▼ Ibis Styles IU (Accor) : de nombreux hôtels ont été construits dans tout le pays, en partenariat avec une entreprise de construction chinoise. Ils suivent tous le même modèle (3 tours crépies de couleur rose). Si certains ont ouvert, tous ont pratiquement cessé leur activité, laissant les bâtiments inutilisés ou presque. Officiellement, la marque Ibis s'est provisoirement désengagée du pays et le groupe Accor pourrait revenir ; mais il ne donne pour le moment aucun signe confirmant cette intention.
- **D'autres établissements indépendants se trouvent dans les principales villes du pays.** Beaucoup ont été construits pour accueillir la Coupe Africaine des Nations en 2010, mais ne semblent pas rentables.



Repas dans un restaurant portugais de Luanda.



La marque portugaise de café Delta est omniprésente

O café de Paris, café portugais à Luanda, apprécié des expatriés, se donnant un « style français ».

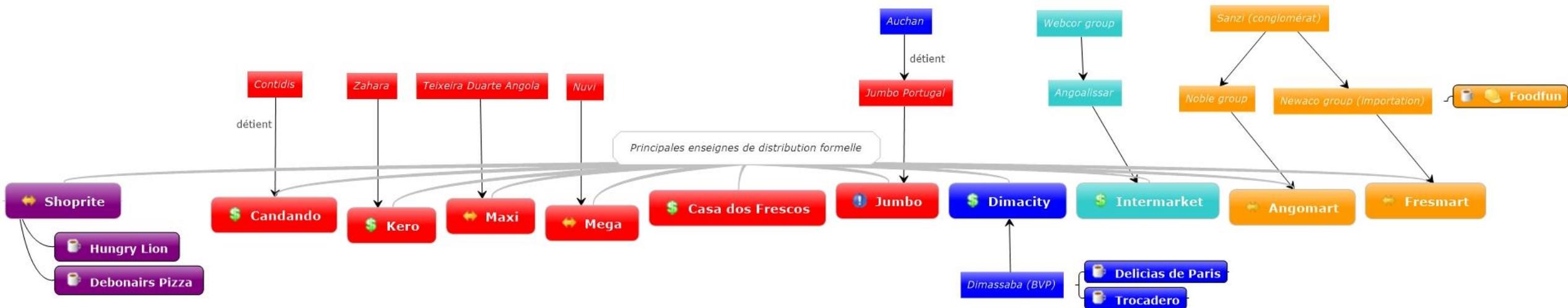


Fabrication de pâtes au restaurant italien de l'Epic Sana.



Le premier Ibis Styles lors de son ouverture en 2016 à Talatona.
© Chrystèle Morard (vivreenangola.com)

Synthèse des propos précédents
Mapping non-exhaustif



Légende :

- ← possède
- restaurant
- cible premium
- cible populaire
- en difficulté sur le marché

Origine principale des dirigeants (quoique les capitaux soient le plus souvent angolais) :

- Angoalissar est une filiale du groupe WEBCOR, entreprise agroalimentaire créée en 1978 en République Démocratique du Congo.

- WEBCOR a son siège en Suisse et est présent en Europe, Moyen Orient, Amérique Latine, Asie du sud-est et Afrique.

- **L'Angola est son marché le plus important.** Angoalissar, fondé en 1992 avec un partenaire local, est devenu l'une des plus importantes sociétés de distribution de produits alimentaires du pays.

- Elle est **leader sur le marché informel**, et sert également la distribution moderne, les circuits HORECA, les institutions, les grossistes...

- Angoalissar est l'entreprise derrière **Grandes Moagens**, le très efficient moulin à farine de blé du port de Luanda.

- **2 250** employés.

- Plus de **110** points de vente, sur 12 provinces.

- **80** entrepôts.

- **1^{er} importateur de produits de base : farine, sucre, huile, etc.**

- Angoalissar importe via 5 ports différents en Angola.

- Le blé utilisé par Grandes Moagens est essentiellement français ; fourni par Louis Dreyfus.

- Elle a la **représentation exclusive** de grandes marques internationales telles que :

- ✓ Danone,
- ✓ Bela Vida,
- ✓ Peninsular,
- ✓ Kellogg's,
- ✓ So Klin,
- ✓ La Vache qui Rit,
- ✓ Gallo,
- ✓ Blue Band,
- ✓ Lux,
- ✓ Johnson & Johnson,
- ✓ No 1,
- ✓ Risqué,
- ✓ Kingstar,
- ✓ Evian...

- Traditionnellement importateur de farine de blé, Angoalissar travaille sur un **projet de moulin** dans le port de Lobito, afin de produire et distribuer sa propre farine.

- Sur le baby food, Angoalissar importe la marque Aptamil, sur un créneau plutôt haut-de-gamme, mais les ventes ont ralenti suite à la crise. Sa distribution se fait à 60 % en supermarchés et 40 % en pharmacies. Selon Angoalissar, **le baby food est un segment porteur.**

Présentation



Chiffres



Organisation des achats



Projets



- Newaco a été créé en 1998 en RDC par trois associés d'origine indienne. Sa stratégie est d'atteindre la population majoritaire (couches sociales basses).
- Newaco distribue de nombreux produits à bas prix, de qualité toute relative : **alcools** en sachets plastique produits par Unique Beverages SA (groupe Sanzi) issus de mélanges à base d'éthanol importé (Pakistan, Inde, Afrique du sud), viande de buffle indienne, **saucisses** de Strasbourg de porc et de poulet (marque Sani Dia)...
- Il se concentre sur les **circuits informels**.
- Le groupe développe en ce moment sa marque de supermarchés : Fresmart. Le but est d'offrir des points de vente pour le frais et le surgelé à destination des clients habituels des réseaux informels. La vente s'y fait en gros et au détail (prix détail = prix gros + 5 à 7 % environ).



Newaco est présent sur tout le territoire angolais



Présentation

- **3** supermarchés **Fresmart** en activité à Luanda.
- Objectif : en ouvrir **20** d'ici 2020.
- Autres projets d'ouverture :
 - réseau de **70** points de vente alimentaires au détail (dont 40 à Luanda) sous la marque **Talho Aqui, Nossa Casa** et **Mercado**
 - 3 points de vente informels à Cabinda.
- Chaque mois :
 - **900 à 2 000 conteneurs importés** + l'équivalent de 350 containers achetés à des fournisseurs locaux.
- Newaco finalise la construction d'un entrepôt frigorifique au km 27 de la route de Viana. **Capacité 450 containers**; ce sera le plus grand d'Angola.
- Entre 34 et 44 AOA : le prix de vente d'un sachet de « whisky » pour un revendeur informel (source Newaco).
- 100 AOA : le prix de vente d'un sachet de cette boisson dans la rue (= **marge >100 %** pour le revendeur).



Chiffres

- **Centrales d'achats au Portugal, au Royaume-Uni, à Dubaï et en Chine.**
- Newaco distribue dans l'ensemble du territoire angolais. Il a **sa propre flotte**.
- Les équipements frigorifiques et machines viennent essentiellement des Etats-Unis (Johnson & Johnson) et d'Allemagne. **La disponibilité des pièces de rechange est le principal critère de choix** d'un fournisseur d'équipements.
- Le groupe commercialise, entre autres :
 - du poulet (notamment poulets congelés **Doux** et du Brésil),
 - du bœuf, du buffle d'Inde,
 - des poissons (morues de marques Riberalves et Norge...),
 - du porc (du Brésil),
 - du riz (Thaïlande),
 - des légumes, des fruits,
 - des produits de **Noble group** (autre groupe d'origine indienne appartenant également au groupe **Sanzi** : marques produits laitiers Bom Dia, huiles et riz Familia Feliz, huile Boa Appetite, spaghettis Classic Mulher produits en Turquie, riz Senhorita du Brésil, etc.)...



Organisation des achats

- Newaco affirme parier sur la production locale, notamment pour la **viande porcine**, les **produits de la mer** et le **vin**.
- **Projet horticole** Agroko : production de maïs, fruits exotiques (bananes notamment), tubercules et légumes.
- **Projet avicole** Agroko aviario : production d'œufs et de poulet congelé.
- **Projet aquacole** Marwaco : recherche de partenaires (Solmar était envisagé).
- **Projet de fastfoods** FoodFun, attachés aux futurs points de vente Fresmart. Cible : les familles le week-end (menus à 1 500 AOA ; burgers, poulets frits, frites etc. allant de 1 000 à 2 000 AOA l'unité). Lancement prévu en mars 2019.
- À destination du marché formel : développement en cours d'une gamme de **RTDs (ready to drink)** alcoolisés déclinés en 7 saveurs, vendus en bouteilles de verre et d'une gamme de **gins** de qualité. Mise sur le marché prévue en décembre 2018.



Projets

La durée de dédouanement est de 48h quand la documentation douanière est complète et conforme.

D'après les témoignages des opérateurs, la procédure est plutôt simple et rapide quand on en connaît les arcanes. Mis à part des inspections parfois opportunistes, et l'enregistrement de produits inconnus qui peut être ardu (par exemple pour ce qui est des agrochimiques), les procédures ne semblent pas être un facteur bloquant en Angola.

Il est à noter que depuis juillet 2018, les droits de douane ont été ramenés à 0 pour tous les produits du régime de base angolais (huiles, pâtes alimentaires, farines...), ce qui favorise leur importation aux dépens de la fabrication locale.

Cette disposition pourrait changer très prochainement. Les droits de douane restent toutefois avantageux sur une large majorité des produits.

Inscription des importateurs :

- Les importations en Angola ne peuvent être réalisées que par des **importateurs préalablement inscrits** et enregistrés auprès du ministère du Commerce, et / ou des Délégations régionales du commerce.
- Cette exigence est prévue dans un décret présidentiel accessible [ici](#).

Licence d'importation :

- L'importateur doit être titulaire d'une **licence d'importation**, renouvelable chaque année.
- Vous trouverez [ici](#) les informations concernant cette licence, notamment les documents nécessaires.

Droits de douane et taxes :

- **Droits de douane** : l'Angola applique le tarif extérieur commun de la COMESA (Marché Commun de l'Afrique Orientale et Australe) : cf. [ici](#).
- À l'été 2018, un nouveau code douanier est entré en vigueur, supprimant de façon surprenante les droits de douanes sur les produits alimentaires de la *cesta basica*, ce qui conduit beaucoup d'opérateurs angolais à déplorer un nouvel atout donné à l'offre internationale face à l'offre nationale déjà peu compétitive. D'après plusieurs témoignages, le gouvernement devrait revenir sur cette mesure ; cependant rien n'a encore été fait en ce sens.
- Il est à noter que l'instauration d'une **TVA est annoncée pour 2019**.

Mise en conformité des produits :

- Tous les produits agro-alimentaires importés doivent obéir aux normes du *Codex Alimentarius* ainsi qu'aux normes émises par l'**Institut angolais de normalisation et de la qualité (IANORQ)**. Attention, les normes émises par cet Institut sont d'accès payant. **Le service Réglementation Internationale de Business France peut acquérir ces normes pour le compte des sociétés.**
- **Étiquetage** : les informations doivent être rédigées en portugais. Les mentions à faire apparaître sur l'étiquette sont les suivantes : nom du produit, ingrédients, date de fabrication, date de péremption, date d'expiration, poids du produit, volume d'alcool (si concerné), conditions de conservation et de stockage, numéro de lot, nom et adresse du producteur ou distributeur.



N.B. : Business France dispose d'un **service Réglementation Internationale** pour vous accompagner et vous informer sur les normes qui s'appliquent à vos produits, pour chaque pays ou zone que vous ciblez à l'export.

Contact : Rachel CHAUCHE, rachel.chaouche@businessfrance.fr

VERBATIMS :

« **Côté dédouanement et importation, ça se passe bien. Il y a 4 ans c'était compliqué, le moindre problème était très difficile à résoudre. Aujourd'hui les autorités semblent faire un réel effort pour faciliter [les choses]. Avant nous avons des containers bloqués pendant 3-4 semaines, parfois sans raison. Aujourd'hui nous retirons un container en 1 semaine. En revanche, [lorsque nous avons accès à de la devise étrangère via la Banque nationale] nous ne pouvons pas toujours l'utiliser sur les produits que nous voulons. Nous devons dire à chaque fois ce que nous comptons acheter : alimentaire de base, ou superflu... ? Et parfois [le gouvernement] nous impose d'acheter du lait, ou telle denrée en particulier.** »

Zahara, GD haut-de-gamme

« **Il y a des lobbies en Angola. Il faudrait réhausser les droits de douane sur les produits de base, ceux que consomment les Angolais, pour encourager la production locale.**

Agrozootech, importateur-distributeur machinisme agricole

« **Au niveau du dédouanement, les seuls petits soucis que nous ayons eus étaient lorsque les relations étaient plus tendues entre le Portugal et l'Angola. Parfois nous retirons les containers en 1 jour.** »

Cinco Sentidos, importateur boissons alcoolisées

Les opérateurs angolais font face à d'importantes difficultés d'accès aux devises étrangères pour payer leurs fournisseurs.

Au niveau macro, l'Etat angolais lui-même n'a plus suffisamment d'entrées de devises pour honorer ses dépenses extérieures dans les délais. C'est la conséquence directe de la baisse des prix du pétrole. Cela entraîne une accumulation des arriérés. La situation semble toutefois s'améliorer ces derniers mois.

La banque centrale angolaise (BNA) est l'administration idoine. Elle attribue chaque semaine une enveloppe aux banques commerciales et décide des règlements auxquels elle peut être allouée. Cela laisse une marge de manœuvre faible aux banques pour leurs autres opérations.

Au final, les difficultés de paiement concernent tous les opérateurs en Angola, selon différents degrés de gravité en fonction de leurs relations avec les autorités officielles. Beaucoup s'arrangent dès lors avec une centrale d'achat à l'étranger, le plus souvent au Portugal.

Problème :

- Les **soucis de financement** sont pléthore en Angola, quel que soit le type d'opérateur. L'accès aux devises étrangères est extrêmement compliqué, que ce soit pour **éviter la fuite des capitaux** hors du pays, ou parce que les banques commerciales appliquent une politique de **grande prudence vis-à-vis du kwanza**.
- Les seuls qui semblent s'en sortir sont les très gros et/ou ceux qui ont un **lien fort avec les pouvoirs publics** (actionnaire membre du gouvernement, services rendus...). L'importation de **denrées prioritaires** (produits de la *cesta basica*, intrants agricoles ou santé, par exemple) peut également servir d'argument pour réclamer un accès privilégié aux devises étrangères.
- La **garantie souveraine** est le sésame pour accéder aux financements bancaires, mais elle n'est pas accordée facilement. Faute de cela, les capacités de paiement à l'étranger sont très limitées. Les banques françaises **BNP Paribas, Société Générale et Crédit Agricole** disposent par exemple de lignes de crédit pour l'Angola, mais elles ne sont pas utilisées.

Conséquence :

- Les délais de transfert à l'étranger peuvent aller de **6 mois à plus d'un an**. C'est très aléatoire et compliqué à anticiper.
- **De nombreux projets se trouvent bloqués** car leurs porteurs ne pas réussissent pas à importer les intrants dont ils ont besoin pour finaliser la mise en route.
- Les projets terminés peuvent aussi périliter faute de capacité de paiement à l'étranger, car s'ils **dépendent de l'importation d'intrants** (nous n'avons pas vu d'entreprise dont ce ne soit pas le cas !) ils peuvent ne plus y avoir accès du jour au lendemain.

Solutions :

- De nombreux opérateurs fonctionnent *via* des **centrales d'achats à l'étranger** (pour la plupart au Portugal).
- Être en mesure d'**apporter une solution de financement** est un atout de taille. Cela peut passer par :
 - ▼ L'acceptation de **paiements en kwanzas**, qui arrange tellement les opérateurs locaux qu'ils acceptent de payer un produit plus cher s'il est libellé dans cette monnaie (sans même prendre en compte le surcoût de la marge de l'importateur le cas échéant, et les coûts de change)
 - ▼ L'octroi de facilités de paiement dans le cas d'un prix en devise étrangère : délais allongés, modalité adaptées...
 - ▼ Les lettres de crédit sont aussi une solution plébiscitée.
- D'après les témoignages, les entreprises françaises manqueraient de souplesse par rapport à leurs concurrents internationaux.

1 EUR = 410 AOA

taux marché noir en août 2018 (430 en juillet ; taux officiel **330 AOA**)

Quand le kwanza perd de la valeur, cela entraîne directement une hausse du prix des produits, car ils sont soit importés, soit fabriqués localement au moyen d'intrants importés.

VERBATIM :

« **Nous avons un projet de ligne de lait concentré réalisé avec un fournisseur français, pour un montant d'1,2 Mio EUR. Mais les banques n'acceptaient pas de transfert de plus de 25 000 EUR ; nous nous préparions à devoir réaliser 48 virements. Heureusement nous avons finalement réussi à débloquer la situation.** »

Mafcom (cf. [p.114](#)), transformateur d'origine indienne

VERBATIM :

« **Nous fonctionnons à travers de lettres de crédit à l'étranger, à 90-120 jours : nous demandons à la banque de mobiliser disons 100 000 EUR pour un paiement de container de yaourts. Dès que la banque en a envoyé la preuve, le fournisseur envoie la marchandise sans attendre le paiement préalable.** »

Casa dos Frescos, importateur-distributeur moyen/haut de gamme

VERBATIM :

« **La BDA [banque de développement angolaise] n'a rien financé depuis 15 ans.** »

CCEF à Luanda

La culture portugaise domine.

Disposer d'un bon appui local est fondamental pour réussir : en dépit du fait que les « gros faiseurs » soient vite connus, l'Angola est un marché complexe à aborder, dont il est important de comprendre les subtilités et les liens entre les acteurs.

Le nombre d'opérateurs est relativement limité. Tout le monde se connaît et travaille plus ou moins ensemble, ce qui biaise parfois la concurrence. Dans ce microcosme, les rumeurs circulent rapidement et toute information entendue nécessite *a minima* d'être recoupée avant de pouvoir être prise au sérieux.

Les enquêtes de *compliance* sont faciles à mener, à partir du moment où l'on passe du temps dans le pays et prend le temps d'interroger tout le monde. Elles sont par ailleurs nécessaires en raison des risques de retards de paiements, escroqueries, corruption, changements réglementaires, etc.

Pour ces raisons, le réseau local est fondamental et doit être entretenu.



LANGUE

- Le Portugais est quasi indispensable. Quoiqu'il soit un peu parlé, l'usage de l'Anglais n'est pas confortable pour la plupart des interlocuteurs dans la sphère agroalimentaire.
- Ponctuellement, on rencontre de bons francophones, souvent des Portugais ayant appris le français à l'école.



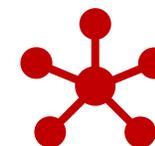
RENDEZ-VOUS

- Il est important d'être bien habillé dans le milieu des affaires ; l'apparence est importante en Angola, toutes classes sociales confondues.
- La ponctualité est plutôt respectée, avec quelques exceptions. Attention à la circulation à Luanda, qui peut faire perdre du temps.



RELIGION

- Le christianisme est pratiqué par 90 % de la population, en majorité catholique.
- Les « églises nouvelles » (la plupart venues du Brésil) se développent.



COMPLIANCE

- Tout le monde connaît tout le monde, et travaille plus ou moins ensemble. Les ramifications des sphères économiques sont très entrecroisées.
- Pour se renseigner sur un potentiel partenaire, client ou autre, ce n'est pas très compliqué, il faut néanmoins être introduit aux bonnes personnes et ne pas prendre pour argent comptant tout ce qu'on entend. Les rumeurs circulent vite. Les escrocs sont le plus souvent bien connus.

PRATIQUES COMMERCIALES



- L'étiquetage en portugais est obligatoire. Il est également préférable d'avoir des outils de communication en portugais ; à défaut en anglais.
- Les sites Internet et les numéros de téléphone sont loin d'être toujours fiables, ce qui ne facilite pas une première approche. Il est préférable d'être introduit physiquement au bon interlocuteur. Le réseau est une notion importante, et connaître quelqu'un qui peut vous appuyer constitue toujours un avantage.
- Les Angolais privilégient les échanges téléphoniques sur leurs mobiles.
- En cas d'implantation, il vaut mieux être accompagné par des spécialistes pour accélérer les procédures administratives et bénéficier des avantages proposés aux investisseurs. En revanche, il faut s'attendre à un manque de personnel qualifié, aggravé par la politique de discrimination positive de « local content » imposée et les procédures d'obtention des visas de travail très contraignantes.

IV – Situation et perspective secteur par secteur



Les productions végétales		Page 62
Les productions animales		Page 77
Infrastructures, alimentation et santé animales		Page 87
Les équipements industriels		Page 93
Les ingrédients et PAI		Page 97
Les produits transformés et gourmets		Page 106
Les boissons		Page 117

N.B.: Les secteurs retenus ont tous été identifiés comme plutôt porteurs. Le orange sert avant tout à nuancer leur potentiel. Ces conclusions sont une photographie des perceptions du marché en 2017, telles qu'elles nous ont été exposées lors de multiples échanges, sur le terrain et en France, et mises en parallèle avec les faits et chiffres disponibles. Il s'agit avant tout d'une matière à discussion.

Légende
Secteur à fort potentiel, marché important et demande en croissance.
Avancer avec prudence et appuyer son offre des efforts de communication et de distribution nécessaires.

Pour chaque secteur, nous synthétisons les opportunités d'affaires dans un graphique tel que celui ci-contre. 5 critères sont traités, avec pour chacun une note sur 5. 0 est le plus mauvais cas de figure ; 5 est le meilleur.

Ce que regroupent les critères :

- **Facilité d'accès au marché** : existence de barrières à l'entrée (sanitaires, taxes...), nécessité d'un réseau de distribution très performant...

0 : accès impossible | 5 : accès très facile

- **Agressivité de la concurrence** : nombre et situation des concurrents existants, place pour l'offre française, agressivité sur le marché.

0 : oligopole très agressif | 5 : pas de concurrence

- **Taille du marché** : importance du marché en valeur et/ou volume et perspectives de croissance, limitation aux grandes villes ou couvrant tout le territoire, limitation à certaines catégories de clients ou demande générale...

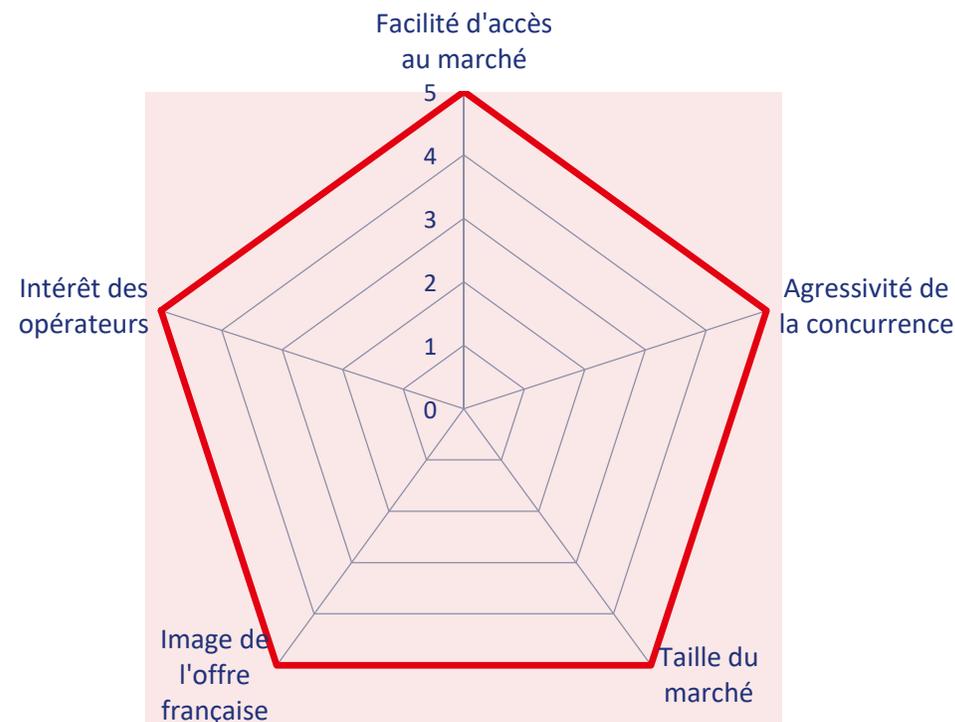
0 : marché très restreint | 5 : besoin général dans le pays et au-delà

- **Image de l'offre française** : degré de connaissance de l'offre française, présence d'entreprises françaises sur le marché, bonne image de nos produits...

0 : offre française inconnue | 5 : offre française reconnue et appréciée

- **Intérêt des opérateurs** : importance des besoins et de la demande, considération apportée à l'offre française en particulier, marché plus ou moins bien pourvu...

0 : pas d'intérêt | 5 : très fortes attentes sur l'offre française



Lorsqu'un graphique est éclaté ainsi, cela signifie que toutes les conditions sont réunies de façon idéale pour accueillir l'offre française sur le marché (chaque critère a obtenu la note de 5/5).

L'agriculture angolaise se caractérise par la proximité de très peu de grandes *fazendas* à côté de très nombreuses petites exploitations vivrières.

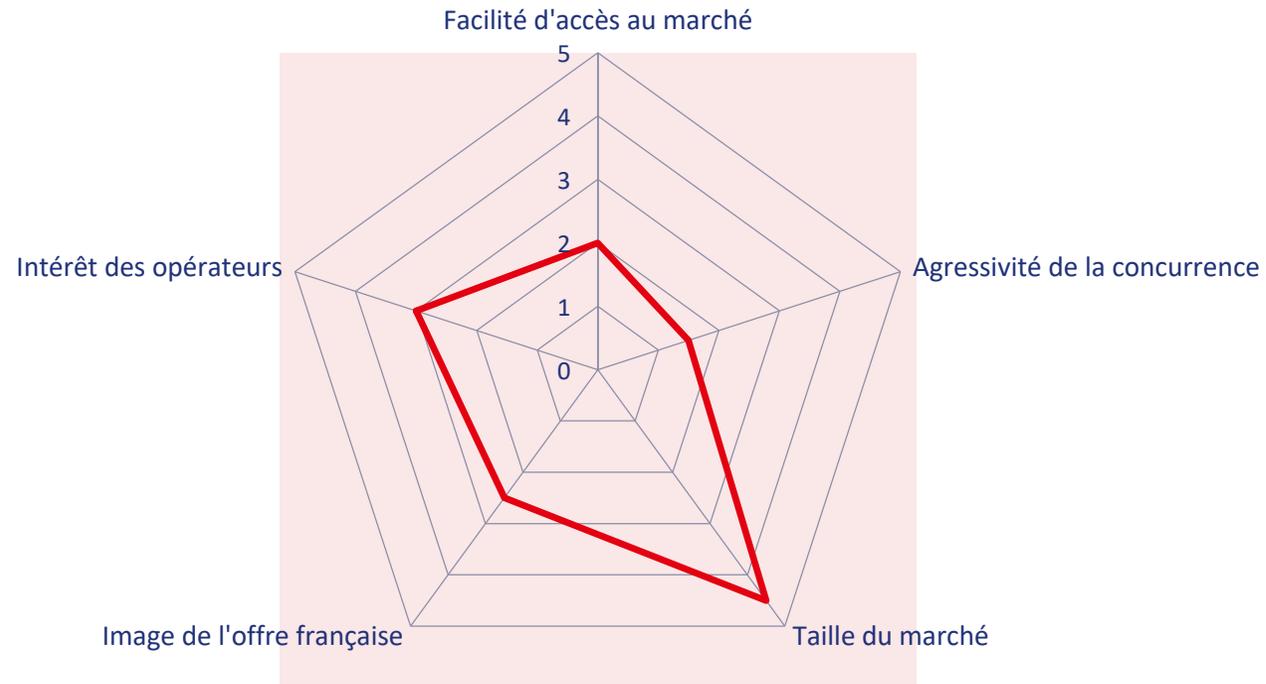
Par le passé, l'Angola a été un important producteur de café, maïs et blé. Après plusieurs années de déperdition, ces productions sont en cours de réhabilitation (en phase de test de variétés, pour la plupart).

Il est fondamental de proposer un matériel rustique et un important stock de pièces de rechange.

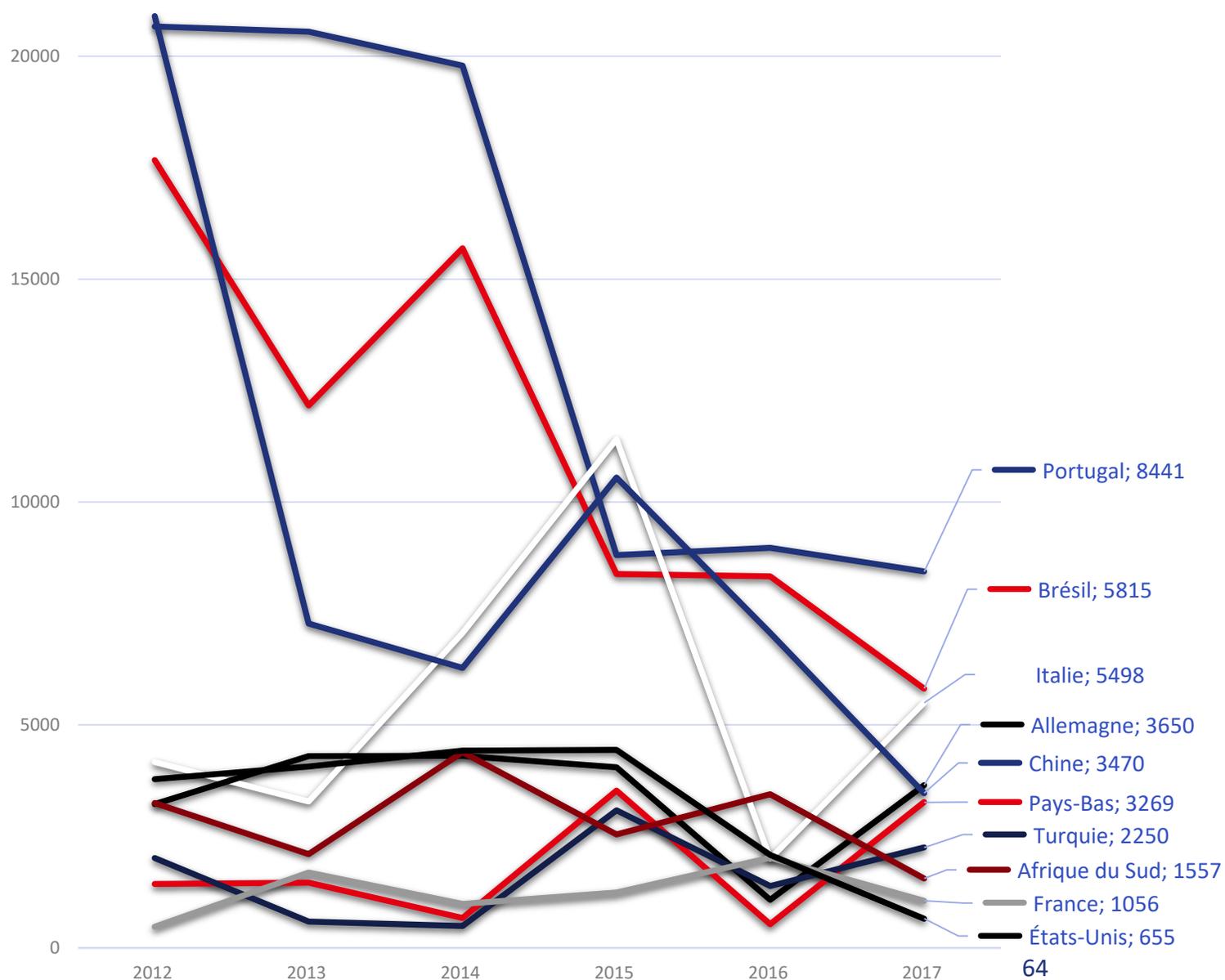
La présence et la veille de terrain sont indispensables pour détecter la mise en place de projets – ils sont sinon octroyés avant même que l'offre française ait pu se positionner.

Vigilance sur la concurrence (principalement européenne), ainsi que les pratiques agricoles, à contre-courant de ce qui se fait actuellement en Europe (légalisation possible des OGM, du glyphosate...).

Belles opportunités sur les intrants en agriculture conventionnelle (semences, fertilisants, produits phytosanitaires...), ainsi que sur de vastes chantiers pour le machinisme, l'irrigation, les serres, etc.



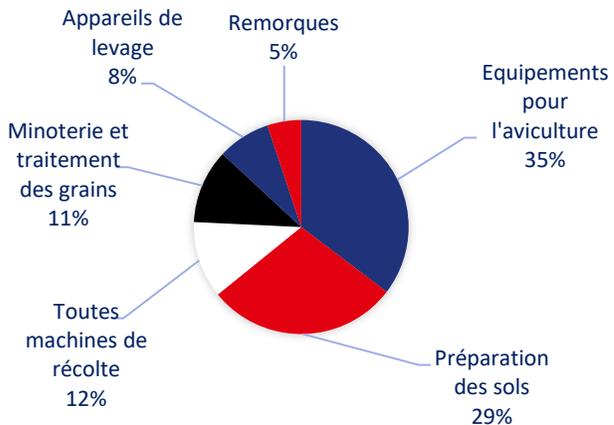
Evolution des 10 principaux fournisseurs de machinisme agricole en Angola (milliers EUR)



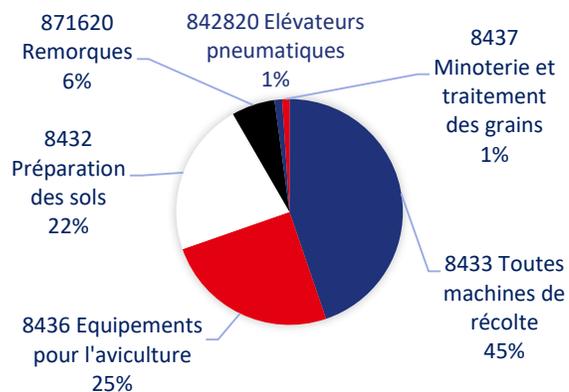
⚠ Dans les statistiques suivantes, nous mêlons des machines pour les cultures avec des machines servant aux élevages.

- **Le Portugal domine** le marché en valeur, devant le **Brésil** suivi de l'Italie, de l'Allemagne et de la Chine en 2017 (cf. [p. suivante](#) pour le type de machines concernées).
- Les premiers pays fournisseurs suivent une tendance à la baisse ces 5 dernières années, à l'exception relative de l'Italie. De manière générale, les importations de machinisme agricole en Angola sont bien moins importantes en 2017 qu'en 2012.
- **Pour la France**, l'Angola est le 79^{ème} client à l'export de machines agricoles en 2017, alors que nous sommes son 9^{ème} fournisseur en valeur.
- Nous avons envoyé **1,2 Mio EUR de machinisme agricole** en 2017, avec une tendance plutôt à la hausse de nos exportations sur les 5 dernières années (bien que **-48 %** en 2017 par rapport à 2016).
- Les produits les plus importés par l'Angola en valeur en 2017 sont les **machines de récolte** (code SH 8433), les **équipements pour l'aviculture** (8436), les **machines de préparation des sols** (8432) et les **appareils de minoterie / tri / nettoyage des céréales et légumes secs**.

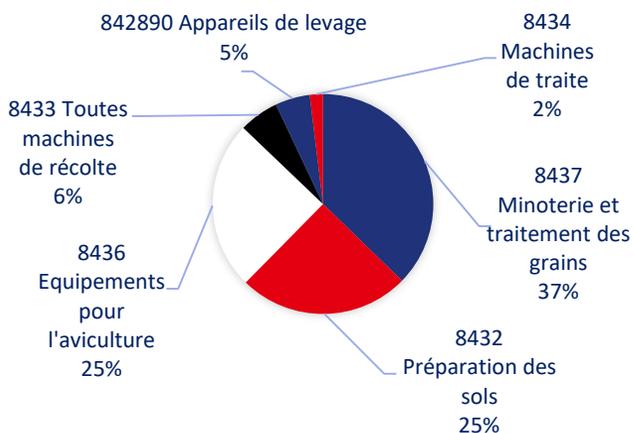
Imports machines portugaises
(total valeur 2017 : **8,4 Mio EUR**)



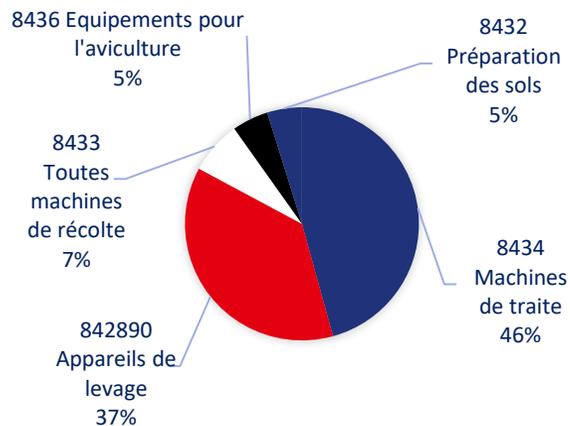
Imports machines brésiliennes
(total valeur 2017 : **5,8 Mio EUR**)



Imports machines italiennes
(total valeur 2017 : **5,5 Mio EUR**)

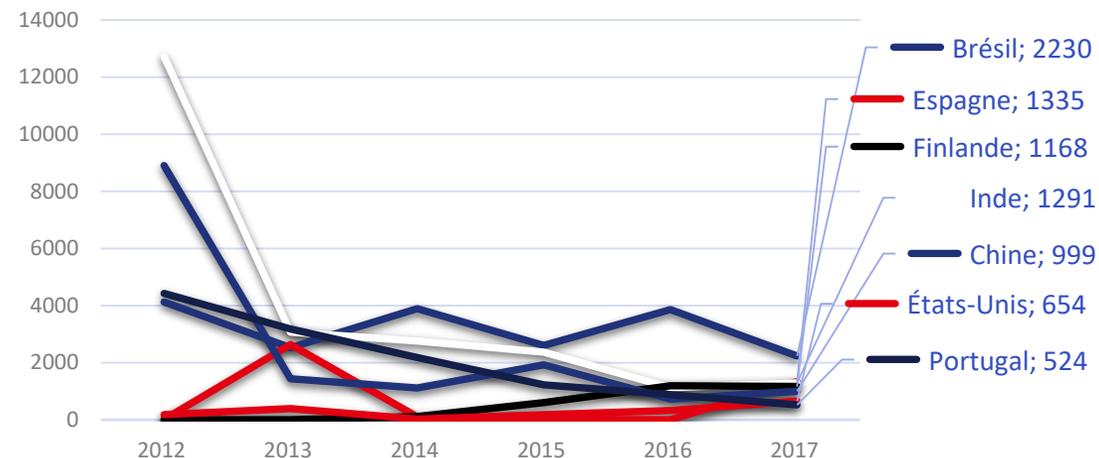


Imports machines allemandes
(total valeur 2017 : **3,7 Mio EUR**)



- Pour les **tracteurs** en particulier (non inclus dans les statistiques par pays fournisseur ci-contre), les importations angolaises ont connu une diminution réelle depuis 2012 en valeur. Un importateur nous a confié que le ministère de l'agriculture angolais aurait prévu d'importer **600 à 700 tracteurs** d'ici début 2019 – *! information non recoupée.*
- L'Angola est notre **84^{ème} client** pour les exportations de tracteurs en valeur en 2017 ; nous sommes son **9^{ème} fournisseur** pour un total de 152 000 EUR (**1,7 Mio** en 2016). D'après les douanes françaises, il s'agit en 2017 de **2 tracteurs** de plus de 130 Kw.

Evolution des importations de tracteurs agricoles en provenance des principaux fournisseurs de l'Angola (milliers d'euros)



VERBATIM :

« 200 tracteurs ont été importés en Angola de 2016 à 2017, sur année glissante en octobre. Depuis, disons d'août 2017 à août 2018, il n'y a eu que 68 tracteurs importés au total dans le pays. Au final ça ne représente rien, alors que tout le monde dit que l'agriculture est l'avenir. J'en conclus qu'il n'y a pas une grosse demande de tracteurs. »

Trevotech, importateur d'équipements

•Leader du machinisme agricole.

- Revendeur officiel entre autres de Valtra, ainsi que de Challenger. Représentant de Ferrari (tracteurs petit format pour les aéroports notamment)...
- Sa ligne commerciale est centrée sur la performance du SAV. Sur le marché angolais, la société vise la reconnaissance pour la qualité de son appui technique.
- Du point de vue d'Agrozootech, les relations concurrentielles sont bonnes. Agrozootech vend ponctuellement des pièces à d'autres distributeurs. Il considère ses compétiteurs comme des collègues.
- D'après le Dr. António Barros, Directeur d'Agrozootech, ces bonnes relations sont également dues au fait qu'ils feraient tous partie de l'AAPA (*Associação Agropecuária de Angola*), qui réunit les sociétés du monde agricole (distributeurs de matériel mais aussi producteurs) et fonctionnerait de mieux en mieux ( information non recoupée).

•1 point de vente à Luanda.

- **43 employés**
- dont **12** expatriés (ingénieurs et techniciens portugais) ;
- et **7** commerciaux qui sillonnent le pays.
- **1^{er} client : Novagrolider**
- **2^{ème} client : Fazenda Santo Antonio**
- **3 Mio USD** : la valeur de son stock de pièces de rechange.
- Également : très important stock de **pneus** pour chaque machine.

•Exemples de sourcing : Turquie (matériels d'élevage) ; Brésil (3 fournisseurs d'intrants pour l'horticulture, le café et le manioc).

- Agrozootech résout ses problèmes d'accès à la devise grâce à de très bonnes relations avec des personnalités bien placées qui lui procurent un véritable avantage concurrentiel (par exemple l'agence John Deere a eu de nombreux soucis faute d'accès au financement, quant Agrozootech pouvait toujours importer, de son côté).
- D'un autre côté, Agrozootech négocie un paiement sous 6 mois avec ses fournisseurs, ou s'arrange avec des lettres de crédit. Aucun paiement n'a lieu sous moins de 90 jours.
- En revanche, les clients d'Agrozootech doivent payer dès réception de la marchandise. La plupart paie en liquide et se passe de banques. Les kwanzas peuvent dans ce cas provenir d'autres activités (« tout le monde veut investir dans l'agriculture » – directeur).
- **La marge avoisine 30 % selon Agrozootech ; elle peut être supérieure d'après les remontées terrain.**

•Besoins en matériels spécifiquement adaptés à la **culture des bananes**.

- Agrozootech se dit intéressé par des entreprises françaises qui font des pièces solides pour les machines agricoles à bon prix (« Les Brésiliens sont de mauvaise qualité, les Allemands sont trop chers » – témoignage directeur).
- Tentative en cours de mettre en place une **coopérative** pour rassembler les petits cultivateurs : Agrozootech ferait travailler 15 personnes sur ce sujet. L'objectif est de les inciter à investir à plusieurs dans du matériel leur permettant d'améliorer leur production.

Présentation

(illustrations en [annexe 2](#))



Chiffres



Organisation des achats



Projets



Les méthodes d'irrigation varient selon les types d'exploitation :

- **Gravitaire** dans les petites exploitations familiales (bassins et raies)
- **Goutte-à-goutte** pour l'horticulture et la fruiticulture
- **Pivots** (rampes) pour les grandes cultures : maïs, canne à sucre, soja...
- **Canons** également pour les grandes cultures

} celles que nous avons le plus souvent vues sur le terrain

- En Angola, de manière générale et à l'**exception des grandes fazendas** qui réalisent les investissements nécessaires, les canaux d'irrigation sont **détériorés**, les bassins d'abreuvement du bétail sont **hors d'usage**, les **coûts** du forage, pompage, matériel et essence rendent l'irrigation **hors d'atteinte** de la grande majorité des agriculteurs.
- La SOPIR (*Sociedade de Desenvolvimento dos Perímetros Irrigados*) a pour fonction de gérer, réhabiliter et moderniser les 6 principaux périmètres irrigués du pays (Matala, Caxito, Ganjelas, Luena, Missombo et Waku Kungo). Toutefois le **Plan Directeur National de l'Irrigation** (PLANIRRIGA) a dressé un constat d'échec en 2016. Le journal RedeAngola a souligné dans un article que **les salaires des employés de la SOPIR n'étaient pas versés** (août 2016).

Nota Bene : L'indépendance conditionne la viabilité de tout projet

- Les grosses exploitations agricoles font tout au maximum, elles-mêmes. Elles élaborent des systèmes impressionnants : exemples de Fazenda Girassol qui fabrique des machines permettant de laver et emballer les légumes récoltés directement dans le champ, ou d'une exploitation qui a acheté une remorque à Agrozootech pour l'adapter aux besoins spécifiques de la récolte de bananes.
- **Pour vendre du matériel agricole, la compétitivité sur l'ingénierie n'est pas le plus important. Il faut en revanche être ultra-performant sur la solidité du matériel et la disponibilité des pièces de rechange.**
- Les *fazendas* rencontrées ont pour la plupart compris qu'un projet viable doit dès le départ se penser en toute indépendance, sans compter sur un « coup de pouce » des institutions.
- L'indépendance doit aussi se retrouver dans la gestion des unités de production, par exemple :
 - chaque opérateur en Angola a plusieurs générateurs d'électricité à partir de pétrole pour faire face aux coupures ;
 - chaque usine a de grands stockages de pièces de rechange en plusieurs exemplaires pour chacune de ses machines.
- Pour pérenniser un projet, il faut s'assurer soi-même que les conditions seront réunies (cf. encadré ci-contre).

Pour monter un projet en Angola, il faut s'assurer de plusieurs points fondamentaux :

- 1) la disponibilité des **infrastructures** de base (eau, route, électricité). De nombreux projets sont à l'arrêt faute d'une ou de ces 3 nécessités (cf. [p.31](#)). Il est important de ne pas prendre des promesses gouvernementales pour argent comptant pour ce qui est de la fourniture de ces éléments : **l'indépendance d'interventions extérieures, notamment des pouvoirs publics, est un critère de réussite majeur.**
- 2) trouver du **personnel qualifié** et être en mesure de **le loger** de façon attrayante. Pour des collaborateurs expatriés, il peut être très difficile d'offrir des conditions de vie satisfaisantes.
- 3) une production **compétitive** est le dernier enjeu de viabilité d'un projet sur le long-terme, mais **c'est le point le plus difficile à rendre indépendant** de facteurs extérieurs.

Les intrants chimiques manquent ou sont mal utilisés

VERBATIM :

« Nous n'arrivons pas à mettre des produits très spécifiques sur le marché. Les besoins sont là, mais nous ne pouvons proposer que des engrais très basiques importés du Maroc et de Chine (12-24-12 ou 2-24-2). Les produits spécifiques sont compliqués à importer : le temps de les trouver, de les dédouaner etc. la campagne est achevée, et personne ne veut plus acheter. »

Fertiangola, 1^{er} importateur de produits agrochimiques

■ Principaux nuisibles (notamment dans les exploitations familiales) :



- ▶ les **champignons** des cultures
- ▶ pour le maïs : les **chenilles légionnaires** (*lagarta militar* en portugais ; nom scientifique *Spodoptera frugiperda*)
- ▶ les **cochenilles** pour les feuilles des manguiers.



Quelques photos prises chez FertiAngol

2 projets de développement de l'industrie en local :

- 1) FertiAngola a pour projet de monter une usine de mélange pour élaborer ses propres engrais, près de son siège à Lobito. Le projet (entre 3 et 5 Mio EUR) a été monté par la maison-mère portugaise à partir d'équipements espagnols. Le phosphate ne viendra pas d'un éventuel développement des mines angolaises, en dépit des ressources du pays, mais sera importé du Maroc. L'urée (azote), le DAP et le chlorure de potassium seront également importés (du Maroc, de Chine et d'Ukraine) : l'usine se limitera à doser et mettre en sac.
- 2) En 2017, le groupe danois **Haldor Topsoe** aurait annoncé un investissement de 2 Mrd USD dans une unité de production d'engrais dans la province de Zaire (nord du pays)**. Si elle tient les délais annoncés, l'usine devrait être mise en service en 2020 et produire 2 Mio t d'engrais, nous n'avons cependant pas eu d'information sur son avancée pendant notre enquête terrain, et ce type d'information est à prendre avec précaution.



- **L'Angola est dépendant de l'apport de semences étrangères.** Or le pays subit encore occasionnellement des pénuries (la dernière en 2017)*.
- Le marché, quoiqu'**en pleine expansion**, est peu développé en raison d'un retard dans les pratiques agricoles. On constate sur le terrain que quelle que soit la taille de l'exploitation, la reproduction se fait souvent sur place, de façon « artisanale ». Le fait qu'il n'y ait pas d'équivalent local de l'INRA français** implique que chaque producteur a sa propre cellule de recherche. Cela représente un coût important et de nécessaires phases de test, impliquant plusieurs dizaines de variétés en même temps dans les très grandes *fazendas*.
- Dans les exploitations familiales qui ne maîtrisent pas les techniques, le reproduction finit par produire des **semences dégénérées**.
- Le potentiel de marché réside à la fois dans la **commercialisation** de semences, mais également le **développement d'une production nationale** : les sélections pourraient très bien se faire localement.
- Sur ce marché également, les opérateurs nous rapportent des achats de semences *via* le Ministère de l'agriculture angolais (exemple ci-dessous).



Besoins :

- ⇒ Semences maraîchères pour tous les types d'exploitations.
- ⇒ Pour la petite agriculture familiale : maïs, soja, arachide...
- ⇒ Pour les grandes *fazendas* : nous avons constaté des tests sur les semences de maïs, café, agrumes...
- ⇒ Potentiel accru pour des semences permettant une durée de production plus courte, qui permet de diminuer d'autant le risque de maladies (très important).

VERBATIM :

« En 2016 nous avons acheté une grande quantité de semences *via* le Ministère de l'agriculture. Ces achats ont donc été exonérés de droits de douane. Ce type de pratique d'achat est fréquent, et casse le marché des importateurs. En fait, si nous ne passons pas par les importateurs du Ministère de l'agriculture et ne vendons pas au prix indiqué par le Ministère de l'agriculture (prix qui n'est pas moins élevé que celui pratiqué par les *traders* privés habituels, en dépit des subventions et de la différence de coût à l'importation), alors le Ministère de l'agriculture ne nous débloque aucun prêt de la Banque nationale. »

Globalway, importateur-distributeur d'intrants agricoles



Fazenda Girassol, exploitation de la province de Zaire (©Business France 2018)

L'horticulture en Angola

- La production horticole nationale n'a ni la qualité, ni la quantité, ni le prix adapté au marché formel. La distribution moderne importe une partie de l'offre de fruits et légumes, du Portugal ou d'Afrique du sud le plus souvent.
- Les deux leaders de l'offre locale sont les seuls à pouvoir fournir assidûment une qualité suffisante : Fazenda Girassol est le plus qualitatif, suivi de Novagrolider (marque Da Horta). Ils sont en croissance et forment des prospects intéressants pour l'offre française de semences.

- **Immense fazenda horticole** au Zaïre.
- La société cultive elle-même plus de 50 produits et importe les autres. Tous sont commercialisés sous la **marque Fazenda Girassol**.
- Les **machines sont réalisées en interne** (au minimum le domaine les conçoit et les fait construire, ou les fabrique lui-même). Fazenda Girassol a par ex. conçu des machines qui lavent et emballent les produits directement dans les champs.
- Pour faire face aux maladies des cultures : contrôle clinique ; rotation des sols ; **cycles de maturation** aussi courts que possible (critère important dans le choix des semences).
- Répartition des ventes :
 - **formel = 70 %** (principaux clients dans l'ordre : Kero, Maxi, Shoprite)
 - **e-commerce = 20 %**. Système novateur de **livraison à domicile** après commande sur le site internet ; pour le marché luandais. 24 camions dédiés.
 - **informel = 10 %**. Espace de vente au **Kilomètre 30** (marché de gros de Luanda) où les stocks qui ne sont pas absorbés par le marché formel sont écoulés en démarqué.

- **150 ha** cultivables, tous irrigués.
- Sur **3 fermes** :
 - 10 ha dans la ferme originelle (Kikuxi)
 - 40 ajoutés en 2013
 - 100 ajoutés en 2017 au Zaïre. Leur exploitation (devenue la principale) dispose d'un total de **1 000 ha**.
- Employés :
 - 30 expatriés
 - **800** locaux. Salaire d'un travailleur angolais sans formation dans les champs de Fazenda Girassol : 7 000 AOA (20 EUR) par semaine + logement, couvert et transport chaque week-end.
- Dans la *fazenda* principale :
 - **4 grandes serres** pépinières. 3 serres de plus prévues d'ici 2019.
 - **3 ha** dédiés aux expérimentations variétales.
- Marge : jamais inférieure à **30-40 %**.

- Certains produits sont achetés à des producteurs locaux (ex : mangues, avocats, fraises).
- D'autres viennent d'Afrique du sud (1 container toutes les 3 semaines).
- Fazenda Girassol a importé des pommes de France, à une seule reprise (bonne opportunité avec une ferme du sud de la France). Le domaine pourrait **être intéressé par d'autres offres françaises sur les fruits**.
- Certains engrais sont achetés chez **Fertiangol**. Ils ne sont pas particulièrement compétitifs par rapport au marché international (que ce soit en prix ou qualité).
- La société utilise aussi des engrais français, qualitatifs et compétitifs d'après ce qui nous a été confié.
- Refus des lettres de crédit ou paiements différés : le paiement se fait au cul du camion. Les meilleurs clients peuvent éventuellement avoir une petite facilité de paiement sur 7-10 jours.

- À terme Fazenda Girassol souhaite irriguer et cultiver les 1 000 ha de l'exploitation au Zaïre (sauf zones vallonnées ou peuplées) : **950 ha prévus pour fin 2019**.
- Irrigation en aspersion ou goutte-à-goutte. Bassin d'eau tous les 10 ha.
- **17,5 Mio USD** seront consacrés à :
 - agrandissement de la **base vie**
 - **infrastructures** logistiques et de distribution
 - achat de **machines spécialisées** pour les cultures horticoles
 - **intrants**, etc.
- Pour ce qui est de la valeur ajoutée, le domaine souhaite développer une gamme de **salades prêtes à consommer**, et pensent à développer des **soupes, compotes et conserves**.



- Les prévisions de moyennes annuelles de production d'après le Plan de Développement National 2018-2022 (PDN)¹ :



Céréales : **4 Mio t**



Fruits : **7 Mio t**



Légumineuses et oléagineux :
1 Mio t

Le maïs

Production **x3** depuis la fin de la guerre.

≈ **1,5 Mio t / an**

Croissance des volumes environ **+12 % / an**.

3^{ème} production végétale d'Angola.

2 campagnes par an.

Principalement du **maïs blanc** destiné à la **consommation humaine**.

55 % des besoins nationaux restent **importés**.

- Cultivé majoritairement par les petites exploitations du centre du pays. **Les rendements sont faibles** et le restent, quoiqu'ils s'améliorent en moyenne : de 0,71 t / ha en 2002 à plus de 1 t / ha, notamment grâce à une meilleure qualité des semences utilisées et une montée en puissance des *fazendas*. Les exploitations familiales restent cependant sur les résultats de 2002².
- La principale transformation de la production locale concerne la **farine de maïs** (*fuba*), une des bases de l'alimentation angolaise (cf. [p.38](#)). Les moulins ont été privatisés à la fin des années 1990. 6 entreprises se partagent le marché.
- Le plus grand producteur de maïs en Angola est **Fazenda Santo Antonio** : environ **20 000 à 22 000 t en 2018**, sur **1 800 ha** dont 1 500 irrigués (42 rampes pivot ; rendement 9 t / ha). La production sert en interne pour les élevages porcin et bovin, et une partie est revendue sur le marché intérieur comme *feed*.
- Castel a pour sa part lancé le projet de la **Fazenda Socamia**, sur 5 000 ha exploitables, dont **2 000 déjà défrichés** et 100 qui ont été cultivés pour la première fois en 2018 afin de tester différentes variétés. 200 t de maïs sont issus de cette première production, que Castel souhaite vendre sur le marché angolais au prix de 20 Mio AOA (environ 50 000 EUR, soit **250 EUR la tonne**). En septembre 2018, ce maïs ne parvenait pas à trouver preneur. Le prix de vente est supérieur au cours mondial, en raison des coûts des intrants importés.

⇒ De manière générale, le maïs angolais souffre d'un manque de compétitivité qui tient du fossé avec l'offre mondiale.

VERBATIM :

« **Le maïs se vend 180 USD la tonne sur le marché mondial ; pour que ce soit viable pour moi, il faudrait le vendre à 320 USD / t.** »

Fazenda Santo Antonio, plus grand producteur de maïs d'Angola

VERBATIM :

« **Tout le monde fonce sur le maïs. C'est fou, car le maïs n'est pas compétitif sauf si on le transforme soi-même... Mais pas en *fuba* ; la *fuba* est un produit qui a trop peu de valeur ajoutée pour beaucoup de pertes.** »

Trevotech, importateur d'équipements

Le riz

Consommation interne : **400 000 t** / an.

Production 2016 : **25 000 t**.

→ Dépendance aux importations.

→ Le gouvernement souhaite relancer la production dans les régions traditionnelles : **Lundas, Moxico, Malanje** et **Bié**.

- Un projet rizicole d'envergure est actuellement mené dans la province de Bié, à Camacupa : **Fazenda Camicundo Agropecuária**, qui produit du riz paddy sur 1 800 ha¹ (12 000 t en 2017), à destination du marché intérieur en priorité ; à l'export ensuite.
- Le transport est réalisé au moyen du chemin de fer de Benguela.

La banane

Production 2015 : **3,6 Mio t²**
(480 000 t à la fin de la guerre).

+11 % croissance annuelle moyenne 2012-2017.

2^{ème} production végétale du pays.

Autosuffisance atteinte.

- Les plantations commerciales (bananes dessert et plantain) sont plutôt situées dans les régions irriguées du centre-ouest.
- La croissance de la production est soutenue par les hausses
 - ▼ de la productivité (grâce notamment au développement de l'irrigation)
 - ▼ et des surfaces cultivées.
- Le gouvernement souhaite développer cette filière, aujourd'hui la plus performante du pays à l'export.
- **Novagrolider** (cf. p.74), leader agricole du pays, souhaite fonder une *fazenda* dédiée dans un futur proche.

Le café

Production annuelle 2018 : **8 500 t⁵**.

20 fois moins que dans les années 1970 (**200 000 t / an** en 1973)

→ **Potential fort, identifié dès la période coloniale.**

L'Angola était alors le **3^{ème}** producteur mondial de café :

⇒ 218 000 t exportées en 1974 (242 000 t en 1972)

⇒ 229 t en 2011.

- Pendant la guerre, les plants ont souffert d'un manque d'entretien, voire ont été arrachés : de 500 000 ha en 1974, l'Angola n'en avait plus que **41 000** en 2013⁴.
- **De nombreux opérateurs privés investissent** actuellement. Ils font le pari de relancer cette production, particulièrement **performante à l'export** (forte demande mondiale), mais complexe à maîtriser.
- Cette culture est pressentie pour être le nouvel or noir angolais et compenser les aléas du prix du baril sur les marchés internationaux.
- Le pionnier de ce renouveau est **Angonabeiro**, entreprise du groupe Nabeiro, dont une des marques est l'omniprésent Delta Cafés. Angonabeiro produit localement les cafés de la marque Ginga.
- **Novagrolider** commence à cultiver du café Arabica sur un objectif de 20 ha dans sa *fazenda* de Quibala. Le projet est géré par un technicien brésilien.



© Ginga

- Fondé en 2005, Novagrolider est la partie agricole du groupe Grupolider (actif dans les transports, construction, mécanique...), dont il est rapidement devenu l'entreprise principale.

- Plus grand producteur horticole et fruticole d'Angola.

- Marque horticole : Da Horta.

- Modèle intégré.

- Production de :

- Bananes
- Pommes de terre
- Oignons
- Carottes
- Tomates
- Légumes (choux, brocolis...)
- Fruits (papayes, fruits de la passion, mangues, agrumes, fraises...)

- Usine de fromages frais et secs à base de lait de vache (à Quibala).

- Centrale de distribution sur la route Luanda-Malanje.

- **3 fermes.**

Projet d'une 4^{ème} de 2 000 ha dédiés à la culture de banane.

- > 3 000 employés.

- **Croissance** >60 % en 2016 ; +5 % 2017.

- **1^{er}** exportateur de bananes (150 t / semaine ; objectif 200 à l'automne 2018).

- Production banane : plus de **70 000 t / an**. Environ 10 000 t / an exportées.

- Flotte de **150 camions** dont **70** pour la distribution.

- **5 magasins** BtoC. ; Objectif d'atteindre **15** magasins à Luanda, avant d'en installer dans le reste du pays.

- Fazenda de Quibala :

- 8 000 ha
- dont **1 000 cultivés**
- 4 barrages
- **22 rampes pivot**
- **35 ha de serres (Campoeste)**
- plus de **2 000 bovins**
- augmentation de 1 000 / an
- (croissance naturelle du cheptel).

- Intrants achetés *via* la centrale d'achat au Portugal.

- Provenances : Portugal, Espagne, Chine, Lettonie (nitrate-calcium, sulfate-magnésium, nitrate-magnésium...).

- Fertilisants et pesticides achetés à **Fertiangola**.

- Le groupe effectue lui-même les études pour l'irrigation et produit les infrastructures à partir de pièces importées du Portugal : dispersion, goutte-à-goutte...

- Très peu de fournisseurs français. Novagrolider achetait par le passé des semences de pommes de terre françaises.

- Besoins en équipements, matériels et infrastructures.

- Énorme projet d'agrandissement de la partie **serres** sur la fazenda de Gabela (12 x 1,5 ha de serres). Le groupe étudie sérieusement une offre de **Hispatex** (Calice, Espagne) pour le fournir.

- Fort développement de l'activité d'**élevages bovin, ovin et caprin** : besoins en **solutions vétérinaires, en génétique, en infrastructures, en savoir-faire** et solutions de gestion du cheptel...

- Projet en cours d'une **nouvelle fazenda** au Kwanza sul :

- 1) Pour l'élevage caprin
- 2) Pour horticulture fruitière et légumière.

- Projet de développement de l'élevage laitier à Quibala (cf. [p.82](#)) : objectif d'atteindre un cheptel de **2 000 vaches** (importation prévue de génétique, race Hollandaise) produisant 30 000 L / jour.

Présentation

(illustrations en [annexe 4](#))



Chiffres



Organisation des achats



Projets





- Les cultures suivantes sont déjà bien présentes en Angola. **Leur fort potentiel réside dans la possibilité d'exploiter la production qui en est déjà faite pour ajouter de la valeur par une transformation**, ne serait-ce que minimale. À terme, cela pourrait créer un cercle économique vertueux pour le développement de l'agriculture angolaise.
- Les capacités de transformation sont toutefois quasi-inexistantes aujourd'hui. Les techniques de conservation elles-mêmes sont encore peu ancrées. Le réflexe culturel reste à une consommation ou une revente rapide des produits bruts.

Le manioc

- Omniprésent dans le pays, le manioc est la culture vivrière par excellence.
- C'est l'un des fondamentaux de l'alimentation populaire angolaise : on le consomme grillé, cuit à l'eau, cuit au feu de bois, en bouillie...
- Les chiffres de production fiable n'existent pas. Le manioc est cultivé dans les toutes petites exploitations, par les familles.

Préparation de manioc et banane plantain © Sascha Grabow

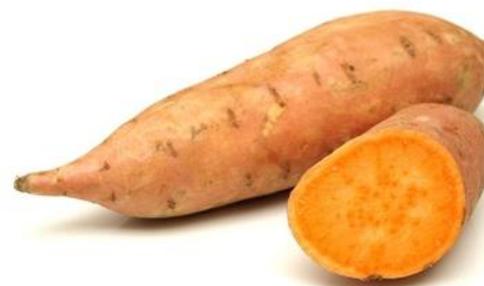


La mangue

- Les manguiers poussent soit naturellement, soit sont plantés par les familles en complément d'autres cultures.
- L'arbre en lui-même apporte des avantages* :
 - ▼ bois adapté à la fabrication de charbon
 - ▼ jeunes feuilles : aliment riche pour les bovins (contiennent près de 10 % de protéines et taux de calcium élevé)
 - ▼ écorce et feuilles : colorant naturel pour les vêtements.
- Transformation possible en jus, mangue séchée, achard de mangue, confiture...
- La mangue a l'inconvénient d'être difficilement transportable une fois mûre.

La patate douce

- Riche en vitamines A, B, C, et en potassium.
- Transformation possible en farine, en chips ou en cossettes ; voire en alcool (mais ce n'est pas courant en Angola).
- Les feuilles non consommées peuvent servir d'alimentation animale.



© blog Vivre en Angola.com

Le haricot et le gimboa

- Importants dans l'alimentation angolaise.
- Apport de protéines.
- Transformation possible : conserves.



© Fazenda Girassol

FORCES

- Très fort potentiel agricole du pays (2^{ème} pays agricole d'Afrique avant la guerre).
- Attrait pour l'offre européenne, dont la qualité est reconnue.
- Potentiel de 35 Mio ha de surfaces arables, seulement 5 Mio ha actuellement cultivés.
- Offre locale d'intrants et machinisme inexistante : dépendance du pays aux importations.

FAIBLESSES

- Manque crucial de :
 - moyens matériels,
 - formation et recherche,
 - accès au crédit,
 - accès à l'information
 - organisation paysanne,
 - intégration des filières de production,
 - stockage et transport,
 - capacités de commercialisation.
- Offre française méconnue ; manque de présence sur le terrain.
- Nécessité d'être sur place pour l'appui technique ; importance de la disponibilité des pièces de rechange.

OPPORTUNITES

- Importants investissements en cours.
- Volonté gouvernementale d'inciter au développement agricole.
- Pari croissant des opérateurs locaux sur la production nationale.
- Fort développement des grandes cultures et de l'horticulture : **besoins en équipements, serres, machinisme, semences, savoir-faire, produits phytopharmaceutiques, substrats, engrais, outils pour l'irrigation.**

MENACES

- Coûts de production locale excessivement élevés.
- Nombreux projets avortés.
- Problèmes de paiement (accès à la devise étrangère).
- Droits à l'importation très peu élevés sur de nombreuses productions agricoles, qui ne permet pas à l'offre locale de décoller (ex : le maïs n'est pas taxé à l'importation, et il n'y a pas non plus de quota).
- Pour tous les intrants agricoles : droit de douane de 15 % à la sortie du port. Il faut y ajouter le transport, la marge importateur etc., soit près de 40 % à ajouter au prix initial d'un produit.
- Concurrence implantée (européenne principalement).
- Importateurs quasi-incontournables, avec de fortes marges qui accroissent les coûts.

Exemples d'entreprises ayant exprimé des besoins et/ou un intérêt pour l'offre française

Castel va équiper sa Fazenda Socamia (maïs sur 5 000 ha) en irrigation (pivots sur 2 900 ha), silos et séchoirs à maïs. À terme, le groupe investira également dans une maïserie.

Les manques les plus évoqués dans les exploitations familiales :

- intrants : engrais et produits phytosanitaires
- matériel d'irrigation performant et récent (forage, motopompe et tuyaux souples)
- matériel mécanisé agricole pour le semis, la préparation du sol, la récolte et l'épandage
- véhicules de transport (et routes) pour livrer la marchandise aux marchés.

Fazenda Girassol développe ses productions : besoins en intrants, matériels, semences...

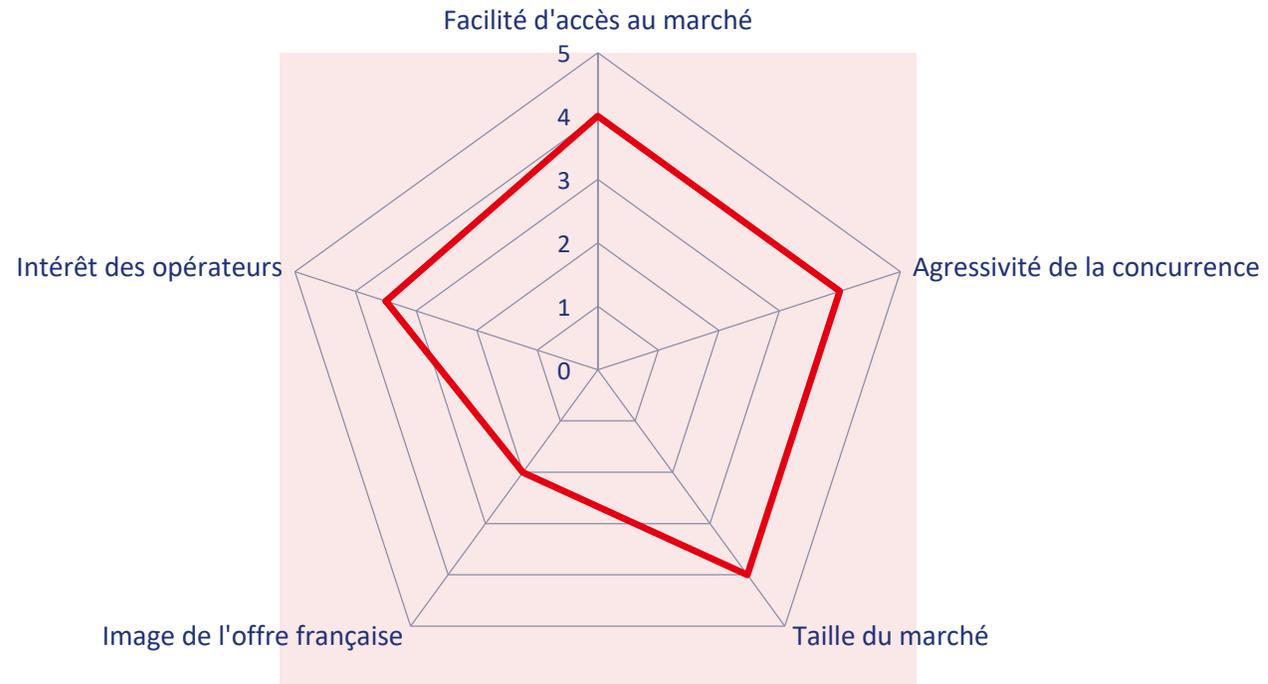
Novagrolider développe ses productions, notamment sur les agrumes et le café : besoins en diverses variétés de semences, soutien technique, matériel...

La production animale reste extrêmement faible face aux besoins de la population.

Le gouvernement semble vouloir miser sur la réduction des importations et le développement de la production locale. Dans ce cadre, de nombreux projets d'élevage voient le jour.

Les cheptels sont très disparates, tant en termes de taille que de races.

- ⇒ Plusieurs gros faiseurs se lancent dans **l'élevage bovin viande et lait : besoins en génétique.**
- ⇒ **Aviculture performante pour les œufs non transformés ; non compétitive sur la viande.**
- ⇒ **Les productions nationales porcines, ovines et caprines se limitent aux exploitations familiales de petites tailles et ne sont que rarement commercialisées. Omniprésence des caprins dans le pays.**
- ⇒ **Élevages porcins industriels très peu nombreux, mais d'autant plus importants. Bon niveau technique.**
- ⇒ **Priorité gouvernementale pour développer l'aquaculture, mais attention aux effets d'annonce.**



Vision globale du secteur de l'élevage en Angola

368 000 t
importations de viande
en Angola en 2017¹.

60 000 t
production de viande
en Angola en 2017².

5 à 8 %
part estimée de l'élevage
dans le PIB angolais.

■ N.B. : le prochain recensement du cheptel est prévu en 2019.

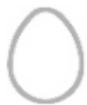
- La vaste majorité du cheptel angolais est élevée en extensif. Les animaux servent parfois à la traction et à la fertilisation des champs familiaux.
- La plupart des familles ne peuvent se permettre que la possession de volaille, parfois de lapins et de porcs. Relativement peu d'entre elles ont les moyens d'avoir plusieurs vaches ou chèvres (le plus souvent entre 20 et 50, le cas échéant³).
- Les animaux se nourrissent principalement de *capi* (fourrage de maïs) et *farelo* (son de maïs).
- L'objectif principal d'un cheptel est souvent la production de lait, auto-consommé et vendu localement. Il n'y a pas de coopérative laitière. Les rendements oscillent entre 5 L / jour en saison sèche et 12 L / jour en saison humide.
- En cas d'abattage, l'exploitant doit le plus souvent faire appel à un boucher car il ne possède pas de chambre froide. Les marges de celui-ci approchent parfois les 100 %.
- L'accès à une nutrition adaptée est le principal facteur limitant de l'essor de l'élevage dans le pays. L'accès à l'eau pose également problème dans les régions du sud, entraînant des migrations transfrontalières en saison sèche, qui créent des tensions avec la Namibie.
- De manière générale, il existe une compétition entre alimentation humaine et alimentation animale dans les exploitations vivrières : un accroissement de la production de maïs, soja et compléments est nécessaire au développement des élevages.

Quel que soit le type et la taille de l'exploitation, les besoins les plus prégnants se trouvent en :

- ⇒ génétique
- ⇒ ration animale et compléments
- ⇒ bâtiments et équipements : abattoirs, usines de transformation et de conditionnement...
- ⇒ matériel, transport, chaîne du froid
- ⇒ produits vétérinaires (ecto et endoparasitocides, thérapeutiques, vaccins ; tout outil vétérinaire en général)
- ⇒ formation.



Partie du cheptel de Novagrolider à Gabela.



1 Mio œufs / jour capacité ou objectif de production de chacun des 3 principaux éleveurs du pays.

x4 augmentation de la capacité nationale de production d'œufs **en 3 ans** (de 2013 à 2016).



38 000 t production nationale de viande de volaille en **2015** ; en croissance.

275 000 t importations angolaises de viande de volaille en **2017*** (1^{ère} viande importée).

Les principaux producteurs locaux d'œufs

1) Kikovo (groupe Diside)

Capacité : 1 Mio œufs / jour (production moindre).
10 infrastructures d'élevage en batterie pour 1,2 Mio têtes. Génétique importée d'Afrique du sud sous forme de poussins d'un jour.

Process totalement automatisé, de la production de l'œuf à l'emballage.

Production de viande (4 000 t / an) *via* Avikuxi (groupe Diside ; capacité installée 2 500 poulets / h).

2) Fazenda Filomena

En croissance. Ambition : égaler Kikovo.

3) Aldeia Nova

Capacité : 1 Mio œufs / jour.

260 000 têtes ; parentaux de race Lohmann Brown importés d'Allemagne.

(4 ?) Angolaves

56 000 œufs / jour

Excellent en termes de marketing (positionnement sur le moyen/haut-de-gamme).

Race Nick Brown importée du Portugal sous forme de poussins d'un jour.

Serait intéressée par des offres pour développer sa propre incubation.

- L'aviculture est la filière animale la plus développée d'Angola. Elle bénéficie de nombreux **investissements** publics et privés.
- Les races de volaille les plus communes en Angola sont **ISA Brown, Lohmann Brown et Brown Nick** (source entreprise Angolaves).
- Sur les œufs, le pays est aujourd'hui en quasi-**autosuffisance**. Sur la viande en revanche, la filière accuse un retard.
- L'Angola n'exporte pas d'œufs car la production reste **non compétitive** (coûts du transport et des intrants : *feed*, vétérinaire...).
- La consommation de viande de volaille locale se fait en grande majorité *via* les circuits **informels** où l'on achète les poulets **vivants**.
- Pour ce qui est de la viande de volaille prête à cuisiner, elle est très majoritairement importée, le plus souvent sous forme de **poulets congelés**. La volaille est la première viande importée en valeur en Angola. Les **Etats-Unis** sont 1^{er} fournisseur, le **Brésil** 2^{ème}. Les autres pays exportateurs sont l'Argentine, la Belgique et le Portugal. La France est le **11^{ème} fournisseur** en valeur en 2017*.
- En termes de production nationale industrielle, **Kikovo** est le seul opérateur « produisant » de la viande fraîche *via* une autre entreprise du groupe Diside : **Avikuxi**. La découpe, la mise en barquette et l'étiquetage se font à la main. Avikuxi ne compte pas faire de surgelé, qui ne serait pas compétitif face à l'offre brésilienne.
- **Aldeia Nova** produit également de la viande de volaille en marge de ses autres activités (cf. [p.113](#)), mais en surgelé (pour permettre une meilleure maîtrise de la chaîne du froid, car il faut acheminer la viande de Waku Kungo à Luanda). Le groupe confirme que sa viande est deux fois plus chère que les produits importés du Brésil.

VERBATIM :

« **Sur les œufs et la volaille, il ne faut pas négliger les petits faiseurs : il y en a énormément. Si on peut les organiser en coopératives, c'est le jackpot.** »

Angolaves, producteur d'œufs

Besoins :

- ⇒ génétique
- ⇒ couveuses
- ⇒ technologies de gestion des élevages
- ⇒ vaccins (maladie de Newcastle)...

Les bovins : dépendance marquée sur tous les produits

4 Mio têtes : la population bovine estimée du pays*.

Moins de **5 éleveurs** bovins ont un cheptel **>1 000 têtes**.

- L'Angola veut répondre à sa dépendance aux importations de viande et de lait de vache par des **investissements** dans la génétique, la gestion sanitaire, les équipements.
- Pourtant le **pays est loin d'avoir avancé dans le sens des ambitions affichées depuis 2016**, avec un investissement alors prévu de **700 Mio USD d'ici 2018**, incluant l'importation d'1 Mio têtes, le développement d'outils permettant le recensement des bovins, la lutte contre les vols de bétail...
- **Les cheptels sont très hétérogènes** : important travail sur la génétique à mener, en dépit des travaux de la Coopérative des éleveurs de bétail du Centre et Sud de l'Angola (CCGSA) qui ont permis des croisements entre races autochtones et races internationales : **brésiliennes** (Nélore), **sud-africaines** (Bonsmara), **Brahmane**, hollandaises, namibiennes...
- Le matériel génétique est le plus souvent constitué d'**animaux vivants**, mais il n'y a pas d'entrave réglementaire à ce qu'il s'agisse de **paillettes**.

Besoins :

- ⇒ génétique
- ⇒ bâtiments d'élevage
- ⇒ équipements
- ⇒ technologies
- ⇒ abattoirs

Les régions les plus concernées par l'élevage de bovins viande**



- La province du **Cunene** est la plus importante du pays (cheptel estimé à plus d'**1 Mio têtes**).
- La province du Kwanza Norte a l'avantage de la présence de la **Fazenda Pamado (36 000 têtes)**.
- La province du Cuando Cubango est le lieu d'implantation du projet « **40 Fazendas** » : apport de solutions techniques et technologiques par le groupe brésilien **Costa**.

La viande

- Fort potentiel de développement pour la filière viande, en particulier dans les provinces de **Huila, Namibe, Cunene, Kwanza sul et norte**.
- De manière générale, les races autochtones sont prédominantes.

Quelques exemples de races bovines répandues**



*Source : dires du Ministre de l'agriculture angolais Marcos Nhunga à la presse (Jornal de Angola) en 2017.

**Présentation du Prof. João Cannas da Silva (de la faculté de médecine vétérinaire de Lisbonne), 2016

5 % des besoins nationaux seulement sont couverts par la production nationale de lait.

Seulement **2 opérateurs** d'envergure (tous deux d'origine israélienne).

→ Fazenda Aurora
 → Aldeia Nova

} production **12 000 L / semaine** à eux 2

VERBATIM :

« Une entreprise allemande est en train d'investir en Angola pour produire du lait. »

Mafcom (cf. [p.114](#)), transformateur d'origine indienne

- L'industrie du lait en Angola est à **peine naissante**. Extrêmement peu d'opérateurs se sont lancés sur cette production, mais **des investissements sont en cours**.
- Les niveaux de productivité sont encore très bas, en raison surtout du manque d'**optimisation génétique**. Les principales races utilisées spécifiquement pour le lait sont la **Simmental** et le **Brahmane**. Pour ce qui est de la qualité du lait produit, elle est tout juste suffisante mais ne pourra que s'améliorer avec l'essor du secteur.
- La production se concentre dans le **Kwanza sul** (Cela). Très fort potentiel de développement dans les régions de **Huila, Camabatela et Benguela**.
- L'absence de chaîne de production aval **contraint fortement l'industrie de la transformation laitière** en Angola. Dès lors, les produits laitiers fabriqués localement le sont à base de **poudres de lait importées** (du Portugal, d'Ukraine, de France, d'Allemagne, d'Inde...), ce qui induit à la fois des coûts de production plus élevés et une qualité moindre sur le produit fini : cf. [p.110](#).
- **Aldeia Nova et Fazenda Aurora** sont les deux seuls producteurs de lait à fabriquer des produits transformés à base de lait liquide (yaourts, crèmes glacées, beurre, crèmes...) C'est un modèle qui rencontre un certain succès, notamment dans le commerce formel, bien que les produits manquent de compétitivité. **La concurrence des produits importés est forte**, sur le lait liquide comme sur les produits laitiers (cf. [photos de linéaires](#)).

Les régions les plus concernées par l'élevage de bovins lait*



Les régions les plus concernées par l'élevage de bovins mixtes*



Novagrolider (cf. [p.74](#)) souhaite développer la production de lait sur sa *fazenda* de Quibala.

- Actuellement : **2 000 vaches**, à viande (races montbéliardes, Simmental, hollandaises...) et lait (races Jersey, hollandaises, montbéliardes...)
- Nourries au **soja importé** du Portugal, maïs de la **fazenda Santo Antonio**, Nutrimix de **Nutrivet**.
- Production : 1 000 L de lait / jour, transformés intégralement en **fromages** de plusieurs sortes (frais et secs) selon les méthodes et le **goût portugais**.
- Objectif : **30 000 L de lait d'ici 2022**, avec 2 000 vaches laitières.
- Moyens :
 - 1) augmentation de la capacité de la **salle de traite** (projet fait et matériel déjà acheté *via* le Portugal)
 - 2) améliorations génétiques : import de **vaches Hollandaises** et inséminations au moyen de **paillettes** importées
 - 3) construction d'une **fromagerie** complémentaire à côté du lieu de traite (photos en [annexe 4](#))
 - 4) construction d'un **abattoir** (ne sert pour le moment que pour la consommation interne à l'entreprise).

Les porcins : seuls 3 éleveurs modernes

59 % des besoins nationaux seulement sont couverts par la production nationale (2013)*.

95 % de la production porcine provient de l'**agriculture familiale**.

Seuls **3 producteurs** porcins pratiquent des méthodes d'élevage modernes :

- ↳ **Santo Antonio** (Cambondo) : le plus grand ; **800** porcs.
- ↳ **Valagro** (Waku Kungo)
- ↳ **Prival** (Huambo)

La filière porcine, limitée à une production familiale, est sous-développée au regard de la demande interne. Elle se heurte à plusieurs freins à son développement :

- qualité génétique (principales races citées lors de notre enquête : Landrace, Large White)
- absence de soins vétérinaires (peste porcine très présente)
- accès aux solutions de nutrition animale (importée et coûteuse)
- coûts de production très élevés : pas de subvention, dépendance aux intrants importés...

📍 **Fazenda Santo Antonio** a des résultats techniques de production qu'il considère supérieurs à la moyenne européenne. Cependant ses coûts de production sont excessivement élevés : cherté notamment de la nutrition, en partie importée du Paraguay et du Brésil, bien qu'ils produisent son propre maïs (1^{er} producteur du pays) et soja (en culture de rotation).

Le directeur nous a confié travailler à perte, mais bénéficiant d'un « pipeline » (c'est-à-dire un riche actionnaire qui renfloue les caisses, en l'occurrence le propriétaire de Banco Bic).

Santo Antonio veut investir dans son propre abattoir d'ici 2020 et étudie actuellement des propositions.

Pour ce qui est de la génétique, des inséminations artificielles sont pratiquées sur place, dans des infrastructures de qualité.

📍 **Valinho** et **Valagro** faisaient partie du même groupe et sont aujourd'hui séparés :

- **Valinho** (producteur, importateur et transformateur de viande, porc surgelé et frais sous vide, jambons et charcuteries du Portugal emballés en Angola, affichant le label « *feito em Angola* » malgré tout) dépend maintenant de **Prival**, dépendant lui-même du groupe Proval au Portugal ;
- **Valagro** (producteur et transformateur) dépend d'**Angopri** (intrants agricoles)**.

Les caprins : omniprésents... dans les villages

- **Il n'existe aucune donnée fiable** sur ce cheptel. Toutefois, en parcourant les routes angolaises, il est aisé de constater l'importance des **caprins** dans chaque village. Les animaux (le plus souvent de robe brune et noire) parcourent librement les routes.
- Leur viande est vendue sous forme de **brochettes** grillées sur les marchés locaux. Quant au lait, s'il est exploité, il ne sert qu'à la **consommation familiale**. Aucune boisson de lait de chèvre, aucun yaourt ou fromage n'a été aperçu à la vente. Quelques fabrications locales de fromages nous ont été rapportées.
- **Novagrolider possède quelques dizaines de chèvres et moutons, et envisage de développer cet élevage à l'avenir.**



*Source : Rémi Saget (2015) cité dans un rapport de l'Ambassade France (2017)

**cf. [mapping des opérateurs privés p.39](#).

+16 % d'ici 2022 : taux de croissance des volumes pêchés en Angola, d'après les plans gouvernementaux¹

+4,7 % taux de croissance annuel moyen du secteur de la pêche d'après le PDN¹

1 650 km de côtes

Grandes réserves en poissons, mais non précisément estimées.

→ **614 000 t**

→ En parallèle, la production de **chair de poisson** devrait augmenter de **+50 %** (à **30 000 t**)

→ **accélération** sur la fin de la période (**+8,3 % attendus en 2022**)

73 % part de la pêche maritime **industrielle**

23 % part de la pêche maritime **artisanale**

dans la totalité des captures

⚠ **Le potentiel du secteur est remis en cause par la surexploitation et le réchauffement climatique (baisse des ressources).**

- Les ressources halieutiques sont concentrées au sud du pays (**près de Benguela et Namibe**). Le poisson est soit transformé sur place (**infrastructures peu développées** et transformation très basique), soit envoyé à Luanda, ce qui est **cher** (distances et état des routes).
- Les deux grands voisins **namibiens et congolais** sont d'importants compétiteurs de la pêche angolaise (la RDC achetant en plus du poisson à la Mauritanie). Les débouchés de marché sont pourtant là : outre le marché intérieur, l'Angola pourrait **exporter** sa production vers la Zambie et l'Europe, si le pays parvenait à la développer suffisamment.
- La pêche angolaise est en retard en termes de **taille et capacité des bateaux, et de qualité de la pêche** : les besoins en **navires** de pêche sont importants. À l'automne 2018, l'Angola a d'ailleurs acquis un bâtiment de recherche halieutique auprès de l'entreprise néerlandaise **Damen**². Il permettra peut-être d'améliorer la **gestion des ressources maritimes** de l'Angola, dont le traitement est insuffisant voire inexistant aujourd'hui, alors qu'une bonne gestion est absolument indispensable.
- Les principales productions sont les **maquereaux, sardines, thons, crevettes**.
- Les produits à l'exportation sont principalement le fait de **flottes étrangères** en accord avec des entreprises angolaises. Toute entreprise étrangère a pour obligation de louer un permis d'exploitation ou de former une **joint-venture** avec un Angolais. Une **licence d'exploitation** est valable pour 20 ans **sans restriction** sur les types de poissons ou de pêche.
- Peu d'industriels locaux ont choisi d'investir dans ce secteur, mais de plus en plus s'y intéressent.
 - **Solmar** est un pionnier en la matière. Il s'agit d'une entreprise du groupe Diside, dont la propriétaire est Elisabeth Dos Santos (et dont Kikovo fait également partie). Solmar traite les **poissons frais et surgelés dans la province de Namibe**. En termes de surgelé, sa capacité de stockage est de 500 mètres cube. Il détient **4 bateaux**, dont la pêche n'est pas suffisante pour couvrir les capacités de l'entreprise. Il achète donc le complément à des pêcheurs locaux.
 - Autre exemple : **Pesca Fresca**, à Baia Farta, transforme du poisson surgelé en conserves à l'huile qui sont ensuite exportées (Amérique du sud, Chine, Namibie etc.). Cette industrie est fournie par des opérateurs des deux types de pêche, industrielle et artisanale.
- De manière générale, la pêche artisanale cible le **marché local** quand elle n'est pas de **subsistance**. Les pertes sont importantes. Ce type de pêche apporte les principaux revenus et principale source d'alimentation des populations côtières.

VERBATIM :

« **Les pratiques actuelles sont désastreuses. (...)** [Par exemple, en Angola,] **on fait de la farine de poisson à partir de petits poissons qui ne devraient pas être pêchés ; partout ailleurs dans le monde la farine de poisson est faite à partir des déchets industriels.** »

Aderito Areias, personnalité économique et politique de premier plan depuis la guerre.



Produit Solmar. La bannière « *Feito em Angola* » est bien visible. ©Solmar

En mai 2018, la Ministre de la pêche Victoria de Barros a annoncé vouloir développer un **nouveau port** équipé d'une chambre froide à **Tombwa** (investissement **23,5 Mio USD**).³

¹Source : article de la revue Economia & Mercado, août 2018, d'après PDN 2018-2022

²Revue Mer et Marine, 18 octobre 2018. Le *Baia Farta* appareillera pour l'Angola en novembre 2018.

³Article de la revue spécialisée fis.com (fis.com/fis/worldnews/worldnews.asp?l=e&id=97135&ndb=1), 4 mai 2018.

- L'aquaculture, comme la pêche, est au coeur de la stratégie gouvernementale de **diversification** de l'économie. Ce secteur est au point mort depuis un long moment en raison d'un **manque d'équipements et de savoir-faire**.
- De nombreux projets voient le jour pour rattraper ce retard, certains soutenus par le gouvernement ; d'autres à l'initiative d'investisseurs privés (par exemple groupe Diside, groupe Newaco...). Ils sont cependant confrontés à un manque chronique de nutrition animale.
- L'aquaculture en eaux douces est en forte progression dans ce pays riche de ressources naturelles propices. Les volumes de production restent cependant faibles : 500 t en 2013 (derniers chiffres que nous ayons trouvés).
- Le pays produit essentiellement du **tilapia**.

Dans la presse : 25 septembre 2017*

Un investissement chinois d'1 Mio USD a été réalisé en 2017 par une entreprise publique chinoise (RSI Su Lda) pour construire une ferme de 200 cuves de tilapia à Barra do Dande (au nord de Luanda)*.

La transformation du poisson

3 800 t de conserves de poisson importées en Angola (2016).

↳ origines Maroc, Indonésie, Thaïlande et Portugal.

4 600 t quantité de conserves de poisson que le **PND** prévoit **produite par l'Angola d'ici 2022**.

Dans la presse : 22 août 2017*

En août 2017 à Tombwa (Namibe), le gouvernement angolais a inauguré 2 usines de transformation de poisson, avec pour espoir de relancer la production nationale mais aussi les exportations du pays, notamment vers l'Europe :

- 1) **Pes-Sul**, qui a deux lignes de mise en conserve de poisson et est supposée avoir une production quotidienne de 125 000 conserves. Il s'agit d'une usine désaffectée qui a été remise en service.
- 2) **Nova Vida**, qui a 10 tunnels de congélation et une capacité quotidienne de congélation de 250 t de poisson. Cette unité est neuve.



Les produits Pes-Sul dans un Candando

L'apiculture

- En 2012 (dernières données que nous ayons trouvées), l'Angola comptait **1,1 Mio de ruches** et était le 7^{ème} producteur mondial de cire d'abeille. En 2013 la production s'élevait à **23 000 t de miel** (47 Mio EUR), et **2 300 t de cire d'abeille** (17 Mio EUR). **L'apiculture fait partie des objectifs du PND 2018-2022, et sera prise en compte dans le recensement agricole de 2019**, ce qui permettra une meilleure vision du secteur.
- Un projet d'investissement de **15 Mio USD** est actuellement mené par la **COAPA** (cf. images ci-contre) avec le soutien de **Business France**. L'objectif final est d'accréditer le miel à l'export, notamment à destination de l'UE. **Ce serait alors le premier produit angolais d'origine animale à être accepté à l'export en Europe**.



Mel do Moxico, production de la COAPA à Moxico (Cooperativa Agro-Pecuaria, Pesca e Agricultura) ; traité dans une usine de Viana (banlieue de Luanda) et commercialisé dans un Mega (cash & carry) de Luanda.

FORCES

- Fort potentiel du secteur pour tous les types d'élevage.
- Dépendance du pays aux importations de produits carnés.
- Succès déjà du secteur des œufs, prouvant qu'une production nationale peut se développer de manière performante pour rendre le pays autonome.
- Demande locale de viande et de produits de la pêche.
- Potentiel à l'export (produits aquacoles notamment) qui pourrait inciter à des investissements importants.
- Pas de contrainte douanière : la génétique peut être importée sous forme d'animaux vivants ou de paillettes.

FAIBLESSES

- Forte hétérogénéité des cheptels.
- De nombreux opérateurs débutent tout juste.
- Productivité faible.
- Concurrence des produits importés, plus compétitifs.
- Peu de gros acteurs solidement implantés ; à l'inverse, omniprésence des toutes petites exploitations familiales qui n'ont pas les moyens d'investir.
- Accès difficile aux solutions vétérinaires.
- Coût élevé de la nutrition animale.
- Manque de savoir-faire et de formations.
- Peu de connaissance de l'offre française.

OPPORTUNITES

- Volonté gouvernementale de pousser dans le sens d'une autonomie du pays en produits carnés.
- Nombreux opérateurs qui se développent et investissent, dont les principaux opérateurs agroindustriels du pays.
- Besoins forts en infrastructures, solutions de gestion, produits vétérinaires, optimisation des troupeaux, génétique...
- Besoins forts en génétique pour tous les types d'élevage.
- Opportunités sur les bateaux de pêche de seconde main.

MENACES

- Droits de douane très peu élevés sur les produits importés, n'incitant pas au développement des filières viande en local.
- Manque de compétitivité forte des productions locales : essor fortement freiné en raison des coûts de production, difficultés de transport, de conservation, enjeux de la chaîne du froid, etc.
- Maladies et enjeux vétérinaires.
- Bonne connaissance de la génétique étrangère.
- Concurrence brésilienne et sud-africaine.
- Attention aux projets peu réalistes ou qui risquent d'avorter rapidement ; enquêtes de *compliance* indispensables.

Exemples d'entreprises ayant exprimé des besoins et/ou un intérêt pour l'offre française

Fazenda Santo Antonio souhaite développer ses élevages bovins, caprins et ovins, et investit pour cela dans la génétique, les infrastructures, les solutions vétérinaires, le monitoring etc.

Newaco (cf. [p.52](#)) recherche un partenaire pour développer une branche aquacole.

Angolaves souhaite développer ses capacités de production dans le sens du qualitatif : veille à faire sur cet acteur (investissements pour de l'élevage en plein air ? Développement de ses propres couveuses ?...)

4.3. Infrastructures, alimentation et santé animales

Encore peu d'attention est portée sur les questions de bien-être animal en Angola.

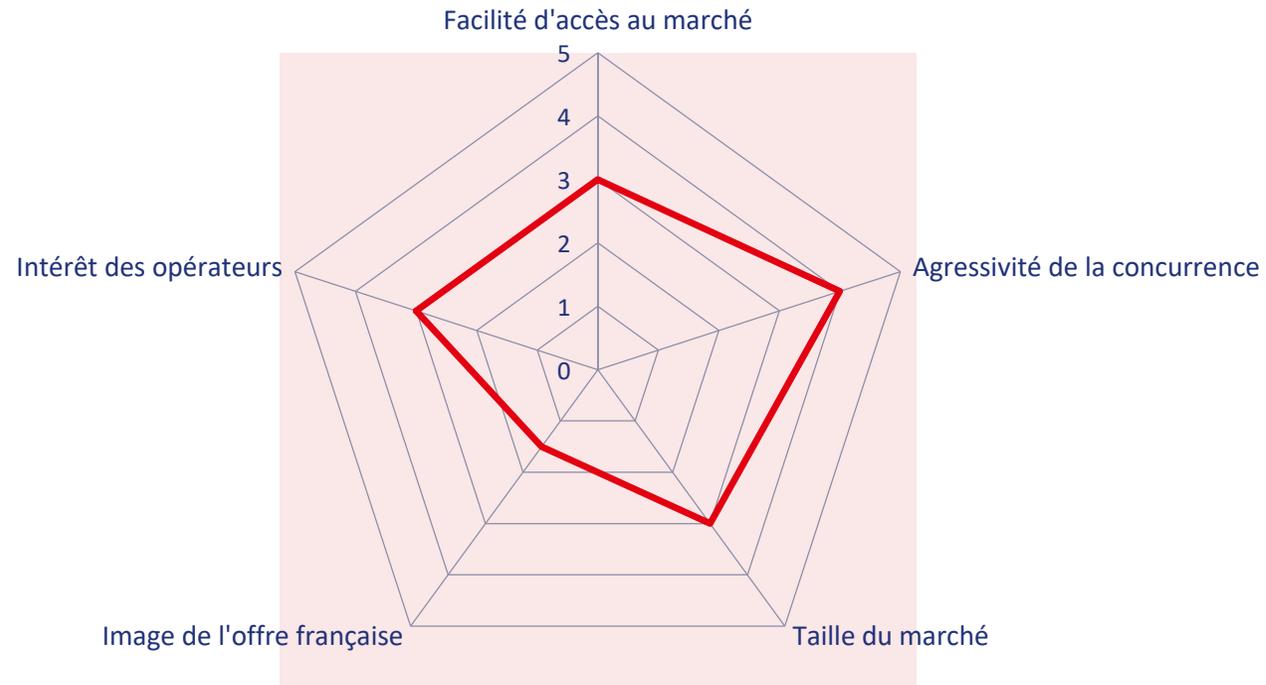
Les conditions du pays sont néanmoins telles que le bétail est généralement élevé en plein air et nourri en « pâturage » (dans les villages : arbustes et déchets) ; mis à part aviculture et rares élevages porcins.

L'importance de la nutrition animale pour le rendement du bétail est reconnue. Les éleveurs locaux produisent souvent eux-mêmes une partie de leur maïs, voire de leur soja.

Le reste dépend des solutions de premix étrangères, amenées du Portugal. Quoique les mélanges soient faits localement, la nécessité d'importer ces premix accroît les problèmes de compétitivité.

La génétique reste en défaut. Les plus gros opérateurs affichent leur volonté de travailler sur le sujet, mais le retard est conséquent, sauf dans l'aviculture.

⇒ **D'importants investissements sont en cours sur le secteur de l'élevage, et visent à améliorer les très bas rendements du cheptel angolais. Ils ciblent les infrastructures, la nutrition et la génétique.**



La typologie de machinisme nécessité

- Les principales importations de machines pour les élevages en Angola sont :
 - ▼ les **machines à traire** (code douanier : SH 8434), principalement importées du **Portugal** (pour 319 000 EUR en 2017)
 - ▼ les **machines pour la préparation de feed** (SH 8436 10), principalement du **Portugal** (dont l'Angola est le **2^{ème} client** pour cette gamme ; 1,8 Mio EUR en 2017), du Brésil (411 000 EUR en 2017) et de Turquie (341 000 EUR)
 - ▼ les **machines pour l'aviculture** (SH 8436 91 et 29), principalement d'**Italie** (1,4 Mio EUR en 2017 ; mais l'Angola n'est que son 76^{ème} client)*.
- **La France est très peu présente.** Nous n'avons exporté aucune machine à destination des élevages en 2017, d'après nos services douaniers.
- Par le passé, nous avons ponctuellement exporté des machines à traire (28 000 EUR en 2013), des machines pour l'aviculture (37 000 EUR en 2015) et des machines pour la préparation des aliments pour les animaux (37 000 EUR en 2016).



Les solutions vétérinaires : en pénurie régulière

- L'accès aux soins vétérinaires est encore faible dans le pays. **Fertiangol** commercialise des produits **Bayer** et fournit toutes les tailles d'exploitation ayant les moyens de s'offrir ces solutions : des petites élevages familiaux aux moyennes et grosses *fazendas*. **Angopri** propose également une gamme vétérinaire.
- Les **antibiotiques** sont les plus recherchés. Ils viennent du **Brésil, d'Afrique du Sud, d'Allemagne** et de **France**.
- Les **vaccins** sont également demandés, mais sont régulièrement en rupture de stock. Certains éleveurs se rendent alors en **Namibie** ou en **Afrique du sud** pour les trouver par leurs propres moyens.
- Des **achats groupés de vaccins par les autorités** angolaises ont été rapportés. Ces achats se font généralement auprès des pays voisins : Namibie, Afrique du Sud, Botswana ou Ethiopie.
- La redistribution des vaccins est toutefois hasardeuse en termes d'efficacité et de respect de la **chaîne du froid**.

Besoins :

- ⇒ ecto/endoparasitocides
- ⇒ thérapeutiques
- ⇒ vaccins
- ⇒ instruments vétérinaires

La nutrition animale : chère et peu optimisée

Blocs de minéraux multivitaminés pour bovins, ovins, caprins et équins ; importés du Portugal et commercialisés par Fertiangel.



- L'accès à l'alimentation animale est le principal **frein au développement** de l'élevage en Angola : elle est **limitée** (insuffisante production de céréales en local) et **chère** (dépendance aux importations d'additifs).
- Dans les exploitations familiales, la nourriture animale est en **compétition** avec la nourriture humaine. En conséquence, l'allocation du maïs au bétail n'intervient qu'après satisfaction des besoins humains.
- Les plus grandes *fazendas* de production animale ont généralement leur propre **production céréalière**, mais elle est rarement suffisante. Seule **Fazenda Santo Antonio**, le plus grand producteur de maïs du pays, semble assurer l'autosuffisance pour ses 800 porcins et 2 000 bovins. Le surplus est revendu à d'autres grands producteurs, tels que **Novagrolider**.
- Ces *fazendas* ne produisent jamais les additifs nécessaires pour la nutrition de leur cheptel : **premix, vitamines, acides aminés, minéraux, compléments alimentaires de tous types...** Les besoins sont importants, et les entreprises les importent du **Portugal**.
- En revanche, elles possèdent les équipements permettant de **réaliser les mélanges**.
- Le problème se pose même pour l'aviiculture, pourtant l'élevage industriel le plus en pointe en Angola. Le maïs et le soja angolais étant trop chers, les éleveurs complètent leur approvisionnement à **l'international : Zambie, Namibie, Afrique du sud**. Le prix (700 USD / t) y est **moitié moins élevé que le tarif angolais***.

📄 Dans la presse : 25 juin 2018**

Le gouvernement angolais a mandaté une entreprise chinoise (Camce Engineering) pour mettre en place une *fazenda* de production de maïs à destination avicole dans la municipalité de Cuimba (province du Zaïre).

Les travaux réalisés incluent :

- usine d'une capacité de 10 t d'alimentation avicole par heure
- bâtiment d'élevage pour 50 000 poulets

La livraison des infrastructures de base de la Fazenda Diá-Diá, matériel agricole inclus, a été réalisée en août 2018.

Capacité finale de production visée : 13 Mio œufs par an.

Début novembre 2018, la privatisation de ce projet a été annoncée.

Nous avons identifié 6 abattoirs de dimension industrielle en activité

Camabatela : abattoir de **Valagro** ( va être privatisé suite au décret présidentiel n°136/18 du 3 octobre 2018)

Le plus moderne du pays. Ouvert en août 2017 avec l'aide financière du gouvernement espagnol (13,5 Mio USD).

Capacité 500 animaux / jour : **200 bovins et 300 caprins** + 7 t graisse animale.

Actuellement 28 employés, mais **il en faudrait plus de 200 pour garantir l'exploitation complète des capacités.**

Production commercialisée sur le marché local et vendue aux grandes surfaces de Luanda.

Kikuxi : abattoir de **Valagro**.

Issu d'un partenariat public-privé avec Diside (leader avicole) ; l'abattoir a été racheté par Valagro. 1,5 Mio USD y ont été investis.

Capacité environ 400 animaux / jour (en fonction des besoins : 80 bovins, 240 porcins et 240 caprins d'après nos sources = 12 t viande de bœuf, 5 de porc et 2,5 de chèvre).

Waku Kungo : abattoir d'**Aldeia Nova**.

Capacité mensuelle : **400 porcins (≈ 40 t), 200 bovins**, autant de **caprins** que possible (plusieurs centaines).

La production est vendue à la grande distribution (Maxi et Kero).

Les animaux viennent soit des vaches de réforme d'Aldeia Nova, soit des villages alentour.

Ligne spécifique pour les volailles : capacité 6 à 8 000 poulets / jour ; abattage sur commande de la distribution.

Aldeia Nova pense à développer son propre élevage caprin à terme, mais ne concrétise rien pour le moment en raison des implications en termes vétérinaires, génétiques etc.

Porto Amboim (va être privatisé suite au décret présidentiel 136/18 du 3/10/2018)

Malanje (va être privatisé suite au décret présidentiel 136/18 du 3/10/2018)

Panguila (va être privatisé suite au décret présidentiel 136/18 du 3/10/2018) et **Kilomètre 30 Ramiros** : proches de Luanda.

La plupart des animaux abattus proviennent des provinces de Cunene, Huíla, Namibe et Kwanza nord.

- Avant la décolonisation, l'Angola comptait 57 abattoirs dont **7 d'envergure industrielle**.
- Ensuite, avec la **prolifération du commerce informel**, l'abattage se faisait soit à l'arrière des cours, soit dans des *casas de abate* insalubres ou des abattoirs devenus obsolètes.
- Un « ménage » est en cours. Parallèlement à la **volonté gouvernementale d'agrandir le réseau d'abattage**, ses capacités et sa qualité, les administrations décident de la **fermeture des abattoirs insalubres**. Par exemple, en 2018 le district de Maianga a fermé 8 abattoirs pour manque d'hygiène.
- Le développement d'une **chaîne du froid** adaptée à la montée en puissance des abattoirs angolais est également prévu.
- Pourtant **l'approvisionnement en animaux vivants reste insuffisant**. Les élevages sont en retard (cf. [partie 4.2](#)), et les pratiques restent traditionnelles dans leur majeure partie (y compris pour ce qui est de l'abattage).
- Par ailleurs, l'Angola fait face à un **rendement par carcasse très bas**, en raison de l'inadéquation des races utilisées et de la mauvaise nutrition animale (cf. [p.90](#)).
- Ainsi par exemple, l'industriel de la viande d'origine portugaise **Valagro n'est pas compétitif face aux viandes importées**, en dépit de ses **2 abattoirs**.

 **Dans la presse : 27 décembre 2017***

Le gouvernement a annoncé vouloir repeupler en animaux le plateau de Camabatela, historiquement fort en élevage mais touché par la guerre, en **important 8 000 bovins pour l'engraissement et 2 500 pour la reproduction**.

Il cible 12 districts des provinces de Kwanza Norte, Malanje et Uíge.

On estime qu'à pleine capacité, **le plateau de Camabatela peut produire 10 000 t de viande par an**, ce qui économiserait selon le Ministre de l'agriculture angolais 350 Mio USD en importations de viande. Reste à savoir si les fondamentaux ont bien été pris en compte pour la réalisation de cette ambition : accès à l'alimentation animale, aux infrastructures de transport... C'est souvent sur ces aspects que les projets achoppent.

SWOT intrants pour les productions animales

FORCES

- Secteur en essor ; très fort potentiel.
- Omniprésence du bétail dans le pays, dans tous les types d'élevages.
- Dépendance à l'offre étrangère : marché solide à l'export.
- Gros opérateurs qui prennent de l'importance sur le marché, apportant une perspective de stabilité au secteur.
- Succès de l'aviculture locale (œufs) qui laisse espérer le même développement pour les autres types d'élevage.

FAIBLESSES

- Grandes disparités dans les exploitations. Absence d'harmonisation des cheptels : apport de solutions d'optimisation compliqué.
- De manière générale, le pays part de loin, et son développement se heurte à des coûts importants.
- Pénuries régulières de solutions vétérinaires dans le pays.

OPPORTUNITES

- Nécessité de remettre en état toute une série d'infrastructures: hangars, abreuvoirs, couloirs de vaccination, cuves d'immersion, etc.
- Investissements publics et privés en cours dans le secteur.
- Volonté gouvernementale de remettre l'industrie carnée à niveau.
- Reconnaissance de l'importance d'une amélioration de la génétique animale.
- Reconnaissance de l'importance d'une amélioration de la nutrition animale.
- Prix mondiaux qui restent moins élevés que l'offre locale : opportunités sur le court-terme.

MENACES

- Manque des apports les plus basiques en local : céréales pour la nutrition animale.
- Dépendance aux importations qui freinent la compétitivité de l'offre locale : danger de manque de viabilité sur le moyen / long terme.
- Certains projets ne tiennent pas la route. Des cas d'abandon ont été constatés, animaux compris.

Exemples d'entreprises ayant exprimé des besoins et/ou un intérêt pour l'offre française

Angolaves aurait besoin de vaccins, solutions de production, offres sur l'incubation, avec un partenaire réactif. Il paie *comptant*, via la Banque nationale.

Aldeia Nova serait intéressé par des fournisseurs de phosphate pour le *feed*, des premix et des vaccins pour leur partie avicole.

Diside (Kikovo) cherche à verticaliser au maximum sa production : il pourrait y avoir un potentiel pour des offres d'infrastructures pour le *feed* et d'optimisation de l'aviculture.

Novagrolider achète du maïs à Fazenda Santo Antonio, qui est cher, et des premix Nutrimix importés du Portugal. Une offre alternative à bon prix pourrait être bien accueillie.

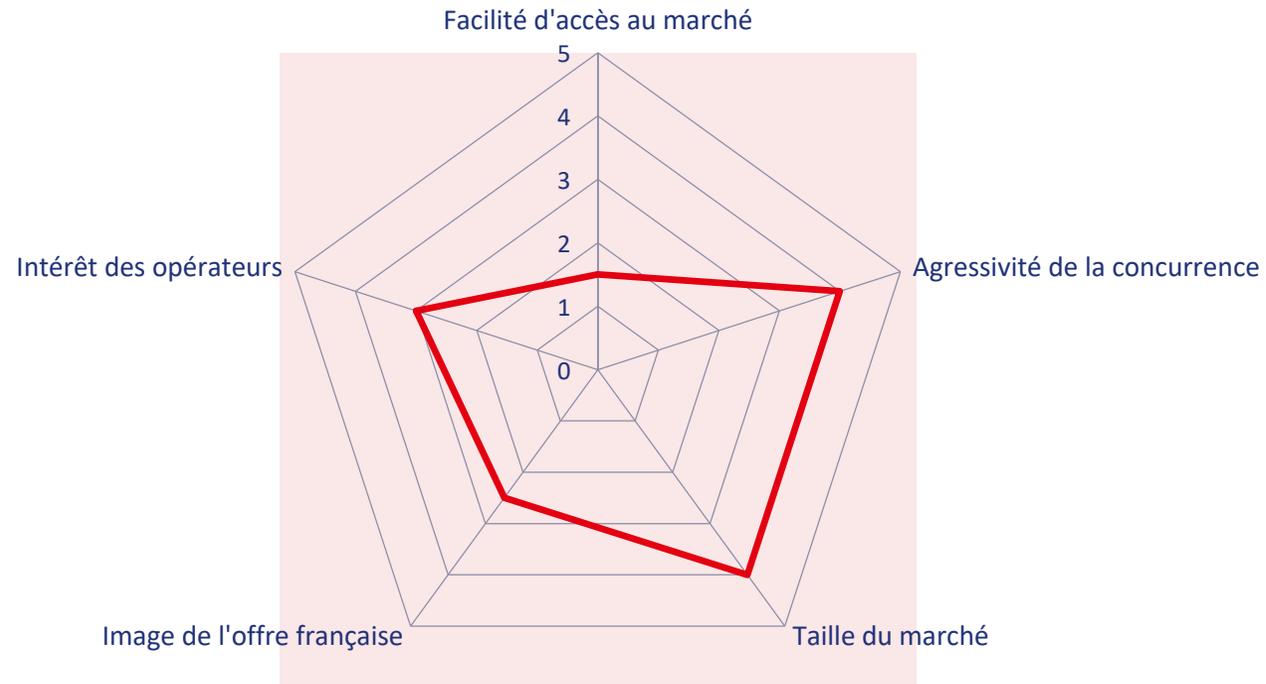
L'Angola est un marché encore profondément tourné vers l'offre européenne pour tous les types d'intrants, et principalement les équipements. La qualité du matériel européen est reconnue. C'est un atout face à la concurrence internationale.

Les industries dépendent toutes des importations, à plus ou moins grande échelle.

Si de nombreux projets manquent de viabilité (compétitivité grevée), certains sont en phase d'expansion sur le moyen terme.

Attention toutefois : la conjoncture actuelle a forcé la mise en suspens de nombreux investissements, dans l'attente d'une reprise économique – cela freine le potentiel de marché.

⇒ **Opportunités pour les équipements et lignes de production (fours, emballage, transformation BVP, préparation de mélanges...).**



Marché porteur grâce à de gros investissements

2 % part de l'industrie agroalimentaire angolaise dans le PIB industriel¹.

+8 % taux de croissance de l'industrie agroalimentaire angolaise¹.

24 Mio EUR valeur des importations angolaises d'équipements pour les IAA en 2017².

Les importations angolaises d'équipements pour les IAA ont diminué de **-23 % en 5 ans**, mais ont augmenté de **+43 %** entre 2016 et 2017².

La France est **6^{ème} fournisseur** avec **6 % des PDM**.
 ➔ hausse de **+765 % en 2017** par rapport à 2016
 ➔ et **+25 % en moyenne par an depuis 2012²**.

Principaux fournisseurs de l'Angola pour les équipements pour les IAA, en valeur ²

Rang	Pays	PDM 2017	Evolution 1 an 2017/2016	TCAM 5 ans 2017/2012	Principaux équipements exportés
1	Italie	21 %	+215 %	+6 %	Machines pour la BVP (SH 8438 10), Machines non définies ailleurs pour les industries de boissons (8438 80)
2	Portugal	15 %	-3 %	-14 %	Machines pour la BVP (8438 10)
3	Belgique	14 %	+563 %	+9 %	Machines pour la BVP (8438 10)
4	Allemagne	12 %	-55 %	-14 %	Appareils de laiterie (8434 20), Machines pour la brasserie (8438 40)
5	Chine	9 %	-13 %	-1 %	Fours (8417 20)

- Le marché de l'industrie agroalimentaire est en croissance, particulièrement pour ce qui est de :
 - ▼ la **BVP** (boulangerie-viennoiserie-pâtisserie) : industrie en plein développement, principalement tenue par des entrepreneurs d'origine libanaise. La demande est aussi notable dans l'HORECA, en dépit de la mauvaise santé actuelle du secteur (cf. [p.49](#)), ainsi que dans la distribution formelle en développement (cf. [p.46](#)) : besoins en cuisines et équipements BVP, fours pour cuire les préparations sur place, etc. ;
 - ▼ les **produits laitiers** : nombreux projets lait et dérivés laitiers. Besoins notamment pour l'ultra longue conservation ;
 - ▼ la **transformation de la viande et du poisson** : forts besoins liés au programme national de développement de l'élevage ;
 - ▼ la **transformation des fruits et légumes**.
- Le secteur le plus performant est celui des **boissons** : **2^{ème} industrie du pays** après le pétrole. Les besoins sont notamment ciblés sur les emballages. Les 2 principaux opérateurs sont **Refriango** et **Castel** (cf. [p.119](#)).
- Les équipements français importés en Angola sont à **85 % à destination des brasseries** (code SH 8438 40). L'offre française est **peu représentée dans les autres industries**.
- Il est à noter que de nombreux équipements sont importés *via* le Portugal et donc absents des statistiques des douanes françaises, ce qui biaise l'analyse.

Besoins :

- ⇒ fours
- ⇒ lignes de transformation (biscuiterie, viande, poisson, F&L...)
- ⇒ usines de produits laitiers longue conservation
- ⇒ instruments vétérinaires
- ⇒ emballage

📄 Dans la presse : juin 2018³

Le groupe italien Cremonini prévoit un investissement de **200 Mio USD** dans un **centre de production agroalimentaire multiproduits** près de Luanda, sur une surface de **192 000 m²**. L'investissement pour construire ce **CNA** (centre national agroalimentaire) sera effectué *via* **Inalca**, filiale de Cremonini présente en Angola depuis le début des années 1980.

FORCES

- Succès de gros opérateurs privés implantés.
- Volonté de développer aussi verticalement que possible les IAA, afin d'améliorer leur rentabilité.
- Force de l'industrie des boissons angolaise, très bien développée.
- Attachement à la qualité de l'offre européenne.

FAIBLESSES

- 80 % des biens alimentaires restent importés, à un prix inférieur à celui de la production locale.
- Méconnaissance de l'offre française.

OPPORTUNITES

- Essor des industries de transformation et de la distribution formelle.
- Volonté gouvernementale d'appuyer leur développement dans une logique de diversification de l'économie.
- Gros opérateurs privés qui investissent dans le secteur.
- Essor du « *feito em Angola* ».
- Besoins dans l'industrie de l'emballage. Plusieurs acteurs commencent à fabriquer leurs propres emballages, au moyen de machines adaptées (Aldeia Nova fabrique ses propres bouteilles plastique à partir de capsules importées ; Refriango produit ses propres capsules à partir de matières premières importées...).
- Insuffisance des approvisionnements en farine : il faudrait au minimum 1 moulin de plus (+ essor des industries BVP, pâtes etc.).
- Absence d'industrie de recyclage.

MENACES

- Difficultés de paiement : problème d'accès à la devise étrangère.
- De nombreux opérateurs jouent sur la carte du « *feito em Angola* » en important des produits qui sont simplement emballés sur place.
- Quasi-monopole de Tetra Pak sur de nombreux emballages.
- De nombreux équipements, y compris français, sont importés *via* le Portugal.

Exemples d'entreprises ayant exprimé des besoins et/ou un intérêt pour l'offre française

Dimassaba investit actuellement dans divers projets industriels, la plupart déjà pourvus, mais il serait intéressant de leur présenter plus d'offre française malgré tout : usine de lait UHT et crèmes à partir de poudre de lait, usine de biscuits, boulangerie...

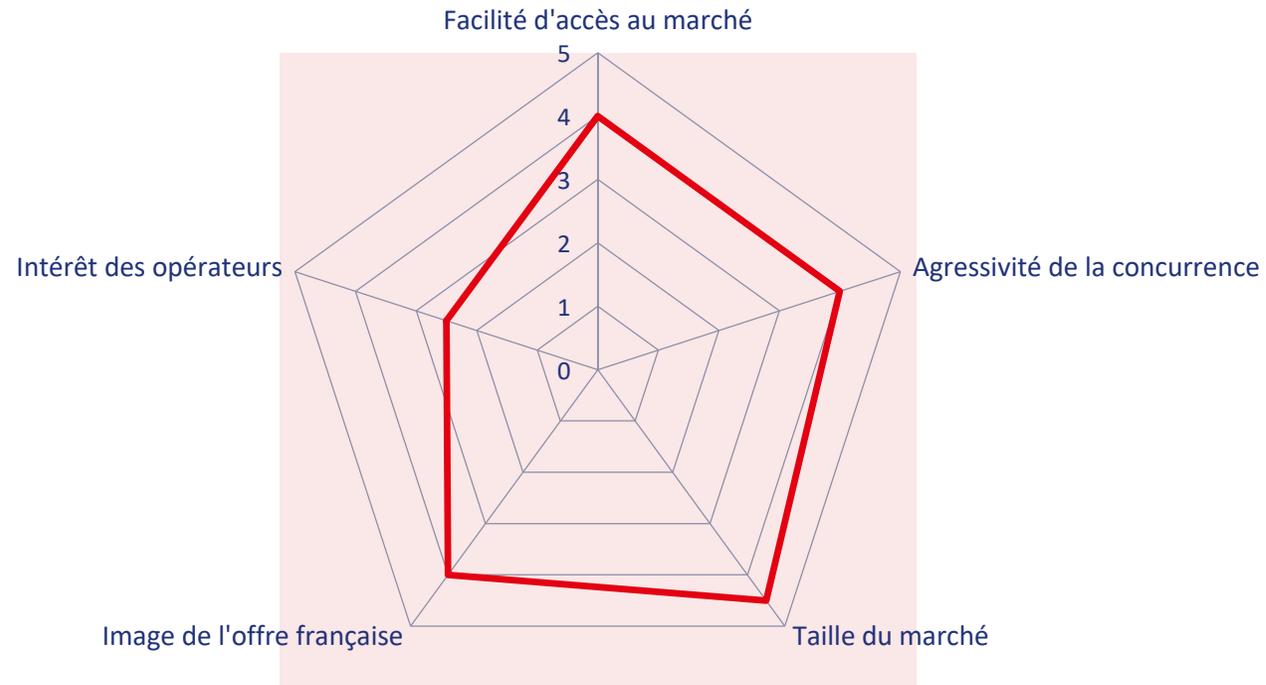
Les filiales du groupe Mafcom (cf. [p.114](#)) développent de nouvelles lignes de production (récemment : lait UHT ; à venir : lait concentré, beurre...).

Le projet Carinho à Benguela, aux ambitions démesurées, a des besoins en lignes de transformations pour tous les types de produits qu'il cible (sauces, pâtes, BVP...).

Quoique les industries agroalimentaires angolaises ne semblent pas encore accorder de priorité à l'innovation, elles produisent des gammes basiques, et ont pour cela des besoins en intrants.

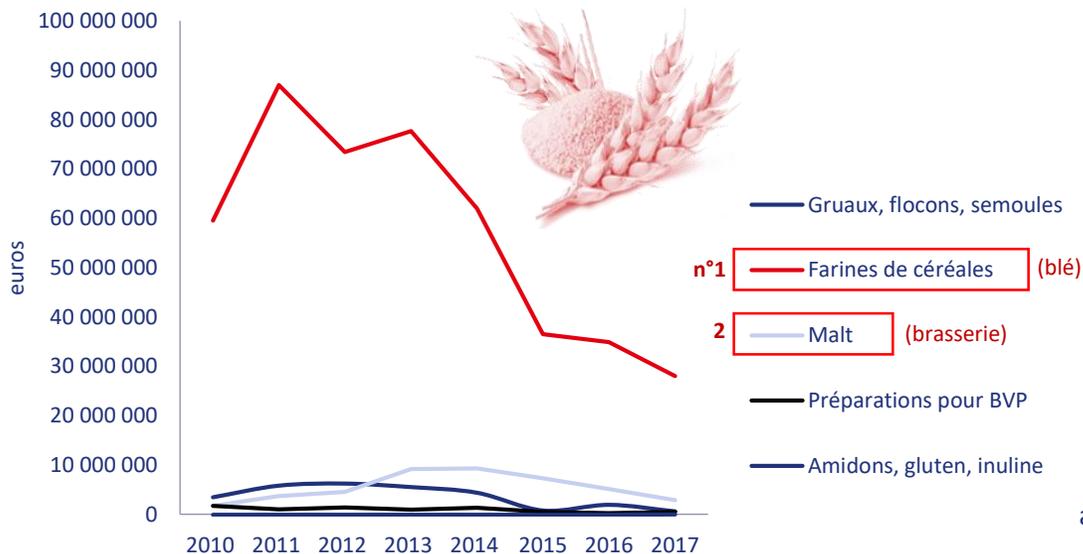
Ces intrants ne sont pas produits localement, mais importés principalement d'Union européenne.

- ⇒ **Opportunités pour les matières premières : céréales pour farines, orge brassicole.**
- ⇒ **Opportunités pour les ingrédients et PAI : poudres de lait, beurre, huiles alimentaires, saveurs, crèmes, concentrés de fruits, additifs...**
- ⇒ **Le prochain développement des IAA de boissons dans le pays se fera sur des boissons allégées en sucres et « *light* » : opportunités pour les édulcorants et ingrédients adaptés à ces recettes.**



Les ingrédients BVP dominant l'offre française

Evolution des exportations françaises d'ingrédients BVP vers l'Angola



500 000 t : importations angolaises de farine de blé / an

⚠ Avertissement

Les chiffres utilisés dans les graphiques de la partie « ingrédients » sont de source **Business France** d'après les douanes françaises. Ils sont issus d'un **modèle statistique créé en 2016** à partir du regroupement de codes douaniers SH (jusqu'à 8 chiffres) pouvant entrer dans la catégorie ingrédient. Les douanes ne permettant pas toujours une distinction précise des produits, les chiffres issus de notre modèle ont pour objectif de donner une **tendance générale**.

📄 Dans la presse : 25 septembre 2018*

Doublement du prix de la farine à Luanda, en raison d'une rupture des stocks à l'entrepôt douanier de Luanda qui aurait entraîné de la spéculation. Le sac de 25 kg est passé en 1 mois de 5 800 AOA (≈ 16 EUR) à 10 800 AOA (≈ 31 EUR).

- La France a exporté pour **28 Mio EUR de farine de blé** en Angola en 2017 (**94 t**), un chiffre en **diminution constante depuis 2011** : **-7 %** en moyenne par an depuis 6 ans.
- La farine française, qui dominait jusqu'en 2011 à 95 % le marché, se voit **depuis 2014** dépassée par la **farine turque** (**147 t pour 37 Mio EUR** exportés vers l'Angola en 2017). La lire turque étant en baisse et le pays excédentaire en farine, la Turquie peut « inonder » le marché angolais d'un produit à prix cassé (source témoignage Grandes Moagens, moulin).
- La France reste toutefois première pour ce qui est du **blé à destination des moulins**. L'Allemagne, l'Ukraine, la Russie sont également présents.
- Il est à noter que les 2 grands moulins du pays, en dépit de capitaux parfois angolais, sont tenus par des Libanais :
 - ▼ **Grandes Moagens** (1200 t / jour)
 - ▼ **Kikolo Moagens** (1 000 t / jour)
- La consommation de farine de blé en Angola serait de **3 200 t / jour** (source témoignage Atlas Group, importateur) : il y a de la place pour plus d'opérateurs.

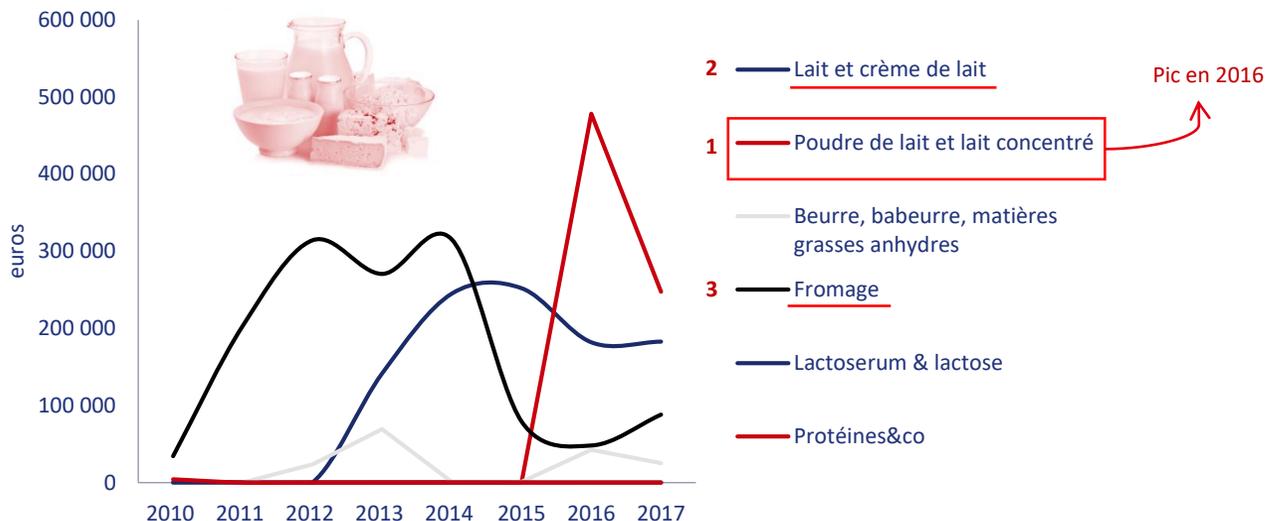
VERBATIM :

« Les Turcs mettent dans leur farine un produit interdit en Europe qui fait fortement lever le pain. »

Opérateur BVP

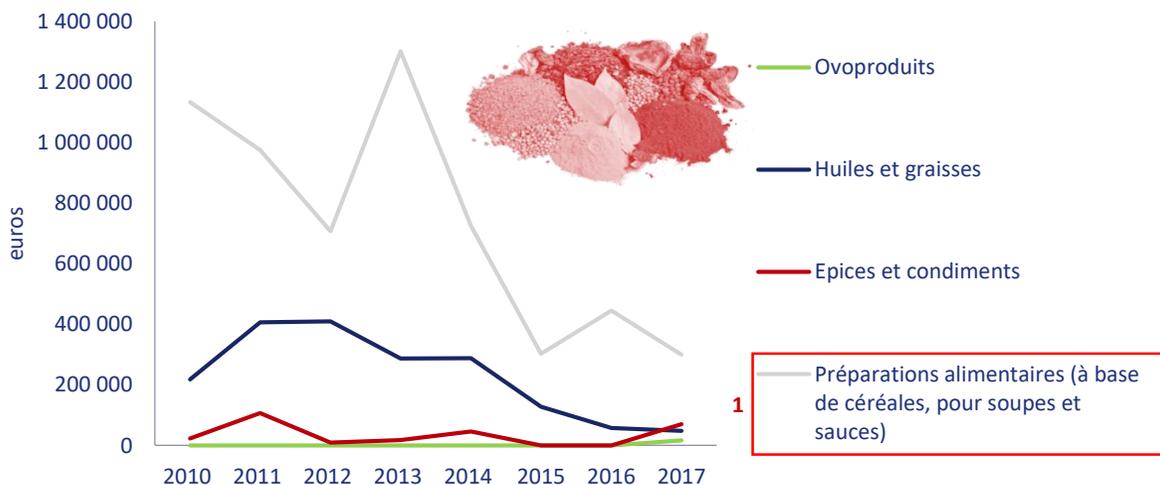
Moindre importance pour les autres, sauf laitiers

Evolution des exportations françaises d'ingrédients laitiers vers l'Angola



■ L'industrie de transformation du lait est dépendante des importations d'ingrédients laitiers (cf. pp. 110 à 114), notamment pour le **lait en poudre** (principalement de la poudre grasse en provenance des pays-bas et de la Nouvelle-Zélande - l'Angola manque de lait liquide), mais aussi pour de la mise en emballage (**beurre**) ou des **préparations** (crème dessert)...

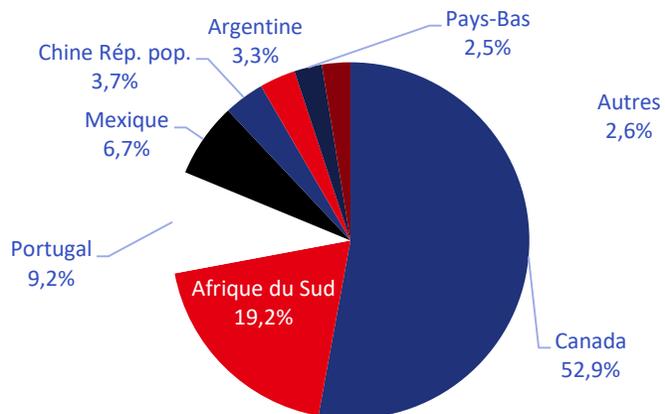
Evolution des exportations françaises d'ingrédients autres vers l'Angola



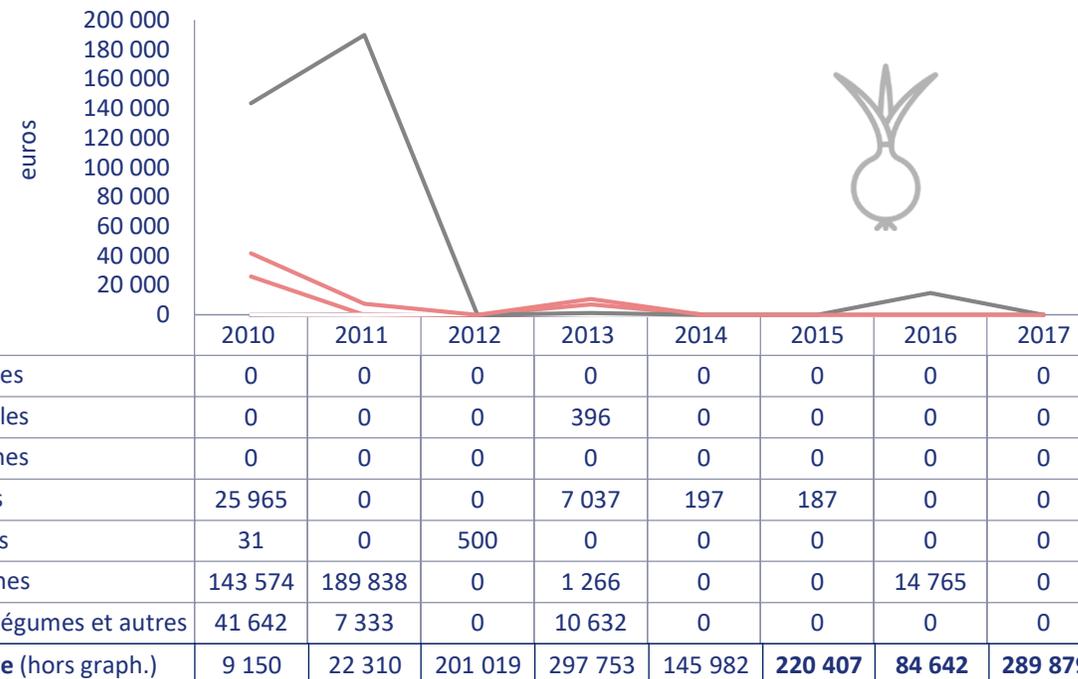
Evolution des exportations françaises d'additifs vers l'Angola



Principaux fournisseurs de légumes de l'Angola en 2017 (valeur)*



Evolution des exportations françaises de légumes vers l'Angola

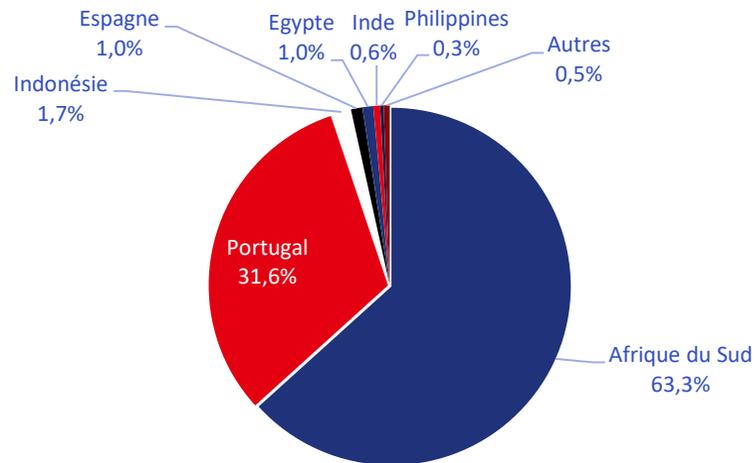


1

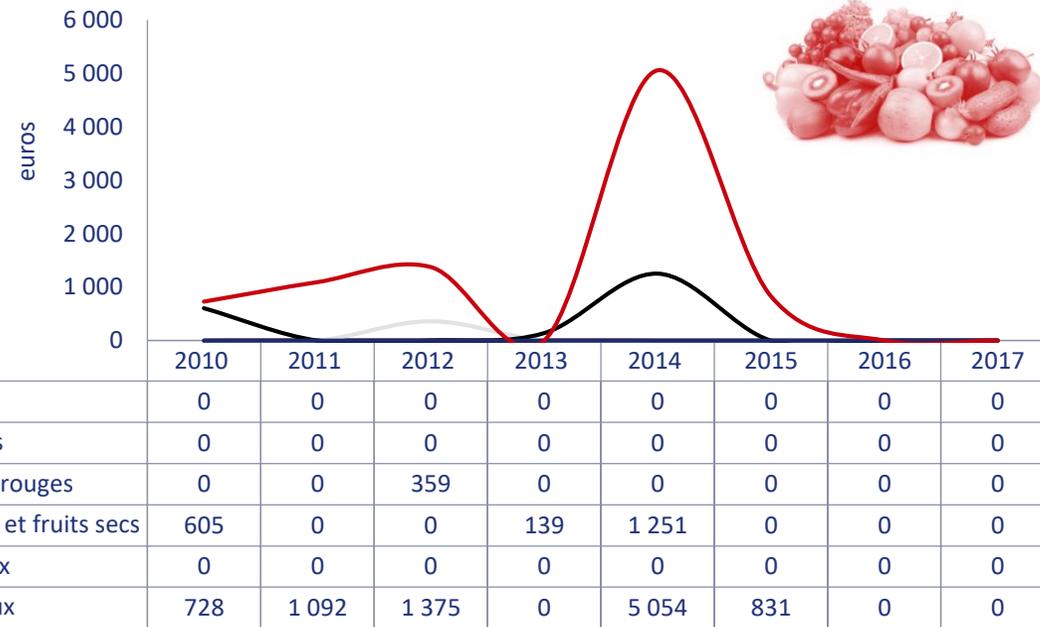
- La valeur totale des légumes importés en 2017 s'élevait à 73,5 Mio EUR, en hausse de +46,4 % par rapport à 2016.
- L'Angola importe essentiellement des **haricots secs, écosés** (codes douaniers SH 0713 33 et 39) depuis le **Canada** (près de 39 Mio EUR) et le **Portugal** (3 Mio EUR).
- Son 2^{ème} fournisseur est l'**Afrique du sud**, essentiellement pour les **oignons** (6,9 Mio EUR) et les **pommes de terre** (4 Mio EUR).
- La France est le 10^{ème} fournisseur de légumes, essentiellement des **pommes de terres de semence** (SH 0701 ; 390 t pour 290 000 EUR en 2017) et **congelées** (78 t pour une valeur de 49 000 EUR).

Les fruits : principalement des pommes sud-africaines

Principaux fournisseurs de fruits de l'Angola en 2017 (valeur)



Evolution des exportations françaises de fruits vers l'Angola



- L'Angola a importé des fruits pour une valeur totale de **19,8 Mio EUR** en 2017 (+30 % par rapport à 2016).
- Il s'agit principalement de **pommes d'Afrique du Sud**, 10 000 t pour une valeur de 7,2 Mio EUR en 2017, en hausse de +25 % par rapport à 2016.
- Le **Portugal**, 2^{ème} fournisseur, expédie principalement des **pommes** (1,5 Mio EUR ; 2 100 t en 2017) et des **agrumes** (1,4 Mio EUR ; 2 100 t).
- **La France est absente**. Seules exceptions (**anecdotiques**) : en 2016, la France a exporté pour 20 000 EUR de pommes vers l'Angola, et en 2014 – année la plus faste depuis 2010 – la France a exporté pour 175 000 EUR de pommes et 2 300 EUR de pêches ou poires (SH 0813 40).

Le sucre : une mainmise brésilienne

560 000 t / an :

Total des besoins en sucre estimés en Angola¹

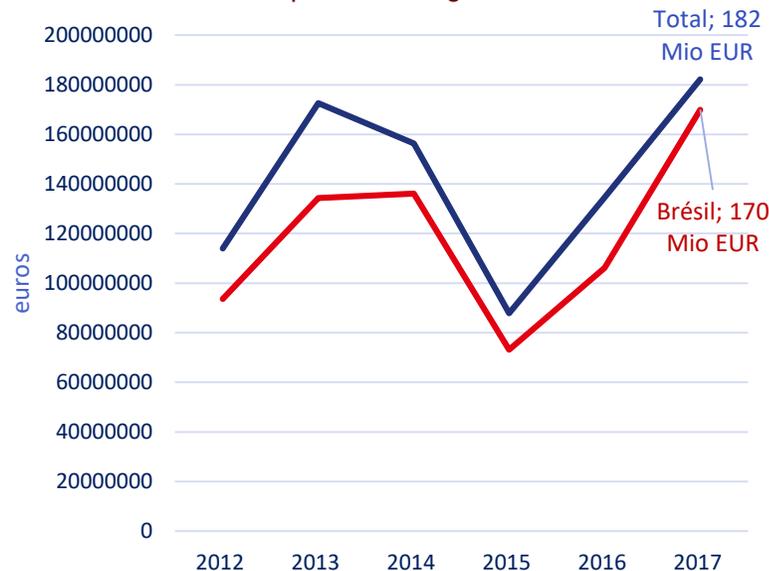
55,5 Mio t :

les importations de sucre en Angola en 2017, soit **182 Mio EUR²**

↳ à **93 %** du Brésil

- La France est le **3^{ème}** fournisseur de l'Angola en sucre en valeur (**1,2 Mio EUR**) et **4^{ème}** fournisseur en volume (**2,6 Mio t**) en 2017, derrière le Brésil, la Thaïlande et l'Inde. Nous avons **3,4 % des volumes** sur ce marché.
- Il existe un opérateur national incontournable, qui produit du sucre de canne à partir de savoir-faire brésilien : **Biocom** (cf. [p. suivante](#)). Son objectif de production 2018 est de 95 000 t de sucre. Biocom est également le plus gros importateur de sucre en Angola (liens avec le Brésil).
- Biocom ne produit pour le moment que du sucre blanc (marque Kapanda), mais compte lancer une gamme de sucre roux d'ici fin 2018.

Evolution des importations angolaises de sucre



Les salines du groupe Aderito Areias (Salinas Colombo, près de Benguela)



Le sel : un potentiel sous-exploité

Prix du sel produit en Angola ≈
60 000 AOA (**150 EUR**) / t³
Il doit être additionné d'iode.

La mise en sac : addition d'iode à la main et stockage en plein air ↴



- L'Angola dispose amplement des ressources naturelles nécessaires pour produire du sel de grande qualité. Pourtant, peu d'investissements sont réalisés sur ce domaine. En conséquence, **en dépit d'une production nationale existante, on trouve majoritairement des sels importés dans les rayons des GMS : sels portugais et Cerebos** (produit en Afrique du sud).
- Le principal opérateur de ce secteur est le Groupe **Aderito Areias**, avec une capacité d'environ **60 000 t de sel / an** (estimation terrain). AA compte développer sa production. Les méthodes restent très **artisanales** : tout est fait à la main, y compris la mise en sac (réalisée sur commande de la distribution formelle).

- Biocom est le seul **conglomérat public agroindustriel** créé à la fin de la guerre qui ait survécu.
- Situé à Cacuso, Malanje (cf. encadré).
- Son capital est partagé entre **Sonangol, Odebrecht et Cochan**.
- Ses techniciens spécialisés sont d'origine **brésilienne**, et la culture brésilienne imprègne l'ensemble de la société.
- Implication dans le tissu social local : formation du personnel, associations (capoeira), travail des femmes...
- À l'origine, ce projet a été monté sur un objectif de **production d'éthanol combustible** à base de canne (improbable, en raison de la puissance du pétrole en Angola, mais vrai).
- Aujourd'hui, Biocom cherche à **réduire la part de production d'éthanol au minimum et à augmenter celle de sucre au maximum**.
- L'entreprise ne parvient pas à écouler ses stocks d'éthanol (10 Mio L), sauf dans l'industrie des **boissons**.
- **Castel et Refriango** sont par ailleurs ses plus gros clients sur le sucre.
- Biocom admet ne pas être suffisamment performant en termes agricoles ; en revanche il considère avoir un excellent niveau industriel.

- **20 000 ha cultivés** sur un total de 80 000 dont 70 000 destinés à la culture.
- **15 % irrigués** (pivots qui servent aussi à apporter des nutriments) : 30 canons + 1 rampe pivot qui fait 110 ha.
- Production :
 - **250 000 t de sucre raffiné**,
 - **33 000 m³ éthanol**
 - **230 GWh énergie**.**L'usine ne fonctionne qu'à 30 % des capacités.**
- Productivité de **58 t de canne / ha** (Brésil : 78), supérieure à ce à quoi la société s'attendait (55 t, en raison du temps d'adaptation de la terre déforestée).
- Rendement : 1 t de canne donne 120 kg de sucre et 25 kg d'éthanol.
- **2 500 employés** dont 5 % expatriés.

Dans la presse : janvier 2018*

La production de sucre de la *Companhia de Bioenergia de Angola* a augmenté de **12,8 % en 2017**. Biocom est la première entreprise en Angola à produire et commercialiser du sucre, de l'éthanol et de l'électricité à partir de biomasse.

- Les intrants sont achetés sur le marché angolais, en kwanzas.
- Cela revient toutefois 40 % plus cher que le prix du marché mondial.
- Les produits phytosanitaires viennent d'Afrique du sud. Tout est fourni par **Angata** (importateur).
- Les machines lourdes viennent à **90 % du Brésil**, le reste d'**Afrique du sud**.
- Au final, **les coûts de production de Biocom sont énormes, et mettent en danger la viabilité du projet sur le moyen terme**.

- Biocom ne fait pas état de besoin particulier.
- En dépit de rumeurs persistantes sur la mauvaise santé de l'entreprise, sa feuille de route semble plutôt claire pour la phase 1. S'il y a un constat d'échec, ce ne sera donc probablement pas avant 2020-21. il sera sans doute dû aux difficultés commerciales de l'entreprise en raison de ses coûts de production insoutenables.
- Biocom cherche à se diversifier dans la **fabrication d'alcool pharmaceutique** pour transformer les stocks d'éthanol qu'il ne parvient pas à vendre (10 Mio L).

La région de Malanje : zone à très fort potentiel agricole

Considérée avant la guerre comme l'un des greniers du pays : riz, maïs, arachide, tournesol, soja, manioc, produits horticoles ; élevages bovin, caprin, ovin et porcin ; culture du coton... Sa remontée en puissance fait face aujourd'hui à plusieurs contraintes typiques de l'Angola :

- Sols latéritiques qu'il faut chauler et amender ; irrigation nécessaire
- Défaut d'accès à la propriété ; manque de formation et d'information
- Nécessité d'accéder au crédit bancaire pour pouvoir investir
- Difficulté d'accès aux infrastructures agricoles (machines, bâti, intrants) et de transport
- Concurrence des productions internationales.



FORCES

- Succès de nombreuses agroindustries, à commencer par le secteur des boissons.
- Dépendance de l'Angola aux apports d'ingrédients étrangers ; pas de production locale.
- Offre française déjà présente, notamment sur la BVP et les ingrédients laitiers.
- Présence d'acteurs français tels que Dreyfus sur les céréales.

FAIBLESSES

- Exportations d'ingrédients français erratiques d'année en année.
- Dépôt de bilan des moulins de Strasbourg, qui fournissaient Dimassaba, opérateur d'envergure sur la BVP en Angola.
- Nécessité d'être sur place pour détecter les opportunités d'affaire et faire connaître son offre.

OPPORTUNITES

- Essor de l'agroindustrie, avec le soutien du gouvernement.
- Investissements en cours dans de nouvelles lignes de production : pâtes, BVP, sauces, transformation des fruits, boissons...
- La France pourrait être plus présente sur les fruits et légumes.
- Marge d'augmentation de nos exportations également sur le sucre.
- Difficultés à prévoir chez Biocom ? (Coûts de production insoutenables)

MENACES

- Concurrence internationale forte, notamment du Brésil et des autres pays européens (Portugal, Allemagne...).
- Montée en puissance de la farine turque aux dépens de la farine française.

Exemples d'entreprises ayant exprimé des besoins et/ou un intérêt pour l'offre française

Epic Sana (hôtel 5* de Luanda) rapporte des problèmes récurrents sur ses approvisionnements en beurre, chocolat, ingrédients pour les pâtisseries (gelées...) qu'il importe du Portugal. Serait intéressé par des propositions d'intrants pour ses cuisines, notamment farine, beurre...

Lactiangol importe de nombreux ingrédients laitiers, additifs et saveurs pour ses produits. Il pourrait être intéressé par des offres complémentaires à ses fournisseurs actuels (principalement portugais et allemands).

Mafcom (cf. [p.114](#)) développe de nouvelles lignes de transformation (produits laitiers, BVP) et aura besoin à court terme de fixer les futurs fournisseurs d'intrants pour ces usines.

4.6. Les produits transformés et gourmets

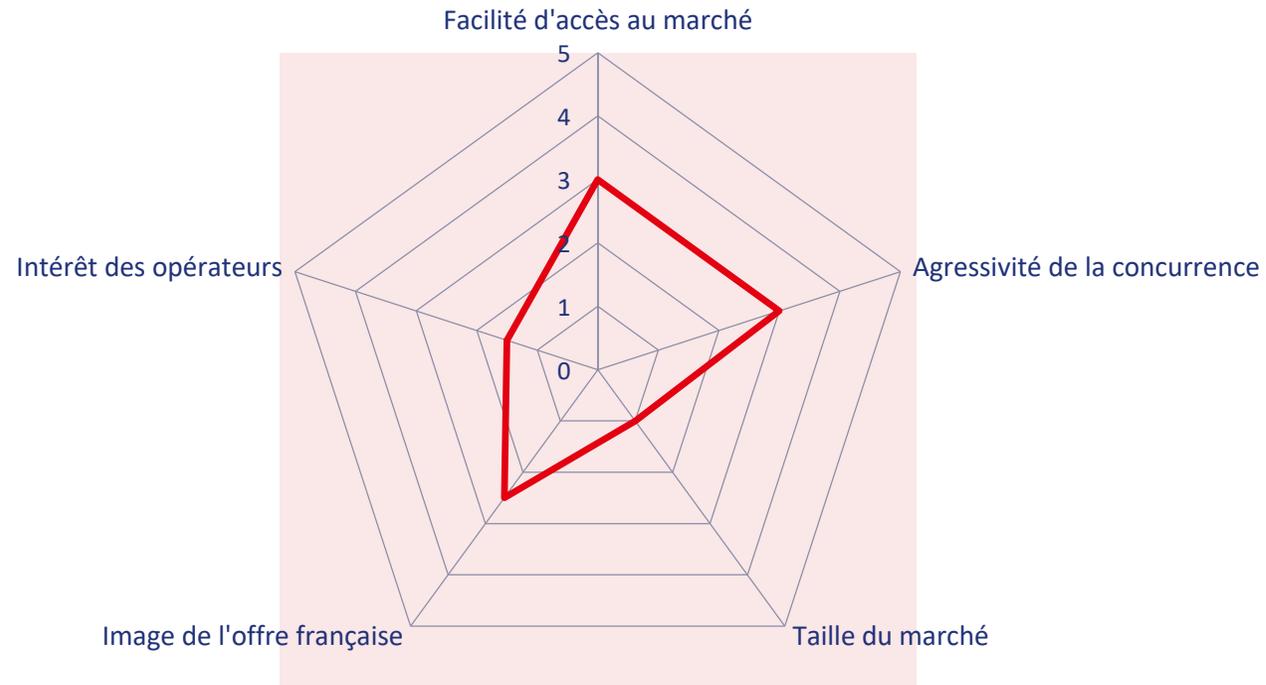
80 % des produits alimentaires consommés en Angola sont importés.

Pourtant le marché des produits transformés est limité, en raison du pouvoir d'achat en baisse, sauf pour ce qui est des produits de la *cesta basica*.

Les produits transformés élaborés ne s'adressent pas à plus d'1 % de la population.

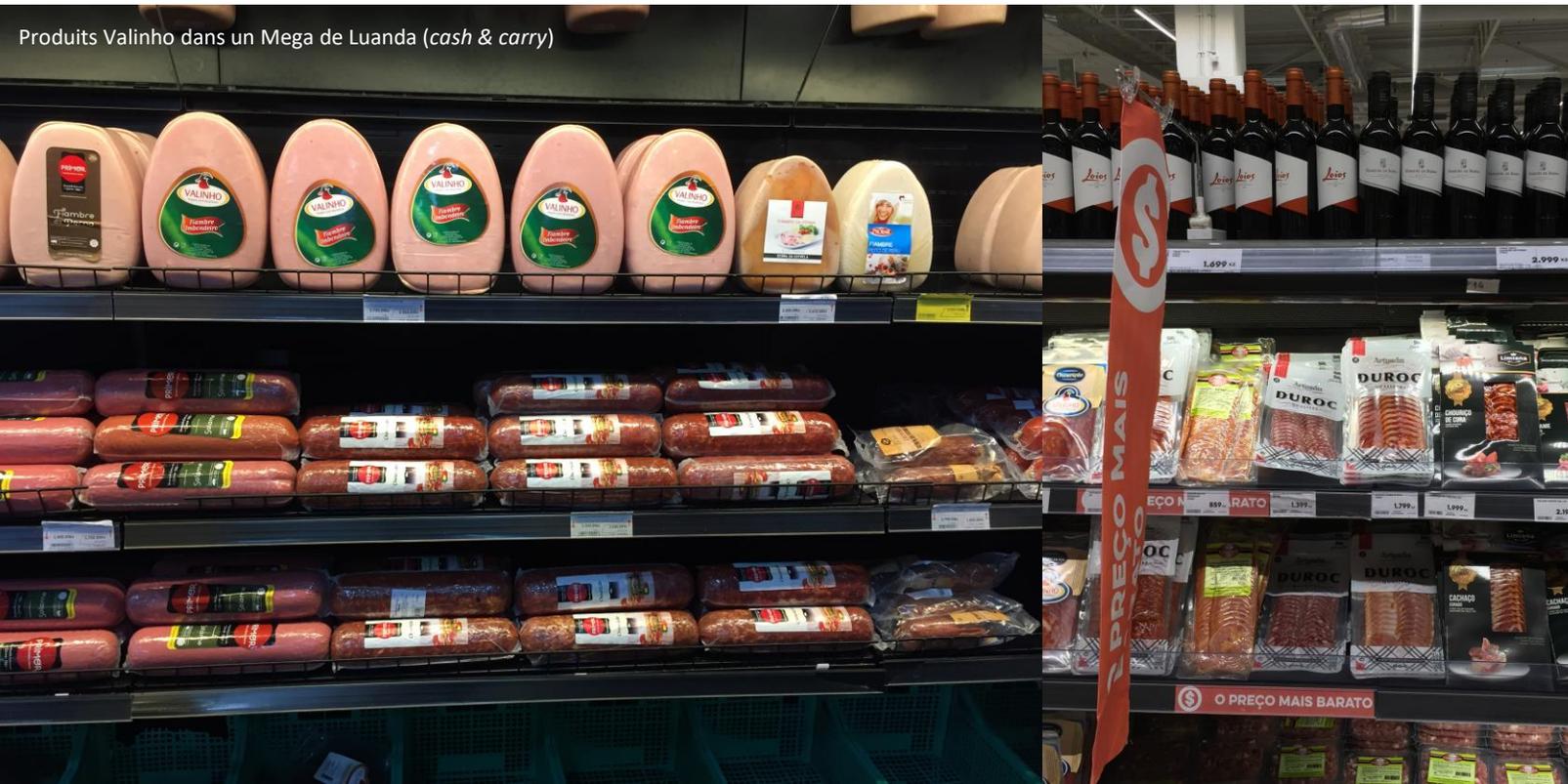
Les Portugais dominant très largement l'offre de produits importés.

- ⇒ **Opportunités sur la BVP et notamment les produits surgelés à destination de l'HORECA.**
- ⇒ **Opportunités sur les produits laitiers (longue conservation préférable).**
- ⇒ **Opportunités sur la viande peu ou pas transformée, fraîche ou surgelée, y compris abats et déchets des IAA (ex : carcasses de poulets).**



- Un parangonnage particulier a été effectué sur le marché de la charcuterie. Celui-ci s'avère très limité pour l'offre française : les habitudes portugaises et par conséquent l'**offre portugaise** dominant (saucisses sèches, chorizos...). D'après les distributeurs, même les produits espagnols ne parviennent pas à la concurrencer.
- Le producteur national de viande transformée est **Valinho**. Il produit essentiellement de la charcuterie à partir de **viande de porc importée** ; certains témoignages sous-entendent même qu'il ne ferait pas de transformation, mais seulement de la mise en emballage. Ses produits restent néanmoins estampillés « *feito em Angola* ».
- Dans le domaine de la viande de volaille, **Aldeia Nova** et **Avikuxi** sont les principaux transformateurs mais ne produisent aucune gamme réellement élaborée – Aldeia Nova a tenté de lancer des plats cuisinés, mais envisage de mettre cette production en *stand by* en attendant une plus grande maturité du marché.

Produits Valinho dans un Mega de Luanda (cash & carry)



Charcuteries dans un Candando de Luanda
← self-service et traiteur →



- Le pain fait partie de la diète angolaise. On trouve partout des pains de tailles variées (d'une bûche à une portion individuelle) vendus dans des bassines dans la rue. Ils sont fabriqués à base de farine de blé tendre. Les pâtisseries sont calquées sur des recettes portugaises : *pasteis de nata*, *pao de Deus*, *lanches* (salés), *brioche*, *bolos de berlim*...
- Les maîtres de la boulangerie-vienniserie-pâtisserie « à la française » (haut-de-gamme) en Angola sont les Libanais de **Dimassaba** (cf. p.50). Ils fabriquent des produits considérés unanimement comme excellents dans leurs unités de production, et possèdent également les cafés **Delicias de Paris** et **Trocadero** et les supermarchés **Dimacity**. Les ingrédients sont importés de France : farine (auparavant fournie par les Grands Moulins de Strasbourg, qui ferment ; ils l'achètent à présent en partie chez les Grands Moulins de Paris, en Belgique et en Espagne), beurre Président, chocolat Comtesse du Barry... Leur chef a été formé chez Lenôtre. Leur centrale d'achat, **le comptoir d'export**, est basée à Paris.
- **Zahara** tente de les imiter, en plaçant dans chaque magasin **des fours et une boulangerie-pâtisserie** permettant de proposer à la clientèle du pain frais, du préparé congelé, ou des produits industriels de plus longue conservation. Zahara souhaiterait **développer son offre de préparations surgelées cuites sur place**, et notamment proposer des croissants et autres **viennoiseries**. La farine utilisée vient du Portugal, ainsi que les premix ; le reste est fait sur place.

VERBATIM :

« Il ne faut pas viser la classe moyenne en Angola : elle consomme comme la classe pauvre, et utilise le surplus d'argent pour acheter des dollars américains qu'elle cache sous les matelas ou au Portugal. Il faut viser la population générale, avec des produits très basiques. »

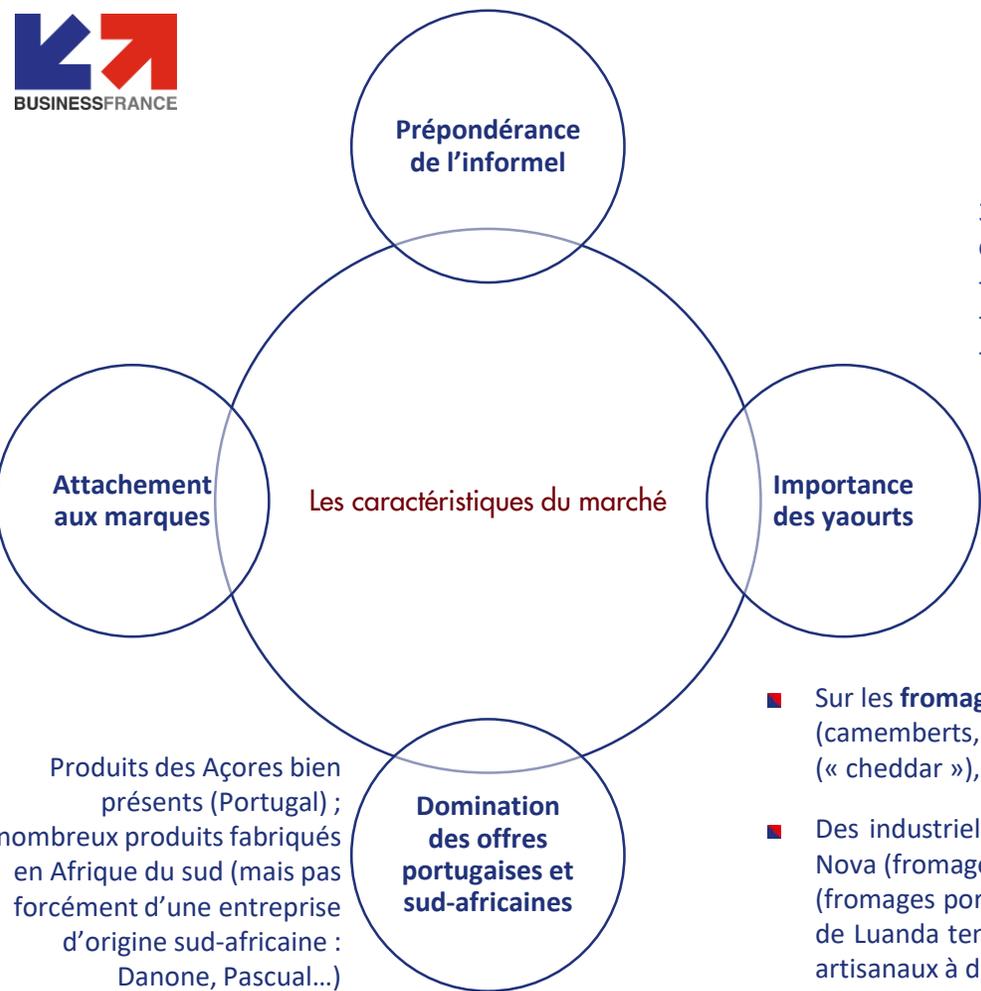
Dimassaba, importateur, distributeur, producteur BVP, et autres

Boulangerie de rue, Luanda



Boulangeries de magasins Shoprite (à gauche : Luanda ; à droite, Ndalatondo)





3 produits laitiers sont considérés comme des denrées de base en Angola :

- Les **poudres de lait**
- Le **lait UHT**
- Les **yaourts**, traditionnellement fabriqués à domicile à partir d'un yaourt du commerce utilisé comme ferment (par exemple yaourt Lactiangol, bien qu'il soit lui-même déjà fait à base de lait en poudre), mélangé avec du lait reconstitué à base de poudre (le procédé est même indiqué sur les bidons de lait en poudre commercialisés en Angola). Ce type de yaourt peut se retrouver en vente sur le marché informel, en bocal ou sachet plastique.

- Sur les **fromages** : marché de prix. Contrefaçons de fromages **français** (camemberts, bries...). Fromages **portugais** (secs et frais), **hollandais** (« cheddar »), **italiens** (Grana Padano) et **fondus** (*A vaca que ri*, Bel).
- Des industriels locaux commencent à développer leur offre : Aldeia Nova (fromage frais, à tartiner, et hollandais ; cf. [p.113](#)), Novagrolider (fromages portugais, cf. [p.74](#)), et même « Le Chalet », café / épicerie de Luanda tenu par une Franco-suisse, qui fabrique des fromages artisanaux à destination des expatriés.

Les principaux produits laitiers commercialisés en Angola et leur principal circuit de distribution*

Yaourts thermisés	• À 90 % sur le marché informel
Fromages fondus	• Marché informel
Laits concentrés	• Marché informel
Poudres de lait	• À 80 % sur le marché informel
Yaourts réfrigérés	• Marché formel : distribution formelle et HORECA
Beurre	• Marché formel : distribution formelle et HORECA
Lait UHT	• Marchés formels et informels, mais prix plutôt trop élevé pour les circuits informels

Danone est très présent via divers produits :

- Yaourts réfrigérés : c'est *la* référence du marché. Les produits viennent d'Europe ou d'Afrique du sud et sont principalement commercialisés dans les circuits formels, parfois à prix très élevé (996 AOA / pack de 4 yaourts, soit environ 2,5 EUR / pack). Cible classes aisées ou expatriés.
 - Yaourts longue conservation : marque UltraMel, fabrication sud-africaine
 - Innovations : yaourts à boire en cannettes (dan'up), yaourts à la grecque (Grego), au bifidus (Activia)...
- Danone passe par plusieurs canaux pour l'importation-distribution de ses produits : flux directs *via* Danone Portugal pour la GD ; utilisation de sa filiale Clover en Afrique du sud pour la gamme UltraMel ; importateurs angolais...

Grupo Pascual est un acteur incontournable de la longue conservation, notamment pour l'informel :

- Yaourts thermisés à très longue durée de conservation : *la* référence sur le marché (également au Cap Vert)
 - Best-seller : yaourt « Pascual » de 70 à 100 AOA l'unité (0,2 EUR) ; « Cremoso » à partir de 339 AOA le pack de 4 yaourts en GMS (≈ 0,85 EUR).
- Canal d'exportation : plateforme montée en Afrique du sud (2010).
Compétiteurs : LACTOGAL (yaourt « Mimosa » depuis 2005, fabriqué en Allemagne), DANONE (« UltraMel »), SAVENCIA (« Elle & Vire » et « Milkana »).

Produits laitiers – photos dans les points de vente



Mega (cash & carry, Luanda)



Mega (cash & carry, Luanda)



Mega (cash & carry, Luanda)

« Camembert » de marque Prestige fabriqué en Allemagne.



Prix brique Lactiangol : 390 AOA (≈ 1 EUR)



Prix brique des Açores (Portugal) : 355 AOA (≈ 0,9 EUR)



Candando (Luanda)

- Le **transformateur de lait national** a été fondé en 1994.
- Usine à Luanda. Raccordement à un système de distribution d'eau en 2017.
- Fabrication de **produits laitiers et jus** à partir de poudre de lait importée, de solutions de dessert et de concentrés.
- Utilisation également de lait liquide acheté à **Fazenda Aurora** et **Aldeia Nova**. Mais le **manque régulier de matière première et le coût de celle-ci** en local a conduit la société à **abandonner une partie de sa gamme de produits à base de lait liquide**. Par exemple, ses briques de lait Waku, 100% lait liquide, ne sont plus produites depuis plusieurs années en dépit de sa mise en avant sur les supports de communication.
- Ne sont distribués presque uniquement sur le **marché formel luandais**.
- Lactiangol a tenté d'être présent sur le marché informel en 2017, mais a abandonné l'expérience au bout de 6 mois (manque de capacité de stockage et de maîtrise de la chaîne du froid des points de vente ; méconnaissance de ses produits sur ces circuits – source entretien Lactiangol).

- Prix d'1 brique de Leite Lactiangol (à base de poudre de lait) :
-390 AOA chez Mega ;
-399 AOA chez Shoprite,
 • vs. 1 brique de lait liquide des Açores (Portugal) :
 -330 AOA chez Mega ;
 -290 chez Shoprite (marques différentes).
- L'usine Lactiangol fonctionne à **moins de 50 % de ses capacités**, seulement **3 jours / semaine**.

- Lait frais local largement insuffisant : dépendance aux importations, notamment de **lait en poudre** du Portugal, de France... pour les lignes de production de **yaourts** et de **lait UHT**.
- Les yaourts sont faits à base de lait en poudre ; la gamme « crémeux » est fabriquée sur place à base de **solutions de dessert** importées d'Allemagne.
- Les jus de fruits sont faits à base de **concentrés d'origines diverses**, importés *via* le Portugal.
- Lactiangol reconditionne également du **beurre importé en blocs de 25 kg des Açores** (meilleure qualité, emballage doré). Elle reconditionnait également du beurre d'Irlande (conditionnement argenté) mais a cessé en raison d'un rapport qualité/prix moindre.
- Les **emballages sont d'origine espagnole** mais arrivent par le Portugal. Problème d'approvisionnement régulier en raison de l'accès aux devises.
- Les machines et équipements sont un monopole de **Tetrapak**.

- Lactiangol a très récemment été rachetée par **Angoalissar** (groupe Webcor). Bonnes perspectives d'évolution futures.

Présentation



Chiffres



Organisation des achats



Projets



- Production œufs, lait, produits laitiers, viandes et divers produits transformés.
- Projet débuté en 2003 sous instance publique (Gesterra). Échec dès 2004. Rachat en 2010 par le groupe israélien Mitrelli avec l'aide de fonds américains.
- Système inspiré des *kibboutz* : animaux élevés en partie par les familles alentour, alimentés par la production locale de maïs et de soja.
- Abattoir (cf. [p.91](#)) qui traite les vaches et poulets de réforme d'Aldeia Nova, les caprins des villages alentour, ainsi que les porcs de la fazenda Santo Antonio (capacité : 8 t / semaine viande porcine).
- Intégration verticale : Aldeia Nova cherche à ne rien perdre (ex : production de muffins avec les œufs cassés).
- Nombreuses autres innovations. Par exemple production de plats préparés en sachets depuis 2 ans. Mais le marché n'est pas mûr : les plats sont vendus 2 fois le prix de production en GD (800 AOA constatés sur le terrain ≈ 2 EUR), or les Angolais préfèrent acheter moins

- Vaste zone de production à Waku kungo
 - 8 000 ha cultivés (maïs), presque tous sans irrigation (3 rampes pivots)
 - production : 4 000 t soja (tente d'augmenter) et 6 000-8 000 t maïs / an, ainsi que tournesol
 - usine d'alimentation animale, qui travaille à base de la production de maïs et soja. Capacité ≈ 20 t de *feed* / h.
 - plus de 50 générateurs
 - plus de 300 machines (tracteurs, véhicules...)
- 260 000 poules pondeuses ; prévision de 500 000 d'ici fin 2018 (grâce à *fazenda* partenaire qui produit 30 000-50 000 œufs fertilisés / jour).
- Production : 200 000 œufs / jour environ en été ; 400 000 œufs / jour en novembre-décembre.
- Lait de vache : production 3 Mio L en 2016 + dérivés laitiers (fromages, yaourts, beurre).
- Capacité de traite : 1 200 vaches / jour.
- 700 vaches laitières au total, dont environ 400 produisent 6 000 L / jour.

- Ameuropa fournit **semences et fertilisants**. Alternatives bienvenues.
- **Machines** : « nous avons tous les besoins du monde ». Aldeia Nova achète les moissonneuses-batteuses aux Etats-Unis, mais envisage des offres allemandes à l'avenir. La société est attachée au matériel John Deere (support technique et pièces de rechange).
- **Races bovines** : Jersey, Hollandaises... achetées en Af. du sud et Israël (Sion).
- **Nutrition** des vaches laitières : premix d'Israël ou d'Afrique du sud (Wisum) ; Pays-Bas envisagés.
- Intéressés par des fournisseurs de **phosphate** pour le *feed*.
 - **Poudre de lait** (comme stabilisant dans les produits laitiers) : sur le marché angolais. Très chère, mais a l'avantage de pouvoir être payée en AOA.
 - **Vaccins** pour les poulets : très compliqué car le fournisseur doit faire enregistrer ses vaccins. Si urgence sanitaire : envoi d'**antibiotiques**.
 - **Emballages** : capsules bouteilles plastique d'Europe de l'est (1,2 Mio capsules pour yaourts à boire / an).
 - **Œufs** par 6 et 12 en pack plastique transparent d'Autriche ou Bulgarie. Barquettes carton pour les plus gros packs d'Afrique du sud ou locales.

- Production d'**huile de soja** pour alimentation humaine, quasi prête au lancement. Équipement chinois.
- Aldeia Nova envisageait de fabriquer de la mozzarella, mais le coût de la ligne de production ne se justifie pas pour le moment. Elle a lancé un fromage hollandais et attend les retours avant de lancer d'autres investissements. Elle pourrait se lancer dans la production de **fondus** type « Vache qui rit », mais trouve trop chère la chaîne de conditionnement.
- Réflexion pour développer son propre **élevage caprin**, freinée par les contraintes vétérinaires, génétiques etc.
- Autres opportunités d'équipements identifiées sur le terrain :
 - système de **recyclage** (inexistant)
 - mise en **emballage**, emplissage des pots de glace, gestion des plaques de cuisson... (faits à la main)
 - ligne de production de **conserves** (production commencée, mais se heurte à un manque de compétitivité en raison de la nécessité d'importer les conserves, qui viennent pour le moment d'Israël).

Présentation

(illustrations en [annexe 6](#))



Chiffres



Organisation des achats



Projets



- Le groupe Mafcom / Mafcom a débuté ses activités en 1991 en important en Afrique des vêtements d'occasion d'Europe et d'Amérique. Sa vision est de **toucher la population la plus large possible**.
- 2001 : début des importations de boîtes, sacs et sachets de lait en poudre d'Irlande.
- Aujourd'hui le groupe distribue ses propres marques distributeur, lancées en 2014 :
 - MOMO** : lait UHT, lait en poudre (NZ) en boîte et sachet, yaourts.
 - NUTRIAS** : lait en poudre d'Irlande (boîte et sachet), beurre d'Irlande.
 - VITMILK** : lait en poudre enrichi (sachet)
 - ALIMO** : fromage fondu, huile végétale, lait concentré sucré d'Indonésie
- Présent à Luanda, Cabinda, Huambo, Lubango, Malanje et Lobito.

- Présence dans **3** pays africains (RDC, Congo Brazzaville, Angola)
- **5 usines et 16 centres** opérationnels
- Flotte de 22 camions.
- Mafcom détient **20 % des parts du marché** des laits en poudre en 2016, derrière **NIDO** (Nestlé).
- **5 000 t de lait en poudre vrac** importées par Mafcom en 2015.

- **MOMO** :
 - lait UHT de **France**
 - lait en poudre de **Nouvelle-Zélande**
 - yaourts d'**Allemagne**.
- **NUTRIAS** :
 - **Irlande**.
- **ALIMO** :
 - fromage fondu : **Egypte**
 - huile de soja : **Argentine, Indonésie**
 - lait concentré sucré : **Indonésie**
- Le groupe est membre des chambres de commerce locales dans les trois pays où il est présent.
- Equipe marketing (5 personnes) dédiée au développement des marques (campagnes d'affichage et de terrain avec distribution d'échantillons).

- Mafcom a des projets de diversification avec la constitution d'une gamme de laits infantiles et de céréales sous marque propre MOMO et NUTRIAS, mais attend pour cela une amélioration de la conjoncture économique.
- (À noter : Mafcom avait été sollicité en 2013-2014 par un grand groupe pharmaceutique pour la réalisation d'une étude de marché du Baby Food et plus spécifiquement des formulations infantiles. Cette étude n'a pas donné suite à une collaboration.)

Présentation



Chiffres



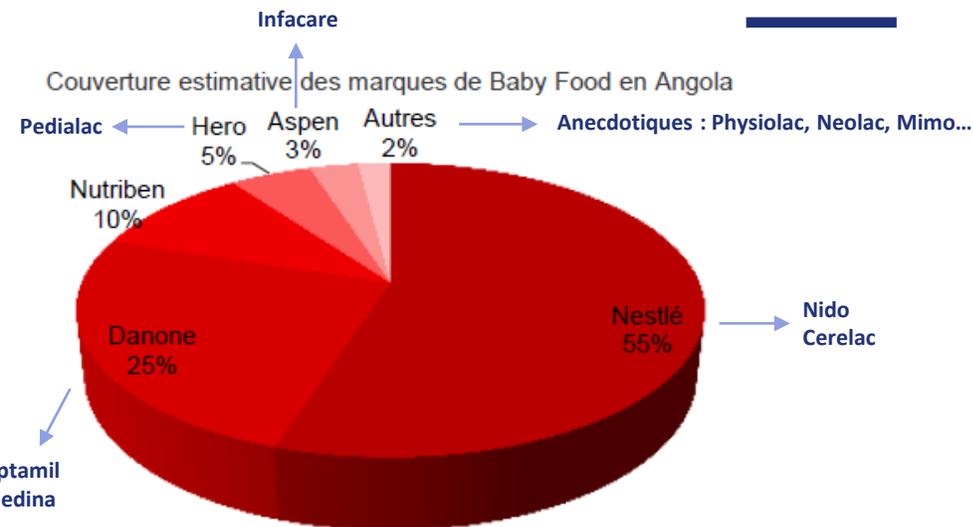
Organisation des achats



Projets



- Les habitudes sur ce secteur sont mauvaises en Angola : alimentation « adulte » dès le sevrage du lait maternel, inappropriée pour des nourrissons (cf. [p.38](#)). Les marges d'amélioration sont réelles, mais aucune campagne de sensibilisation n'est menée en ce sens.
- Pour ce qui est des **préparations infantiles conditionnées pour la vente au détail** englobant les poudres de lait et céréales infantiles (code douanier SH 1901 10) :
 - la France est le **3^{ème} fournisseur** de l'Angola en valeur en 2017 (**2,3 Mio EUR, x10 depuis 5 ans**)
 - après le **Portugal** (8,4 Mio EUR, en baisse sur la période 2012-2017)
 - et les **Pays-Bas** (2,8 Mio EUR, part fluctuante ces 5 dernières années).



Source : Business France Angola 2016 *

Linéaires de Candando, Luanda



FORCES

- 80 % des produits alimentaires consommés en Angola sont importés.
- Présence de produits français : fromages, produits Bel, Danone, Lactalis, BVP « à la française »...
- Barrière sanitaires et douanières très peu contraignantes.

FAIBLESSES

- Cherté de l'offre française.
- Méconnaissance.
- Positionnement haut-de-gamme / élaboré qui ne convient pas au marché angolais en situation de crise.

OPPORTUNITES

- Essor de la distribution formelle.
- Suppression (temporaire ?) des droits de douane sur les produits de base.

MENACES

- Pouvoir d'achat en baisse, forte inflation et dévaluation de la monnaie : crise économique.
- Concurrence portugaise omniprésente partant avec l'avantage compétitif clef qu'est la culture culinaire.
- Contrefaçon et appropriation de l'image France pour des produits entrée de gamme non élaborés en France (fromages, BVP...).
- Productions externalisées en Afrique du sud, y compris pour les produits transformés français.

Exemples d'entreprises ayant exprimé des besoins et/ou un intérêt pour l'offre française

Mafcom (cf. [p.114](#)) : travaillent en France avec Unilap et Lactinov / Baby Drink qui leur fait les gourdes de baby food laitières sous leur marque Momo. Elles sont destinées au marché formel. Mafcom pourrait par la suite être intéressé par des compotes en gourde si ce produit laitier fonctionnait.

Casa dos Frescos serait preneur de produits gourmets français, mais attention ! La société achète de petites quantités.

Le lait Président (2 fois plus cher que le lait Mimosa portugais), rencontrait beaucoup de succès et Casa Dos Frescos pourrait envisager d'en reprendre la commercialisation.

L'hôtel 5* de Luanda, l'Epic Sana, recherche un fournisseur de condiments en portions individuelles emballage premium.

L'offre d'eaux, sodas et jus de fruits (à base de concentrés et additionnés de sucre) est suffisante pour le pays.

⇒ Tout est produit localement par des industriels bien implantés, tels que Refriango.

Le marché des boissons alcoolisées est également amplement desservi.

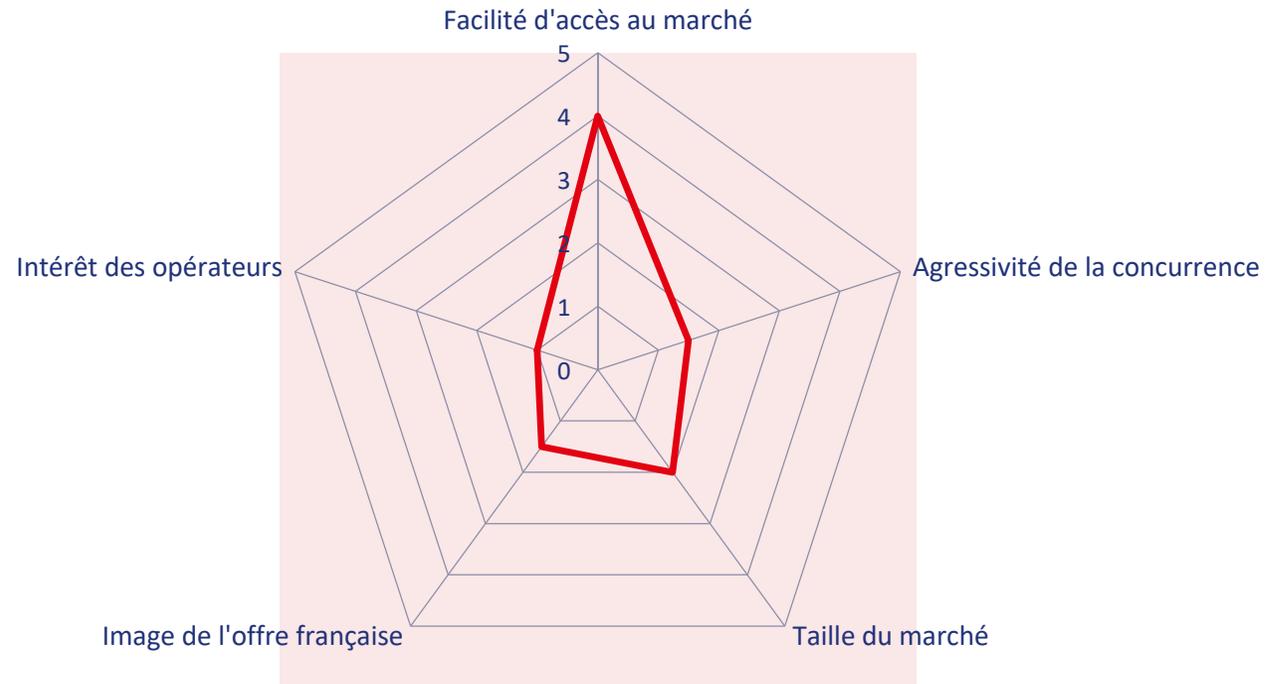
L'alcool est répandu et se trouve dans tous les types de circuits de distribution.

⇒ La bière est particulièrement populaire. Le leader est Castel, qui produit localement.

⇒ Sur les vins tranquilles, le Portugal domine l'offre (vins du Douro et de l'Alentejo, principalement).

⇒ Les mousseux restent l'apanage des Français, en dépit d'une concurrence grandissante.

Les boissons sont un marché de marque. Les opportunités sont faibles sur ce marché bien desservi.



2^{ème} industrie du pays
après le pétrole

2 100 Mio L production du secteur en 2017,
dont **1 014 Mio L** de **bière**

5 430 Mio L capacité
annuelle totale du secteur *

4 % contribution du secteur
au PIB national en 2017*

13 600
emplois directs

Autosuffisance du pays en jus et bières, et nouveaux projets en cours

- Les 2 principaux groupes sont :
 - ▼ **Refriango** (marques Blue, Pura, Nutry... cf. [p.120](#))
 - ▼ **Castel** (bières : Cuca, Nocal, Eka, N'Gola ; softs : Booster, Top, XXL energy, Coca Cola ; emballage : embouteillage pour Schweppes, usine de verre Vidrul...).
- La production est nationale : jus de fruits, eaux, sodas, bières. Elle est toutefois dépendante des importations d'intrants : ingrédients et équipements. Les équipements pour la brasserie font partie de nos premiers postes d'équipements agroindustriels à l'export (cf. [p.95](#)).



Cuca (bière Castel) ↑

← Produits Refriango



Bières importées : marché de niche.

Le **Portugal** fournit **93 %** des bières importées en Angola en valeur ; les Pays-Bas 5 % et la Chine 2 %.

Le leader de la distribution des bières de **spécialité** est l'importateur haut de gamme **Casa dos Frescos**, sur le marché luandais (Chimay, Duvel, Bud...). Cependant la rotation des stocks et les quantités importées sont faibles, et le défaut de devises freine tout développement de leur catalogue.



Eaux : la production locale domine.

En 2017, l'Angola a importé pour **826 000 EUR** d'eaux minérales et gazeuses (soit 2,1 Mio L). Le **Portugal** est son 1^{er} fournisseur (98 % des PDM). Il est suivi par les offres sud-africaines et polonaises, marginales. La France est le **4^{ème}** fournisseur, pour un montant de 4 000 EUR en 2017, en **baisse de 84 %** par rapport à 2016**.



Sodas : la production locale domine.

En 2017, l'Angola a importé pour **6,1 Mio EUR** de sodas (6,1 Mio L)**. Le **Portugal** et l'**Autriche** se disputent la place de 1^{er} fournisseur avec **37,6 % des PDM chacun** en valeur en 2017. Ils sont suivis de l'Afrique du sud (11,4 % des PDM), de l'Espagne (5,4 %) et de la Thaïlande (2,3 %). La France est le **7^{ème}** fournisseur en valeur, pour un montant de 60 000 EUR en 2017, en **hausse de 50 %** par rapport à 2016.

- Leader des soft en Angola (colas exceptés), fondé en 2005.
- Refriango est le principal actif du groupe portugais **Nuvi**.
- Refriango possède les supermarchés **Mega** ainsi que les magasins **Bem me quer** (les 1^{ères} épicerie de proximité formelles en Angola – cf. [p.46](#)).
- L'usine est certifiée ISO 22000 (agroalimentaire) et ISO 17025 (laboratoire).
- Leader sur les boissons soft, Refriango a lancé en 2016 la marque de bière **Tigra** (rompant, d'après ce que nous avons entendu dire sur le terrain, une sorte d'accord tacite avec Castel, attribuant le marché angolais des softs à Refriango et celui des bières à Castel). Tigra est portée par une importante campagne marketing, mais ne semble pas encore avoir le succès escompté face aux bières de Castel.

Présentation



- **16 marques** :
 - alcools (bières et vin),
 - softs (sodas Blue, Welwitschia...)
 - eau (Pura),
 - jus (Nutry, Tutti, Polpa...).
- **28 lignes** de production pour les boissons, Tetrapak, canettes et verres.
- **300 camions** qui distribuent sur tout le territoire (gérés par l'entreprise Crossafrica, qui fait partie du groupe). Certains seraient réfrigérés.
- Bière Tigra : usine dédiée, d'une capacité de **210 Mio L** (soit 25 % de la demande du pays) qui ne tourne toutefois qu'à **30 % de ses capacités**, pour des PDM estimées par Refriango à **8 %**.
- Les équipements viennent de Krones (Allemagne).

Chiffres



- La Tigra est fabriquée à base d'un mélange de **maïs** et de **malt**, le tout **importé d'Europe, mais pas de France**. Refriango serait intéressé par une offre de France.
- Il en va de même pour les autres intrants : **saveurs, colorants, conservateurs, additifs, machines...**
- Refriango effectue ses paiements au moyen d'ordres internationaux à travers la Banque nationale, avec laquelle il a de bons rapports *via* le gouvernement.
- L'entreprise est la seule en Angola qui produise ses propres **preform** plastique pour la fabrication de ses bouteilles (notamment pour la marque d'eau Pura), à base d'intrants plastiques importés du Portugal car il n'existe pas de production pétrochimique de ce type en Angola.
- Refriango vend ses préformés plastiques également à d'autres industries nationales.

Organisation des achats



- Les capacités de production de Refriango sont bien supérieures à ce que le marché angolais peut absorber.
- L'entreprise justifie cela par une vision sur le long terme. Donc **pas de besoin en lignes de production** à court terme.
- Refriango innove en termes de **produits**.
- Il serait intéressé par toute offre d'intrants.
- Une prochaine étape pourrait concerner le développement de produits **allégés** en sucre si les Angolais commencent à y prêter attention (pas à court terme).

Projets



Les pratiques de consommation

80 % des consommateurs sont des **hommes**

Consommation de vins tranquilles :

- **70 %** vin rouge
- 30 % vins verts et blancs

Les consommateurs ont tendance à croire que la qualité d'un vin dépend du **taux d'alcool**, ce qui profite à l'offre portugaise (souvent à 14 % vol. et plus).

À prix égal, **c'est cet aspect qui fait la différence.**

Les **femmes** boivent plutôt des **vins doux et sucrés**, un peu de blanc (Moscato), ou des **mousseux** (JC Leroux).

Elles forment un important réservoir de croissance.

D'après les opérateurs locaux, la tendance semble être à une **baisse de la qualité** de la consommation, pour privilégier l'aspect **prix**.

Le vin est handicapé en Angola par les **conditions de transport** (vols, explosions de bouteilles de mousseux) et de **stockage** (chaleur affectant les vins blancs...).

Les occasions de consommation

Les **cérémonies culturelles**, au cours desquelles la consommation de vin est un impondérable, sont nombreuses.

Une **union** traditionnelle se divise en 3 étapes festives : présentation du fiancé, demande en mariage, mariage...

Consommation de vin également lors de **funérailles**.

Idem lors d'une « **sentada** » (réunion familiale typique pour résoudre un problème).

Noël représente un marché important pour les cadeaux, notamment d'entreprises ; souvent sous forme de paniers.

Enfin pour les marques moins connues, une grande opportunité de marché réside dans les **ruptures de stock des best-sellers** : les équivalents sont alors pris d'assaut, surtout s'ils copient bien l'identité visuelle du best-seller.

Les best-sellers

Champagne : **Moët & Chandon** ; **Cristal** incontournable sur la gamme luxe.

Mousseux : **JC Leroux** (sud-africain).

Vins tranquilles du **Douro** et **Alentejo**.

Les vins sont généralement importés au travers de distributeurs au Portugal.

Les marges des importateurs angolais varient de 25 à 45 % en général, la moyenne approchant plutôt les **30 %**.

Niche de marché pour des vins rouges français à fort degré d'alcool très marketés.

VERBATIM :

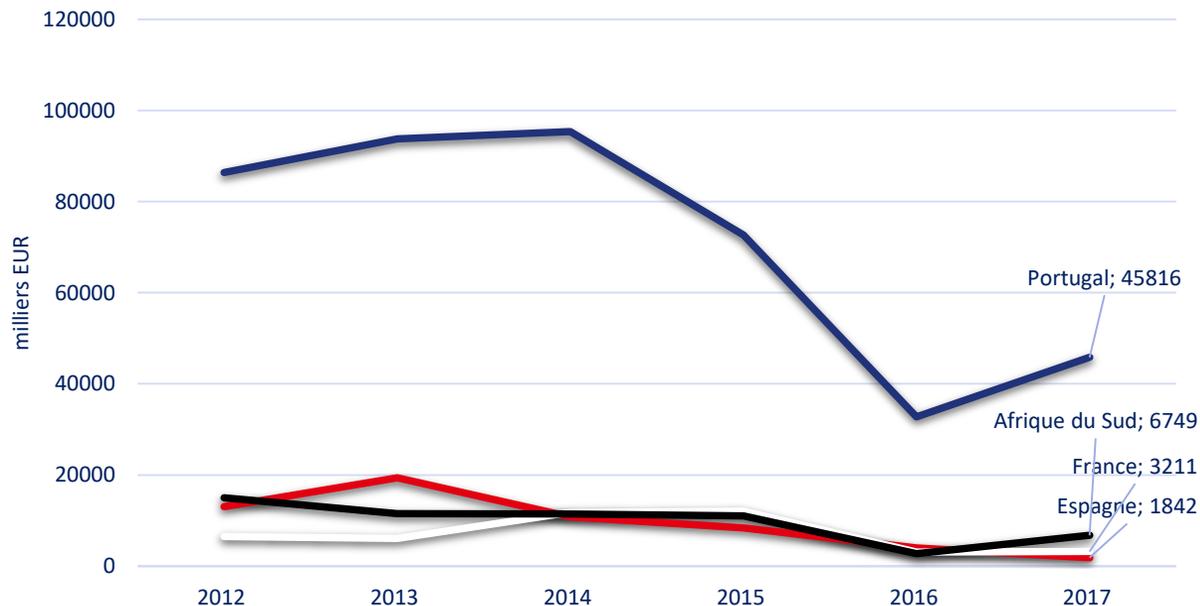
« **Avoir une équipe pour promouvoir les produits sur le terrain, c'est fondamental. Il faut des commerciaux partout, efficaces, qui parlent avec les clients, voire prennent directement dans les caddies les vins concurrents et les remplacent par les vins de nos marques. Si c'est fait en riant, les clients le prennent très bien et acceptent de tester... Nous avons déjà fait fuir des marques concurrentes grâce à notre présence dans les marchés et la rue.** »

Atlanfina, importateur vins et spiritueux

Principaux fournisseurs de vins (SH 2204) de l'Angola en 2017 et parts de marché*

Rang	En valeur	En volume
1	Portugal (77,5%)	Portugal (76,7%)
2	Afrique du Sud (11,4%)	Espagne (11,0%)
3	France (5,4%)	Afrique du Sud (10,5%)
4	Espagne (3,1%)	Italie (1,1%)
5	Italie (1,6%)	France (0,4%)
6	Chili (0,3%)	Chili (0,2%)

Evolution des 4 principaux pays fournisseurs de vins en Angola (2204)*



- L'Angola a importé pour **59,1 Mio EUR de vins** en 2017 (-51,8 % par rapport à 2012).
- Son principal fournisseur est le Portugal (77,5 % des PDM en valeur).
- La France est **3^{ème}** fournisseur en valeur (**3,2 Mio EUR** en 2017 ; 5,4 % des PDM), 5^{ème} en volume.
- Cette performance en valeur s'explique par le succès des **Champagne** qui tirent nos exportations, à commencer par Moët & Chandon. Les mousseux français perdent néanmoins du terrain face aux concurrents moins chers : **Cava espagnol, mousseux sud-africain, moscato italien...**
- En termes d'éducation et de marketing, **le marché est insuffisamment travaillé** pour que le potentiel pour les vins français dépasse le stade de la **niche**. L'offre française, Champagne mis à part, est **méconnue**. Par ailleurs, **l'Angola reste un marché de marque et de prix**.
- Le distributeur **Casa dos Frescos** a décidé de se tourner vers la **réserve de croissance** que constitue le marché des **femmes**, avec notamment du **Moscato** italien, blanc et rosé. Les ventes de ce dernier ont enregistré une croissance de **+30 %** en 2017, tandis que le reste de son stock stagne.
- Prix :
 - ▼ Une bouteille de **Moscato** est commercialisée entre 3 600 et 4 200 AOA (environ **10 EUR**)
 - ▼ Les **mousseux portugais** se vendent entre 6 000 et 7 000 AOA (environ **17 EUR**)
 - ▼ Une bouteille de **JC Leroux** coûte environ 10 000 AOA (**25 EUR**).
- Nous avons constaté de nombreuses **contrefaçons** sur le marché **informel**. Par exemple station service de la Sonangol : contrefaçon grossière de Dom Perignon vendue 8 000 AOA ≈ 20 EUR.

Principaux importateurs de vins en Angola



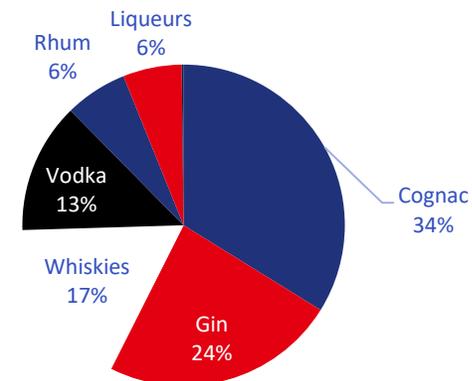
VERBATIM :

« **Le Champagne de manière générale est en baisse. Nous vendons moins, et de façon plus irrégulière. Ça devient un produit de saison, alors qu'avant il était consommé toute l'année.** »

Casa dos Frescos, distribution formelle haut de gamme

- L'Angola a une production locale de spiritueux, constitués en grande partie d'alcools **bas de gamme**, à destination de la population générale dont le pouvoir d'achat est faible. Ils sont souvent fabriqués à partir d'éthanol, importé par exemple du Pakistan (!) ou acheté à Biocom. Il s'agit parfois d'**éthanol combustible** (alcool anhydre à 99,6 %) qui doit être **raffiné** pour être consommable.
- Cependant, ce n'est pas toujours la réalité sur ce marché où l'aspect **prix** l'emporte (cf. verbatim ci-dessous). Nous avons entendu plusieurs fois sur le terrain que ces alcools (« whisky », « vodka », « gin »...) en bouteille ou sachet plastique (environ **100 AOA** le sachet : 25 cts EUR), engendreraient un état d'ébriété extrêmement rapide, voire rendraient « fous » leurs consommateurs.
- Les **Indiens** (ex. : Unique Beverages du groupe Sanzi) sont très présents sur ce secteur.
- En termes de gammes importées, les best-sellers sont :
 - ▼ **Johnny Walker** sur le whisky
 - ▼ **Amarula** sur la liqueur
 - ▼ **Gordons** sur le gin
- Le **gin** est actuellement à la mode. Chez Casa dos Frescos, il est vendu avec des « kits de préparation » comprenant du piment et / ou d'autres ingrédients.

Répartition des importations angolaises de spiritueux français par type en 2017 (valeur)*



VERBATIM :

« Le gros du marché en Angola concerne les personnes à faible revenu. C'est un marché qui regarde les prix et ne fait pas attention à la qualité. Nous avons vendu les machines pour faire les mélanges des whiskies Best et d'autres boissons en sachet, fortes en alcool, que ces consommateurs recherchent. Les fabricants les produisent à partir d'éthanol combustible non raffiné, pour augmenter leurs marges, qui sont de 100 % au moins. »

Importateur d'équipements



Alcools en sachets de marque Best à destination du marché informel

- La France a exporté pour **750 000 EUR d'alcool éthylique à plus de 80 % vol.** vers l'Angola en 2017 (et 583 000 en 2016, contre **presque rien** les années précédentes – SH 2207 10).
- Outre cela, nos exportations de spiritueux vers l'Angola s'élèvent à **526 000 EUR en 2017** (SH 2208, alcools <80 %).
- Il s'agit principalement de **cognac (178 000 EUR)** et de **gin**, ces derniers étant en très fort essor depuis 2 ans alors que pratiquement absents de nos exportations auparavant (**124 000 EUR** en 2017 contre 33 000 en 2016).
- Ils sont suivis des **whiskies (90 000 EUR)** et des **vodka (69 000 EUR)**, tous deux en forte baisse sur les 5 dernières années.

FORCES

- Bon positionnement des exportations françaises de vin en valeur (grâce aux Champagne).

FAIBLESSES

- Marché des bières et softs autosuffisant, et capacité des industries locales à produire plus car sous-utilisation des unités de production existantes (moins de 50 % des capacités aujourd'hui).
- Transparence de l'offre française sur les eaux.
- La performance des Champagne cache la faiblesse de nos exports de vin (en comparaison à notre positionnement mondial).
- Méconnaissance de l'offre française de vins.
- Absence de « marques » françaises, sauf dans les Champagne.
- Inadéquation aux goûts angolais (vins à très fort degré d'alcool).
- Mauvais positionnement prix de nos vins.
- Marges importantes pratiquées par les importateurs.
- Besoin d'éducation.

OPPORTUNITES

- Opportunité pour des spiritueux français bien marketés.
- Consommation de vin plutôt en hausse : opportunité pour des vins français rouges si on fait connaître la marque.
- Incessants projets de boissons en Angola : opportunités pour des innovations à boire (boissons énergisantes, allégées, enrichies...).

MENACES

- Marché de marques et de prix.
- Nombreux projets de développement local d'industries de boisson, alors que le marché est déjà amplement fourni.
- Concurrence des vins portugais et du Nouveau Monde.
- Contrefaçons.
- Tendances qui ne vont pas à des alcools français mais plutôt à des whiskies, gins, tequilas...

Exemples d'entreprises ayant exprimé des besoins et/ou un intérêt pour l'offre française

Casa dos Frescos : niches de marché à prendre sur les vins français (sous condition de soutien marketing), voire bières de spécialité.

Des offres de gin (très tendance) seraient bien accueillies chez Atlanfina et Casa dos Frescos.

Bilan



Le problème fondamental de l'Angola est le manque de compétitivité de ses productions sur son propre marché intérieur (*a fortiori* sur le marché mondial).

3 facteurs bloquent cette situation :

- ▼ Les importants coûts de transport et d'infrastructure
- ▼ La dépendance aux importations d'intrants, chers
- ▼ La cherté de la devise : dévaluation du kwanza et risque monétaire qui amène à payer plus cher tout produit vendu en AOA.

⇒ **Au final, l'Angola est dépendant des importations d'intrants ET de produits finis.**

Pourtant de plus en plus d'**investisseurs privés semblent parier sur une inversion de la tendance et une montée en puissance de l'offre nationale**

→ **Les opportunités résident en la fourniture d'intrants pour ces producteurs.**

D'un autre côté, la demande est encore loin d'être satisfaite en Angola, d'autant plus que le pays est en pleine **explosion démographique.**

→ **Des opportunités se trouvent également dans la fourniture de produits transformés et de consommation courante.**

Aujourd'hui, ce sont les produits de base qui remportent la mise sur ce marché de prix. Mais si l'économie angolaise revit un embellissement tel que dans les années 2010, les besoins se feront sentir sur des offres plus élaborées (produits gourmets, plats préparés, *baby food*, alimentation saine...).

Cela implique de faire face à des difficultés et de prendre des risques. Les difficultés ne sont pas réglementaires ou douanières, mais dans la facilité d'accès aux devises – qui fluctue au fil du temps – et dans le manque de protection juridique dans les relations d'affaires et les contrats.

VERBATIM :

« Venez sans vous essouffler : vous ne savez pas si c'est un 100 m, un 400 m ou un marathon. Mais soyez là, c'est important, sinon vous arriverez trop tard et vous passerez à côté d'un marché fabuleux. »

Bernard DUFRESNE, service économique
Ambassade de France à Luanda

VERBATIM :

« Beaucoup de personnes veulent venir en Angola. Dès que les feux seront au vert (bons signaux politiques, prix du pétrole plus forts, etc.) tout le monde se ruera. »

Atlas group, importateur produits transformés

À garder en tête :

- Les agroindustriels angolais trouvent souvent leur fournisseur au ou *via* le **Portugal**. Ils sont toutefois ouverts à des offres alternatives, mais connaissent mal l'offre française.
- Un projet se voulant viable dès le départ doit se penser en toute **indépendance** d'aide extérieure, notamment gouvernementale.
- **Les importations font vivre l'Angola.** L'omniprésence de containers abandonnés le long des routes du pays le symbolise.
- Les besoins en **formation** sont fondamentaux pour que le pays puisse exploiter son potentiel.
- La vaste majorité des exploitations agricoles reste vivrière, avec de faibles – voire nulles – capacités d'investissement. Cela freine la **mécanisation**, d'autant plus que les infrastructures de maintenance manquent.
- Le **recensement agricole** et l'analyse des sols angolais n'existe pas (pas actualisés depuis l'époque coloniale). **Des travaux sont en cours** pour corriger cela ; c'est un premier pas important à suivre.
- Les besoins en **semences** animales et végétales complètent les besoins en **machinisme et intrants** pour permettre l'**essor de la production** angolaise.

FORCES

- Haut potentiel agricole du pays (l'Angola était le 2^{ème} pays agricole d'Afrique avant guerre).
- Potentiel de 35 Mio ha de surfaces arables, seulement 5 Mio ha actuellement cultivés.
- Croissance économique.
- Attirait pour l'offre européenne, dont la qualité est reconnue.
- Sur les produits à destination des industriels, l'Angola est relativement peu un marché de prix. Les facilités de paiement, la fiabilité du matériel et la disponibilité des pièces priment.
- Dépendance du pays aux importations.
- Coûts de production locale très élevés qui grèvent la concurrence sur place.
- Apparente stabilité politique et sociale.
- Présence française sur de nombreux secteurs agroalimentaires : produits laitiers, semences, machines et équipements, boissons alcoolisées...

FAIBLESSES

- L'offre française est méconnue et souffre d'un manque de présence sur le terrain.
- Manque de compétitivité des produits locaux : difficulté de développer un projet viable sur le long terme.
- Nécessité de mettre en place une veille active pour ne pas manquer de gros contrat.
- Volatilité du taux de change du kwanza (forte dévaluation sur l'année 2018) ; inflation.
- Nécessité de se penser en toute indépendance du gouvernement. Ne pas compter sur des aides publiques de quelque nature que ce soit.
- Culture économique, politique et sociale du pays qui pousse à la prudence et engendre d'importants coûts supplémentaires et non-officiels.
- Infrastructures de base défaillantes.

OPPORTUNITES

- Diversification de l'économie en cours : priorité de l'exécutif, elle passe par le développement de l'agriculture.
- Agrobusiness reconnu comme l'avenir de l'Angola : bénéficie d'importants investissements.
- Fort développement en cours des grandes cultures, de l'horticulture, des élevages viande, de l'aquaculture, des IAA... = opportunités industrielles sur de très nombreux segments (génétique, infrastructures, vétérinaire, ingrédients, lignes de production, d'emballage...).
- Economie angolaise encore dépendante des importations de produits alimentaires à 80 %.
- Marché non saturé.
- Liens très forts avec le Portugal et l'UE en général. Une prospection sur le marché portugais peut servir de tête de pont à une prospection en Angola.

MENACES

- Corruption.
- Difficultés et retards de paiement ; problèmes d'accès à la devise étrangère.
- Volatilité du taux de change.
- Soutien public peu fiable (effets d'annonces). Peu de protection des contrats.
- Prudence sur l'ambition des projets, trop peu atteignent leur objectif.
- Dévaluation de la monnaie, hausse anticipée des prix du pétrole, arrivée annoncée du FMI dans le pays : la crise économique risque de geler les investissements sur le court terme.
- Forte présence concurrentielle européenne (mainmise des Portugais), chinoise, indienne, et sud-américaine.
- Les groupes privés développent l'intégration verticale de leurs process et cherchent au maximum l'indépendance vis-à-vis de facteurs extérieurs, notamment offre étrangère.
- Très fortes inégalités sociales ; chômage élevé ; structures d'éducation insuffisantes.
- Explosion démographique qui risque de retarder le développement du pays.

Annexes et photos terrain



1. Linéaires de distribution formelle





Machines de marques Valtra, Maschio, Challenger et Joper



Stockage des pièces de rechange



Stockage de parties de machines en plein air



Hangar de réparations



Chaîne de valeur

Atividades principais

1. Infraestruturas base

- 1.1 Base de vida
- 1.2 Desmatamento
- 1.3 Expansão do centro logístico
- 1.4 Reforço da frota de distribuição

2. Hortícolas

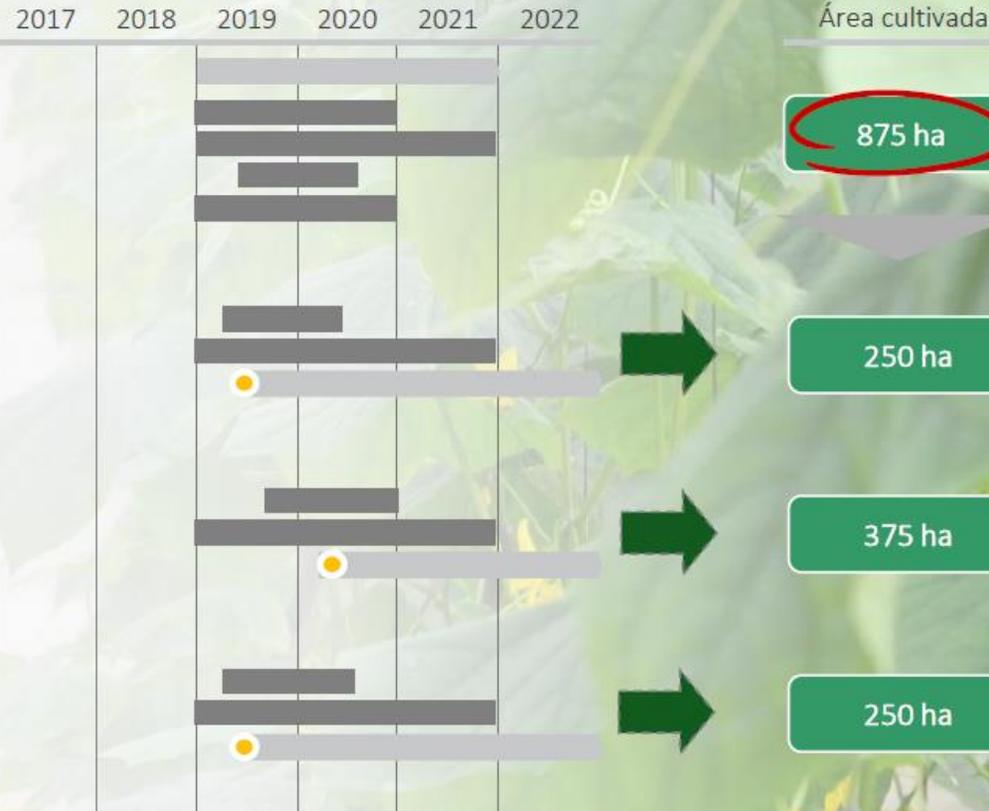
- 2.1 Equipamentos agrícolas
- 2.2 Sistemas de rega e estufas
- 2.3 Início do processo de colheita

3. Frutas

- 3.1 Equipamentos agrícolas
- 3.2 Sistemas de rega
- 3.3 Início do processo de colheita

4. Milho

- 4.1 Equipamentos agrícolas
- 4.2 Sistemas de rega
- 4.3 Início do processo de colheita



Sistemas de cultivo de elevada produtividade e de forma sustentável

Elevada capacidade de armazenagem, processamento e distribuição

Marca com elevada notoriedade e qualidade reconhecida junto do consumidor final



Experiência acumulada e utilização de tecnologia de nível mundial

Capacidade de manter a frescura dos produtos desde a origem até ao consumidor final

Marca forte associada a atributos de saúde e bem estar



4. Novagrolider – photos

Barrage et bassin de rétention d'eau.
Les lignes électriques amènent l'électricité des générateurs à pétrole à la base vie.



Champ d'oignons



2 000 têtes bovines



Le cheptel est très diversifié

Taureau reproducteur



Construction d'une nouvelle salle de traite et d'une fromagerie

Champs de canne après récolte



Routes de l'exploitation. Les rochers dans la brume sont des monuments du patrimoine naturel angolais.



L'usine de transformation de la canne.



Engrais de marques Boutin et Delta



Structure de l'usine



Emballage des œufs



2 nouveautés qui seront lancées sous peu sur le marché angolais :

- Huile de soja
- Conserve de viande préparée (« idéale pour accompagner le *funje* »)



Yaourts Aldeia Nova dans un Candando



Gamme de produits transformés : plats préparés, biscuits, pâtés, gâteaux.



7. Les boissons alcoolisées en points de vente formels

Shoprite, Luanda



Mega, cash & carry, Luanda



Mega, cash & carry, Luanda



Mega, cash & carry, Luanda



Mega, cash & carry, Luanda



Aire Sonangol sur la route Luanda-Malanje



Bar panoramique de l'hôtel 5* Epic Sana, Luanda

Nos études en partenariat avec le Ministère de l'agriculture et de l'alimentation sont à retrouver sur notre site internet dédié :

bit.ly/BF-etudes-agro

Téléchargement sur simple demande (remplissage du formulaire en ligne).



ACCUEIL OÙ EXPORTER AGENDA L'ÉQUIPE

NOS PUBLICATIONS

ACCÉDER AUX ETUDES

Cet espace regroupe l'ensemble des publications et études que Business France et le Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation mettent à votre disposition. Pour accéder à l'ensemble de nos publications, il est nécessaire de remplir un formulaire de téléchargement. Ces études sont à destination **des entreprises françaises**.



www.businessfrance.fr

CONNECTER – ACCÉLÉRER – RÉUSSIR