BUSINESSFRANCE

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

MINISTÈRE
DE L'AGRICULTURE
ET DE
L'ALIMENTATION

Philippines

Dynamique du secteur agro-alimentaire : diagnostic et opportunités d'affaires

Septembre 2018

La démarche

Cette étude a été menée par Business France, avec le co-financement du Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation.

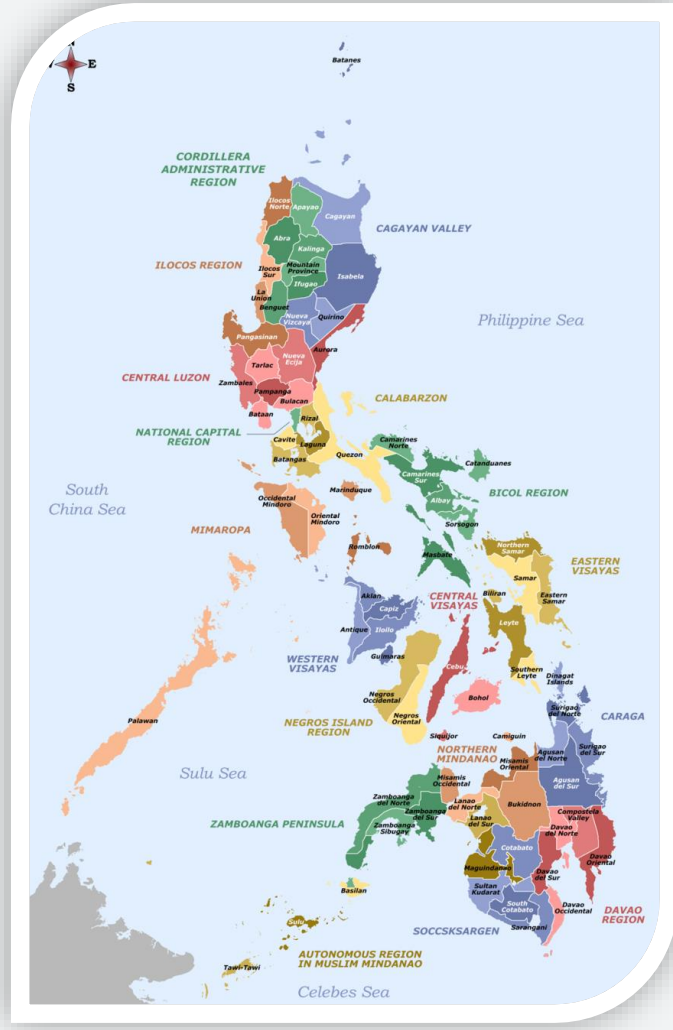
Elle a été réalisée par Anne BERNARD, chargée d'études internationales senior au Département AGROTECH,
à la suite d'une mission de 3 semaines aux Philippines en novembre 2017.

Ont contribué à cette étude :
- Stéphanie LEO, Responsable Pôle Etudes AGROTECH
- Anna AUSTRIA, Conseillère export AGROTECH à Business France à Manille

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

Pour tout renseignement relatif à cette étude, s'adresser à :

Anne BERNARD
Tél. : 04 96 17 25 11
E-mail : anne.bernard@businessfrance.fr



©2018 Business France. Tous droits réservés

Méthodologie basée sur le terrain

- Dates de l'enquête terrain : du 3 au 29 novembre 2017
- Déplacements internes : Manille et région
- Nombre d'opérateurs rencontrés : plus de 70
- Typologie des interlocuteurs : institutionnels, fédérations professionnelles, experts, agriculteurs et éleveurs, coopératives, industriels, négociants en intrants et équipements, importateurs distributeurs en matières premières, ingrédients et produits de consommation, agents d'entreprises françaises sur zone hors Philippines, GMS, restaurateurs, Français des Philippines.
- Ressources documentaires variées

Statistiques : GTA, OMC, FMI, Ministères philippins, Banque Mondiale, douanes des Philippines, Fédérations professionnelles

Informations marché :Fiches marché Business France, Guides des Affaires Business France, webinars, « Où Exporter » et autres publications Business France, Coface

Informations générales : Euromonitor, France Diplomatie, presse française, locale et internationale, Service Economique de l'Ambassade de France

©2018 Business France. Tous droits réservés

Sommaire de l'étude 1/2

Philippines : environnement et échanges commerciaux 6
Synthèse réglementaire 23

Synthèse diagnostic et opportunités 27

Envergure agricole - opportunités intrants équipements 41
1.1 Productions végétales 42
1.1.1 Contribution de l'agriculture à l'économie du pays 47
1.1.2 Dynamique des productions végétales 50
1.1.3 Focus productions légumières 54
1.1.4 Focus filière semencière 58
1.1.5 Focus machinisme agricole 65
1.2 Productions animales 70
1.2.1 Panorama de l'élevage 73
1.2.2 Focus bovins/caprins, viande et lait 75
1.2.3 Focus aviculture 80
1.2.4 Focus élevage porcin 87
1.2.5 Focus secteur halieutique 91

©2018 Business France. Tous droits réservés

Sommaire de l'étude 2/2

1.2.6 Focus équipements d'élevage 95

1.2.7 Focus alimentation animale 96

2. Envergure agroindustrielle – opportunités intrants et équipements 103

2.1 Dynamique agroindustrielle 104

2.1.1 Industrie majeure au sein du secteur manufacturier 105

2.1.2 Focus filière sucre 109

2.1.3 Focus filière céréales – meunerie et panification 113

2.2 Marché foisonnant d'ingrédients 118

3. Opportunités offertes par le marché de consommation 127

3.1 Distribution alimentaire moderne oligopolistique 128

3.2 Expansion spectaculaire de l'hôtellerie restauration 137

3.3 Marché des produits transformés et gourmet 146

3.3.1 Synthèse des opportunités et mode d'approche 149

3.3.2 Focus produits laitiers 153

3.3.3 Focus viandes 165

3.3.4 Focus fruits et légumes 181

3.3.5 Focus vins 186

©2018 Business France. Tous droits réservés

Environnement des affaires et échanges commerciaux

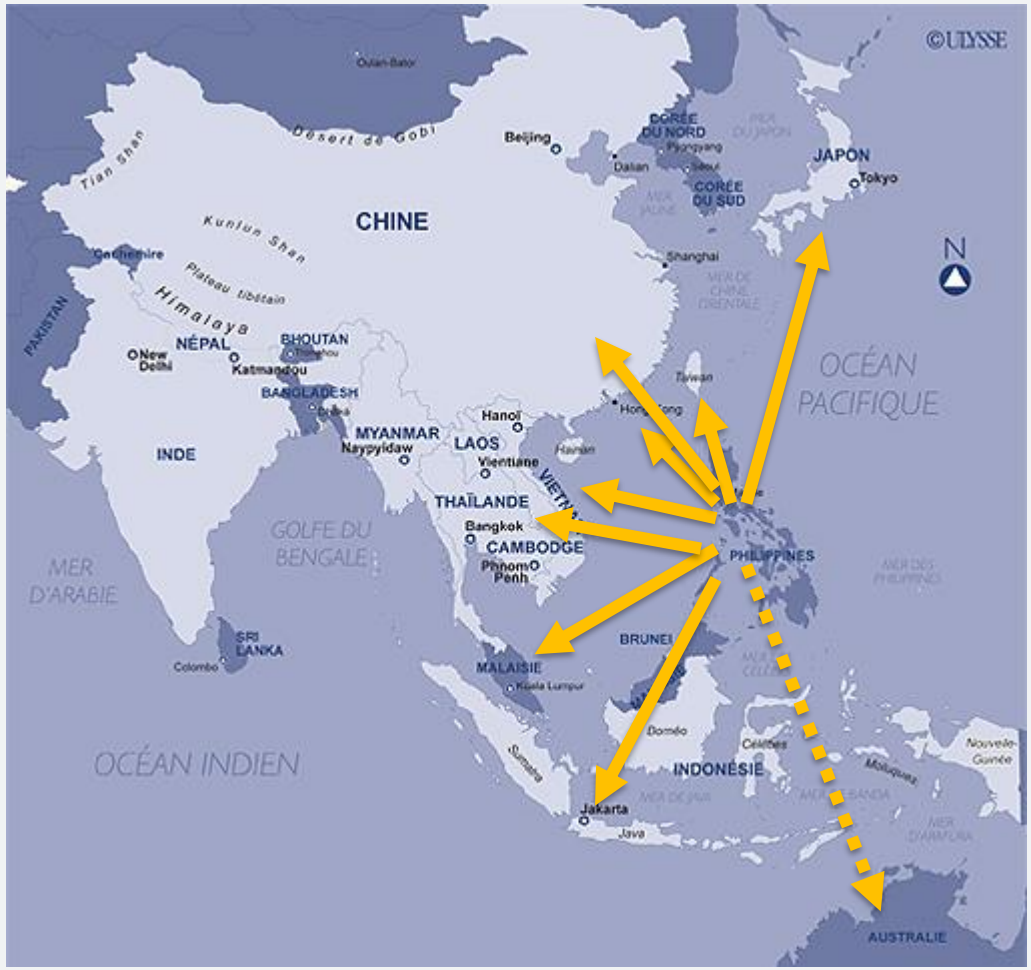
Profil du pays

Population	**101,6 M habitants,** *Banque Mondiale 2016 ; croissance démographique : 1,7% 2016/2015* **Moins de 25 ans** ~ 53% **Population rurale** ~ 55% **Taux d'alphabétisation : 98%** **Indice de Développement Humain (IDH) 2016 : 116ème sur 188 avec indice 0,682**, en lente progression, derrière la Malaisie (59ème), la Thaïlande (87ème) et l'Indonésie (113ème).
PNB	**PIB : 304,9 milliards USD** en 2016 **Rythme de croissance 2016 : +6,8%** **Répartition PIB 2016 (SE)** -Agriculture ~ 12,8% -Industrie ~ 31,5 % -Services ~ 55,7% **Taux d'inflation** ~ 2 % en 2016
Environnement des affaires	**Indice de perception de la corruption 2016 de *Transparency International* : Philippines au 101ème rang mondial sur 168 avec note 35/100** *(Thaïlande au même rang, derrière la Malaisie au 55ème rang avec 49/100 et l'Indonésie au 90ème rang avec 37/100, et devant le Vietnam au 113ème rang avec 33/100.*
Partenaires commerciaux	**Principaux clients tous produits** : Japon (16,1%), USA (14,6%), Hong Kong (13,6%), Chine (11,1%), Singapour (6,1%), Allemagne (4,1%) *(GTA 2017, données douanières philippines)* *'' Agro-alimentaire : USA (24%), Pays-Bas (13,6%), Japon (10,8%),, Chine (7,4%) Corée du sud (5,8%).* **Principaux fournisseurs, tous produits** : Chine (18,3%), Japon (11,5%), Corée du sud (8,6%), USA (7,9%), Thaïlande (7%), Indonésie (6,8%), Singapour (6%) *(GTA 2017, douanes philippines)* *'' Agro-alimentaire : USA (21,7%), Indonésie (9,7%), Chine (8,9%), Malaisie (7,7%), Thaïlande (6,9%), Australie (6,6%).*
Monnaie	**Péso philippin (PHP)** 1 EUR ~ 60 PHP (novembre 2017)

©2018 Business France. Tous droits réservés

Les Philippines bénéficient d'un positionnement géographique clef

Position stratégique des Philippines au sein de l'Asie
Atout pour les exportations agroalimentaires, fruits tropicaux entre autres



©2018 Business France. Tous droits réservés

Culture et politique : le seul pays à dominante chrétienne en Asie

Système politique :
La République des Philippines est une démocratie parlementaire sur le modèle américain.
Son Président est Rodrigo Duterte depuis mai 2016 (mandat de 6 ans, non renouvelable).
Le pouvoir législatif est bicaméral.

Capitale :
Agglomération de Manille (« *Metro Manilla* ») : 12,8 M hab.

Territoire :
Les 11 plus grandes îles occupent 90 % de la superficie, les plus importantes étant Luzon au Nord (où se trouve Manille, la capitale), les Visayas au centre, Palawan à l'Ouest et Mindanao au Sud.

Cultures et religions :
La population est d'origine malaise, chinoise et espagnole.
Les Philippines sont le seul pays d'Asie à 84 % catholique (7 % musulman, 4 % protestants évangéliques, 1,5 % bouddhistes. Le territoire est ponctué de nombreuses églises chrétiennes.

Rodrigo Duterte, 16ème Président du pays

Langues :
Philippin : langue nationale.
Tagalog : dialecte particulier dérivé du philippin.
Autres dialectes : propres à chaque groupement d'îles (ex.: cebuano dans les Visayas).
Anglais : 2ème langue officielle ; couramment pratiqué (langue de la communication, de l'enseignement secondaire et supérieur).
Espagnol : en désuétude, sauf dans quelques dialectes locaux qui la reprennent (ex.: chavacano).

©2018 Business France. Tous droits réservés

Un pays ouvert, signataire de nombreux accords commerciaux

Les Philippines ont adhéré à l'AFTA (+ accords régionaux rattachés) ; les flux au sein de cette zone bénéficient de droits et taxes préférentiels.
Un accord de libre échange entre les Philippines et l'UE est en cours de négociation.
Les Philippines ont également signé un accord bilatéral avec le Japon

Source : DTI (www.dti.gov.ph)

Association of Southeast Asian Nations (ASEAN)

ASEAN FREE TRADE AGREEMENT (AFTA)

- **ASEAN-Australia-New Zealand Free Trade Agreement (AANZFTA)**
- **ASEAN-CHINA FREE TRADE AREA**
- **ASEAN-INDIA FREE TRADE AREA (AIFTA)**
- **ASEAN-KOREA FREE TRADE AREA**
- **ASEAN-JAPAN FREE TRADE AREA**

Philippines-European Free Trade Association (EFTA) Free Trade Agreement (FTA) signé en avril 2016, en vigueur depuis le 1er juin 2018 mais non encore appliqué par les Philippines en août 2018

Philippines-European Union (EU) Free Trade Agreement (FTA) en cours de négociation

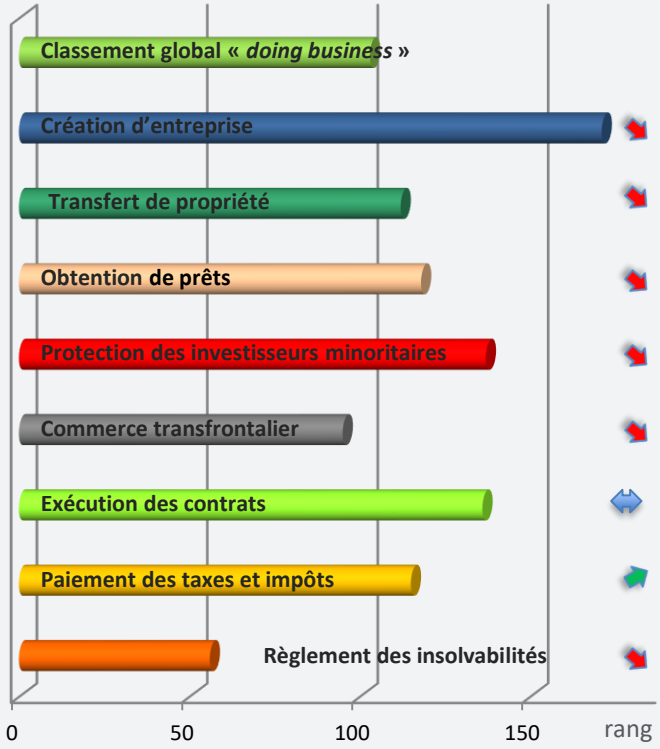
Philippines-Japan Economic Partnership Agreement (PJEPA)

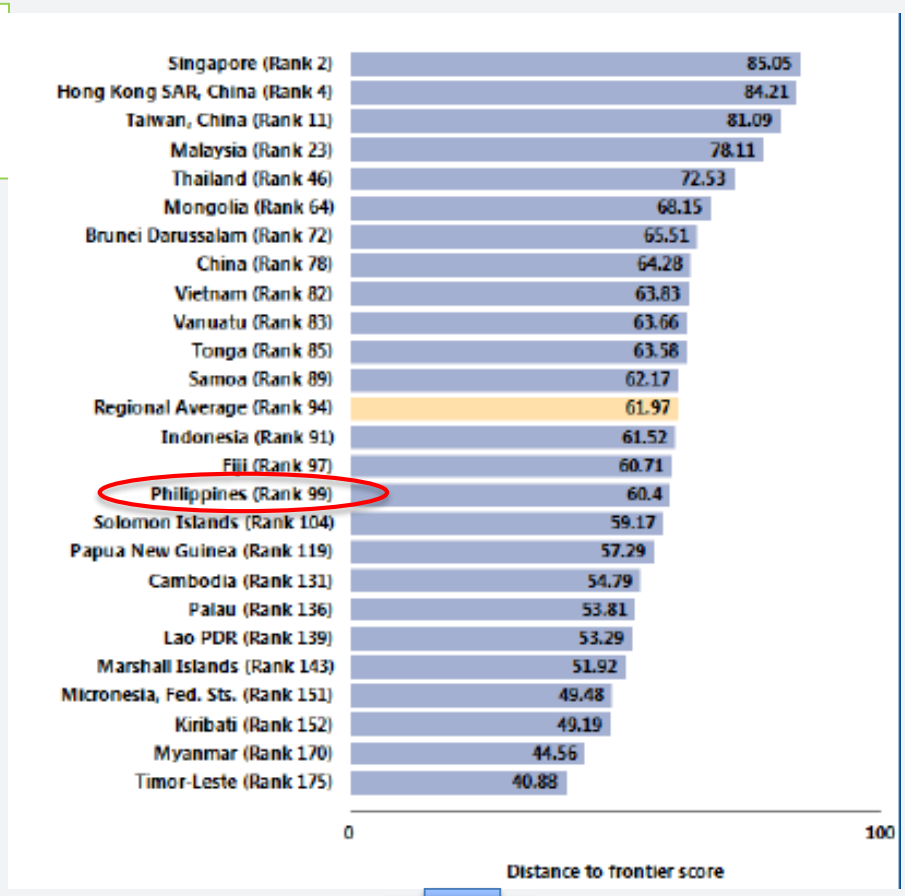
©2018 Business France. Tous droits réservés

Des marges d'amélioration pour le bon déroulement des affaires

Classement des Philippines
« Doing Business 2017 » (sur 189 pays)
Classement global : 103ème
Référence à 8 sous-classements et rang du pays pour chacun d'eux

Classement globalement stable 2017/2016





Note: The distance to frontier (DTF) measure shows the distance of each economy to the "frontier," which represents the best performance observed on each of the indicators across all economies in the *Doing Business* sample since 2005. An economy's distance to frontier is reflected on a scale from 0 to 100, where 0 represents the lowest performance and 100 represents the frontier. The ease of doing business ranking ranges from 1 to 190.

Cf www.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/philippines

©2018 Business France. Tous droits réservés

Le pays cherche à améliorer son attractivité 1/2

LES PHILIPPINES ONT ADHERE AUX ORGANISATIONS SUIVANTES :

Membre fondateur de l'**ASEAN** en 1967
Partie prenante de la Zone de libre échange **AFTA**
Membre du **GATT** depuis 1979
Membre **OMC** depuis 1995
Accord de libre échange entre les Philippines et l'UE en cours de négociation
Parmi les conventions signées : - Convention d'Union de Paris sur la Propriété industrielle - Traité sur la Coopération en matière de Brevet (PCT) - Protocole de Kyoto - Convention Internationale sur la Protection des Végétaux

COFACE

en date de janvier 2017

Note @rating pays : A4

Note environnement des affaires : B

Points forts

- « Performance dans l'électronique (moitié des exportations) »
- « Rôle important des transferts des travailleurs expatriés »
- « Secteur d'externalisation des services d'entreprise (BPO) en plein essor »

Points faibles

- « Faible niveau d'investissement. Manque et vétusté des infrastructures »
- « Lacunes en termes de gouvernance et niveau élevé de corruption »
- « Inégalités et forte croissance démographique »

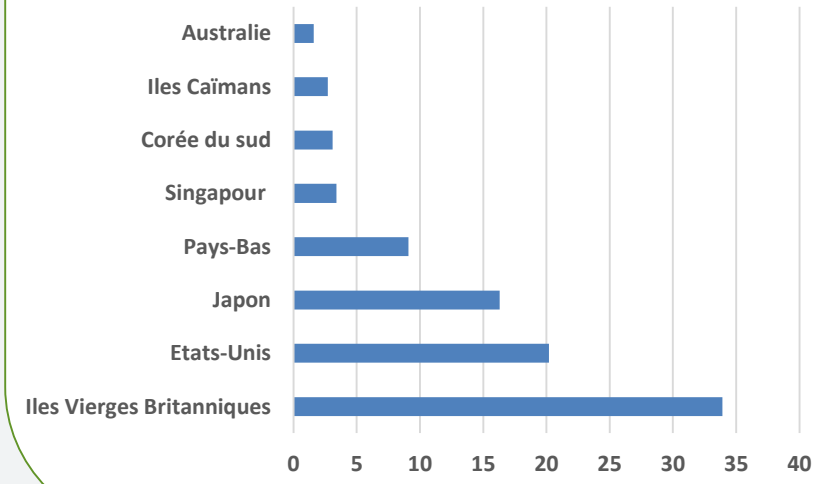
©2018 Business France. Tous droits réservés

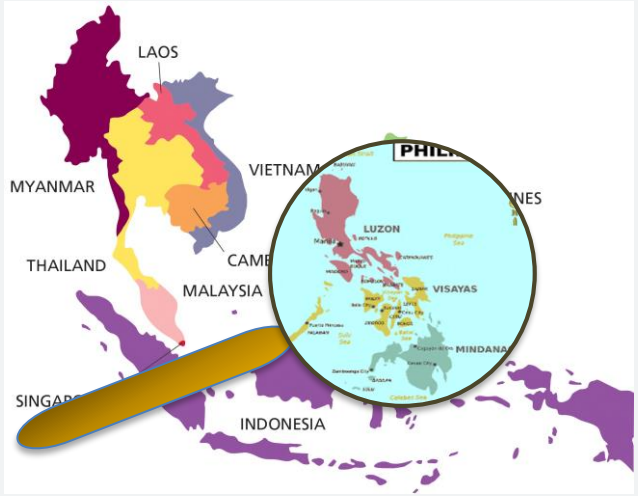
Le pays cherche à améliorer son attractivité 2/2

ATTRACTIVITE DES PHILIPPINES
Analyse des IDE

IDE 2016 (entrée) ~ 7 912 M USD
IDE (stock) ~64,2 milliards USD
Japon et Etats-Unis en tête des pays investisseurs (fin 2016)

Pour référence, flux d'IDE (en 2013) :





Atouts des Philippines

- Ressources naturelles abondantes et ressources humaines
- Marché intérieur d'ampleur et en croissance
- Appartenance à la dynamique ASEAN
- Politique affichée favorable aux investissements étrangers (Foreign Investment Acts : RA 7042, amendé en 1996 RA 8179)

Principaux secteurs investis

- Distribution d'eau, d'électricité, de gaz, de vapeur et d'air conditionné
- Immobilier
- finances
- Secteur manufacturier
- Transport et stockage
- Administration et services de soutien

Freins aux investissements étrangers

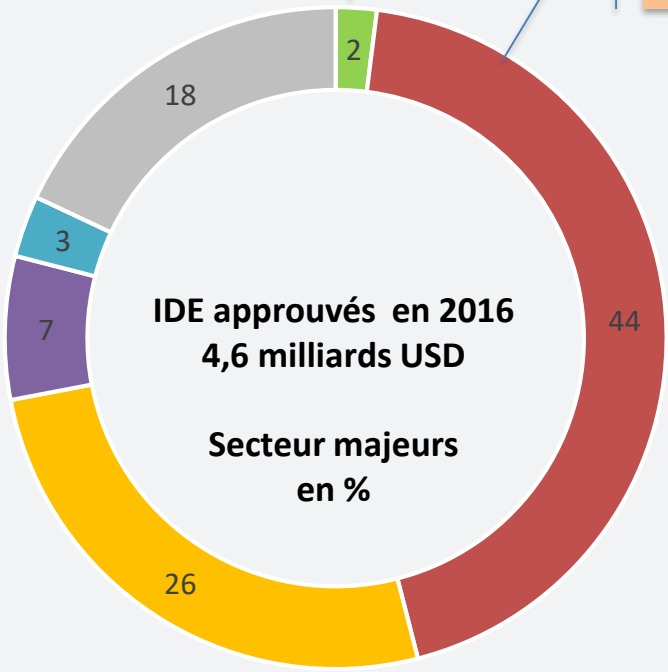
- Déficit majeur en infrastructures et coût très élevé de l'électricité
- Insécurité et corruption
- Peu de transparence en matière de sécurité juridique et de procédures (création des sociétés, enregistrement produits, fiscalité, …)

©2018 Business France. Tous droits réservés

Le secteur agricole philippin reste peu attractif

Secteur agricole
peu attractif
2 % IDE 2016

Secteur manufacturier très attractif
L'industrie agroalimentaire est un des segments forts de l'industrie des Philippines, avec les semi-conducteurs et l'électronique, les produits pétroliers, …
Les Philippines se classent dans la moyenne des pays de l'ASEAN en termes de valeur ajoutée brute (GVA), surpassant la Malaisie, et loin devant le Vietnam
44 % IDE 2016



- Agriculture, exploitation forestière, élevage, halieutique
- Industrie
- Energie
- Infrastructures
- Immobilier
- Divers

Source : données PSA

©2018 Business France. Tous droits réservés

Cadre des IDE : des activités prioritaires, agriculture notamment, mais également des contraintes

INVESTISSEMENTS ETRANGERS AUX PHILIPPINES

Les flux d'IDE sont importants mais relativement plus faibles que ceux enregistrés dans la région.
Entre autres contraintes majeures :
- Limites sur les investissements étrangers de par la Constitution du pays
- Menaces sécuritaires dans certaines régions du pays (zones de grandes plantations notamment)
- Niveau très élevé de corruption
- Manque total de transparence sur les procédures bancaires
- Manque de visibilité sur les lois fiscales et leurs interprétations
- Restriction sur le propriété concernant les étrangers, entreprises et résidents
- Infrastructures déficientes, coûts élevés des transports et de l'énergie

Sur le papier, agriculture, élevage et pêche figurent effectivement au rang des priorités comme le tourisme ou les nouvelles technologies.

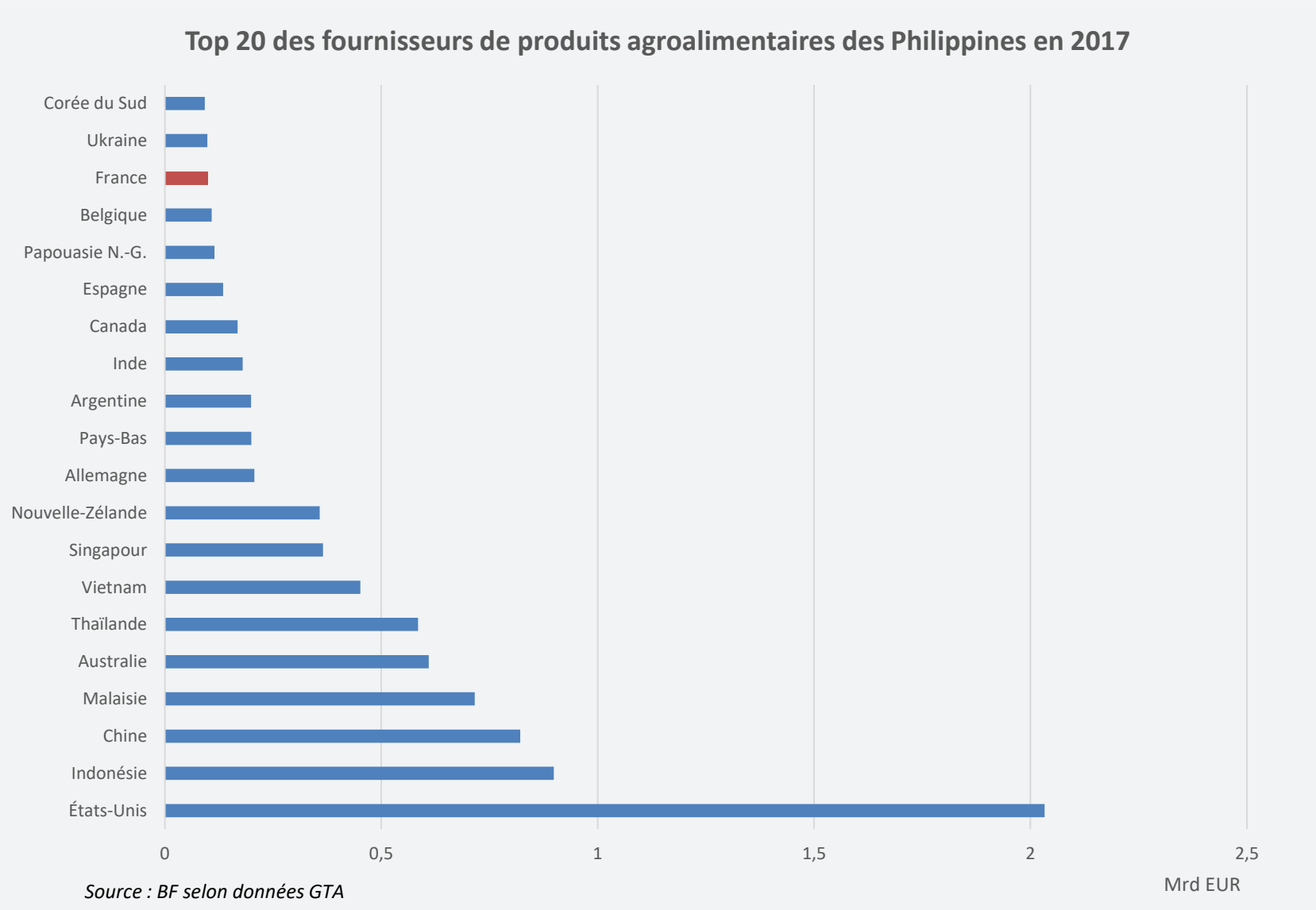
Par ailleurs, les Pouvoirs Publics mettent l'accent sur le développement de zones franches :
- En régions défavorisées et en proie aux tensions sociales : Mindanao en premier lieu
- Et zones économiques spéciales, telles que celles de SUBIC BAY et de CLARK.

Des domaines interdits aux investissements étrangers pourraient être ouverts au cas par cas : l'administration Dutertre se montre favorable à l'ouverture du commerce de détail, thème concernant la présente étude

Les Pouvoirs Publics philippins ont tendance à favoriser les accords de sous-traitance plutôt que les IDE au sens strict.

©2018 Business France. Tous droits réservés

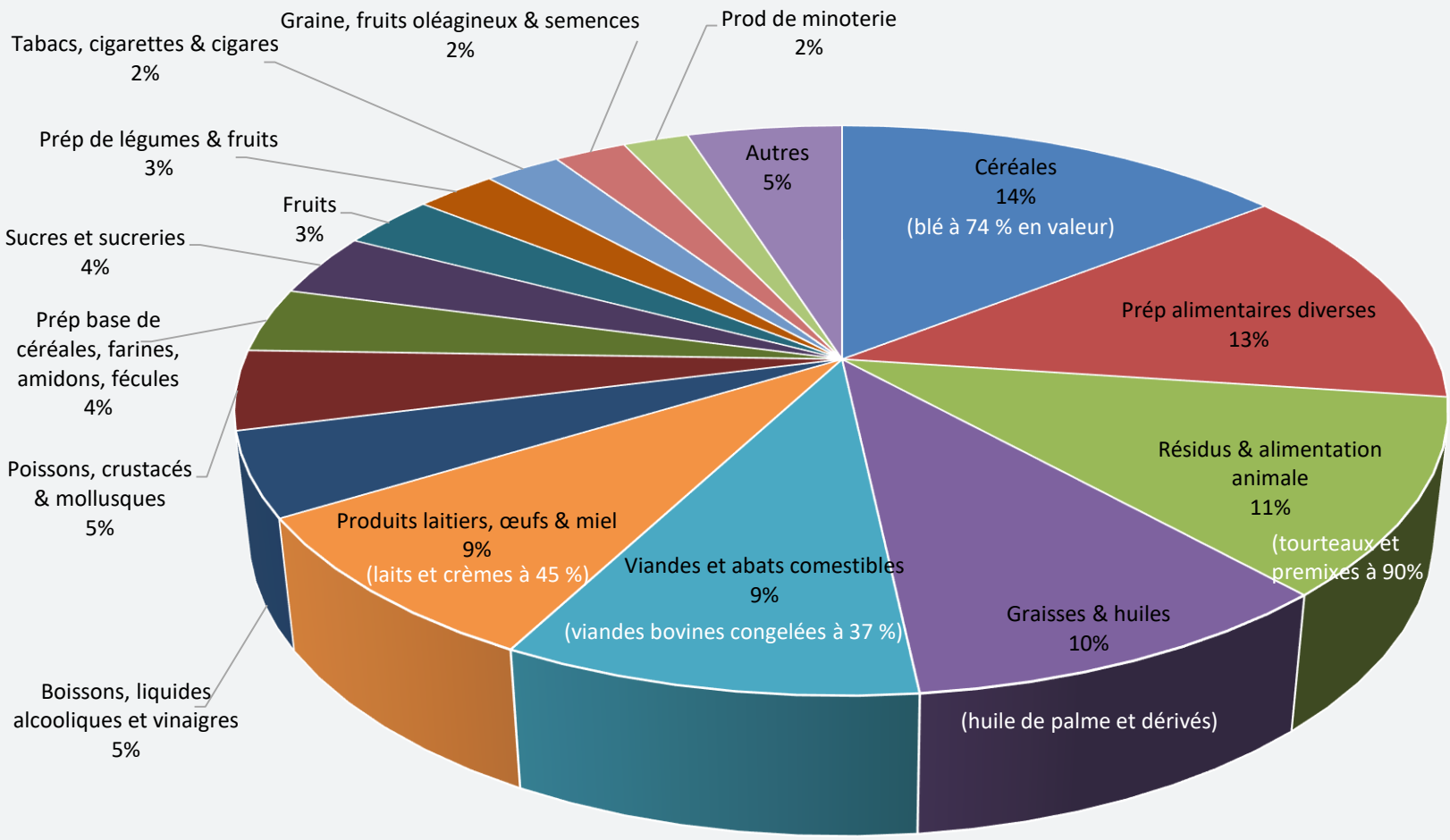
La France est le 18ème fournisseur de denrées alimentaires



©2018 Business France. Tous droits réservés

Un marché export de 9,2 Mrd EUR en agroalimentaire

Importations philippines de produits agroalimentaires : 9,2 milliards EUR en 2017 (+5,7 % par rapport à 2016)



Source : BF selon données GTA

©2018 Business France. Tous droits réservés

Premiers postes à l'import : céréales et préparations alimentaires

Importations philippines en 2017
(source GTA selon douanes des Philippines)
Total agroalimentaire
24 chapitres SH :

9,2 milliards EUR

Source : douanes philippines		*Source : douanes pays fournisseurs*
1er poste à l'importation : les céréales **1 332 M € en 2017 (SH 10)** ➡ **Etats-Unis : 513 M €** ➡ **Australie : 342 M €** ➡ **Thaïlande : 133 M €**	⟷	**Chapitre 10 selon les douanes des pays exportateurs :** **USA ~ 506 M EUR (son 8ème marché)** **Australie ~338 M EUR (6ème marché)**
2ème poste : Les préparations alim. (SH21) **1 175 M EUR en 2017** ➡ **Indonésie : 289 M EUR** ➡ **Singapour : 212 M EUR**	⟷	**Chapitre 21 : données proches** **Indonésie ~ 348 M EUR (1er marché)** **Singapour ~214 M EUR (2ème marché)**
3ème poste : aliments du bétail (SH 23) **1 032 M EUR en 2017** ➡ **USA : 626 M EUR** ➡ **Argentine : 152 M EUR**	⟷	**Chapitre 23 : différences** **USA ~ 430 M EUR (4ème pays client)** **Argentine ~ 169 M EUR (18ème client)**
4ème poste : graisses et huiles (SH 15) **925 M EUR en 2017** ➡ **Malaisie : 492 M EUR** ➡ **Indonésie : 349 M EUR**	⟷	**Chapitre 15 : différences** **Malaisie ~ 537 M EUR (son 5ème marché)** **Indonésie ~ 366 M EUR (14ème)**
5ème poste : les viandes et abats (SH 02) **870 M EUR en 2017** ➡ **USA : 151 M EUR** ➡ **Australie : 109 M EUR** ➡ **Inde : 94 M EUR** ➡ **Allemagne : 84 M EUR** ➡ **Canada : 80 M EUR**	⟷	**Chapitre 02 : données proches mais classement différent** **USA ~ 162 M EUR** **Australie ~ 124 M EUR** **Allemagne ~ 111 M EUR** **Inde ~ 104 M EUR** **Canada ~ 88 M EUR**
6ème poste : prod. laitiers (SH 04) **788 M EUR en 2017** ➡ **N. Zélande : 321 M EUR** ➡ **USA : 172 M EUR**	⟷	**Chapitre 04 : données proches** **N. Zélande ~ 328 M EUR (5ème marché)** **USA ~ 208 M EUR (6ème pays client)**

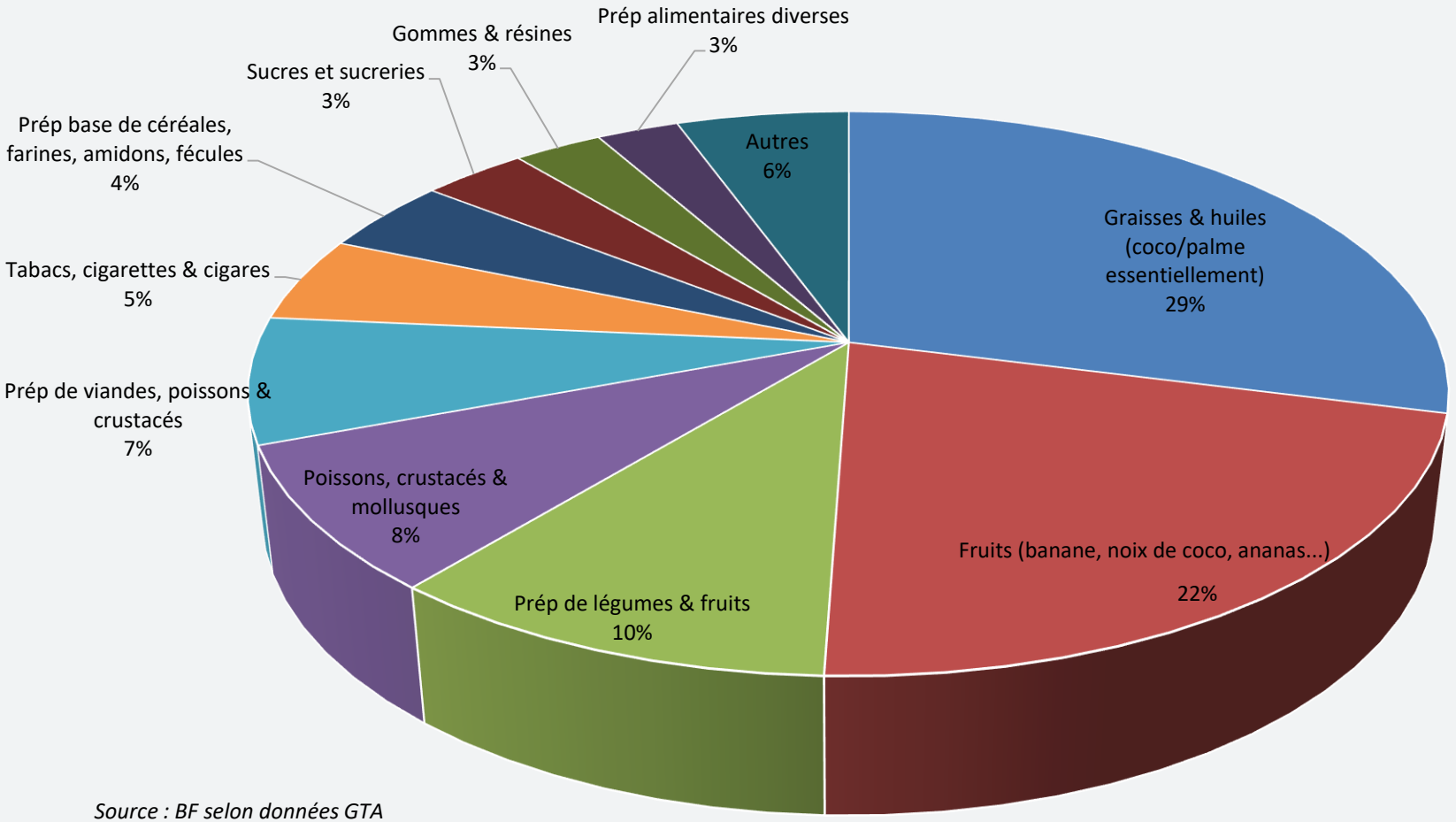
©2018 Business France. Tous droits réservés

Les Philippines exportent leurs denrées essentiellement aux Etats-Unis

©2018 Business France. Tous droits réservés

En agroalimentaire, les Philippines exportent près de 2 fois moins qu'ils n'importent

Exportations philippines de produits alimentaires
5 milliards EUR en 2017



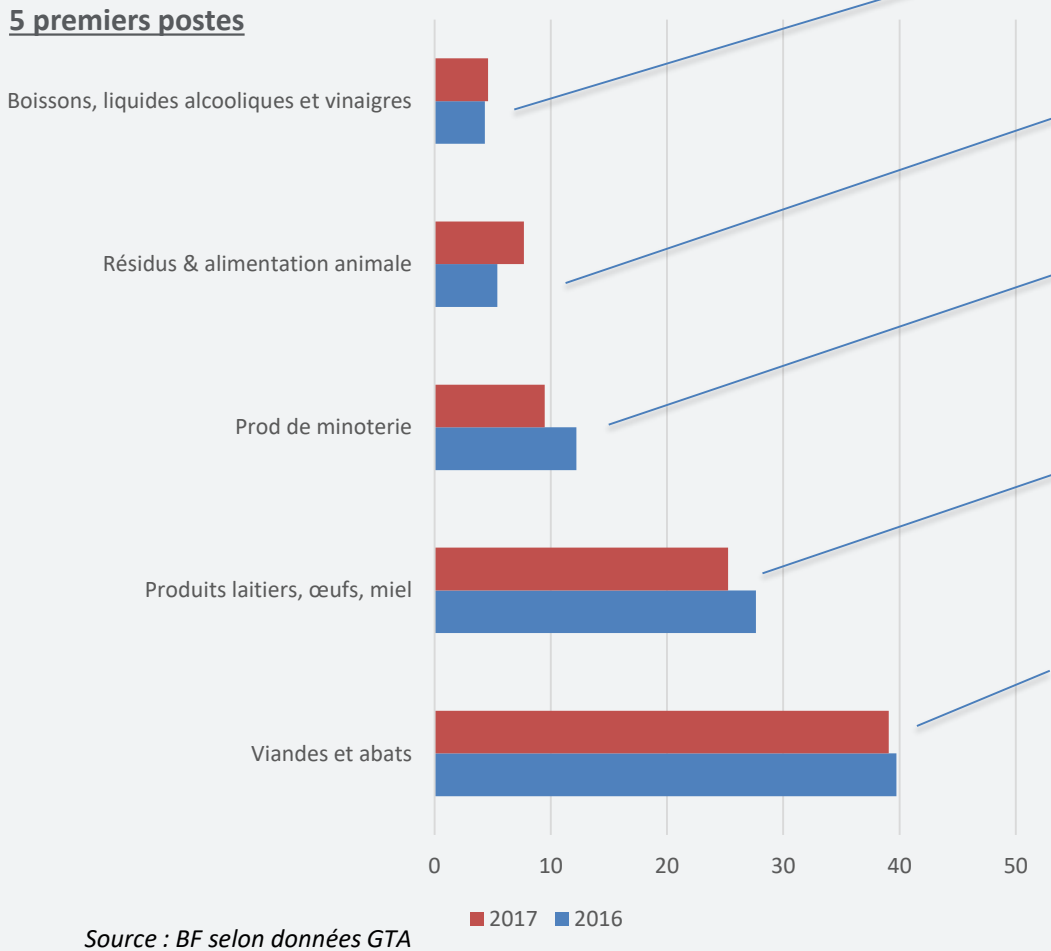
Source : BF selon données GTA

©2018 Business France. Tous droits réservés

La France exporte essentiellement des viandes en valeur

Importations des Philippines en provenance de France
Total (24 premiers chapitres) : 99 M EUR en 2017

5 premiers postes



Source : BF selon données GTA

(SH 22) France 12ème fournisseur des Philippines
Espagne au 4ème rang avec 8 %
Royaume-Uni au 9ème rang avec 2 %

(SH 23) France au 14ème des fournisseurs des Philippines, derrière l'Italie (qui se classe au 3ème rang), les Pays-Bas (au 5ème), l'Allemagne (au 8ème), l'Espagne et la Belgique

(SH 11) France au 8ème rang des fournisseurs des Philippines en produits de la minoterie avec 5 % des importations en valeur
Allemagne au 7ème rang avec 7 %

(SH 04) France 6ème fournisseur de produits laitiers, œufs et miel des Philippines avec 3 % des importations en valeur
Allemagne au 4ème rang avec 5 %

(SH 02) France 10ème fournisseur en viandes et abats des Philippines avec 5 % des importations en valeur
Allemagne au 4ème rang avec 10 %
Pays-Bas au 6ème avec 8 %
Espagne 7ème avec 7 %

©2018 Business France. Tous droits réservés

IFEX PHILIPPINES
Salon de l'alimentation philippin

IFEX Philippines est l'événement annuel le plus important afférent aux produits alimentaires aux Philippines.
"Asia's ethnic and specialty food, tropical fruits, vegetables, seafood, beverages, bakery and confectionery products, meat and poultry, Halal-certified products, as well as natural, organic, and healthy food products.

Plus de 700 exposants en 2017
Organisateur : Department of Trade & Industry

Prochaine édition :
du 25 au 27 mai 2018

Des prix sont décernés chaque année aux produits nationaux les plus innovants
« Katha Awards Food »

Exemples de lauréats en 2017 : le snack chips de légumes et la saucisse de poisson ci-contre

©2018 Business France. Tous droits réservés

Synthèse réglementaire

La réglementation à l'import est plutôt « classique » 1/2

- Depuis 1967, les Philippines sont membre de l'ASEAN, regroupant aujourd'hui dix pays d'Asie du Sud-Est : Vietnam, Thaïlande, Singapour, Malaisie, Indonésie, Brunei Darussalam, Laos, Cambodge, Myanmar et Indonésie. L'instauration de la zone de libre-échange en 1992 a abouti à la suppression quasi-totale des droits de douane intra-zone. La réglementation des marchandises pourrait être harmonisée au sein de l'ASEAN.

- Pour exporter aux Philippines, il est obligatoire de passer par un importateur domicilié localement. Toutes les entités engagées dans des opérations d'importation, de commerce, de distribution ou de fabrication de produits alimentaires doivent être enregistrées auprès des autorités philippines afin de détenir une ***Licence to operate*** – LTO.

- Les produits alimentaires nécessitent un enregistrement préalable à leur mise sur le marché ce qui qui peut parfois rendre le processus long et complexe. L'enregistrement est effectué par l'importateur auprès de la Food and Drug Administration selon le risque que représente le produit alimentaire. Ils sont ainsi classés en 3 catégories. Des exigences supplémentaires peuvent exister selon le niveau de risque. Les boissons alcoolisées, par exemple, entrent dans la catégorie « *Low risk food products* ». Un ***Certificate of Product Registration*** – CPR est délivré à l'issue de cette procédure. Tout changement ultérieur d'étiquette doit faire l'objet d'une notification préalable à la FDA. Un changement dans la composition ou de fabricant nécessite de procéder à un nouvel enregistrement.

N.B. : Business France dispose d'un service Réglementation Internationale pour vous accompagner et vous informer précisément sur vos produits.

Contact : Marianna Sivaliant, marianna.sivaliant@businessfrance.fr

En ce qui concerne les règles d'étiquetage, tous les produits destinés au consommateur final doivent être étiquetés en **anglais ou philippin**, ou une combinaison des deux. Pour les produits importés portant une autre langue, la traduction des mentions affichées doit apparaître en anglais.
Font partie des mentions obligatoires :

- le nom du produit
- la liste des ingrédients
- le contenu net
- les coordonnées de l'importateur
- Les conditions de conservation
- la date limite de consommation.

L'étiquette ne doit pas pouvoir être enlevée de l'emballage des produits. L'utilisation d'un sticker provisoire est autorisée uniquement pour une période maximum de 6 mois.

Synthèse réalisée par le Service réglementaire de Business France

©2018 Business France. Tous droits réservés

La réglementation à l'import est plutôt « classique » 2/2

- Il est important de noter que tous les documents destinés à constituer un dossier d'enregistrement auprès de la FDA établis par une organisation privée non reconnue dans le pays d'origine (association ou fédération) doivent être légalisés par une Chambre de Commerce et d'Industrie ou une organisation reconnue du pays d'origine. Les traductions en anglais des documents doivent être légalisées par le Consulat des Philippines lorsqu'elles ne proviennent pas des autorités officielles.

- Le courtier en douane doit ensuite présenter une déclaration d'importation, une facture commerciale, un document de transport (LTA ou connaissement maritime), un certificat d'origine ou une preuve de l'origine préférentielle de la marchandise justifiant l'exonération de droits de douane. Le certificat d'analyses ainsi qu'une licence d'importation peuvent être requis pour certaines catégories des produits lors du dédouanement.

- Pour ce qui est des taxes douanières, elles dépendent de la ligne tarifaire dans laquelle se classe la marchandise importée, en fonction de la nomenclature douanière (code international + suffixe philippin) .

Synthèse réalisée par le Service réglementaire de Business France

©2018 Business France. Tous droits réservés

Il existe néanmoins des particularités réglementaires

Catégorie	Démarches particulières
• Réglementation HALAL	Selon le bureau HALAL de la *National Commission on Muslim Filipinos* à l'heure actuelle il n'y a pas d'obligation de certification halal des produits commercialisés. Un texte proposant une *Halal Certification*, pour le moment non validé, existe. En revanche, les entreprises peuvent obtenir une certification HALAL volontaire via des agences reconnues par les autorités philippines.
• Produits laitiers	L'importation des produits laitiers nécessite en plus des documents de dédouanement habituels les documents suivants: CERTIFICAT SANITAIRE (pour les produits d'origine animale) Ce document confirme que le produit a été inspecté et répond aux exigences de conformité des règlementations vétérinaires philippines. L'autorité responsable des contrôles sanitaires des produits d'origine animale est le *National Veterinary Quarantine Services* (NVQS) *Bureau of Animal Industry* (BAI), du Ministère de l'agriculture. Aucune forme spécifique n'est requise. Il doit toutefois être traduit en anglais. CERTIFICAT DE LIBRE VENTE Il confirme que les produits sont librement vendus en France (cf. direction départementale de la protection des populations) : http://www.economie.gouv.fr/dgccrf/coordonnees-des-DDPP-et-DDCSPP.
• Boissons alcoolisées	L'importateur de boissons alcoolisées doit être enregistré auprès du *Bureau of Internal Revenue* (BIR) pour procéder à l'importation et au dédouanement de ces produits. Un *BIR Importer's Clearance Certificate* (BIR ICC) est ensuite délivré à l'entité. Il est valable 3 ans. L'importateur doit également être enregistré auprès des douanes locales.

Synthèse réalisée par le Service réglementaire de Business France

©2018 Business France. Tous droits réservés

Synthèse diagnostic et opportunités

L'agriculture, une activité structurante aux Philippines

La contribution de l'agriculture au PIB tend à régresser : de 13,1 % du PIB en 2009 à 9,7 % en 2016 (source Banque mondiale), une tendance qui s'observe ailleurs dans le monde en raison de la diversification de l'économie (forte hausse de la part des services dans le cas des Philippines).

Notons que l'absence de données fiables ne permet pas de chiffrer ce recul. L'agriculture et l'élevage n'en restent pas moins une activité vitale pour le pays, fixatrice de population en zone rurale et îles éloignées.

- Contribution actuelle du secteur agricole au PIB ~ 10-13% selon les sources ;
- Productions végétales ~ 51,2% (2017) ; bétail et viandes ~ 17,8% ; volaille ~ 15,4% ; secteur halieutique ~ 15,6% ;
- Poids en termes d'emploi : 27-31% de la population active totale, soit environ 11-12 M d'emplois

C'est un secteur qui a été longtemps négligé et reste en large part sous-développé. En conséquence, c'est un secteur plutôt synonyme de pauvreté et trop peu attractif pour les nouvelles générations.

Les riziculteurs, pour ne citer que cette catégorie au cœur de l'agriculture philippine, sont très exposés aux aléas climatiques, sécheresses comme pluies diluviennes.

Au plus bas de l'échelle, les pêcheurs sont « les plus pauvres des pauvres »

- L'exode rurale est une menace ;
- Le manque de relève est préoccupant : selon le dernier recensement en agriculture, l'âge moyen des agriculteurs serait de 57 ans.

Plusieurs défis majeurs :

- Le territoire est vaste et morcelé : la logistique d'acheminement des marchandises agricoles dans des délais acceptables et conditions satisfaisantes et un premier défi majeur ; le désenclavement nécessite des investissements publics, une véritable politique d'aménagement (cabotage, …) (coût du bateau Manille-Davao > Philippines-Chine) ;
- Le territoire est soumis à aléas climatiques : certaines zones agricoles au vent (est du pays notamment) sont régulièrement ravagées ;
- La délicate question du foncier agricole ; les freins au remembrement, l'accès problématique à la terre agricole, voire l'absence de titres, ces problèmes n'ont pu être solutionnés.
- Le sous-investissement chronique en agriculture (politique agricole, offre de crédits ad hoc, enseignement, R&D).
- Les coûts de transport maritimes sont parmi les plus élevés de la sous région et freinent le développement de l'export de produit agricoles. Ceci s'explique par la saturation à Manille des infrastructures de transports notamment portuaires et aéroportuaires.

©2018 Business France. Tous droits réservés

Un marché en essor dans un pays semblable à nul autre en Asie

➔ Le moins asiatique des pays d'Asie

- Un passé tourmenté, lourd en traumatismes ; une histoire moderne turbulente et une société écartelée entre sa civilisation asiatique et diverses cultures d'origine européenne et américaine (colonisation espagnole de 1565 et 1897, puis américaine de 1898 à 1946).
- De fait, une forte proximité culturelle avec les Etats-Unis, et avec le monde hispanique, en termes de modes de consommation.
- Une société assimilatrice ; métissage arboré en marque de fabrique, curiosité et goût de l'aventure la caractérisent.
- Mais un « pays de contradictions » ; au-delà de l'isolement propre à l'insularité, un pays particulièrement centré sur lui-même, étrangement peu tourné vers l'ASEAN, guère davantage vers les Amériques et encore moins l'Europe.
- Une spécificité en Asie, l'influence du christianisme dans ce pays à population catholique à 84%.
- Un archipel étendu, plus de 7000 îles et îlots sur plus de 2 000 km du nord au sud et près de 1 000 km d'est en ouest au milieu du Pacifique, plusieurs pays en un.
- Une quarantaine de familles ont la main sur l'ensemble de l'économie, familles sino-philippines en majorité.
- Une classe moyenne émergente (estimations variables : de 3 ménages sur 20* à 25% des ménages**), mais des inégalités dans la répartition des richesses qui tendent à s'aggraver : 1/3 de la population vit en dessous du seuil de pauvreté.

➔ Au 1er rang des pays de l'ASEAN en termes de croissance économique

- En dépit d'un léger ralentissement en 2017, une croissance économique robuste : +6,4% au cours du 1er semestre 2017, contre 7% sur la même période 2016.
- Croissance tirée par la consommation intérieure, elle-même dopée par les transferts financiers des expatriés (29,7 milliards USD en 2016 ~9,5% PIB, un véritable moteur de l'économie dont 1/3 en provenance des Etats-Unis, sans compter la manne générée par l'émigration clandestine).
- Egalement par l'essor des activités de sous-traitance de services BPO (Business Process Outsourcing) : mutation en société de services à faible capital.
- Et par l'élan donné par le nouveau gouvernement aux investissements en infrastructures.

** Source Philippines Statistics Authority 2017 ; fourchette de revenus mensuels d'environ 200 à 825 EUR.*
*** cf. graphique ci-après*

©2018 Business France. Tous droits réservés

L'immense potentiel agricole se développe inégalement

➔ Une agriculture à plusieurs vitesses

- Les Philippines bénéficient d'un remarquable potentiel agricole du fait de leur diversité géo-climatique et de la fertilité de leurs terres volcaniques.
- Mais ce territoire est très exposé aux violences climatiques (fréquence élevée des typhons) et particulièrement vulnérable au changement climatique.
- Un autre handicap majeur : le coût logistique pour acheminer les productions disséminées sur un archipel si étendu et fragmenté.
- L'agriculture philippine, productions animales comme productions végétales, est à 3 vitesses : « *corporate farming* », « *commercial farming* » et « *backyard farming* ».
- Dans ce contexte, le gouvernement du président Dutertre, élu en 2016, fixe aux pouvoirs publics de nouvelles directives, pour certaines très ambitieuses : telle la « *road map* » en matière de développement laitier à l'objectif dénoncé comme « inaccessible ».
- Entre autres priorités avancées :

  - la priorité des priorités va au développement de la riziculture ; d'une manière générale, la mécanisation des exploitations est une priorité, ainsi que la modernisation des équipements de post-récolte ;

  - les productions à valeur ajoutée pour l'export (filière mangue à titre d'exemple) ;

  - la relance de l'élevage porcin et bovin laitier ;

  - le soutien au secteur halieutique.
- Globalement un marché porteur pour les équipements agricoles et post-récolte, et les bâtiments et équipements d'élevage.

➔ Un secteur agroalimentaire dominé par une quinzaine de familles

- Pour n'en citer qu'une, le groupe SM (famille Sy) : 1er conglomérat philippin selon le classement FORBES 2017 et 9ème fortune d'Asie (~20 milliards USD en date de novembre 2017), entre autres activités, développeur de Malls et leader de la distribution moderne.
- Une industrie alimentaire structurée en oligopoles, voire en quasi-monopole - cas de l'industrie brassicole avec SAN MIGUEL CORP., conglomérat à expansion spectaculaire depuis une dizaine d'années (industrie alimentaire - son cœur de métier, mais également mines, infrastructures, pétrole et énergie).
- Un marché important et porteur d'équipements et de matières premières/ingrédients de toutes natures.

©2018 Business France. Tous droits réservés

La distribution traditionnelle reste dominante

➔ Distribution alimentaire très largement dominée par les réseaux traditionnels

- Dans ce pays riche en paradoxes, la « civilisation des *Malls* » n'occulte pas pour autant les circuits traditionnels : la distribution alimentaire reste, en large part encore, dominée par les marchés « *wet markets* » et petits épiciers « *sari sari* », à hauteur de près de 70 %.
- Qu'appelle-t-on « classe moyenne » aux Philippines ? et raisonne-t-on sur Metro Manila ou l'ensemble du pays ? La répartition des segments de consommateurs est très mal connue ; les estimations les plus diverses circulent (cf page suivante).
- Les Philippines affichent un taux d'urbanisation de l'ordre de 45 %. La seule agglomération de Manille génèrerait près de 35% du PIB (de source Banque Mondiale-2017). La population urbaine pourrait dépasser les 100 M à l'horizon 2050.
- La distribution moderne est dominée par 3 groupes tentaculaires philippins : SM, PUREGOLD et ROBINSON'S.

➔ Classe moyenne émergente, à la recherche de nouveaux produits

- Attention à la forte concentration géographique de cette classe moyenne en métropole de Manille.
- Ce sont des consommateurs curieux, aventureux mais le facteur prix reste le facteur limitant. Forte tendance au *snacking*.
- Une certaine volatilité est à noter, au gré des modes qui se développent de façon spectaculaire et s'éteignent.
- Les grandes tendances à signaler : la recherche de diversité, sophistication, qualité et sécurité des aliments, le développement des *convenience food*, une sensibilité croissante aux questions de nutrition et de santé.
- Phénomène spectaculaire de ces 5 dernières années : l'expansion de la restauration.

➔ Marché porteur de matières premières et ingrédients

- Plus des ¾ des importations agroalimentaires des Philippines en valeur sont constituées de matières premières et ingrédients.
- Il convient de noter que les céréales (blé pour les ¾) constituent près de 13,7 % des importations de produits alimentaires en valeur en 2017 (24 premiers chapitres ≈ 9,2 milliards EUR) ; les préparations alimentaires (non définies ailleurs) 13 %, les sous-produits industriels pour l'alimentation animale 11 % (tourteaux et premixes à hauteur de près 90%), les graisses et huiles 10 % (huiles de palme et dérivés) et les viandes et abats 9 % (viandes bovines congelées pour plus du 1/3) , et les laits et produits laitiers 8,5 % (ingrédients laitiers à hauteur de 60%).

©2018 Business France. Tous droits réservés

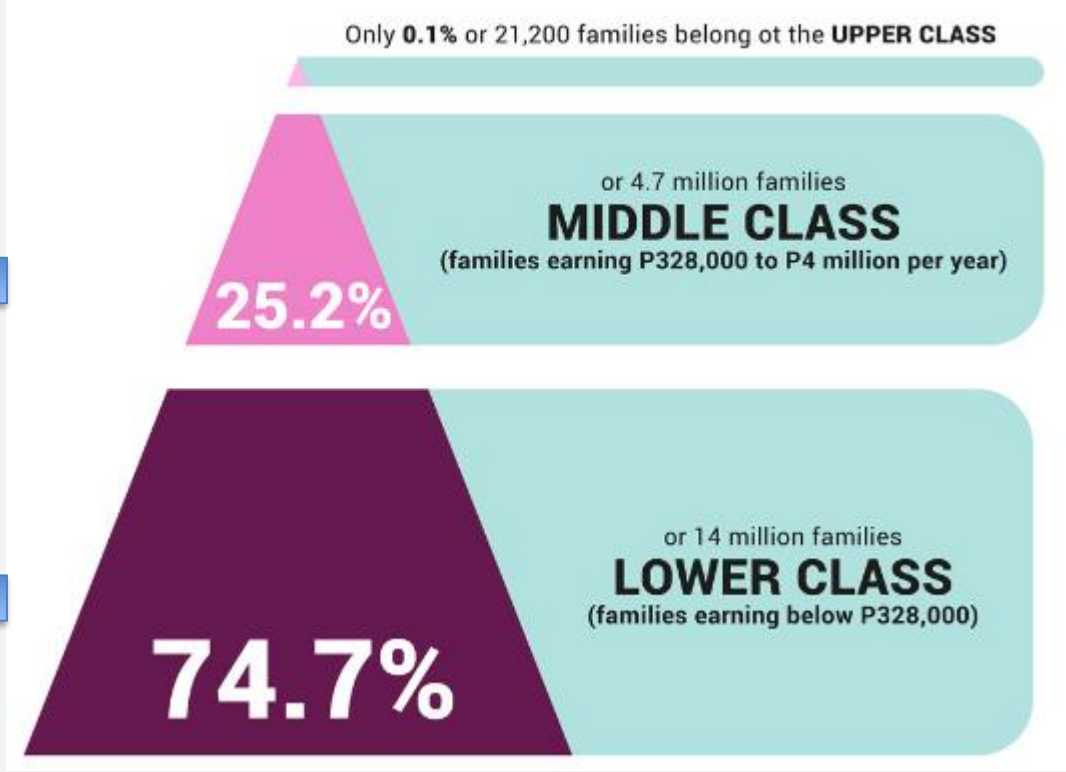
Quoiqu'en essor, les classes moyennes et supérieures sont minoritaires

Note : les estimations sont diverses.
Selon évaluation 2012 de source RAPPLER : pauvres de 4,2 M, faibles revenus de 7,1 M de foyers (entre seuil de pauvreté et 2 fois le seuil de pauvreté), classe moyenne basse de 5,8 M (2 à 4 fois le seuil de pauvreté), classe moyenne de 3,6 M de foyers (revenu par tête de 4 à 10 fois le seuil de pauvreté) et classe moyenne haute de 470 000 foyers (entre 10 et 15 fois) et classe aisée de 170 000 foyers (entre 15 et 20 fois) et riches ≈ 150 000 foyers (plus de 20 fois).
Rappel : seuil international de pauvreté = 1,25 dollar USD / jour.

Selon une étude menée en 2015 par l'ex-secrétaire général du *National Statistical Coordination Board*

Revenu familial de 5 500-67 000 EUR /an

Revenu familial de moins de 5 500 EUR /an



©2018 Business France. Tous droits réservés

L'agro-industrie se développe mais reste sensible aux prix

➔ Marché porteur d'équipements agro-industriels

- Les importations d'équipements se distinguent avec près de 2 milliards EUR en 2016, et un rythme de croissance de plus de 30 % par an depuis 2014.

➔ Opportunités au final diversifiées

- Les sociétés françaises ne sont pas absentes du marché loin de là : particulièrement actives dans le secteur de l'élevage (génétique, nutrition et santé animales, bâtiments d'élevage et équipements) ; la présence française est également avérée sur le marché des équipements industriels.
  Il semble opportun d'encourager une approche groupée autour des noyaux implantés, avec promotion du savoir faire français en terme de « filières », en surfant sur l'élan que tente de susciter le gouvernement philippin pour développer certaines productions, tels le lait et les viandes.
- Le marché des ingrédients alimentaires est également des plus porteurs ; malgré un climat de vive concurrence, il reste ouvert à des ingrédients « *commodities* » comme à des ingrédients plus sophistiqués assortis de services de qualité.
- Le marché des viandes est important ~ 4ème poste à l'importation de produits agroalimentaires et diversifié : en large part viandes industrielles (minerai de viande, oreilles, couenne, …) », comme viandes de consommation (potentiel marché de niche pour des viandes nobles françaises). Un seul segment de distinction pour l'origine France : son image reconnue pour la viande de porc (poitrine) au côté de l'origine Allemagne.
- Sur le marché des produits de consommation : les opportunités sont diffuses, sous réserve d'en trouver l'accès : produits d'épicerie divers, produits « bio » véritables, fruits et légumes frais, farines, vins, …

➔ Attention à la façon dont est perçue l'image « France »

- Le mot « France » ne fonctionne pas bien sur ce marché car renvoyant à « luxe/inaccessibilité », l'image de qualité est en revanche reconnue et appréciée comme l'est la culture française.

➔ Relations de confiance à instaurer avec les importateurs

- L'apparente lenteur à la prise de décision peut déconcerter.
- Une fois une relation de confiance instaurée, la nature des échanges change du tout au tout.
- Attention au processus d'enregistrement des produits qui peut s'avérer laborieux.

©2018 Business France. Tous droits réservés

Extrait de « Où exporter »

Où Exporter 2018 – extrait relatif au marché philippin

« Utilisez l'image France à travers une stratégie de marketing efficace

- *Soyez prêt à investir massivement dans une stratégie de communication et de marketing à destination du consommateur philippin. Il est également primordial de savoir utiliser les réseaux sociaux pour pénétrer le marché.*
- *Cultivez une relation proche et un contact direct et constant avec vos importateurs. Des visites régulières sont fortement appréciées et considérés comme marque de confiance.*
- *Privilégiez une distribution exclusive avec un importateur. Vous pouvez travailler avec plusieurs importateurs, à condition de bien définir leur couverture du marché. »*

©2018 Business France. Tous droits réservés

Synthèse des opportunités, segment par segment 1/6

Principales opportunités de développement
(avec hiérarchie des priorités ●●●, ●●, ●)

➔Intrants et technologies agricoles

- ●●● Transfert de technologie en production d'engrais, compostage
- ●●● Toutes technologies innovantes de contrôle à distance : cartographie (mapping des plantations de canne à sucre par exemple), stations météo, surveillance des plantations, pilotage à distance d'interventions sur cultures (cas des plantations fruitières), monitoring de l'érosion des sols
- ●●● Mécanisation de la riziculture : travail du sol à court terme
- ●● Mécanisation de la culture de la canne à sucre
- ●● Amélioration variétale en canne à sucre
- ●● Engrais de qualité, engrais pour cultures en hydroponique
- ●● Transfert de technologie Biogaz
- ●● Mécanisation de la récolte de la culture de la canne à sucre et irrigation de précision
- ● Produits phytosanitaires de nouvelle génération
- ● Semences potagères

©2018 Business France. Tous droits réservés

Synthèse des opportunités, segment par segment 2/6

Principales opportunités de développement
(avec hiérarchie des priorités ●●●, ●●, ●)

➔ Post-récolte

●●● Post-récolte et traçabilité/sécurité alimentaire - filières export :
cas de la filière « mangue », mécanisation du nettoyage, tri, calibrage + 1ère transformation (IQF et autres solutions de conservation) et packaging.
Cas de la banane pour l'export à destination de marchés exigeants de l'ASEAN

●●● Post-récolte riz et maïs : non maitrise du stockage, besoins en séchoirs à maïs (problème récurrent entre autres des mycotoxines), et en silos

●●● Equipements de « pôles de traitement du riz » (mini-unités locales) : tout particulièrement moulins de petite capacité, unités mobiles

●●● Systèmes de réfrigération tels que « vaccum cooling » pour les maraîchers visant le marché premium

●● Variétés de pomme de terre destinées à la transformation

●● Filière noix de coco : transferts de technologies et équipements en transformation et chaine du froid

●● Post-récolte pomme de terre, carotte, choux

●● Déshydratation industrielle du manioc et autres tubercules

➔ Divers

●● Assistance technique au montage de coopératives de matériels et équipements agricoles avec « transfert de savoir faire français en la matière »

● Assemblage de machines et équipements agricoles

● Expertise en « Urban gardening »

©2018 Business France. Tous droits réservés

Synthèse des opportunités, segment par segment 3/6

➔Intrants et technologies d'élevage

- ● ● ● Génétique chèvre laitière
- ● ● ● Expertise étrangère en organisation des petits producteurs laitiers : production, amélioration génétique, IA, transformation (pasteurisation du lait), *p*our étude de faisabilité (NDA)
- ● ● ● Génétique canard + nutrition
- ● ● ● Expertise et conseils en amélioration des bâtiments d'élevage, unités clef en main *(contraintes climatiques/risques typhons et séismes*) : tout particulièrement en aviculture et élevage porcin
- ● ● ● Nutrition animale, toutes catégories confondues, toutes solutions innovantes pour accroître les perfomances (alternative aux antibiotiques, probiotiques, acides organiques, etc.)
- ● ● ● Santé animale compte tenu de la pression sanitaire
- ● ● ● Nutrition animaux de compagnie et accessoires : secteur à explorer (notamment alimentation des chiens)
- ● ● ● Valorisation des fumiers, lisiers et déjections aviaires
- ● ● ● Recyclage des plumes
- ● ● ● Energies renouvelables en élevage
- ● ● Equipements d'élevage tels que machines à traire portables, … + nouvelles technologies
- ● ● Filière crevettes : transferts de technologies et financements
- ● ● Farines de viande et de poisson
- ● Savoir-faire en élevage « bio »
- ● Génétique bovins viande
- ● Lactoremplaceurs : intérêt croissant, marché en devenir (à noter la présence de NUTRECO)

©2018 Business France. Tous droits réservés

Synthèse des opportunités, segment par segment 4/6

➔ Transformation des produits animaux

- ● ● ● Technologies d'abattage et de transformation des viandes (tout particulièrement volaille et porcs)
- ● ● ● Traitement des eaux usées d'abattoirs et graisses
- ● ● ● Technologies « post-récolte » et transformation en filière pêches et aquaculture
- ● ● ● Solutions de packaging bon marché pour le lait et produits laitiers liquides, sous formats divers (1L, 2-300 ml, 100 ml…) : excellente image de l'expertise européenne
- ● ● Mini-laiteries : lignes de pasteurisation, conditionnement,, etc.
- ● ● Savoir-faire français en fromagerie et co-investissements

➔ Divers

- ● ● ● Appui à la « mise en place de normes de qualité et systèmes de traçabilité » en agriculture et élevage (food safety regulation 2016)
- ● ● ● Priorité à l'amélioration post-récolte et stockage
- ● ● ● Ouverture à tout développement en énergies renouvelables : cas par exemple des élevages laitiers (alimentation en énergie des machines à traire, équipements de réfrigération et de transformation)
- ● Savoir faire en agriculture et élevage « bio » et appui à la certification

©2018 Business France. Tous droits réservés

Synthèse des opportunités, segment par segment 5/6

➔ *Produits de consommation dont produits gourmet*

- ● ● Fruits frais destinés au marché de masse : la pomme
- ● ● Diversification de l'offre en fromages (marché de niche)
- ● ● Poulets et coquelets de qualité France
- ● ● Produits d'épicerie fine : produits « d'exception »
- ● ● Farines
- ● ● Produits « naturels », « bio », produits à valeur diététique
- ● Poissons et fruits de mer (marché de niche)
- ● Fruits et légumes surgelés et préparations : purées de fruits, petits fruits, frites, …
- ● Viandes : découpes nobles (marché de niche)
- ● Charcuterie : produits premium et qualité intermédiaire (absence de jambon blanc à la française par ex., …)
- ● Marché de niche pour des légumes destinés au marché gourmet et à la restauration
- ● Vins français *: communication sur les terroirs français, la conduite des vignobles, la vinification, les assemblages ; « expliquer »*
- ● ● ● Segment des *analog cheese* à explorer

➔ *Intrants et équipements industriels*

- ● ● ● Ingrédients alimentaires : besoins de toutes natures, ingrédients laitiers, améliorants de panification, malt, amidons modifiés, etc.
- ● ● ● Viandes minerai et abats
- ● ● ● Farines de viande et de poisson

©2018 Business France. Tous droits réservés

Synthèse des opportunités, segment par segment 6/6

➔ *Divers*

- ● ● ● Opportunités d'implantation en confiserie chocolaterie (secteur quasiment vierge)
- ● ● ● Besoins importants en solutions de conditionnement/emballage des denrées alimentaires accessibles à des PME

- ● ● Savoir faire en chaîne du froid
- ● ● Traitement des effluents : projets concrets de traitement des effluents d'abattoir notamment
- ● ● Technologies d'extrusion en agroalimentaire (céréales petit déjeuner, flocons et chips, y compris de fruits tropicaux)
- ● ● Nouvelles technologies appliquées au secteur de la logistique, notamment en gestion des plates-formes de distribution.

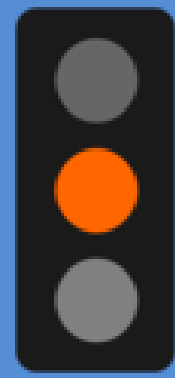
©2018 Business France. Tous droits réservés

1. Développement agricole

Opportunités intrants et équipements

1.1. Productions végétales

Opportunités
Intrants, équipements et transferts de technologies



©2018 Business France. Tous droits réservés

Comment lire les graph introductifs ?

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…

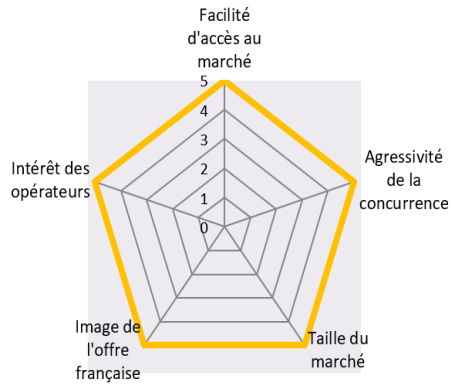
  0 : marché très restreint | **5** : besoin général aux Philippines

- **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

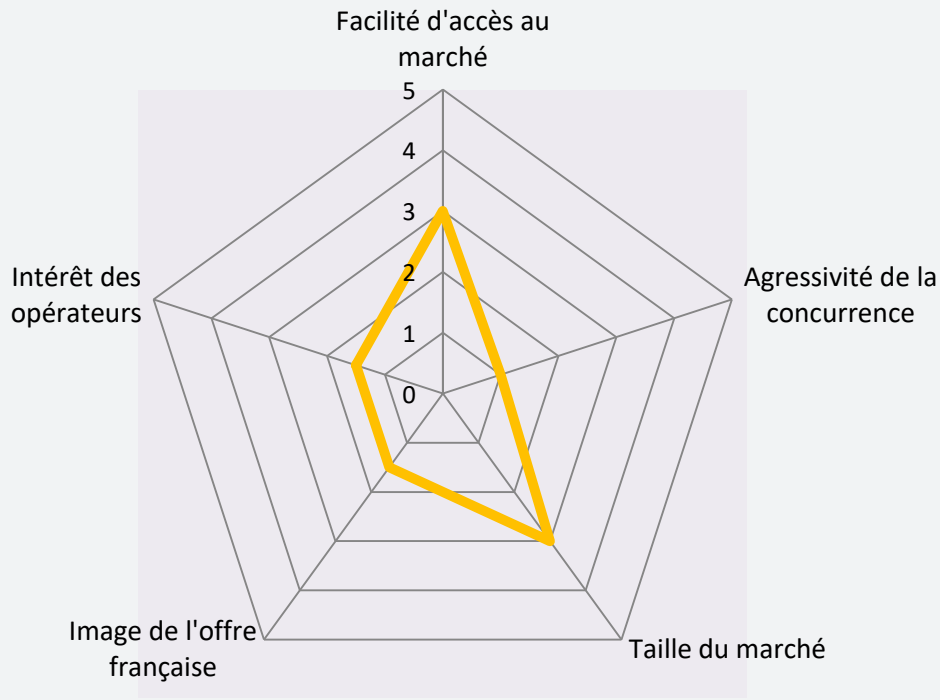
- **Intérêt des opérateurs** : importance des besoins et de la demande, considération apportée à l'offre française en particulier, marché plus ou moins bien pourvu…

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



©2018 Business France. Tous droits réservés

Filières végétales



©2018 Business France. Tous droits réservés

Synthèse des opportunités dans les filières végétales

Equipements post-récolte riz, maïs, séchage, stockage, mini moulins

Machinisme agricole

Filière mangue export : post-récolte, traçabilité, …

Engrais naturels
savoir-faire

Valorisation des déchets, biomasse

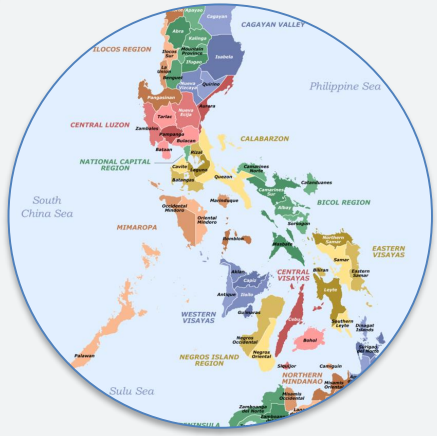
Semences potagères

Transfert de savoir faire « CUMA »

Génétique pomme de terre
variétés destinées à la transformation

Génétique végétale grandes cultures

Nouvelles technologies de contrôle à distance
Plantations fruitières pour export



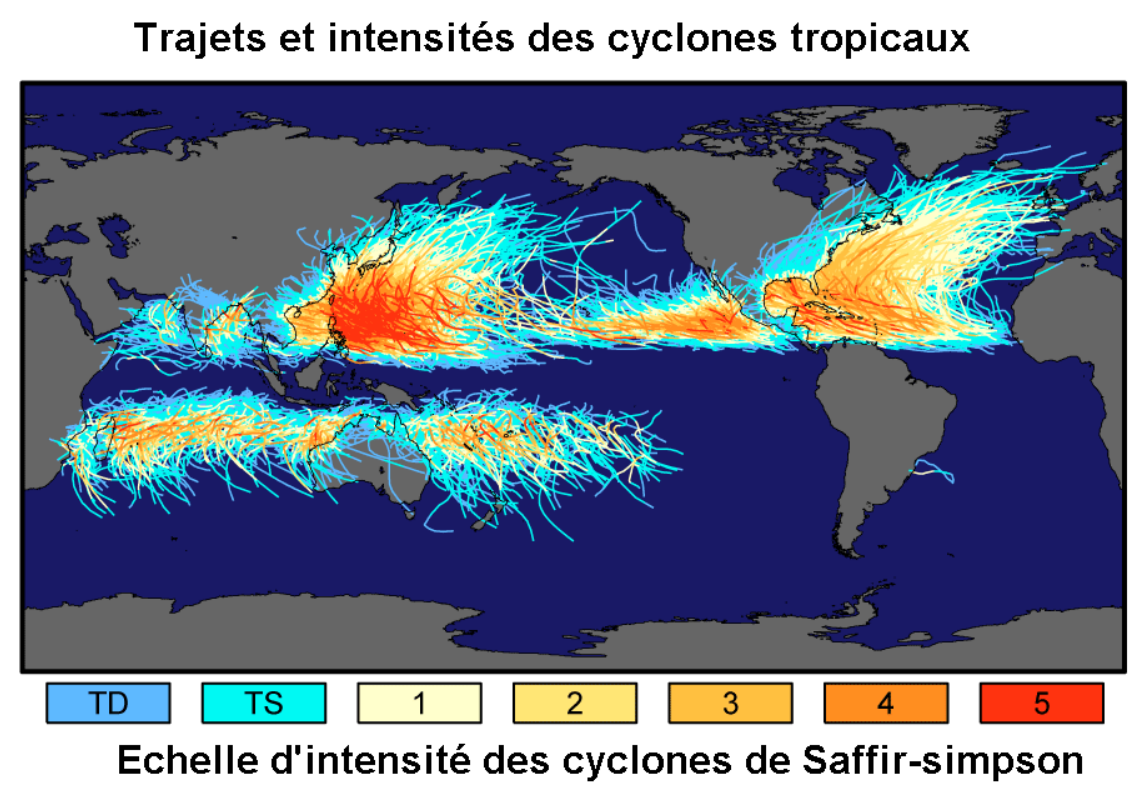
Principales opportunités, avec échelle d'opportunité pour les entreprises françaises

Moyenne | forte | très forte

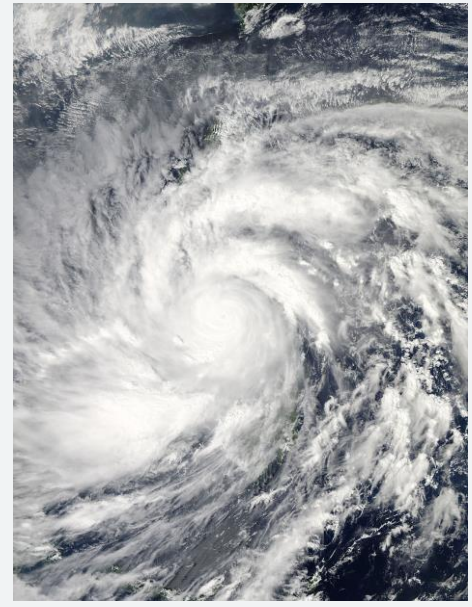
©2018 Business France. Tous droits réservés

Un défi : les tempêtes tropicales et typhons

Les Philippines y sont très fortement exposées :



Source : WIKIPEDIA



Exemple : typhon HAIYAN (YOLANDA aux Philippines) 2013
Vents excédant les 315 km/h
Plus de 5 000 morts aux Philippines

©2018 Business France. Tous droits réservés

Une agriculture caractéristique des pays en voie de développement

Agriculture

12,8 % PIB

31 % emplois

5,6 M

exploitations

Salaire ouvrier agricole :

4-7,5 EUR/j

Surface agricole

9,7 M ha

≈ 3% territoire

Terres arables	4,9 M ha
Cultures permanentes	4,4 M ha
Forêts	0,07 M ha
Divers	0,3 M ha

Caractéristiques agro-climatiques

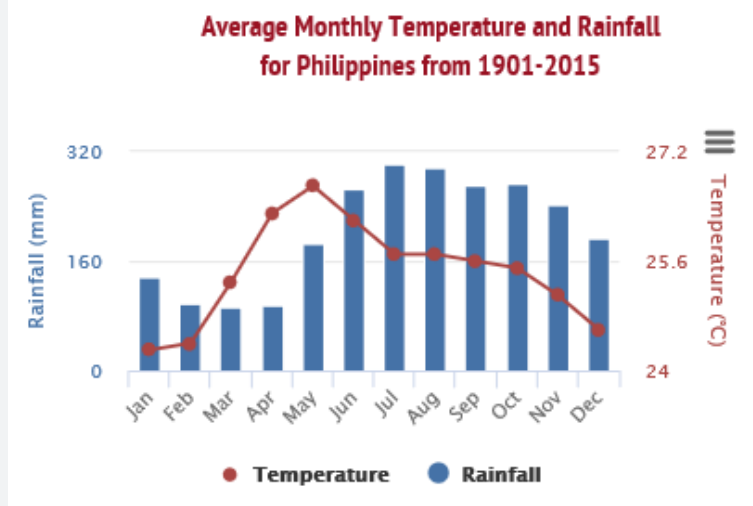
- 2 saisons : saison humide et saison sèche
- Pluviométrie moyenne annuelle ~ 2 000 mm

Foncier agricole et structures agricoles

La réforme agraire connue sous le nom de CARP (redistribution de terres agricoles aux fermiers sans terre ; 1988) et amendée en 2009 (« CARPER ») ne permet pas de consolidation des terres agricoles.

Selon le dernier recensement de 2012 :

- 5,6 M exploitations agricoles
- Sur 7,19 M ha , soit une surface moyenne de 1,29 ha/exploitation
- Age moyen des agriculteurs : 57 ans



Source : Banque Mondiale

©2018 Business France. Tous droits réservés

Riz et maïs au 1er rang des productions agricoles

- Riz ~ 4,8 M ha récoltés
- Culture irriguée ~ 3,2 M ha
  Culture pluviale ~ 1,6 M ha
- 17,63 M T riz paddy

- Maïs ~ 2,6 M ha récoltés
- 7,2 M T
- ~ maïs jaune 70%, maïs blanc ~30%

- Canne à sucre ~ 430 000 ha
- 22,4 M T

Principales productions en 2016

⚠ *sources variables*

- Noix de coco : 13,8 M T (~3,5 M ha)
- Banane : 8,9 M T (~ 450 000 ha)
- Ananas : 2,6 M T (~ 60 000 ha)
- Mangue : 0,8 M T (~ 190 000 ha)

- Tomate : 210 000 T (~ 17 000 ha)
- Oignon : 122 000 T (~ 16 000 ha)
- Choux : 123 000 T (~ 8 000 ha)
- Aubergine : 235 000 T (~ 21 000 ha)

- Manioc : 2 750 000 T (~217 000 ha)
- Patate douce : 529 000 T (~90 000 ha)

Source : PSA

©2018 Business France. Tous droits réservés

La mécanisation est un enjeu majeur pour le pays

Les priorités en agriculture telles qu'elles ressortent de l'enquête auprès des directions ministérielles de chaque secteur

MECANISATION
Tous secteurs, agriculture, élevage, pêches et aquaculture

Pour l'ensemble de la « chaine de valeur », y compris le post-récolte
Maillon essentiel : le développement de « coopératives » pour l'accès aux matériels et équipements et la vulgarisation

CULTURES « A HAUTE VALEUR AJOUTEE »

Lire « cultures pour l'exportation » telles que la banane pour les marchés japonais et sud-coréen.

Dans l'esprit des Pouvoirs Publics, il s'agit de faciliter le regroupement des petits agriculteurs autour de projets export

PRODUCTIONS « BIO »

Le « bio » constitue un des rares segments « premium » suscitant l'attention des pouvoirs publics car jugé « porteur pour les agriculteurs philippins »

Abstraction faite de la faisabilité de tels projets, cela signifie : mise en place de normes + système de traçabilité et outils de certification

Thèmes concrets évoqués :

- **Irrigation : priorité en dépit de « contraintes d'accès à l'eau et de contrôle des prélèvements difficile à régler »**
- **Valorisation de la R&D locale : «mise sur le marché des innovations »**
- **Assemblage local d'équipements étrangers**
- **Mécanisation de la riziculture, de la préparation du sol au séchage, stockage et meunerie : besoins en « micro-milling units »**
- **Mécanisation de la culture de la canne à sucre ; *cf. point de vue des industriels dans le chapitre consacré à la filière sucre.***

©2018 Business France. Tous droits réservés

1.1.2 Dynamique des productions végétales

La priorité est à la modernisation et à la montée en gamme

Les Philippines présentent une agriculture à deux, voire trois vitesses

Grandes plantations « *corporate farming* » (cas de l'ananas par exemple), exploitations commerciales adossées souvent à de petits agriculteurs apporteurs, et petits agriculteurs cohabitent dans un système qui reste marqué par l'absence de réforme foncière.

- Fragmentation des terres ;
- Obligation, pour les exploitations commerciales, de louer des lopins aux communautés ;
- Exception faite de terres concédées par l'Etat au cas par cas.

Les principales productions :

- Les cultures « *staple crops* »
  - Riz ≈ 4,8 M ha. Priorité au nivellement et travail du sol : indispensable à la bonne gestion de l'eau, rationalisation des travaux culturaux, la bonne mise en place et développement de la culture (uniformité, maturité, …). A noter le « *WateRice Project* » mené par le *Department of Agriculture*, en collaboration avec l'IRRI ;
- Maïs ≈ 2,6 M ha ; le maïs est la 2ème grande culture aux Philippines, il concerne près de 600 000 paysans, avec un rendement moyen de 33q/ha ;
  - 1/5 de la production : maïs blanc pour l'alimentation humaine ;
  - L'alimentation animale en consomme près des 2/3 ;
- Les tubercules et banane plantain
- La canne à sucre ~ 430 000 ha
- Les productions d'exportation
  - La noix de coco : les Philippines, 1er producteur au monde, avec de nouveaux développements générés par l'implication de multinationales : CARGILL pour la production d'huile, BASF et PROCTER & GAMBLE pour 2ème transformation ;
  - La banane et l'ananas : deux acteurs majeurs DEL MONTE et DOLE, tous deux en phase d'expansion de l'activité aux Philippines ;
  - Le palmier à huile : des aptitudes pour cette culture qui fait l'objet d'une « *Philippine Palm Oil Road Map 2014-2023* » ; avec prévision d'accroissement des surfaces de 350 000 ha à l'horizon 2023.

Les Philippins nourrissent des espoirs de développer une agriculture bio.

En pratique, cette ambition se heurte très vite à de multiples difficultés : disponibilités en terres adaptées (contamination élevée en phytosanitaires et autres contaminants), absence de cadre de certification reconnu fiable par les clients potentiels et savoir-faire.

©2018 Business France. Tous droits réservés

Opportunités à saisir pour les équipements pour grandes plantations

Les Philippines au rang des pays leaders à l'exportation d'ananas (frais et conserves) au monde derrière la Thaïlande.

Les Philippines fournissent 2/3 des importations japonaises d'ananas frais

Le pays accueille la plus grande plantation d'ananas au monde !

- Secteur appelé à l'expansion ;
- Marchés : en premier lieu Japon ; également Chine et Corée du sud dont la demande croissante en ananas frais incline les Philippins à investir ; marchés par ailleurs diversifiés (MO, Russie, etc.).

Les Philippines se classent par ailleurs au top 5 des producteurs mondiaux de bananes (cultivars *Cavendish*, *Saba* et *Lacatan*) (au 4ème rang sous toutes réserves avec près de 9 M T pour environ 415 000 ha, derrière l'Inde (~28 M T), la Chine (~ 12 M T) et l'Ouganda (~10 M T). C'est l'un des principaux exportateurs de bananes en Asie (environ 1,6 M T).

- Secteur appelé à l'expansion ;
- Marchés : Japon , Hong Kong et Chine, Corée du sud, …

Principaux groupes détenteurs de plantations :

- DOLE Philippines (origine : 1967 ; banane, ananas) est considérée aujourd'hui comme l'une des plus puissantes multinationales implantées aux Philippines ;
- Production d'ananas et activité industrielle : conserves d'ananas, sauce tomate, boissons aux fruits, custard et pudding ;
- Projet d'expansion de ses plantations d'ananas, de 17 000 à 25 000 ha en région South Cotabato ;
- Groupe leader sur le marché étasunien des conserves de fruits et « fruit cup » (fruit bowls).
- DEL MONTE PHILIPPINES - partenaire philippin : famille CAMPOS ;
- Même activité que DÔLE aux Philippines avec courant d'export majeur à destination des Etats-Unis.

PLANTATIONS FRUITIERES

MARCHE PORTEUR D'EQUIPEMENTS
Plantations
Stations fruitières
Usines de transformation

-Machinisme agricole : plates-formes mobiles pour la récolte des mangues en guise d'exemple.

-Nouvelles technologies : cartographie des plantations, surveillance (état phytosanitaire, érosion des sols, …) monitoring d'équipements d'intervention en cultures, etc.

-Appui à la production « bio »

-Transformation
Marge d'amélioration du séchage des fruits, fruits secs et snacks (chips).

©2018 Business France. Tous droits réservés

Zoom sur un acteur : DOLE

STANFILCO, division de DOLE PHILIPPINES et pionnier de l'exportation de bananes aux Philippines

1ère société à obtenir la certification GLOBAL GAP aux Philippines (banane, papaye et mangue)

DOLE PHILIPPINES

Multinationale implantée aux Philippines depuis 1963
Groupe ITOCHU

Développement des plantations :
➔ Une des plus grandes plantations au monde d'ananas au pied du mont Matutum (province de Cotobato) ~ 17 000 ha, avec projet de 25 000 ha.
➔ Bananeraies en voie de renouvellement.

Exportation de fruits frais : banane, ananas, … ; export ~ 95% (marché domestique étroit) ; marchés cibles : pays de l'ASEAN.

Transformation : 2 conserveries (dont une délocalisée de Thaïlande) ; production exportée à hauteur de 95%.

Expansion vers la surgélation IQF.

Développement de la production de fruits déshydratés (mangue, papaye, ananas, noix de coco, …).

Expansion des plates-formes fruitières pour l'ananas (réfrigération, stockage).

A l'étude : valorisation de la biomasse (étude de toutes les ressources locales, balle de riz, copeaux de bois, …) en source d'énergie

©2018 Business France. Tous droits réservés

D'autres opportunités naissent en horticulture fruitière

- TADECO (TAGUM DEVELOPMENT CORP. de la holding ANFLOCOR) : détenteur de la plus grande plantation de bananiers en un seul tenant ~ 7 500 ha ;
- Bananeraies : en phase d'expansion avec un plan d'investissement de 2 milliards PHP lancé en 2016 ;
- Projet ananas également.
- SUMIFRU (SUMITOMO)
- UNIFRUTTI PHILIPPINES
- LAPANDAY FOODS CORP.

Abondance des fruits tropicaux (mangue, mangoustan, marang, …): à noter l'excellente production de mangues aux Philippines

- Secteur à perspectives compte tenu de l'excellente qualité gustative des mangues produites ;
- Exportations de mangues fraîches à destination du Japon, Corée du sud, Australie et N. Zélande, Hong Kong, Chine, Etats-Unis, …

2 agences de certification :

- OCCP : Organic Certification Center of PH (privé) ; normes disponibles sur le site www.occpphils.org/OA_Standard_050505.pdf
- NICERT : NEGROS ISLAND CERTIFICATION (www.nicert.org).

OCCP
ORGANIC CERTIFICATION CENTER OF THE PHILIPPINES

Nicert
NEGROS ISLAND CERTIFICATION SERVICES

©2018 Business France. Tous droits réservés

Les cultures légumières ne couvrent pas les besoins du pays

Aux Philippines, la production légumière s'accroit de seulement 2% par an et la surface consacrée de 1,7%/an, ce qui est jugé « insuffisant » pour espérer couvrir les besoins du pays.

Le niveau de consommation de légumes aux Philippines est le plus faible d'Asie du sud-est, très loin des préconisations de l'OMS de 73kg/an (consommation par tête ~50% de la consommation vietnamienne en guise d'exemple). D'après les études de tendances de consommation, un rééquilibrage de cette consommation devrait s'effectuer.

- Productions diffuses sur l'ensemble du territoire, sur de petits lopins ;
- Des « *corporate farms* » également, avec apporteurs sous contrats ;
  - En guise d'exemple pour la gamme légumes et salades : DIZON FARM
  - En guise d'exemple pour l'asperge : DEL MONTE, DOLE et MARSMAN DRYSDALE

Le potentiel est considérable, l'activité est rentable contrairement à l'idée a priori que s'en font les agriculteurs.

- Un lopin de 1 000 m² rapporterait l'équivalent d'1 ha de riz ;
- Par ailleurs, les riziculteurs gagneraient à mettre en place des cultures légumières de rotation (stratégie de maitrise sanitaire) ainsi que des cultures légumières en bordure des rizières (source de revenu complémentaire).

Un frein important : la logistique d'approvisionnement des centres urbains, déficiente et coûteuse (production diffuse sur un territoire de milliers d'îles).

- Philippines ~ 3 pays (Luzon ≠ Cebu ≠ Mindanao) ;
- Ordre de grandeur du fret aérien Cebu-Manille : 1,5 USD/kg.

Et pourtant, la grande diversité agro-climatique des Philippines permet des cultures tropicales comme celles de zones tempérées telles que la fraise (région de Baguio, nord du pays).

©2018 Business France. Tous droits réservés

L'indispensable modernisation du secteur génère des besoins en équipements

Des investisseurs s'intéressent au maraîchage, notamment sous abri.

- Perspectives de développement des cultures sous grands tunnels : salades, tomates, … ; débouchés pour des intrants spécifiques : semences potagères, filets, etc.
- Y compris en hors sol ;
- Entre autres avantages accordés aux investisseurs : exemption de TVA et taxes sur les intrants d'importation.

Secteur appelé à s'équiper : le secteur de la pomme de terre

- Des projets de développement ;
- Etat de la mécanisation : la préparation du sol uniquement ; plantation et récolte sont assurées manuellement ;
- Post-récolte : opportunités pour le nettoyage des tubercules, tri ;
- Transformation : de bonnes perspectives de développement.

Du fait de pression sanitaire (virus, maladies fongiques, insectes et acariens), l'utilisation de pesticides est massive : les professionnels observent une tendance à une utilisation plus raisonnée des produits phytosanitaires sur les cultures légumières.

- Prise de conscience des consommateurs les plus aisés, sensibilisés aux questions de santé, bien être ;
- D'où changement perceptible des habitudes alimentaires, légumes à l'honneur : apparition à Manille de « Salad bars » par exemple ;
- Marché émergent pour des fruits et légumes de meilleure qualité gustative et « sains » (détail et restauration) ;
- Nouvelles générations de maraichers attirés par les techniques de permaculture, etc.
- A noter la présence de maraîchers étrangers (familles installées aux Philippines), français notamment.

Il existe par ailleurs un marché pour des engrais de qualité (face à l'offre chinoise) et engrais pour cultures en hydroponique.

La Estrella Farms
ORGANIC AQUAPONICS

©2018 Business France. Tous droits réservés

Des opportunités de niche en maraichage sophistiqué

Synthèse de l'offre actuelle

- Tomate : offre locale de qualité généralement médiocre ; offre variétale limitée (type oblongue), fruits cueillis verts ; par ailleurs production limitée mais de meilleure qualité : tomate cerise et cocktail ;
- Carotte : idem ;
- Patate douce : de très bonne qualité ;
- Aubergine : de qualité ;
- Poivron : production très limitée (poivron vert uniquement) ;
- Courges et courgettes diverses : de très bonne qualité ;
- Salades : gamme encore limitée (d'où flux d'importation d'Australie notamment), offre centrée sur la laitue « iceberg » ;
- Chou fleur : de médiocre qualité ;
- Légumes spécifiques : tels le pois d'Angole

Le bio véritable se heurte encore au coût de la certification, le niveau élevé d'investissement nécessaire (serres), la maitrise de la pression sanitaire, la mise en marché.

A noter que des groupes de distribution se sont risqués à investir en maraîchage pour garantir leur approvisionnement, avec un succès mitigé : cas de RUSTANS par ex.

Il existe probablement de très nombreux petits entrepreneurs et fermes expérimentales en province : en hydroponique, en aquaponique, en association à l'élevage du tilapia par ex.

- Mode de l'écotourisme ;
- Pour ces entrepreneurs hors Manille, marché local porteur des « resorts » et agglomérations en provinces.

©2018 Business France. Tous droits réservés

Zoom sur un acteur : DIZON

A l'instar d'autres producteurs/importateurs, DIZON opte pour la gestion de ses produits en linéaires en grande distribution (livraison, mise en place des produits, retrait des invendus).

DIZON FARM

Groupe

Origine : années 60
Production en propre (bananes et mangues notamment) et via apporteurs (~ « consolidated farms »)

Zones : Davao, Bukidnon, Pampanga, et Mindoro Occidental

Plates-formes de conditionnement étiquetage (barquettes consommateurs) et de transformation (salades préparées PAC jus, plats préparés, etc.) avec, pour marché cible, la grande distribution (~293 clients super/hypermarchés) et restauration de haut de gamme

Segment visé : le « premium »

Groupe par ailleurs importateur : pommes (Etats-Unis) par ex. et choux/brocolis (Australie), et importateur distributeur d'intrants agricoles

Spécialité initiale : le pomelo

Investissement par la suite en bananeraies : actuellement 250 ha ; marché cible : l'export vers le Moyen Orient.

Maraichage dans les highlands : spécialité des salades et légumes sous abri (tomate cerise notamment) pour le marché domestique

Parmi les nouveautés : roquette, bette, …

Défi : la logistique de transport

©2018 Business France. Tous droits réservés

1.1.4 Focus filière semencière

Le système semencier philippin est régi par le Rep. Act RA 7308.

- *Seed Industry Development Act* de 1992 ;
- Et nombreux décrets postérieurs sur des thèmes spécifiques tels que ceux concernant la certification des semences issues de variétés populations de maïs (OPV Corn Seed certification - 2010), l'accréditation des multiplicateurs (2010), le contrôle et l'analyse des semences importées de riz et de maïs (2009), la certification des plants de pomme de terre (2001), etc.

Riz et maïs sont au cœur d'un Catalogue officiel, peu étoffé.

- Riz : 22 cultivars au Catalogue 2016 dont 14 OPV et 8 hybrides ;
- Maïs : 10 cultivars au Catalogue officiel 2016 dont 2 OPV et 8 hybrides (dont 3 hybrides OGM de MONSANTO) ;
- Autres cultures finalement marginales.

L'enregistrement des variétés demande 2 à 4 ans d'essais (potagères : 2 ans, cultivars fruitiers : 4 ans, riz : 3 ans, maïs : normalement 2 ans, durée qui peut être réduite à 1 an, voire une saison seulement pour les OGM si lignées approuvées).

Rappelons que les Philippines accueillent le célèbre institut international IRRI.

- Coopération IRRI / PhilRice ;
- Accent sur la durabilité de la riziculture avec promotion, notamment, de variétés Green Super Rice (GSR) ; bonnes performances de telles variétés en termes de rendement, résistance aux aléas climatiques, qualité du grain.

Le processus d'adhésion à l'UPOV est bloqué par la pratique de commercialisation des semences de ferme. Les institutionnels philippins s'attendent à une « *longue phase de mise en conformité* ».

- Il n'est pas attendu de remise en question du statut des semences de ferme à moyen terme.

Les Philippines sont favorables à l'introduction d'OGM : il existe des maïs OGM au catalogue officiel et les Philippines importent du maïs OGM mais des tensions se font sentir sur cette question avec les autorités de plusieurs régions disposant d'une certaine autonomie en matière de législation.

©2018 Business France. Tous droits réservés

Du potentiel pour une offre de semences plus variées

La part de marché des semences certifiées est naturellement variable :

- En riziculture : plus de 50% ;
- En culture du maïs : du fait de la commercialisation de semences certifiées de variétés OP*, les semences de ferme ont une part probablement importante du marché.

Il est difficile de cerner avec précision les importations de semences.

Les déclarations en douane varient considérablement d'une année à l'autre. Il convient d'insister également sur l'importance du commerce de valise en ce qui concerne les potagères.

- Semences potagères : 13,8 M USD en 2016 (autres, tomate, pastèque, choux, oignon) ;
  - Japon pour 1/3
  - Chine, Thaïlande, Afrique du sud
  - Etats-Unis et Pays-Bas au 6ème rang
- Semences maïs : 17 000 T en 2016 pour un montant de 7,6 MUSD, mais importations en fort recul ;
  - Inde, Afrique du sud, Thaïlande et Vietnam
- Semence pomme de terre : 0 ; toutefois vive demande pour des variétés destinées à la transformation ;
- Semence oignon : importations d'Afrique du sud et des USA notamment.

A noter l'implantation de SYNGENTA avec usine semencière pour le maïs inaugurée en 2011 (tri, séchage, traitement, conditionnement) : 2 000 T de capacité pour un investissement de 8 M USD.

PIONEER HY-BRED PHILIPPINES

Plus de 40 ans de présence aux Philippines
1er producteur et distributeur de maïs semence sur le marché philippin

*open pollinated

©2018 Business France. Tous droits réservés

Le marché des semences est dominé par les leaders mondiaux 1/2

PIONEER HY-BRED PHILIPPINES

Très actif aux Philippines
Riz et maïs semence

MONSANTO PHILIPPINES
(rachat de MANSANTO par BAYER fin 2017)

Présence (maïs semence principalement et intrants) et vulgarisation « Smart Farm program »
Ex. : introduction cultivar Dekalb 6999S en 2017

BAYER CROPSCIENCE

Riz hybrides

SYNGENTA PHILIPPINES

Semences (maïs, potagères) et intrants

EVO GENE CORPORATION

Société semencière 100% philippine (origine 2010)
Obtenteur d'hybrides de maïs notamment

S. L. AGRITECH

Famille LIM
R&D, production et distribution de variétés hybrides de riz
Société également productrice de riz de consommation de qualité premium (ISO 9001-2008)
Société fondée en 2000 par Sterling Paper Group of Companies, leader de la semence de riz aux Philippines
SLAC est productrice et exportatrice de riz et dérivés.

DEVGEN PHILIPPINES

Riz hybrides

SEED WORKS PHILIPPINES
(société basée en Inde, Thaïlande et Philippines)
Riz (« USAgriseeds »)et maïs hybrides

ADVANTA SEEDS

Riz hybride et maïs OGM

RIZ SEMENCE
Très nombreuses coopérations et programmes de recherche

- IRRI basé aux Philippines
- également le Japon, la Chine, l'Inde, le Pakistan, le Cambodge, …
Nombreuses ONG actives (OXFAM, etc.) + programmes FAO

©2018 Business France. Tous droits réservés

Le marché des semences est dominé par les leaders mondiaux 2/2

EAST WEST SEEDS

Spécialiste des potagères sous conditions tropicales
Groupe basé en Thaïlande, 15 stations R&D, dans 7 pays, position de leader en Asie du sud-est, export à destination d'une soixantaine de pays

ALLIED BOTANICAL

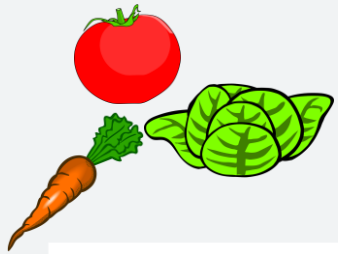
Obtenteur (sorgho) et importateur distributeur depuis 25 ans
Distributeur et partenaire de Ferry-Morse, Sakata Seed Corporation (potagères et florales), NUNHEMS en ce qui concerne la semence d'oignon, RiIJK ZWAAN pour le maraîchage sous abri.

RAMGO SEEDS

Fondée en 1966, introduction de variétés potagères du monde entier, organisation d'essais et formalités.
+ intrants divers et petits équipements

HARBEST AGRIBUSINESS CORPORATION

Importateur distributeur depuis 1997 (Known-You Seeds Co)
Egalement spécialiste des équipements de serres et motoculteurs (principalement de Taiwan, Corée du sud et Japon).



POTAGERES
La tomate est la seule catégorie au catalogue officiel

KANEKO SEEDS

Pilipinas Kaneko Seeds Corporation a été fondée en 1982 : JV entre investisseurs philippins et Kaneko Seeds Co.,
Spécialiste des Brassica + maïs doux, oignon, légumineuses, …

UNIGEN SEEDS ASIA

Du groupe KAGOME Co., Ltd., UNIGEN SEED ASIA, Inc. est une société basée à Cebu.
Spécialiste des potagères, tomate notamment et plants fruitiers.

©2018 Business France. Tous droits réservés

Il existe un catalogue officiel consultable sur les semences

Espèces au catalogue officiel

Riz
Maïs
Légumineuses de plein champ : arachide et pois d'Angole (cajanus cajan)
Légumes : tomate
Ornementales : mussaenda et hibiscus
Cultures de rente : café robusta et tabac
Tubercules : patate douce

Principaux obtenteurs (ou détenteur*)

RIZ
SYNGENTA
IRRI
PHILIPPINES RICE RESEARCH INSTITUTE
UNIVERSITY OF LOS BANOS
MAÏS
MONSANTO
BM DOMINGO & Co
EVO GENE CORPORATION
ARACHIDE
ICRISAT (Inde)
CAFE
NESTLE PHILIPPINES*

©2018 Business France. Tous droits réservés

Texte réglementaire le plus récent sur les semences importées de riz et de maïs

Source : www.nseedcouncil.bpinsicpvpo.com.ph

Republic of the Philippines
DEPARTMENT OF AGRICULTURE
Office of the Secretary
Elliptical Road, Diliman, Quezon City
Tel. no: (02) 928-8741 to 66
Fax no: (02) 920-1849 / 920-2151

BUREAU OF PLANT INDUSTRY
MAR 04 2009

18 February 2009

Administrative Order No. 04
Series of 2009

SUBJECT: ADDITIONAL GUIDELINES ON SEED TESTING AND ANALYSIS OF IMPORTED HYBRID RICE AND CORN SEEDS

Pursuant to the provision of the Implementing Rules and Regulations of Republic Act no. 7308 of 1992 under Article 25, stating that the National Seed Quality Control Services of the Bureau of Plant Industry shall have control and supervision over seed testing, seed analysis and seed certification in the country. This is to achieve production and distribution for planting of high quality seeds of superior crop varieties and cultivars to the farmers.

Pursuant to Article 28 of the law that the BPI as seed certifying agency of the Department of Agriculture thru NSQCS shall formulate for enforcement rules and regulations on seed testing and certification. The following guidelines are hereby issued in addition to the already existing guidelines as stipulated under A.O. no. 21 series of 2007 to cover the seed testing and analysis of all imported hybrid rice and corn seeds.

1. All varieties of rice and corn to be imported for commercial seed production and distribution must pass the National Cooperative Trial and must be registered and approved by the National Seed Industry Council.
2. Only BPI-NSCQCS accredited seed companies/growers shall be eligible to import seeds for commercial purposes.
3. Parentals and AxR seeds and production areas intended as the source of F1 seeds for the Philippines must be inspected by the NSQCS Chief or his representative in the country of origin.
4. All imported seed lots shall undergo testing and analysis based on the guidelines of NSQCS for the purpose of seed testing analysis and seed certification of the seeds.
5. The facilities for seed processing, packaging and storage and equipment for seed quality control system of the exporting country shall be visited by the NSQCS chief or his representative for the purpose of evaluating its compliance with the Philippine standards on seed quality control.
6. Random hybridity seed testing using DNA-based method or any appropriate method shall be conducted when necessary.
7. Sampling of seed lots shall be conducted by the deputized Seed Inspector at the port of entry in cooperation with the Plant Quarantine Offices.
8. Seeds should be properly packaged and labeled. The label should contain the information on the name and address of the seed company, seed lot number, variety name, seed quality attributes such as moisture content, germination, varietal purity and physical purity.
9. If the seed lots failed to satisfy the proof of seed quality as indicated on the label/tag, the seed company or importer shall be blacklisted and their accreditation shall be cancelled.
10. Seed lots to be imported shall first pass the Plant Quarantine rules and regulations.

This Administrative Order takes effect and repeals or amends all other issuances inconsistent hereof.

ATTY. ARTHUR C. YAP
Secretary

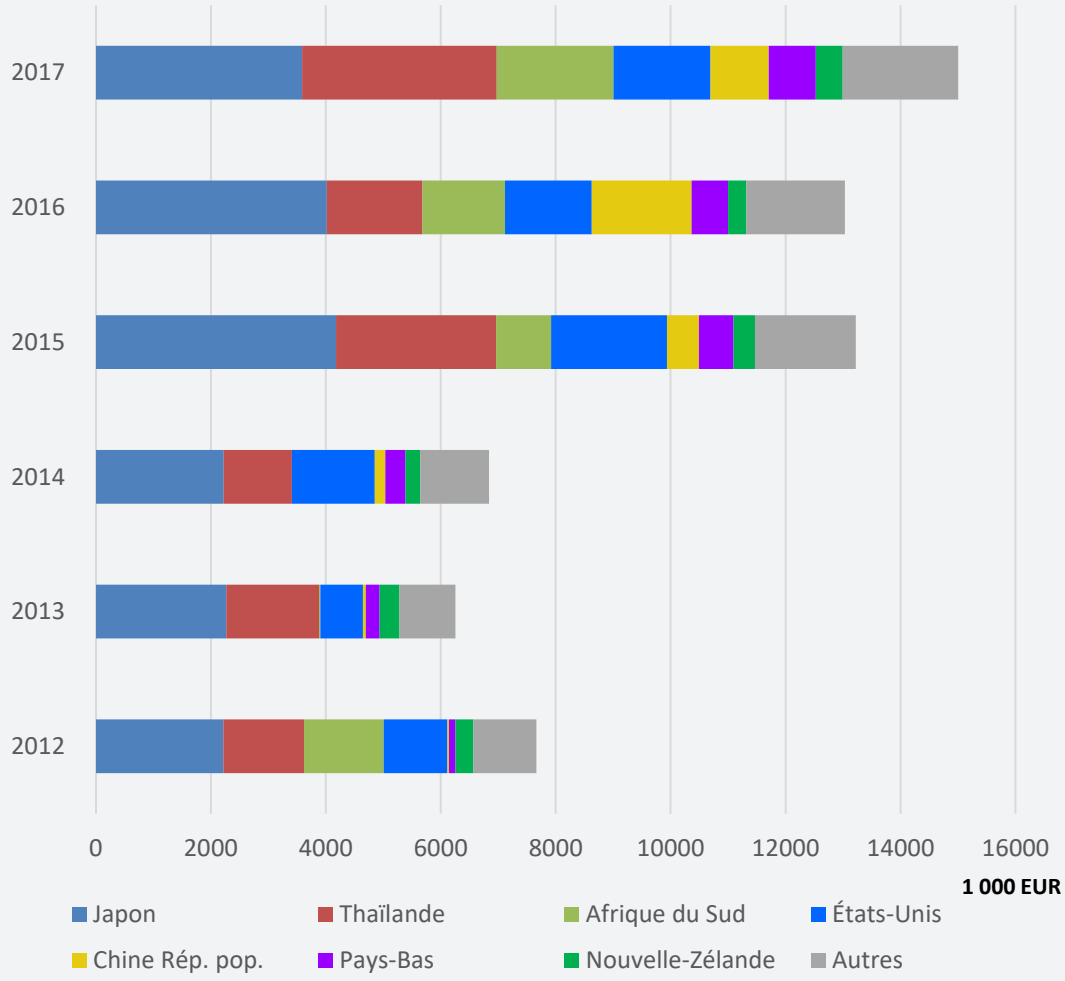
RECOMMENDING APPROVAL:

JOEL S. RUDINAS, CESO IV
Director
Bureau of Plant Industry

©2018 Business France. Tous droits réservés

Les semences potagères constituent un marché porteur

Evolution des importations philippines de semences potagères
(Source : COMTRADE, selon douanes philippines)



Montant total 2017 : 15 M EUR

Pays fournisseurs leaders :
- **Japon : 3,6 M EUR**
- **Thaïlande : 3,4 M EUR**
- **Afrique du sud : 2 M EUR**
- **Etats-Unis : 1,7 M EUR**

Répartition
- **Melon : 46 %**
- **Divers : 24 %**
- **Oignon : 24 %**
- **Chou : 2 %**
- **Pastèque : 2 %**
- **Tomate : 0,5%**

Attention : « le commerce de valise » est important dans cette catégorie de produits.

©2018 Business France. Tous droits réservés

1.1.5 Focus machinisme agricole

La priorité nationale va à la mécanisation des « cultures à haute valeur ajoutée »

Le « *Department of Agriculture* » philippin intervient en testant des équipements étrangers (ont été cités des planteuses et semoirs, des systèmes de culture hydroponique), distribuant des machines agricoles, des subventions ou des crédits à l'acquisition de matériel.

- Riz : agence nationale spécifique PHILRICE
- Canne à sucre : *SUGAR REGULATORY ADMINISTRATION*

- Le *Sugarcane Industry Development Act* (SIDA) de 2015 prévoit un programme d'appui à la mécanisation et à l'amélioration des infrastructures ;
- Accent sur la mécanisation de la récolte et de la plantation.

Ceci s'adresse aux petits agriculteurs, qui sont légion aux Philippines et d'âge moyen de 57 ans :

- Riz : moyenne ≤ 1 ha
- Maïs : moyenne 2 ha

La volonté publique de création de groupements avec constitution d'unités de machinisme agricole pour travaux agricoles (surface minimum pour qualification et accès à des tracteurs et équipements ~200 ha) n'est pas objectif aisé à atteindre.

Il est observé une forte résistance sur le terrain (emplois menacés). Par ailleurs, le concept de « coopérative » ne fonctionne pas aux Philippines (échec des tentatives, notamment par défaut de management).

L'accès aux crédits reste problématique.

Le post-récolte fait aussi l'objet de toutes les attentions : incitation au gain de valeur ajoutée (référence : Vietnam et Thaïlande).

- Riz et maïs : une priorité aux yeux des pouvoirs publics ;
- Thème inquiétant et récurrent des mycotoxines : contamination fréquente par des aspergillus de nombreuses denrées agricoles, riz, maïs, manioc, café, …
- Fruits et légumes à destination du segment « high end » : besoins en stockage, conditionnement, chaîne du froid, appui à la montée en qualité, respect de normes, traçabilité, contrôle des pesticides, …
- Filière lucrative des *superfoods* (aliments présentant des intérêts nutritifs supérieurs) : poudre de moringa à titre d'exemple (débouchés export).

La transformation industrielle fait l'objet d'un nouveau programme d'accès à des crédits à taux subventionnés, lancé en 2018.

- Séchage industriel, notamment pour les légumes et tubercules : manioc en premier lieu.

©2018 Business France. Tous droits réservés

L'indispensable modernisation du machinisme agricole est portée par la volonté gouvernementale

Les partenariats étrangers identifiés, à niveau institutionnel

- Coopération technique avec la Corée du sud : machinisme agricole (riziculture, cultures légumières et tubercules) et programmes de formation ;
- Coopération avec le Japon : mécanisation de la culture du riz, formation sur équipements japonais (tracteurs et moissonneuses) ; stages organisés par la JICA ;
- Nombreuses coopérations : Argentine, Brésil, etc.

La Chine perce avec ses équipements, assortis de financements.

Les équipementiers chinois sont très présents aux Philippines de longue date ; la seconde place sur le marché est détenue par la Thaïlande, ce qui semble logique compte tenu de la proximité et de la nature du marché philippin et de la qualité de plates-formes régionales (Chine et Thaïlande) pour les constructeurs étrangers.

- Chine : dans le domaine de la riziculture, priorité nationale, et des tracteurs et motoculteurs, ainsi que des matériels et équipements pour l'aviculture ;
- Thaïlande : tracteurs.

L'état des lieux

Le nombre de tracteurs est mal connu. Le Département de l'agriculture envisage de monter une base de données en la matière.

La puissance moyenne serait de 45 CV. Myanmar aurait davantage de tracteurs de 95 CV que les Philippines.

De source PHILRICE, les Philippines compteraient moins de 100 moissonneuses à maïs. En revanche, la riziculture serait mieux lotie avec entre 2 et 3 000 moissonneuses batteuses.

Le nombre de motoculteurs est évalué à près de 1 M d'unités. La demande est naturellement très forte dans cette catégorie : le marché par excellence des équipementiers asiatiques !

Selon une étude de PHILMECH :

- Moyenne riz et maïs : 2,31 HP/ha (Références mentionnées : Japon ~8,87, Chine: 8,41);
- Moyenne toutes cultures : 1,23 HP/ha (similaire à la moyenne vietnamienne, indienne ou pakistanaise) (Références mentionnées : Japon ~7, Corée du sud ~ 4,11 et Chine ~ 4,10) ;
- Cultures légumières : majorité de tracteurs de 25 à 65 HP, exclusivement pour le travail du sol et le transport.

©2018 Business France. Tous droits réservés

Synthèse des retards pris en matière de mécanisation

Degré de mécanisation

Source : CEAT – University of the Philippines Los Baños (UPLB)

🔴 **faible** 🟡 **intermédiaire** 🟢 **élevé**

Travaux	Riz / maïs	Légumes, légumineuses, tubercules	Noix de coco et autres fruits, plantes à fibre	Canne à sucre, ananas
Travail du sol	🟡 🟢	🔴		🟡 🟢
Plantation, repiquage	🔴	🔴	🔴	🔴 🟡
Protection des cultures	🔴	🔴	🔴	🔴 🟢
Récolte	🔴	🔴	🔴	🔴
Battage, décorticage	🟡 🟢	🔴		
Nettoyage		🔴		
Séchage	🔴	🔴	🔴	
Broyage, meunerie	🟢	🔴	🔴	

©2018 Business France. Tous droits réservés

Estimation du parc de machines agricoles aux Philippines

Parmi les constructeurs représentés : LANDINI, MC CORMICK, JOHN DEERE, NEW HOLLAND, MASSEY FERGUSSON, KUBOTA, DEUTZ, YANMAR, ROBIN, HONDA, MITSUBISHI, SUZUKI, YAMAHA, MAHINDRA

Machinisme agricole : estimation du parc 2012

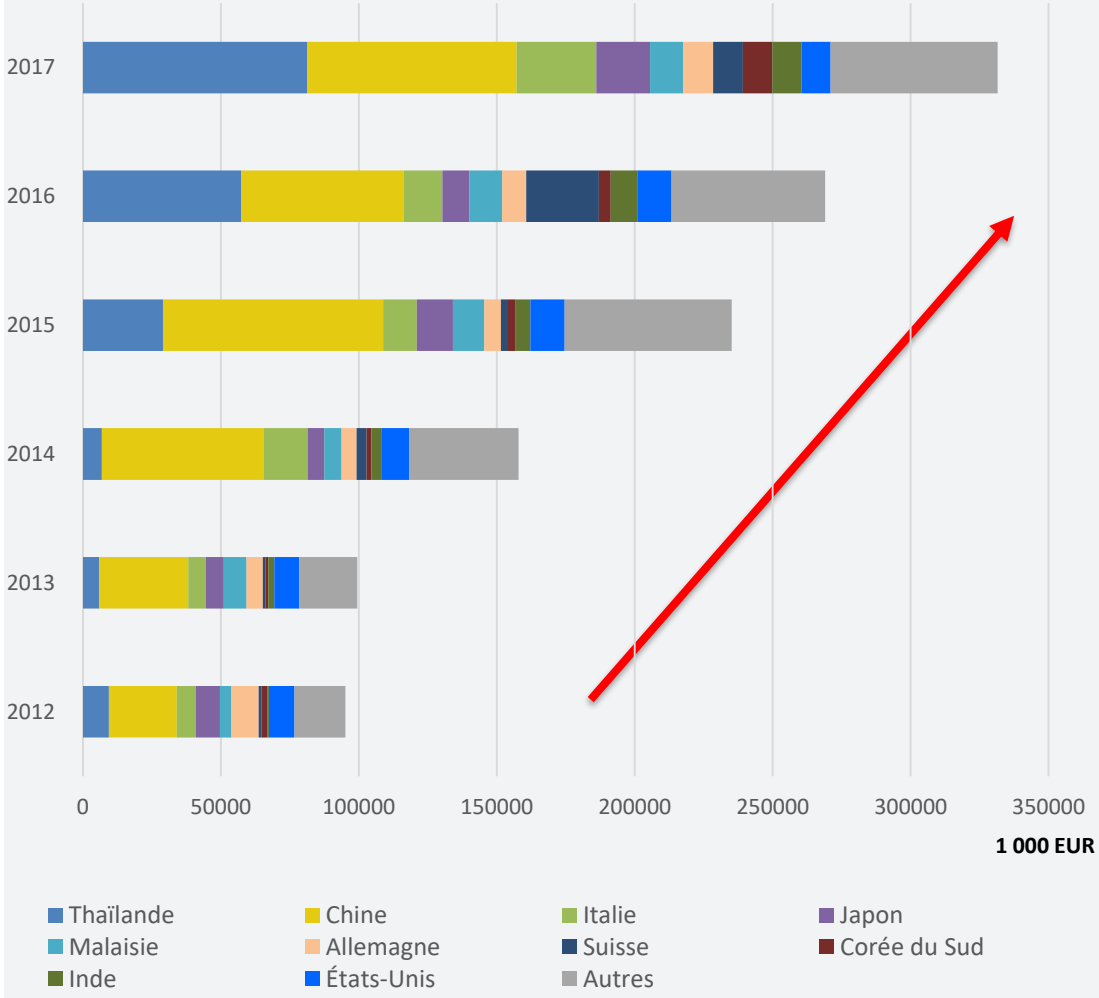
source ANTAM

Matériel	Nombre d'unités	Moyenne d'âge
Tracteurs 4-wheel	9 300	10 ans
Motoculteurs	En riziculture : 2 M riziculteurs X 50% = 1 M motoculteurs, selon hypothèse que 50% des riziculteurs possèdent un motoculteur.	
Batteurs de riz	Batteurs de riz : 74 450 Batteurs à pédales : 20 150 Batteurs polyvalents : 8 250	
Outils à main	Riziculture, maïsiculture et maraîchage	
Pulvérisateurs à dos	En riziculture : 77% de 2 M fermiers = 1,5 M pulvérisateurs En maïsiculture : 45% des fermiers = nd En maraîchage : 98% des fermiers = nd	
Moissonneuses batteuses	50 moissonneuses batteuses (MB) + 200 moissonneuses (M)	3 ans (MB) et 6 ans (M)
Equipements post-récolte	Décortiqueurs à maïs : 5 350 Séchoirs : Séchoirs à plat : 2 600 Séchoirs mécaniques : 1 350 Séchoirs flash mobiles : 700 « MPDP » : 46 200 Séchoirs en magasin : 6 Séchoirs LSU : 1 Séchoirs mécaniques NFA : 450 Moulins : Moulins/broyeurs à maïs : 2 300 Moulins à riz : 24 500 (single pass) + 900 (multi pass) Micro-moulins : 50	Moins de 5 ans

©2018 Business France. Tous droits réservés

Le marché du machinisme agricole est en forte croissance

Evolution des importations philippines de machinisme agricole
(Source : COMTRADE, selon douanes philippines)



Montant total 2017 : 331,5 M EUR
Marché en très forte croissance : +23% 2017/2016

Principaux postes :

- **Equipements de récolte (8433) : 74 M EUR**
- **Equipements avicoles, incubateurs : 72 M EUR**
- **Tracteurs (870190) : 54 M EUR**
- **Equipements de nettoyage des semences et grains (8437) : 41 M EUR**
- **Equipements de manutention (842890) : 34 M EUR**
- **Elévateurs et convoyeurs pneum. : 15 M EUR**
- **Travail du sol, etc. (8432): 13 M EUR**

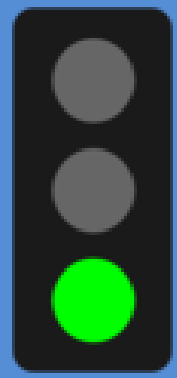
2 pays fournisseurs leaders :

- **Thaïlande avec 24 %**
- **Chine avec 23 %**

©2018 Business France. Tous droits réservés

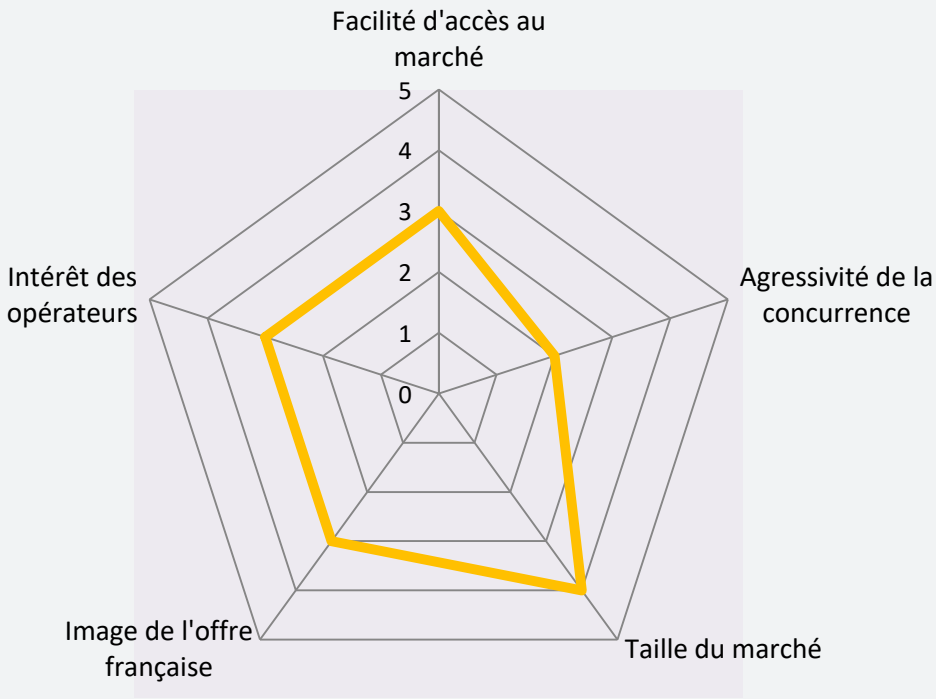
1.2 Productions animales

Opportunités
Intrants, équipements et transferts de technologies



©2018 Business France. Tous droits réservés

Filières animales



©2018 Business France. Tous droits réservés

Synthèse des opportunités dans le secteur des filières animales

Bâtiments d'élevage et équipements
Tests détection précoce gestation, kits de contrôle de qualité du lait cru, etc.

Alimentation et santé animale
Ingrédients innovants
Produits
Equipements
Savoir faire
Formation des éleveurs

Energies Renouvelables
Traite, froid

valorisation des fumiers, lisiers, fientes :
biogaz, engrais, autres

Génétique poulet chair et ponte

Génétique porcine

Génétique canard

Génétique chèvre laitière

Génétique bovine
Lait et viande

Transformation laitière
transferts de technologie (fromagerie, ...)

Equipements d'abattage,
et 2ème transformation

Consulting filière, yc chaîne froid
Ex. : expertise dans le cadre du « Rural Industry Dairy Project » (NDA)

Principales opportunités, avec échelle d'opportunité pour les entreprises françaises

Moyenne | forte | très forte

©2018 Business France. Tous droits réservés

1.2.1 Panorama de l'élevage

- 2,6 M têtes de bovins et zébus
  - Vaches et génisses : 1,5 M têtes
  - Elevages commerciaux ~ 6% cheptel
- 2,9 M têtes de buffles
- Importations de génétique (programme en cours d'amélioration génétique du cheptel) : reproducteurs, semence et embryons (N. Zélande, Australie et USA)

Cheptel laitier :

- 44 400 têtes
  - 24 500 bovins
  - 17 800 carabao (buffles)
  - 2 100 caprins
- Production laitière : 20 400 T
  - 63% lait de vache
  - 35% de lait de bufflonne
  - moins de 2% lait de chèvre

Source : Philippines Statistics Authority
Données 2016 sauf indication contraire

- 3,8 M têtes de caprins
- 99% en élevages « backyard »
- 50 000 têtes en élevages commerciaux
- Besoins en génétique laitière
- Importations dans le passé (races Boer, Saanen, Nubian, La Mancha)
- Pays en pointe dans la fourniture de génétique aux Philippines : USA et Australie.

- Cheptel avicole : 181 M têtes
  - 64 M broilers
  - 35,6 M pondeuses
  - 81,4 M volailles autochtones
- Poulet de chair : 862 000 T /1er semestre 2017
- Œufs : 243 000 T /1er semestre 2017
- Filière importatrice de GP

- 12,5 M têtes de porcins
  - 64% en élevages backyard
  - 36% en élevages commerciaux
- 1,7 M de truies
- Forte concentration en Central Luzon (17%), Calabarzon (12,4%) et North Mindanao (7,8%)
- Prix moyen à la production : 1,75 EUR/kg PV
- Importations de semence

- Algues : 1,55 M T (2014)
- Poisson-lait : 390 000 T
- Tilapia : 259 000 T
- Carpe : 17 000 T
- Crevette (tigrée noire) : 48 000 T
- Huitre : 22 000 T et huitre perlière
- Moule : 19 000 T
- Crabe (mud crab) : 16 000 T

©2018 Business France. Tous droits réservés

Les priorités du secteur de l'élevage

Les priorités en élevage telles qu'elles ressortent de l'enquête auprès des institutionnels

« Ils écoutent qui se présente à eux »

PRODUCTION LAITIERE

Une « National Dairy Road Map » plus qu'ambitieuse

Thèmes concrets évoqués :

- ➔ **Développer la production laitière : une priorité Expertise étrangère vivement recherchée « filière laitière ».**
- ➔ **Potentiel d'élevage caprin pour le lait**
- ➔ **Equipements d'élevage, outils d'aide à la détection de gestation, etc.**
- ➔ **Kits d'analyse du lait**
- ➔ **Energie alternative à trouver pour pallier l'accès aléatoire et le coût de l'électricité (traite, froid, transformation)**
- ➔ **Mini-laiteries**

Se reporter au chapitre consacré

ALIMENTATION ANIMALE
SANTE ANIMALE

Déficit en vétérinaires en zone rurale
Thème majeur des alternatives à l'usage d'antibiotiques en élevage

PÊCHES & AQUACULTURE

Contexte : pouvoirs publics en quête de projets pour « élever le niveau de vie des plus pauvres des pauvres »
Accent sur la sécurité alimentaire, la traçabilité

Parmi les thèmes diffus évoqués :

- ➔ **« Sécurité alimentaire, traçabilité »**
- ➔ **Un potentiel important en élevage de crevettes et transformation**

PRODUCTIONS « BIO »

« Segment premium mais porteur pour les éleveurs philippins »
Cela signifie : mise en place de normes + système de traçabilité et outils de certification

©2018 Business France. Tous droits réservés

1.2.2 Focus bovins/caprins, lait et viande

La filière lait figure au rang des priorités officielles : la filière locale couvre en effet à peine 2% des besoins nationaux, les importations en assurant les 98%.

Action prioritaire : amélioration génétique du cheptel.

La « *National Dairy Road Map* » telle qu'en préparation surprend par son objectif ambitieux.

- Accroissement de la production laitière de manière à couvrir 10% des besoins en 5 ans (2018-2022), avec doublement du cheptel bovin/buffle de 2,5 M têtes à 5 M têtes, de manière à porter la production laitière à 190 000 T équivalent lait, ce qui revient à décupler la production actuelle.
- A noter à ce propos l'importation d'embryons (cas identifié d'embryons bovins lait d'Argentine : 600 embryons sexés de race synthétique Brangus (Zébu Brahman X Angus), avec assistance technique, pour les besoins de fermes de multiplication dans les régions de Cordillera et de Bukidnon.
- Par ailleurs, les Brésiliens auraient remporté un contrat de fourniture de génisses de race Girolando (zebu Gyr X Holstein) pour 2018. Il est fait état d'un contrat sur 5 ans portant sur un total de 250 000 têtes.

La production laitière des Philippines s'élève à environ 21 000 T

Le cheptel laitier est limité à 44 500 têtes (au 1er janvier 2016 : vaches et génisses laitières (~24 500 têtes) + bufflonnes (~carabao 17 800 têtes) + chèvres laitières (~2 200 têtes).

Avec, pour rendement moyen :

- Vaches laitières croisées zébu/ Holstein ou Jersiaise principalement ~ 8 à 20 L/jour ;
- Bufflonnes ~ 4 à 5 L/jour ;
- Chèvres ~1,5 L/jour.

Acteurs privés

Potentiel de croissance et besoins	

Secteur public

Priorité Etat	
Moyens publics	

©2018 Business France. Tous droits réservés

L'organisation de la filière lait passe par la *National Dairy Authority*

La *National Dairy Authority* (NDA) relève un certain nombre de freins au développement de la filière :

- Le coût prohibitif de l'électricité pour les éleveurs : intérêt de développer des ressources énergétiques alternatives, solaires ou autres, pour alimenter les salles de traite, les cuves réfrigérées, les éventuels équipements de transformation.
- Le manque d'infrastructure d'appui aux petits éleveurs détenteurs de 2 à 3 têtes : nécessité de mettre en place des points de collecte, voire mini-unité de 1ère transformation (capacité de 1000 L/jour et plus regroupant une centaine d'éleveurs).
- Des chèvres laitières (Saanen et Nubian) ont été distribuées aux petits éleveurs ; les pouvoirs publics veulent encourager le développement de cette filière à potentiel ; il manque cependant un encadrement technique des éleveurs et les infrastructures intermédiaires (cf ci-dessus).
- Un déficit en crédits agricoles.
- Le déficit en vétérinaires en zone rurale : la formation des éleveurs est impérative compte tenu du « désert médical vétérinaire ».

Par ailleurs, la formation des éleveurs à la qualité du lait avec des kits simples de test de contrôle du lait cru serait un grand progrès

La NDA envisage de mener une étude de faisabilité « Rural Industry Dairy project »

- Besoin en expertise étrangère pour l'ensemble de la filière objet du projet : élevage laitier en zone tropicale, amélioration génétique, insémination artificielle, formation des éleveurs, etc.

La NDA travaille à une amélioration de la « Dairy Governance »

- Sous la responsabilité de la NDA, nouvelle loi en préparation concernant la sécurité des produits laitiers « Food safety », de la production laitière à la pasteurisation du lait.
- La FDA exerçant son contrôle sur la qualité et la sécurité des produits laitiers locaux comme importés.
- La FDA exerçant son contrôle sur les outils industriels.

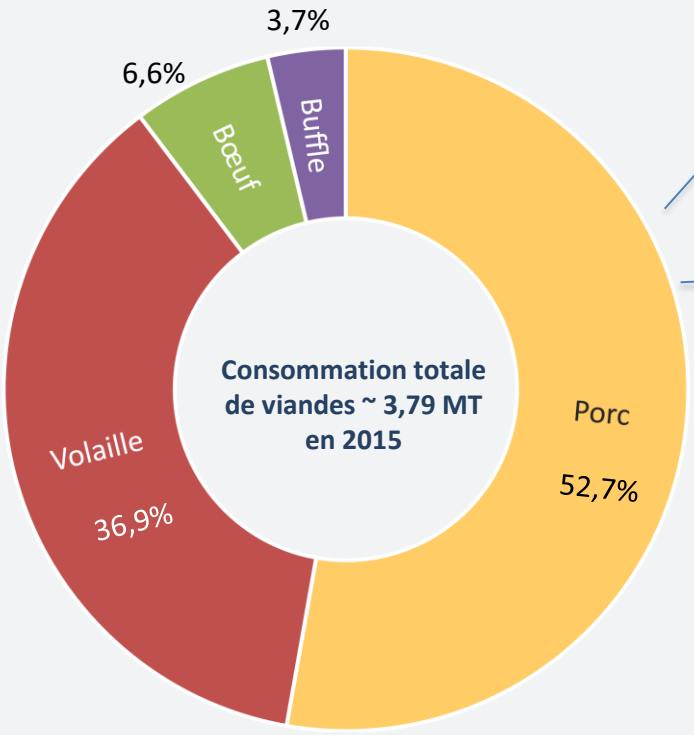
Politique de regroupement des petits éleveurs : le cas échéant, besoins en équipements d'élevage, de collecte et de transformation

Importants besoins en formation des éleveurs

Marché pour des kits de contrôle du lait frais faciles à utiliser par les éleveurs

©2018 Business France. Tous droits réservés

La consommation de viandes en 2015 (volume)



Consommation en 2015

Viande porcine	19,4kg/hab./an
Viande de volaille	13,6 kg/hab./an
Viande bovine	2,5 kg/hab./an
Viande de buffle	1,4 kg/hab./an

Perspectives d'accroissement de la consommation

Viande porcine	⇗ ⇗
Viande de volaille	⇗ ⇗ ⇗
Viande bovine	⇗
Viande de buffle	⇗

Source : données FAO selon statistiques nigérianes

©2018 Business France. Tous droits réservés

La filière laitière est porteuse

Les bovins, une filière susceptible d'attirer les investisseurs philippins, en raison de débouchés garantis et attractifs.

- Potentiel d'attraction d'investisseurs philippins, souvent étrangers au secteur agroalimentaire (investissements de personnalités des médias, de la mode, leader des engrais, …) ;
- Cas de la famille How, spécialiste des engrais et pesticides : ferme laitière ~500 ha dans le nord Mindanao (région montagneuse de grand potentiel agricole), démarrée en 2015 avec l'importation de 500 génisses pleines Holstein de Nouvelle Zélande (atelier de transformation intégré) ;
- Intérêt pour croisements à 3 voies de type Holstein X zébu (la race Sahiwal est bien connue des éleveurs mais une race de plus petite taille serait plus appropriée à la production laitière) puis F1 X Jersiaise ou autre race européenne pour la qualité du lait.

Il existe par ailleurs des acteurs locaux disséminés et discrets, éleveurs transformateurs, travaillant en circuits courts, en zone péri-urbaine.

- Produits diversifiés, fromages compris : véritables mozzarella de lait de de bufflonne, spécialités de type « feta », …

Le savoir faire français en industrie laitière est reconnu mais sans image précise.

- Savoir faire français recherché en fromagerie « pour la fabrication de feta, gouda, …»

La filière « lait de chèvre » constitue une opportunité pour l'expertise française, à commencer par la génétique.

L'intérêt est manifeste, l'élevage caprin existe aux Philippines et il n'y a aucun tabou à l'encontre du lait de chèvre, bien au contraire. La Dairy Authority y voit des perspectives de développement, avec soutien d'un parlementaire engagé en élevage laitier ; le déficit en moyens financiers semble toutefois une contrainte pour cette Agence.

- NDA : volonté et réseau politique en appui à toute action d'amélioration génétique ;
- Acteurs privés.

A noter l'existence d'une Fédération des Eleveurs d'ovins caprins, basée à Tarlac, et dont la présidence est assurée par JSJ Farm – Laguna.

Les races présentes : Saanen, Nubienne et Anglo-nubienne et plus rarement, La Mancha

- Taille moyenne des élevages : 1 à 2 têtes/éleveur ;
- Production moyenne~1,5 L lait /jour.

©2018 Business France. Tous droits réservés

L'élevage bovin viande est moins dynamique que l'élevage laitier

- Il a été signalé l'existence de plusieurs fermes dans le Mindanao, au climat plus favorable ;
- Exemple de JOLISA AGRIBUSINESS CORP. : feedlot de grande taille avec abattoir intégré atelier de découpe ;
- Animaux de diverses origines, engraissés en stabulation ;
- Race Brangus (Brahman X Angus) ; race Angus en croisement avec une race laitière pour l'obtention de veau de qualité bouchère, etc.
- Prix moyen à la production en 2017: 97,20 PHP/kg PV (~1,60 EUR/kg PV).

La pression sanitaire :

- Septicémie hémorragique (pasteurellose) ;
- Brucellose.

A noter qu'en matière « d'exportation » de produits laitiers, il s'agit pour l'essentiel de produits importés reconditionnés.

Clients majeurs en restauration

©2018 Business France. Tous droits réservés

1.2.3 Focus aviculture

Filière très exposée à la concurrence régionale, l'aviculture dispose néanmoins d'un potentiel important.

Les Pouvoirs Publics se montrent moins directifs dans ce secteur dont l'avenir est du ressort des intégrateurs et aviculteurs.

- Cheptel chair et ponte ~ 180 M têtes selon les données les plus récentes (au 1er juillet 2017) (absence de statistiques fiables) ;
- Fermes commerciales, intégrées ou plus rarement non intégrées ;
- Production paysanne et familiale plus diffuse sur l'ensemble du territoire (poulets, pondeuses et palmipèdes) ;
- Cheptel canards ~10 M têtes.

Les importations s'élèvent à 255 T.

- Importations ~255 k T en 2017 ; ***cf graphique au chapitre 3 ;***
- Consommation estimée à environ 1,4 M T.

C'est globalement une filière aux performances insuffisantes

- Pratiques d'élevage accélérant l'engraissement : poulets de chair bas de gamme en général moins de 30 jours (22, 26 …) ; utilisation massive d'antibiotiques en tant que facteurs de croissance ;
- Viande de poulet gorgée d'eau sur les étals ;
- Pour répondre à une demande croissante pour des produits de qualité, des intégrateurs mettent en place d'autres systèmes d'élevage ~free range : BOUNTY par ex. (poulets 45j).

Il est observé une forte volatilité des cours du poulet (au gré des rumeurs concernant la grippe aviaire, etc.) ~10-90 PHP/kg PV, pour un coût de production moyen élevé ~70 PHP/kg PV.

Les intégrateurs fournissent les poussins d'un jour, l'aliment composé et tous autres intrants ; l'éleveur apportant son travail, ses bâtiments d'élevage et équipements ; au final, ce dernier reçoit une rémunération par bande. Selon ce schéma, l'éleveur devient un simple salarié de l'intégrateur.

- N°1 : SAN MIGUEL ;
- N°2 : BOUNTY ;
- UNIVERSAL ROBINA : N°3 ;
- Autres groupes locaux : PILMICO, GAMA FOOD ;
- Également les multinationales CARGILL (cf.synthèse page suivante), CP (cf. synthèse page suivante, plus actif en filière porcine qu'en aviculture);
- De nombreux petits intégrateurs existent par ailleurs, certains sous tutelle de groupes de distribution, tels QUEZON POULTRY (SM).

©2018 Business France. Tous droits réservés

Les opportunités en aviculture aux Philippines

La filière est naturellement tournée vers les souches apportant indice conversion sous climat tropical, avec support technique : cf ci-après

A noter séminaire COBB-VANTRESS qui accentue ses efforts sur le marché philippin.

- Au rang des organisateurs : GAMA FOODS, BOUNTY FRESH, SAN MIGUEL, PHILMALAY et COBB PH.

La génétique canard française est recherchée. Les pouvoirs publics français s'emploient à lever les blocages pour l'ouverture du marché.

A ce propos, il convient de mentionner que le groupe UNAHCO-UNILAB est consultant pour les pouvoirs publics en matière de développement de la filière « canard ».

- Intérêt génétique et nutrition.

Les défis actuels sont de nature sanitaire

- Maladie d'impact majeur : maladie de Newcastle (endémique) ;
- Autres :
  - Grippe aviaire naturellement ;
  - Maladie de Gumboro, syndrome respiratoire chronique CRD, Coccidioses, maladie de Merek, coryza infectieux ;
  - Egalement malaria aviaire et variole aviaire.

La filière voit émerger de rares aviculteurs commerciaux indépendants dans une démarche de qualité au regard de l'utilisation irraisonnée d'antibiotiques et autres promoteurs de croissance

- Cas par ex. de PAMORA ; ***cf page suivante.***

Mais la mentalité du « *Low cost Low investment* » reste prédominante.

Question sensible d'actualité : l'utilisation de promoteurs de croissance en élevage

L'utilisation d'antibiotiques en tant que promoteurs de croissance en élevage est un problème majeur de santé publique aux Philippines.
→ Résidus dans les produits animaux, viande, lait

L'éleveur se procure librement les antibiotiques sous toutes leurs formes galéniques, y compris des produits de qualité douteuse.
→ Entre autres molécules : le chloramphénicol *(interdit d'utilisation en élevage depuis 1994 dans l'UE).*

Rappel : le chloramphénicol est indispensable en santé humaine ; par ailleurs, les résidus de chloramphénicol sont réputés être cancérigènes.

Marché potentiel pour toute alternative aux antibiotiques

©2018 Business France. Tous droits réservés

Exemple d'exploitation

Avec la courtoisie de la société PAMORA

©2018 Business France. Tous droits réservés

Les prévisions sont à un accroissement de la consommation de viande de volaille

Comparaison des consommations de viande de volaille en 2014

Source : COBB

Consommation de viande de volaille en kg/hab./an	
Malaisie	49,5
Etats-Unis	47,5
Arabie Saoudite	43,5
Australie	38,3
Taïwan	33,5
UE	22,5
Japon	20,5
Corée du sud	16,2
Thaïlande	14,8
Chine	11,6
Vietnam	11,5
Philippines	**9,9**
Indonésie	7,3
Sri Lanka	4,9
Pakistan	4,3
Afrique SS	3,0
Inde	2,3
Cambodge	1,9
Bangladesh	1,4

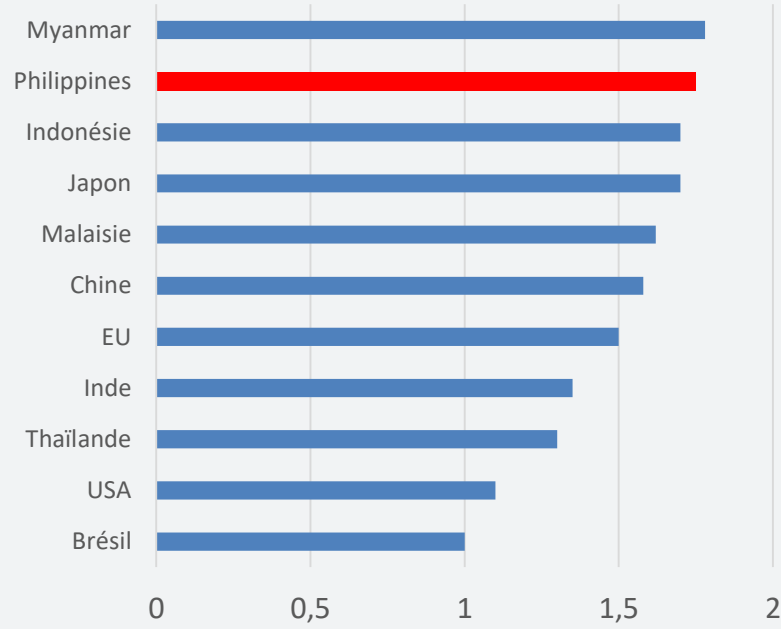
Prévisions de consommation mondiale de viande de volaille en 2023 : 28 M T

Prévisions de très forte croissance de la consommation en Asie

Consommation de viande de volaille en M T en 2023	
Thaïlande	2,4
Chine	1,75
Philippines	**1,75**
Vietnam	1,45
Inde	5,1
Indonésie	3,5
Malaisie	2

Comparaison des coûts de production en USD/kg PC poulet éviscéré en 2014

Source : COBB



©2018 Business France. Tous droits réservés

Les principaux acteurs de la filière avicole

ARBOR ACRES

Souches chair populaires aux Philippines

Groupe AVIAGEN représenté par SAN MIGUEL FOODS

ROSS

Souches chair présentes aux Philippines
Groupe AVIAGEN

STARBRO

Souches chair présentes aux Philippines

Représentées par UNIVERSAL ROBINA FARMS

COBB

Souches chair présentes aux Philippines
Représentées par COBB Philippines

LOHMAN

Souches ponte populaires aux Philippines
Représentées par COSOLE FARMS CORP.

DEKALB ISA

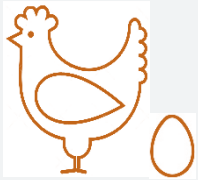
Souches ponte

BABCOCK

Souches ponte populaires aux Philippines
Représentées par SARMIENTO AGRICULTURAL DEVELOPMENT CORP.

HUBBARD (intégré au groupe AVIAGEN depuis 2017)

Souches chair populaires aux Philippines



©2018 Business France. Tous droits réservés

Zoom sur un acteur : Cargill / Jollibee

CARGILL PH

Le groupe CARGILL est actif aux Philippines depuis 70 ans (à l'origine négoce d'huile de coprah).
Ses activités couvrent aujourd'hui : le négoce et la transformation de grains et oléagineux, la fabrication d'aliments du bétail, la fabrication de texturants et édulcorants.

JV CARGILL / JOLLIBEE

"C-JOY" (CARGILL JOY POULTRY MEATS)
= JV entre le groupe CARGILL (70%) et le géant philippin du fastfood JOLLIBEE FOODS CORP. (30%), résultat d'un partenariat engagé en juin 2016

Usine inaugurée en décembre 2017 pour un investissement annoncé de 17 M USD

Montage comprenant CARGILL JOY POULTRY REALTY Inc., société immobilière gestionnaire du terrain

Capacité de l'usine : abattoir de 45 M poulets de chair/an avec salle de découpe et de transformation ~la plus grosse unité de ce type aux Philippines

Marché : les enseignes « *Jollibee* », « *Mang Inasal* », « *Chowking* », « *Greenwich* », « *Burger King* » et autres enseignes de la holding JFC, soit plus de 2 500 établissements et plus de 600 magasins.

©2018 Business France. Tous droits réservés

Zoom sur un acteur : Bounty fresh

BOUNTY FRESH

Holding : BOUNTY AGRO VENTURES
Aviculture : « core business »

Sociétés sœurs : œufs de consommation (distributeur exclusif LOHMAN), génétique aviaire (GP, lignes parentales, accouvage), équipements avicoles, élevage porcin, aliments du bétail.

800 éleveurs sous contrat (fourniture de tous les intrants)

BOUNTY ~100-110 M poussins d'un jour/an (+15-20%/an)

Poulet de chair : de l'engraissement au consommateur

Circuits de distribution : commerce traditionnel, super/hypermarchés/HORECA

+ fastfood/vente à emporter : chaînes intégrées de rôtisseries « Chooks-To-Go », « Uling Roasters » et « Reyal » ~2 000 points de vente

Plusieurs partenaires français: génétique, nutrition et santé animale, bâtiments et équipements d'élevage, équipements pour la transformation, …

Groupe très tourné vers l'expertise européenne (France, Allemagne, Pays-Bas et Espagne)

PROJETS

Fabrication d'aliments extrudés pour poissons
Elevage de crevettes
Elevage avicole « free range »

Ouverture à tous nouveaux partenariats (transferts de technologies et services) avec des spécialistes français

Essais de vaccins vétérinaires, etc.
Tous produits et équipements innovants

©2018 Business France. Tous droits réservés

1.2.4 Focus élevage porcin

L'élevage porcin (~191 milliards PHP) générerait près de 18% de la production agricole du pays en valeur, au second rang derrière le riz. Toutefois, les Philippines importent plus de 60 000 T de viande porcine par an, hors abats.

Les pouvoirs publics ont la volonté de réduire la facture à l'importation, avec actions prioritaires ciblant l'abattage et la transformation, ainsi que la chaîne du froid.

Sur le terrain, il est fait état de fonds qui devraient être libérés par les pouvoirs publics pour des investissements en bâtiments d'élevage et outils de transformation. Mais les modalités ne sont pas connues.

Par ailleurs le cours du porc étant en hausse, les élevages commerciaux, pour certains de grande capacité, sont tentés d'investir. A noter la montée en puissance, aux Philippines, de groupes intégrateurs tels que le géant thaïlandais CP.

- De bonnes perspectives pour le savoir faire étranger, notamment : génétique, insémination artificielle, nutrition et santé animales, bâtiments et équipements d'élevage, valorisation des lisiers*, énergies renouvelables**, abattage transformation et valorisation des eaux usées et graisses.
- Au rang des acteurs de la filière porcine et pour la plupart également en aviculture : SAN MIGUEL, CP Philippines, VENVI AGROINDUSTRIAL, ROBINA, FRESH OPTIONS, VIGINIA FARMS, …

Etat des lieux

- Cheptel ~ 12,5 M têtes selon PSA juillet 2017 (sous toutes réserves)
- 65% du cheptel de truies serait détenu par de petits élevages familiaux ; ces « backyard hog raisers » sont dits en nombre déclinant ~ 7,7 M en janvier 2017 (- 4% en un an) ;
- Les éleveurs commerciaux (~35% du cheptel de truies selon les estimations disponibles) sont soit indépendants, et dans ce cas peuvent intervenir des négociants intermédiaires « viajeros » entre l'éleveur et l'abattoir, soit intégrés au sein de SM ou d'autres groupes ;
- Les performances sont globalement modestes : faible productivité des truies, forte mortalité, ...
- Le prix moyen à la production est passé de 94 PHP/kg PV (~1,50 EUR) à 104 PHP (~1,65 EUR) de janvier à juin 2017 (source PSA) ; ce niveau témoigne de coûts de production élevés ;
- Consommation de l'ordre de 15 kg/hab./an (2015) ; prévisions de 15,6 kg en 2022 ;
- De source douanière, les importations ~ 270 000 T de viande de porc, abats en large part.

(*) des unités de biogaz fonctionnent déjà en élevage porcin
(**) des perspectives compte tenu du coût élevé de l'électricité et des coupures sporadiques + vaste surface disponible en toiture des bâtiments d'élevage

©2018 Business France. Tous droits réservés

Le sanitaire est un enjeu stratégique pour la filière

Les prévisions USDA pour 2018 font état d'une production de 1,635 M T, pour une demande de 1,919 M T et des importations de 285 000 T (coupes/découpes nobles et abats).

Comme dans le cas de l'aviculture, l'utilisation d'antibiotiques est généralisée sans aucun contrôle.

La pression sanitaire est difficile à maitriser compte tenu des conduites d'élevage et des flux incontrôlés d'animaux. Principales maladies :

- Diarrhée épidémique porcine PED (type asiatique) ;
- Fièvre porcine CSF ;
- Egalement répandu : le syndrome respiratoire porcin (sous toutes ses formes : PRRS, grippe porcine, pseudo-rage PRV et peste porcine HCV) ;
- Ainsi que la gastro-entérite TGE.

En revanche le pays est officiellement indemne de fièvre aphteuse (FMD).

A signaler toutefois à ce propos l'inquiétude de la *Pork Producers Federation of the Philippines Inc.*, laquelle dénonce régulièrement la fragilité de la situation.

Les spécialistes étrangers de la génétique porcine sont naturellement présents, français entre autres ; ils ont établi des partenariats avec des fermes de reproduction , voire des co-investissements.

A noter l'existence de petits élevages commerciaux répondant à la demande en restauration de haut de gamme (vente directe)

- En guise d'exemple : élevages naisseurs engraisseurs de porcs noirs ~120-150 kg PV, élevés en plein air, avec finition en confinement.

Ambitieux plan décennal de développement de la filière porcine

HOG INDUSTRY ROADMAP
2017-2027

Parmi les points forts :

➔ Hausse du cheptel de 12,47 M têtes en 2017 à 13,72 M en 2027.
➔ Abaisser le taux de mortalité et améliorer ainsi la productivité des truies de 6,2 porcelets vendus/truie/an actuellement à 25 porcelets vendus/truie/an dès 2020.
➔ Ramener le coût de production à 80 PHP/kg dès 2022.

➔ Eradication de la CSF, PED et PRV
Moyens à dégager pour les questions sanitaires : budget de 611,20 M PHP (soit environ 9,6 M EUR) de 2017 à 2022 + 740,85 M PHP (soit environ 11,7 M EUR) de 2023 à 2027.

©2018 Business France. Tous droits réservés

Zoom sur un acteur : San Miguel Pure Foods

SAN MIGUEL PURE FOODS

Holding comprenant :

- ➔ B-MEG : alimentation animale
- ➔ MAGNOLIA CHICKEN
- ➔ MAGNOLIA INC, MAGNOLIA ICECREAM
- ➔ SAN MIGUEL MILLS
- ➔ PURE FOODS HORMEL : viandes transformées, hotdogs, nuggets, …
- ➔ SAN MIGUEL SUPER COFFEEMIX COMP.
- ➔ GREAT FOOD SOLUTIONS (produits sur mesure pour HCR)
- ➔ THE CULINARY CENTER

Leader en élevage porcin reproducteur et engraisseur

- ➔ Trentaine de fermes de sélection, multiplication
- ➔ Plus de 300 éleveurs sous contrat
- ➔ IA à 100%
- ➔ Entre autres alliances : partenariat SM/PIC, partenariat SM/CEVA

Groupe leader en phase d'expansion
SMPFC a annoncé en 2016 son intention d'investir 1,1 milliard USD sur 5 ans : alimentation animale, élevage porcin et avicole

Consolidation en cours des activités :

- ➔ Bières et liqueurs GINEBRA SAN MIGUEL Inc. et San Miguel Brewery (50% groupe SM et 50% KIRIN HOLDINGS).
- ➔ Produits alimentaires de SAN MIGUEL PURE FOODS, au profit de SMPF.

Le groupe consolidé pourrait prendre le titre de : SAN MIGUEL FOOD AND BEVERAGE INC.

©2018 Business France. Tous droits réservés

Zoom sur un acteur : Charoen Pokphand Foods

Charoen Pokphand Foods Philippines Corp.

Le géant thaïlandais a fondé CPF en 2010, avec, pour activité, la fabrication d'aliments du bétail, base d'une expansion future sur un marché prometteur

Importants investissements depuis lors : en usines d'aliments du bétail (farines et pellets), en élevage porcin (unités GP : reproducteurs de races Landrace, Large White et Duroc du Canada, et élevages de multiplication en propre ou tiers sous contrat), en élevage avicole, en filière crevette de l'écloserie à la transformation.

Avec soutien du PHILIPPINE BOARD OF INVESTMENTS

En 2017, le groupe a annoncé un nouveau plan d'investissement de 2 milliards USD sur 5 ans en élevage porcin et avicole.

Ambition à l'exportation à partir des Philippines, à terme : volaille et viande porcine à destination du Japon, de Corée du sud, Taïwan, etc..

Les nouveaux projets d'élevage incluent :

10 fermes de 6 000 ha dédiées à la production de maïs et soja pour les besoins de ses usines d'aliments du bétail (provinces envisagées : Bukidnon, Saranggani, North Cotobato, Maguindanao, Zamboanga del Norte, Agusan del Sur et del Norte, …)

Le concept : de la ferme à la fourchette

Avec outils industriels équipés des technologies les plus sophistiquées (plats prêts à cuire congelés notamment)

©2018 Business France. Tous droits réservés

1.2.5 Focus secteur halieutique

La filière pêche et aquaculture fournit une part importante des protéines animales consommées aux Philippines (consommation supérieure à 32 kg/hab./an).

Les Philippines se classent officiellement au rang des principaux pays producteurs mondiaux de poissons et produits de la mer et de l'aquaculture.

- 7ème producteur au monde selon la FAO (données 2013).

La filière se présente comme suit :

- La production se répartit de la manière suivante (selon données du BFAR) :
- Secteur de la pêche (commerciale) ~ 1 M T ;
- Aquaculture ~ 2,3 M T.

Se reporter aux tableaux de synthèse ci-après

- La pauvreté des pêcheurs est alarmante : la filière accueille « les plus pauvres des plus pauvres » ;
- De ce fait, les pouvoirs publics affichent une volonté de soutien au secteur ;
- Le *Bureau of Fisheries and Aquatic Resources* (BFAR) est en charge de cette filière et de la définition de la stratégie à adopter ;
- Le potentiel aquacole est jugé important ; preuve en est : les investissements de groupes tels que CP aux Philippines, un acteur particulièrement ambitieux.

A noter que le secteur fait l'objet d'un événement international, AQUACULTURE PHILIPPINES, dont la dernière édition a eu lieu en mai 2017.

Au rang des thèmes prioritaires selon le BFAR :

- Elevage du tilapia Molobicus en eaux salines (programme d'hybridation Mossanbicus X Niloticus démarré en 1999).

La chaîne du froid fait l'objet d'une vive demande d'expertise technique.

Acteurs privés

Potentiel de croissance et besoins en aquaculture	

Secteur public

Priorité Etat	
Moyens publics	nd

©2018 Business France. Tous droits réservés

Profil du secteur halieutique aux Philippines 1/2

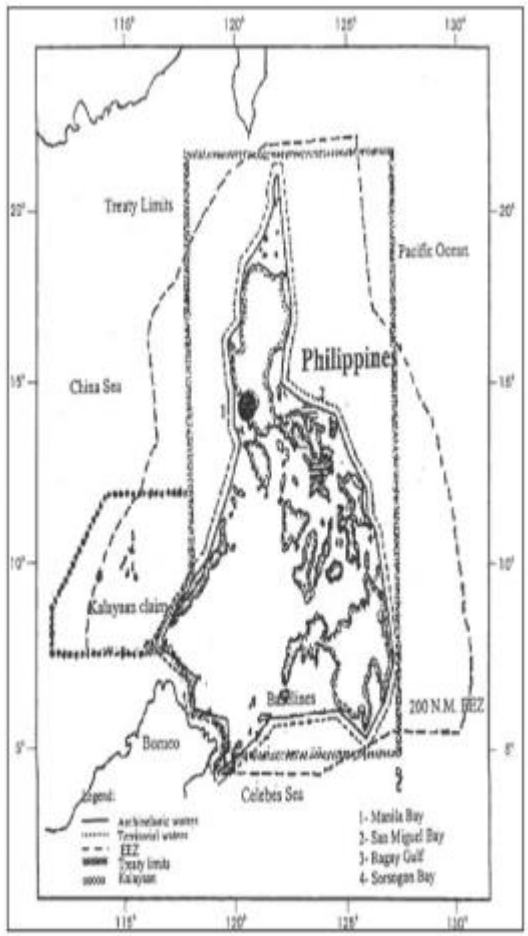


Figure 1. Map of the Philippines showing the limits of archipelagic, territorial waters treaty limits Exclusive Economic Zone (200 N. M. EEZ) and Kalayaan claim.

Principaux indicateurs FISHERIES (2015)

Ressources marines

Territoire :	2,2 M km²
t. côtier	266 km²
t. océanique	1,93 M km²
Shelf area (prof. 200 m)	184 600 km²
Massifs coraliens	27 000 km²
Longueur de côtes	36 289 km

Ressources continentales

T. marécageuses	246 000 ha
- dont eau douce	106 000 ha
Bassins d'élevage	254 000 ha
- dont eaux saumâtres	239 000 ha
Autres	250 000 ha
- Lacs	200 000 ha
- Fleuves	31 000 ha
- Bassins de rétention réservoirs	19 000 ha

©2018 Business France. Tous droits réservés

Profil du secteur halieutique aux Philippines 2/2

Productions de l'aquaculture en 2015

Espèces	Production T	%
Seaweeds	1,566,362	66.71
Milkfish	384,425	16.37
Tilapia	261,210	11.12
Shrimps/Prawns	52,124	2.22
Others	84,040	3.58
Total	2,348,161	100.00

dont aqua. marine	
En cage : 105 000 T	« Milkfish », « Grouper », « Sigamid », …
En parcs 11 000 T	« Milkfish » essentiellement
Mollusques 36 000 T	Huitres et moules

Productions de la pêche commerciale en 2015 (avec bateaux de plus de 3 T)

Principales espèces	TOTAL T	%
1. Rounscad (Galunggong)	164,443.04	15.2
2. Indian Sardines (Tamban)	217,758.16	20.1
3. Frigate Tuna (Tulingan)	78,859.54	7.3
4. Skipjack (Gulyasan)	199,152.50	18.4
5. Yellowfin tuna (Tambakol/Bariles)	102,400.30	9.4
6. Big-eyed Scad (Matang-baka)	42,995.37	4.0
7. Fimbriated Sardines (Tunsoy)	43,114.39	4.0
8. Slipmouth (Sapsap)	13,636.96	1.3
9. Eastern Little tuna (Bonito)	20,184.46	1.9
10. Indian Mackerel (Alumahan)	32,144.10	3.0
11. Indo-pacific Mackerel (Hasa-hasa)	12,400.74	1.1
12. Other Species	157,535.14	14.5
Total	**1,084,625**	**100.0**

(*) dont pêche traditionnelle : 39 % et sociétés de pêche privées : 20%

Exportations des produits de la pêche et de l'aquaculture en 2015

Thon	118 000 T
dont frais/congelé	*25 000 T*
dont conserves	*93 000 T*
Algues	34 000 T
Divers	20 000 T

Importations de poissons et produits de la mer en 2015

TOTAL	118 000 T
dont poissons frais/congelés	*25 000 T*
dont crustacés et mollusques	*93 000 T*
dont farines de poisson	*19 000 T*

Source : BFAR

©2018 Business France. Tous droits réservés

Opportunités dans la nutrition pour poissons

ALIMENTS POUR POISSONS
UN SECTEUR DYNAMIQUE

Marché 2016 ~ 1 M T

La plupart des industriels de l'alimentation animale intègrent des lignes de production ou font appel à des sous-traitants
SM, UNIVERSAL ROBINA, PILMICO, GENERAL MILLING, CP, CARGILL, etc.
Cf Focus alimentation animale

Parmi les investissements récents

Parmi les industriel spécialisés aliments pour poissons

SANTEH

Spécialiste depuis 25 ans
Aliments sous marque « *Tateh* »
Vaste gamme, aliments flottants, …, pour divers poissons, y compris aliments crevettes

Le groupe thaïlandais CP

Groupe engagé en aquaculture aux Philippines et programme d'investissements important

La société taïwanaise GROBEST

Usine spécifique à Gerona, TARLAC
22 M USD d'investissements en 2014/2015

La société philippine VITARICH

Inauguration en décembre 2016 d'une usine spécifique à Nunawan, DAVAO

©2018 Business France. Tous droits réservés

1.2.6 Focus équipements d'élevage

Quel que soit le secteur d'élevage, l'accroissement des performances passe par des investissements en bâtiments, contrôle d'ambiance et équipements d'élevage.

Les Philippines disposent d'un potentiel important de développement de leur élevage.

Les défis sont important :

- Mentalité bien ancrée de « Low cost Low investment » ;
- Une certaine lenteur dans la prise de décision.

Pour attirer les jeunes générations dans ce domaine d'activité : de nouvelles technologies à introduire et des solutions hightech.

La question du déficit en main d'œuvre et de son coût relativement élevé, plus le vieillissement qui touche les agriculteurs et éleveurs laissent entrevoir un marché porteur pour les équipements.

La filière de transformation : abattage et découpe/transformation est à potentiel !

Les équipementiers européens sont très bien positionnés sur le marché.

- Equipementiers français actifs ;
- Néerlandais particulièrement agressifs sur le marché ;
- Egalement Allemands (BIG DUTCHMAN, …), Suisses (BÜHLER), Italiens, Danois.

Côté asiatique : les équipementiers chinois et taïwanais (air conditionné, réfrigération, aérateur d'aquaculture, entre autres domaines) et sud-coréens (équipements électroniques) sont naturellement bien implantés.

Il semble que les groupes américains soient peu actifs et moins compétitifs que les Européens, hormis GSI et ROXELL.

Les éleveurs commerciaux commencent à s'intéresser à la production de biogaz : en filière porcine uniquement à ce stade.

D'autres techniques de valorisation des déchets font l'objet de demande : production d'engrais, recyclage des plumes, …

©2018 Business France. Tous droits réservés

1.2.7 Focus alimentation animale

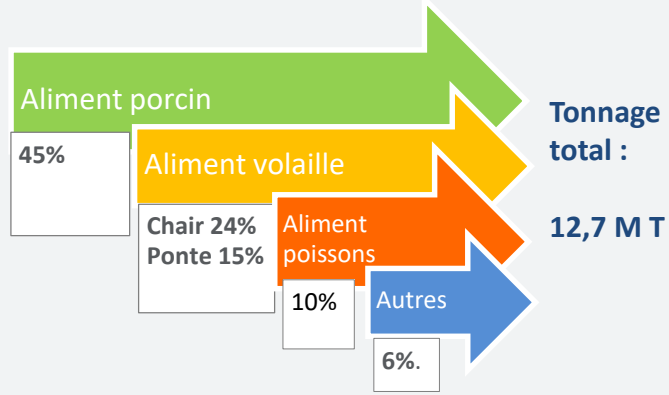
C'est un marché « prometteur » et devenu extrêmement concurrentiel avec acteurs locaux et multinationaux (premixes et aliments composés) :

- N°1 SAN MIGUEL FOODS
- N°2 UNAHCO
- N°3 PILMICO
- N°4 UNIVERSAL ROBINA CORP.
- N°5 CARGILL (PURINA)
- GENERAL MILLING CORP.
- CP
- SUNJIN
- CJ (Corée du sud)
- SWIFT FOODS
- NEW HOPE (Chine)
- IFEED, filiale d'EASY BIO
- VITARICH CORP.
- LIBERTY FLOUR MILLS
- ATLAS NUTRITION (Taïwan)
- …

Devant les risques encourus par les consommateurs, les alternatives aux antibiotiques ont des perspectives.

L'utilisation d'antibiotiques en tant que stimulateurs de croissance est en effet généralisée. Les éleveurs sont démunis face à des aliments de qualité fluctuante, de composition non transparente ; ces aliments composés ne font l'objet d'aucun contrôle et sont imposés par les intégrateurs.

C'est un marché qui semble porteur pour toutes solutions innovantes pouvant générer performance des rations et sécurité alimentaire.



Source : Données Feed Millers Assocation of PH

Leaders Aliments poisson

SAN MIGUEL
CP
UNAHCO

Aliments coq de combat

Entre autres spécialistes : UNAHCO

©2018 Business France. Tous droits réservés

Le marché du *feed* attire des investisseurs internationaux

Le positionnement de CARGILL, en qualité de partenaire de JOLIBEE pour le montage d'une filière avicole intégrée, contribue à faire bouger les lignes, de même que les investissements de CPF aux Philippines.

Le groupe CHAROEN POKPHAND FOODS affirme croire aux avantages comparatifs des Philippines en matière d'élevage porcin et avicole, à terme. Les Philippines pourraient devenir, pour le groupe, un hub d'exportation de viandes réfrigérées et congelées à destination de marches tels que le Japon, la Corée du sud et Taiwan.
Il est fort probable que le groupe CPF affirme, aux Philippines comme pour tous ses autres marchés, son image de fabricant de produits alimentaires sains, avec notamment, une utilisation raisonnée des antimicrobiens en élevage, et aquaculture, exclusivement à usage thérapeutique (« new global policy », une question de sécurité alimentaire et santé publique).

Débouchés pour des farines de viande et de poisson

- Importations directes par les industriels de l'alimentation animale ;
- Marché opaque, aux mains d'un nombre limité d'acteurs et aux règles spécifiques.

Dans ces conditions, les importateurs distributeurs susceptibles d'en importer se montrent réticents à travailler de tels produits bien que le marché soit jugé « *porteur* ». Par ailleurs les termes de paiement imposés par les clients (à 90 jours et plus) les en dissuadent.

Autre segment : les cuisses de poulet de chair pour les éleveurs de crocodiles.

- Elevages en eau saumâtre et en eau douce : C. porosus et C. mindorensis ;
- Potentiel mais volume limité.

©2018 Business France. Tous droits réservés

Zoom sur un acteur : Charoen Pokphand

CPF Tarlac

CHAROEN POKPHAND

Société CPF PH établie en 2007 (écloserie crevettes dans la province de Pampanga)

Propre usine d'aliments du bétail inaugurée en 2013 à Gerona (aliments poissons ainsi qu'aliments pour volailles et porcins) après s'être familiarisé avec le marché via usine en leasing depuis 2010/11

Annonce mi 2017 de nouveaux investissements à court terme pour un montant de 500 M USD (sur un total de 2 milliards à 5 ans)

8 fermes intensives d'élevage de crevettes (sous contrat et assistance technique)

En cours, intégration porcine et avicole : projet de 3 fermes porcines –multiplication en engraissement - démarré en 2012 (investissements ~ 24,1 M EUR ; reproducteurs importés du Canada, de race Landrace, Large white et Duroc)

Usine de transformation de crevettes

Charoen Pokphand Foods Philippines Corporation

Head Offfice Address:
Unit 1C-1D LSC Building, Lazatin Boulevard, Dolores Homesite Exit II, San Fernando, Pampanga

Bataan Aquatic Feedmill Address:
Km. 111 Roman Superhighway, Brgy. Gugo, Samal, Bataan

Tarlac Livestock Feedmill Address:
Km 141-142 MacArthur Highway, Brgy. Caturay, Gerona, Tarlac

E-mail: Aquaculture Business: recruitment.aqua@cpf-phil.com
Livestock Business : recruitment@cpf-phil.com

©2018 Business France. Tous droits réservés

Zoom sur un acteur : Cargill

CARGILL

CARGILL aux PH depuis 1947 : bureau commercial

Activité aujourd'hui diversifiée, industrielle et commerciale : effectif de plus de 500 salariés sur 17 sites

Animal Nutrition Cargill : aliments composés et prémixes, 4 usines d'aliments du bétail aux PH (Villasis, Baliuag, Pulilan et Villanueva).

1 nouvelle unité de fabrication de prémixes inaugurée en octobre 2016 à Malolos, Bulacan (Partenaire PROVIMI).

JV conclue avec JOLIBEE pour le montage d'une filière avicole intégrée.

Grains et oléagineux : activité de négoce de matières premières pour l'alimentation humaine comme animale.

Par ailleurs acteur majeur de l'exportation d'huile de coprah : usine CARGILL à General Santos City.

Ingrédients alimentaires : activité industrielle et de négoce.

Offre étoffée d'amidons modifiés, d'édulcorants et d'agents de texture.

CARGILL a conclu une JV pour la fabrication de carraghénanes pour l'export : BIO INDUSTRIES à Canlubang Laguna.

CARGILL premix – First Bulacan Industrial Park

Unité spécialisées dans les prémixes et solutions de qualité adaptées aux éleveurs produisant leur propre aliment.
Capacité de l'ordre de 20 000 T de prémixes/an
Inauguration fin 2017 ?

JV CARGILL/JOLLIBEE

J-JOY POULTRY MEATS PRODUCTION - Batangas

Unité d'abattage, découpe, transformation de volaille
Capacité de 45 M poulets/an
Débouchés : assurer l'approvisionnement de JOLLIBEE en découpes de poulet et préparations spécifiques (viandes marinées, etc.)
Inauguration prévue fin 2017
Effectif ~ 1 000 employés

©2018 Business France. Tous droits réservés

Les coqs de combat, une tradition philippine lucrative

Guaranteed Analysis	ML
RIBOFLAVIN	5 mg
PYRIDOXINE (B6)	5 mg
CYANOCOBALAMINI (B12)	12 mg
BIOTIN (VITAMIN H)	0.30 mg
BETAINE	0.20 mg
CALCIUM PANTOTHENATE	12 mg
CLA	1 mg
CHROMIUM TRIPICOLINATE	0.05 mg
FERRIC AMMONIUM CITRATE	20 mg
FOLIC ACID	15 mg
INOSITOL	2 mg
L-CARNATINE	1 mg
NATURAL CRUDE LIVER EXTRACT	2 mg
NIACINAMIDE	120 mg
SORBITOL	0.30 mg
THIAMINE HCL	12 mg
VITAMIN C	100 mg
DIMETHYLGLYCINE (DMG)	1 mg

UN SEGMENT TRES LUCRATIF
LES ALIMENTS ET COMPLEMENTS ALIMENTAIRES POUR COQS DE COMBAT

Complexes minéro-vitaminés, améliorants de la force musculaire et de la résistance, anti-stress, …

Guaranteed Analysis	ML
ASH	NMT 3%
CRUDE PROTEIN	NMT 90%
MOISTURE(B12)	9%
PROTEIN DIGESTIBILITY	85%

Amino Acid Profile	ML
METHIONINE	1.00
GLYCINE	5.12
LYSINE	3.115
TYROSINE	054
THREONINE	2.12
ISOLEUCINE	1.11
PROLINE	3.36
ALANINE	3.26
HISTIDINE	0.52
VALINE	2.40
LEUCINE	2.08
ARGININE	3.98
PHENYLALANINE	1.76
SERINE	2.86
GLUTAMIC ACID	9.52
ASPARTATE	2.18

Guaranteed Analysis	ML
RIBOFLAVIN	5 mg
PYRIDOXINE (B6)	5 mg
CYANOCOBALAMINI (B12)	12 mg
BIOTIN (VITAMIN H)	0.30 mg
BETAINE	0.20 mg
CALCIUM PANTOTHENATE	12 mg
CLA	1 mg
CHROMIUM TRIPICOLINATE	0.05 mg
FERRIC AMMONIUM CITRATE	20 mg
FOLIC ACID	15 mg
INOSITOL	2 mg
L-CARNATINE	1 mg
NATURAL CRUDE LIVER EXTRACT	2 mg
NIACINAMIDE	120 mg
SORBITOL	0.30 mg
THIAMINE HCL	12 mg
VITAMIN C	100 mg
DIMETHYLGLYCINE (DMG)	1 mg

ITEM	UNIT	VALUE
L- LYSINE	G/L	169.5
L- THREONINE		
DL-METHIONINE		
L-TRYPTOPHAN		
CITRIC ACID		
LACTIC ACID		
ZINC CHELATED (20% ZN, 20% GLYCINE)		
COPPER CHELATED (20% ZN, 20% GLYCINE)		
GLYCINE		
VITAMIN C		

ITEM	UNIT	VALUE
L- CARNITINE	G/L	31.9
METHIONINE	G/L	31.9
BETAINE	G/L	17.95
CHOLINE (CHOLINE CHLORIDE)	G/L	106
SORBITOL	G/L	37.2
NIACIN	G/L	34.1
VITAMIN E	G/L	4.45
VITAMIN B1	G/L	0.94
VITAMIN B2	G/L	1.12
L-LYSINE	G/L	9.52
VITAMIN C	G/L	23.8
POTASSIUM CITRATE	G/L	26.8

Guaranteed Analysis	ML
THIAMINE (VITAMIN B1)	20 mg
PYRIDOXINE (B6)	5 mg
CYANOCOBALAMINE (B12)	3000 mcg
HYDROXOCOBALAMINE (B12)	3500 mcg
PANGMIC ACID (B15)	1500 mcg
ADENOSINE TRIPHOSPHATE (ATP)	1 mg
BIOTIN (VITAMINE H)	53 mg
CREATINE	95 mg
LIVER EXTRACTS	53 mcg
L-CARNITINE	1 mg

©2018 Business France. Tous droits réservés

De nombreuses entreprises se positionnent sur ce segment

Plusieurs fabricants de spécialités pour coqs de combat

Parmi les leaders : SARIMANOK et THUNDERBIRD (2 sociétés du groupe UNAHCO)

Un événement dédié : FIESTAG

THE POULTRY SHOW & FIESTAG 2017

Showcasing only the Latest Products & Technologies, Poultry Seminars & Topnotch Bakbakan Stags

ORGANIZED BY:

NATIONAL FEDERATION OF EGG PRODUCERS OF THE PHILIPPINES (NFEPP), INC.

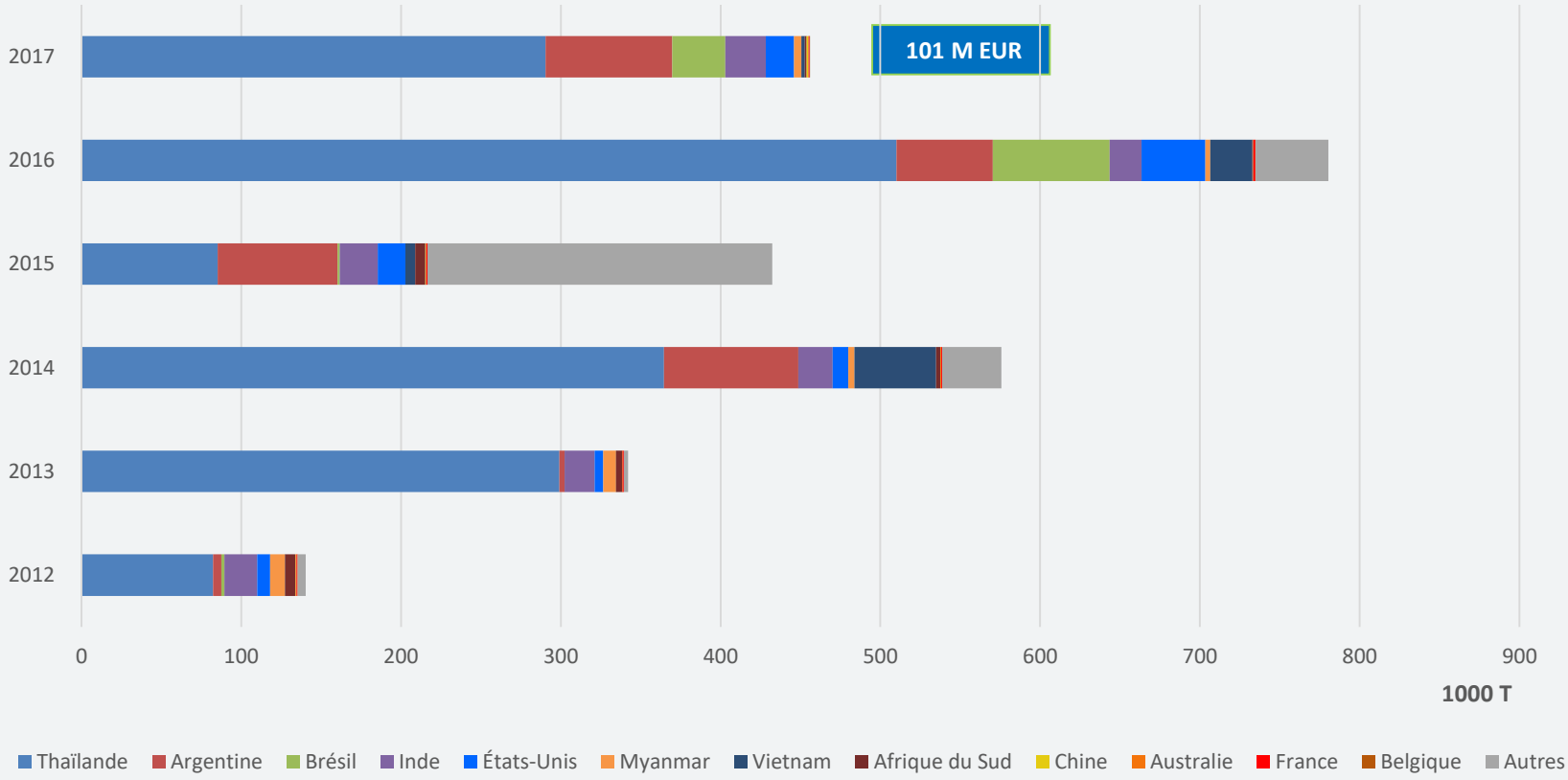
FIGBA

UNITED BROILER RAISERS ASSOCIATION

©2018 Business France. Tous droits réservés

Des importations de maïs fluctuantes

Evolution des importations philippines de maïs
(Source : GTA, selon douanes des philippines)



Tonnage 2017 : 456 000 T

➡ **Thaïlande : 291 000 T**

! **La France se place au 11ème rang avec 500 T**

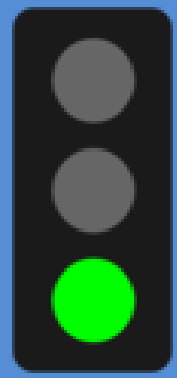
©2018 Business France. Tous droits réservés

2. Envergure agro-industrielle

Opportunités intrants et équipements

2.1 Dynamique agro-industrielle

Opportunités
Intrants, équipements et transferts de technologies



©2018 Business France. Tous droits réservés

2.1.1 Industrie majeure au sein du secteur manufacturier

Les Philippines possèdent une industrie agroalimentaire étoffée ~12 000 unités industrielles ou semi-industrielles, selon le recensement de la FDA en 2015.

C'est un secteur majeur de l'industrie manufacturière du pays, avec une part de près de 50% de la production industrielle annuelle en valeur.

Il connaît une expansion remarquable.

- Taux de croissance estimé à près de 6-10%/an ; les Philippines se classent ainsi au 2ème rang en ASEAN pour la croissance de son IAA en 2016 ;
- CA de 28,9 milliards USD en 2016 : boissons ~ 2,5 milliards USD, produits alimentaires ~ 26,4 milliards USD ;
- Secteur prioritaire aux yeux des pouvoirs publics et qui se doit d'attirer les investisseurs étrangers ;
- De fait, un certain nombre de multinationales ont fait le choix de s'y implanter ;
- Bonne perception notamment des investisseurs japonais et hongkongais pour des projets de délocalisation (disponibilités en main d'œuvre bon marché et proximité).

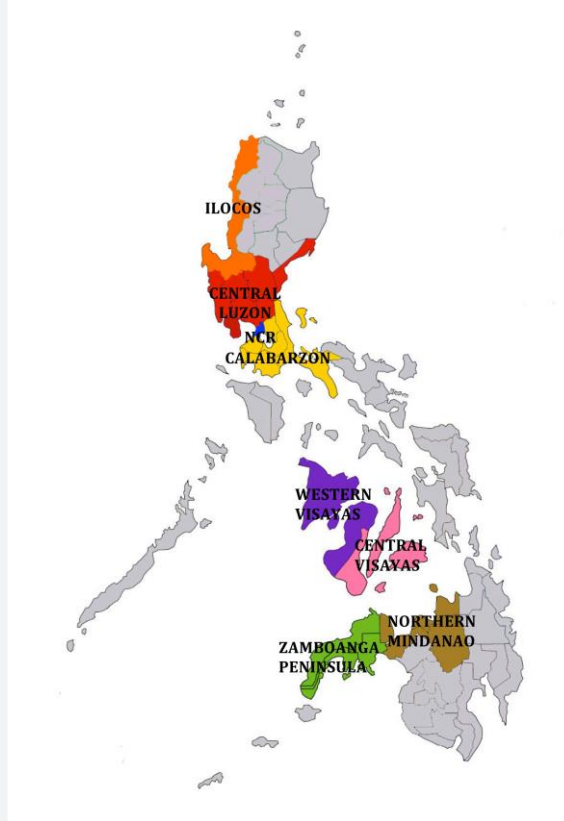
Un nombre finalement limité de conglomérats philippins contrôlent le segment des grandes entreprises de l'agroalimentaire aux Philippines, aux côtés de multinationales. Citons :

- SAN MIGUEL
- UNIVERSAL ROBINA

Ces groupes importent directement leurs intrants, par conteneurs, voire bateaux entiers.

Les secteurs d'activités sont diversifiés : boulangerie industrielle, biscuits et crackers, snacks, corned beef et autres viandes transformées (saucisses, hotdogs, « pork longganisa », …), sauces (sauce de soja, pâte de crevette, sauce à base de poisson, …), nouilles instantanées et pâtes alimentaires, conserves de poisson, etc.

Forte concentration géographique des IAA philippines



©2018 Business France. Tous droits réservés

Le gouvernement met en place des zones d'attractivité spécifiques

Les pouvoirs publics philippins mettent en avant les « *Special Economic Zones* » pour attirer les investisseurs.

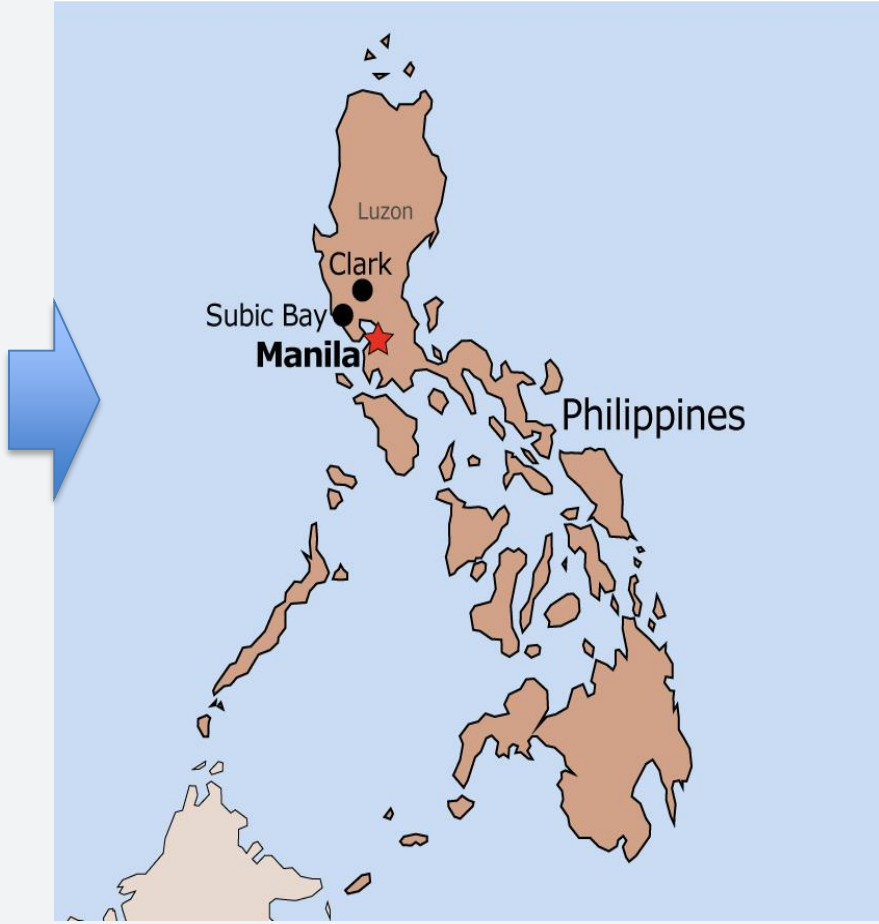
- Avantages fiscaux, exemption de droits de douane sur les importations d'intrants et équipements + pièces, exemption de TVA, ….
- Sont éligibles les investisseurs étrangers comme philippins ;
- Agence de gestion : PHILIPPINE ECONOMIC ZONE AUTHORITY (PEZA).

La possibilité est accordée aux investisseurs étrangers de créer des sociétés à 100% de capital étranger, pour des activités tournées vers l'exportation (min 70% CA).

Dans tous les autres cas, la participation étrangère serait limitée à 40% du capital, « sauf exceptions » (sociétés à « statut de pionnier » par exemple).

Afin de favoriser l'exportation, notamment de produits agricoles, de regrouper l'offre agricole et résoudre des problèmes urbains, le gouvernement philippin entame un vaste programme de développement de nouvelles infrastructures au nord de Manille avec deux projets phares :

- **CLARK FREEPORT ZONE**, sur l'ex- base américaine Clark Air Base (initiée en 1995) ; investissements cumulés de 2,5 milliards USD en date de fin 2017.
- **SUBIC BAY.**



©2018 Business France. Tous droits réservés

Exemples de multinationales sont implantées aux Philippines

INDUSTRIE

NESTLE, FONTERRA, FRIESLAND CAMPINA, YAKULT, MONDELEZ, CARGILL, UNILEVER, OLAM, DOLE, DEL MONTE, MONDE NISSIN, WYETH NUTRITION, MEAD JOHNSON NUTRITION, COCA COLA, PEPSI, …

DISTRIBUTION MODERNE

AEON, METRO, WALMART, SHV MAKRO, PRICESMART, PRESIDENT (7/11)

FOOD SERVICE

MCDONALD'S, PIZZA HUT, MAX'S, DUNKIN DONUTS, STARBUCKS, BURGER KING, KFC, …

©2018 Business France. Tous droits réservés

Les principales entreprises alimentaires aux Philippines

Top 20 Food and Beverage Processors in the Philippines
Based on Gross Revenue (in Millions of Dollars)

Rank	Company	Gross Revenue	Main Products
5	Nestlé Philippines, Inc.	2,364	food products, not elsewhere categorized
10	San Miguel Foods, Inc.	1,950	meat and meat products
16	Universal Robina Corp.	1,450	snack products such as curls, wheat crunchies and similar products
18	San Miguel Brewery	1,368	malt liquors and malt
22	Coca-Cola FEMSA Philippines, Inc.	1,103	softdrinks except drinks flavored with fruit juices, syrups or other materials
41	Dole Philipines, Inc.	752	fruits and fruit juices
46	Monde Nissin Corp.	709	macaroni, noodles, couscous and similar farinaceous products
58	Emperador Distillers, Inc.	590	spirits
67	Pepsi-Cola Products Philippines, Inc.	530	softdrinks except drinks flavored with fruit juices, syrups or other materials
77	Del Monte Philippines, Inc.	457	fruits and fruit juices
86	Alaska Milk Corp.	417	powdered milk (except for infants) and condensed or evaporated milk (filled, combined or reconstituted)
128	Purefoods-Hormel Company, Inc.	314	meat and meat products
132	Pilmico Foods Corp.	310	flour (except cassava flour)
134	Ginebra San Miguel, Inc.	304	spirits
150	Mondelez Philippines, Inc.	275	butter, cheese and curd
206	General Milling Corp.	216	flour (except cassava flour)
221	San Miguel Mills, Inc.	200	flour (except cassava flour)
254	RFM Corp.	170	food products, not elsewhere categorized
269	Magnolia, Inc.	163	butter, cheese and curd
275	Monde M.Y. San Corp.	158	biscuits, cookies, crackers, pretzels and similar dry bakery products

Notes:
1. Ranking based on BusinessWorld's Top 1000 Corporations in the Philippines, 2015 edition
2. Current Exchange Rate: $1 = PhP48

Source : PSA

©2018 Business France. Tous droits réservés

2.1.2 Focus filière sucre

La relance de cette filière protégée (~ 0,7 M d'emplois, enjeu de sécurité alimentaire) et l'amélioration de sa compétitivité dans un contexte de baisse des droits à l'importation sur le sucre dans l'ASEAN, sont un véritable défi.

- Objectif : produire plus à moindre coût ;
- Législation en date de 2015 « *Sugarcane Industry Development Act* » (SIDA), dont *Mecanization & Infrastructure Program*.

Les Philippines se classent au 12ème rang des producteurs mondiaux de canne à sucre mais la filière est vulnérable, face à de solides concurrents sur zone, Thaïlande en premier lieu.

La consommation domestique de sucre ~ 2,15 M T, se répartit approximativement comme suit : industrie ~ 50%, marché de consommation ~ 30% boulangeries-pâtisseries, restaurants, etc. ~ 20%.

Après deux années consécutives de baisse des plantations, la campagne 2016/17 marque un reprise :

- 65 000 producteurs de canne à sucre sur 424 000 ha ;
  - 75% exploitent moins de 5 ha pour un rendement de l'ordre de 5T sucre brut/ha ;
  - Les exploitations de plus de 100 ha en représentent moins de 1% (rendement moyen de 7,3 T/ha) ;
- 28 M T de canne en 2016-17 ;
- 27 sucreries opérationnelles ;
  - Capacité ~ de 500 à 18 000 T canne/j/unité ;
  - Taux moyen d'utilisation de la capacité ~ 60% ;

(*) SRA : Sugar Regulatory Administration

Campagne septembre-août

	2014/15	2015/16	2016/17
Sucre brut M T	2,32	2,24	2,25
Canne M T	23,4	23,3	23,5
Surface ha	417 000	411 000	419 000

BESOINS EXPRIMES

*Source : SRA**

- **Irrigation de précision : SDI et fertigation**
- **Mécanisation, prioritairement de la récolte**
- **Transport (remorques de grande capacité) et stockage**

- ***En ce qui concerne la valorisation de la biomasse, les Philippins se tournent vers la Chine et l'Inde.***
  → opportunités limitées sauf technologies exceptionnelles

©2018 Business France. Tous droits réservés

Profil de l'industrie sucrière philippine 1/3

Important potentiel biomasse aux Philippines

- La biomasse générerait déjà près de 30% de l'énergie consommée aux Philippines.
- Principaux déchets disponibles : sous-produits du riz, noix de coco, palmier à huile, canne à sucre et bois.
- La Banque Mondiale estime que la bagasse, la coque de noix de coco et enveloppe du riz pourraient générer respectivement, 90, 40 et 20 MW.

VICTORIAS (CRISTAL SUGAR COMPANY) Negros

- Capacité : 15 000 T canne/j
- Au moins 1 unité de production d'énergie issue de biomasse (29 MW)

BUSCO Mindanao

- Capacité : 18 000 T canne/j
- Au moins 1 unité de production d'énergie issue de biomasse (24 MW)

ROXAS HOLDINGS

- 3 des 27 sucreries ; sucreries CACI de capacité : 16 000 T canne/j
- Au moins 2 unités de production d'éthanol (SAN CARLOS BIOENERGY CORP., ROXOL BIOENERGY)
- Au moins 3 unités de production d'énergie issue de biomasse (SAN CARLOS BIOPOWER, HAWAIIAN PHILIPPINE COMP.) (min. 46 MW)

UNIVERSAL ROBINA (URC)

- 5 des 27 sucreries
BISCOM : capacité de 14 000 T canne/j
- Plusieurs unités opérationnelles et projets de production d'énergie issue de la biomasse (BISCOM de 30 MW, …)
- Une unité de production d'éthanol

©2018 Business France. Tous droits réservés

Profil de l'industrie sucrière philippine 2/3

- 14 raffineries d'une capacité globale de 8 000 T sucre raffiné /j ;
- Production de 2,25 M T de sucre brut en 2016-17.

La stratégie des pouvoirs publics pour améliorer la compétitivité de la filière sucre repose, en amont, sur le regroupement des agriculteurs planteurs en « block farm ».

- Regroupement des petits planteurs en fermes de 30 ha minimum ;
- Appui à la mécanisation et à l'accès aux intrants, avec création de firmes services en travaux agricoles.

Sur le terrain, le manque de financements bloque l'acquisition de machines agricoles.

En aval, la politique est celle de la diversification de la transformation : production d'éthanol et cogénération.

La production d'éthanol se développe.

- Il existe, fin 2017, 10 usines de production d'éthanol, pour une capacité de 282 M L/an ;
- La demande est de 400 M L/an

Par ailleurs, les projets de valorisation de la biomasse se multiplient, en filière sucrière notamment.

En guise d'illustration :

- Exemple de VICTORIAS MILLING qui détient près de 30% du marché du sucre brut : projet d'un montant supérieur à 18 M EUR pour une unité de 40 MW
- Cogénération à partir de bagasse à VMC Agro-industrial Complex qui transforme quelque 3,1-3?3 M T de canne à sucre/an
- Création d'une filiale : VICTORIAS GREEN ENERGY
- La famille de planteurs ZABALETA (groupe BRONZEOAK PHILIPPINES) est engagée sur un projet de 3 unités, avec financement IFC/Clean Technology Fund (~ 161 M USD)

A signaler également à titre d'exemple :

- Le projet de la société britannique MACKAY GREEN ENERGY (MGE) : 3 réacteurs biomasse (32 MW) pour un montant de 100 M USD.

©2018 Business France. Tous droits réservés

Profil de l'industrie sucrière philippine 3/3

L'exportation de sucre est devenue marginale : 178 000 T en 2016 (~103 M EUR), essentiellement à destination des Etats-Unis : 166 000 T.
Les Philippines bénéficient d'un quota à l'exportation sur les Etats-Unis, somme toute modeste.

- 136 201 T
- Réalisation 2016/17 : 136 188 T
- Export additionnel 2016/17 (vers les Etats-Unis) : 56 091 T

Hors USA, les exportations sont très limitées : 34 600 T en 2016/17, avec objectif 2017/18 de 87 495 T (cible de l'ASEAN).

Les importations s'élèvent, en 2016, à 460 M EUR (~ 1,35 M T) : la Chine en fournissant 42% (sucre liquide), la Thaïlande : 26% (sucre de canne).

L'actualité porte sur les importations de sirops de fructose HFCS qui se sont développées depuis 2011 à la faveur du cours élevé du sucre sur le marché domestique. Les industriels, notamment des boissons ont trouvé cette alternative, la demande pour de tels substituts de sucre est forte.

- Droit de douane sur le sucre limité à 5% dans l'ASEAN depuis 2017 ;
- Mais de solides barrières non tarifaires ;
- Importations 2017 ~290 000 T de HFCS de Chine ;
- Courants importants d'Importation non déclarés de Thaïlande ~ plus de 100 000 T /an.

Dans ce contexte, les pouvoirs publics ont mis en place une taxe sur les boissons sucrées, laquelle vient d'être modifiée pour viser plus spécifiquement les boissons édulcorées au HFCS

- « Sweetened beverage tax » ;
- A compter de janvier 2018 : 5 PHP/L (capacité) sur les boissons sucrées avec des « purely caloric sweeteners », à l'exception du sucre de noix de coco, exempté de taxe ;
- 10 PHP/L sur les boissons sucrées au HFCS ou combinaisons contenant ce sucre.

Les industriels sont contraints, en 2018, de renoncer au HFCS.

©2018 Business France. Tous droits réservés

2.1.3 Focus céréales, meunerie et panification

La meunerie est organisée en oligopole comme bien des secteurs aux Philippines.

Secteur en expansion :

- 17 moulins dont la plupart appartenant aux leaders de l'agro-industrie des Philippines ou multinationales :
  - Regroupés au sein de PAFMIL ou de CHAMPFLOUR ;
  - Leaders : SAN MIGUEL MILLS, PHILIPPINES FOREMOST MILLING CORP., PILMICO FOODS, UNIVERSAL ROBINA ;
  - Autres : RFM, LIBERTY FLOUR MILLS, WELLINGTON FLOUR MILLS,,GENERAL MILLING CORP., PH FLOUR MILLS, MONDE NISSIN CORP…
  - Parmi les nouveaux acteurs : NEW HOPE FLOUR MILLS, AGRI-PACIFIC CORP. et MABUHAY INTERFLOUR MILL (investissement récent de CBH aux Philippines, usine de capacité de 500 T de farine/j à Subic Bay, pour un montant de 30 M USD).

- Capacité globale de plus de 5 M T de blé/an
- 2 nouveaux investissements prévus en 2018

Les Philippines ont importé 4,6 MT de blé en 2016, pour un montant record de 843 M EUR ; ***se reporter au graphique ci-après.***

- En pratique marché en partie captif : les Etats-Unis en fournissent 3 M T en 2016 ; les Etats-Unis ont en effet introduit la farine de blé aux Philippines et façonné le marché
  - Les Philippines constituent le 3ème marché pour le blé US dans le monde et le 1er pour le soft white (SW) et le hard red spring (HRS)
- Les blés de la mer Noire progressent au détriment d'un autre partenaire traditionnel, l'Australie ;
- Mais l'Australie est en voie de consolider sa position avec son investissement à Subic Bay.

©2018 Business France. Tous droits réservés

La BVP : un secteur en demande de produits meuniers

Selon la *Philippine Association of Flour Millers Inc*, la consommation nationale de farine s'élève à 84,6 M de sacs, soit 2,1 M T

- Les importations de farine s'élèvent, selon les statistiques douanières, à près de 200 000 T/an ; ***se reporter au graphique ci-après.***
- Une taxe anti-dumping frapperait la farine importée de Turquie

Le marché de la farine se répartit approximativement comme suit :

- Pains et pâtisseries ~ 50-55% du volume
- Industrie des nouilles « *noodles* » et pâtes alimentaires ~20-25%
- Industrie des biscuits et crackers ~20%
- Marché du détail et divers ~ 5%

Le secteur de la boulangerie est en plein essor

En large part dû au développement spectaculaire de la restauration.

- Les ventes sont estimées à environ 641 M EUR et 240 000 T (2015), sous toutes réserves ;
- Leader de la boulangerie industrielle : GARDENIA PHILIPPINES (groupe singapourien), suivi de GOLDILOCKS (groupe familial philippin) pour ne citer que ces 2 groupes ;
- Nombreux artisans boulangers, en zone rurale comme en zone urbaine ;
- Le petit pain local « *pan de sal* » est très populaire, consommé par tous, notamment au petit-déjeuner ;
- Le marché évolue en se diversifiant, sous l'impulsion des consommateurs des classes moyennes urbaines : pains spéciaux, pains « healthy », ...
- A noter que plusieurs spécialistes français de la boulangerie se sont implantés à Manille.

Le secteur de la pâtisserie enregistre également un fort taux de croissance.

©2018 Business France. Tous droits réservés

Quelques photos de l'offre BVP aux Philippines

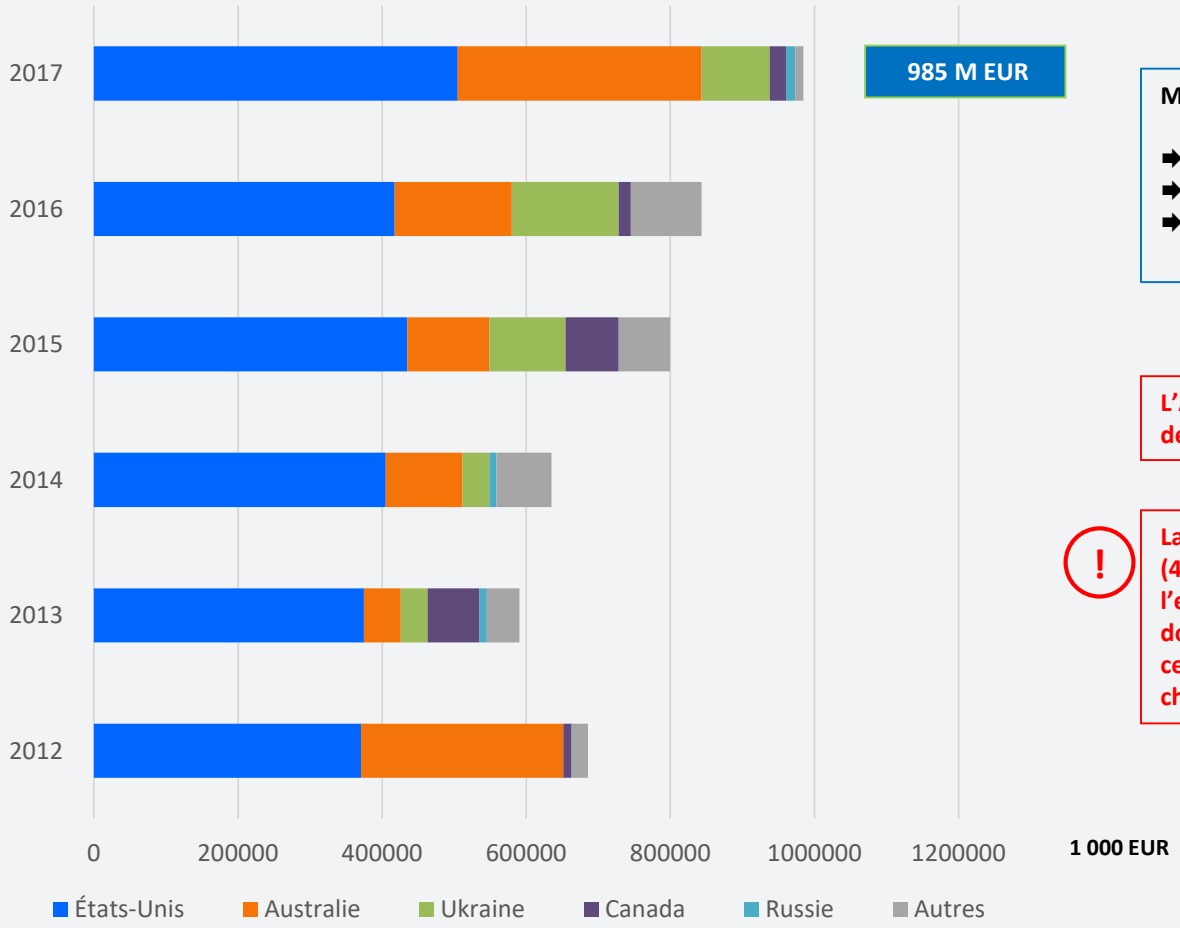
Artisan boulanger sur un marché

Artisan boulanger français sur un marché

©2018 Business France. Tous droits réservés

Le blé, besoins philippins en croissance

Evolution des importations philippines de blé
Source : GTA, selon douanes des Philippines



Marché de 5,3 M T en 2017

- **Suprématie des Etats-Unis : 2 M T**
- **Australie : 1,9 M T**
- **Ukraine : 0,6 M T**

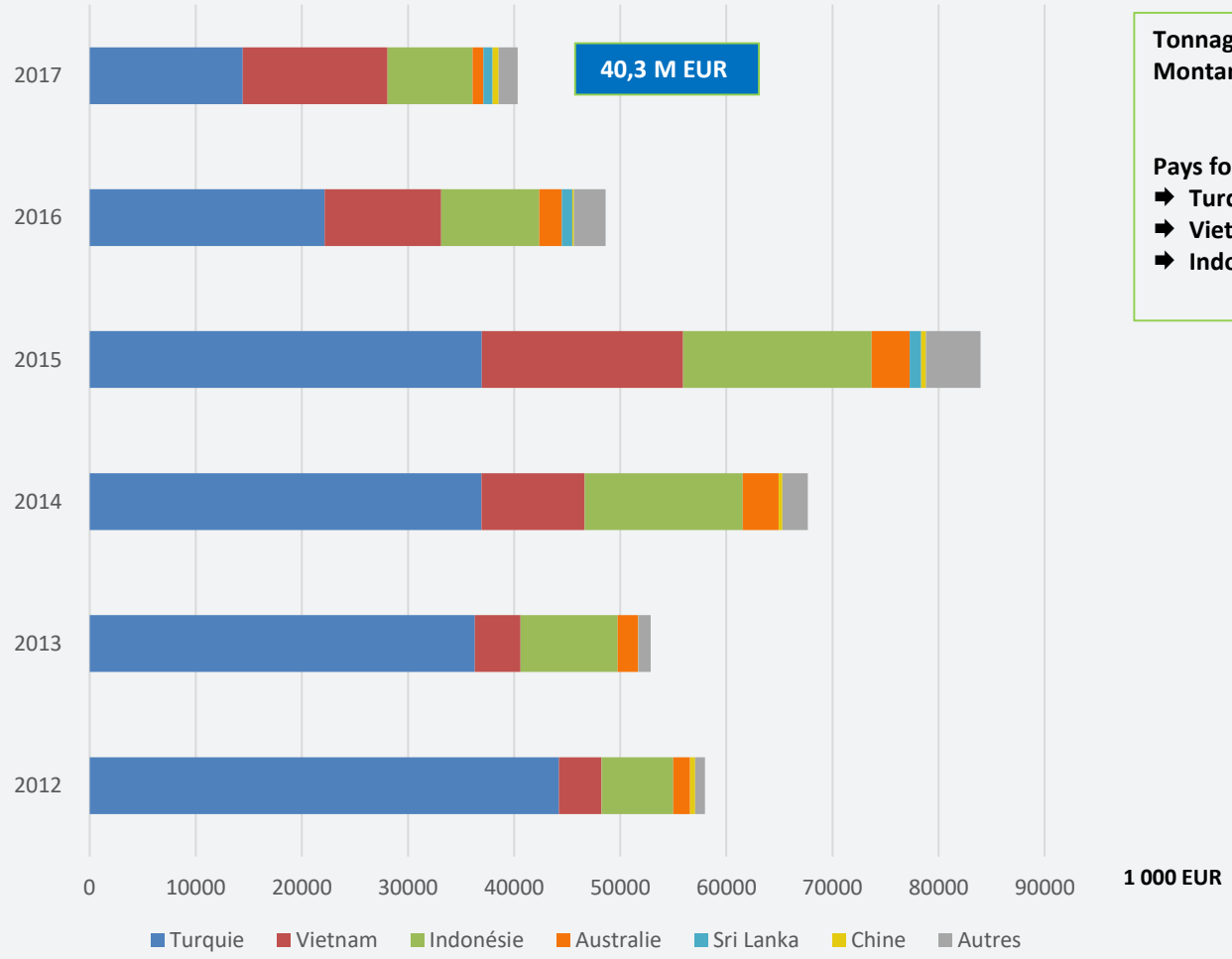
L'Australie : fournisseur traditionnel de blé fourrager

! **La France est 18ème rang en tonnage (47 000 T en 2015, mais 0 déclaré à l'export vers les Philippines par les douanes françaises en 2016 et 2017, ce qui se retrouve également dans les chiffres des douanes philippines).**

©2018 Business France. Tous droits réservés

Les farines turques sont en recul sur le marché

Evolution des importations philippines de farines de blé
(Source : COMTRADE, selon douanes philippines)



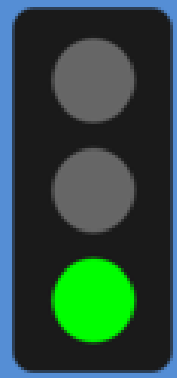
Tonnage : 155 000 T en 2017
Montant total 2016 : 40,3 M EUR

Pays fournisseurs leaders :
- **Turquie : 69 000 T**
- **Vietnam : 44 000 T**
- **Indonésie : 27 000 T**

©2018 Business France. Tous droits réservés

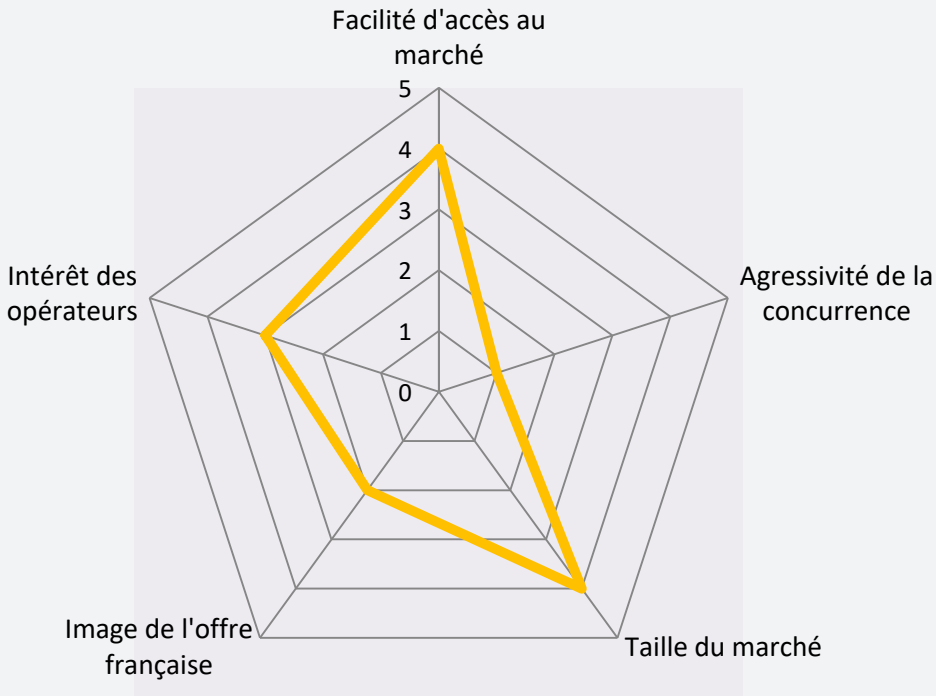
2.2 Marché foisonnant d'ingrédients

Opportunités



©2018 Business France. Tous droits réservés

Marché des ingrédients alimentaires



©2018 Business France. Tous droits réservés

SWOT matières premières et ingrédients

Forces :

- Marché ample et foisonnant.
- Enjeu important en termes d'opportunités d'affaires, et perspectives de croissance du marché.

En guise d'illustration :

- le seul marché des ingrédients laitiers, plus de 400 M EUR, sans compter les dérivés laitiers à usage non alimentaire.
- Le seul marché du blé : 1 milliard EUR.

Faiblesses :

- Marché exigeant rapidité et souplesse commerciale compte tenu de la concurrence.
- Investissements importants nécessaires avec présence, vision long terme y compris sur des créneaux de niche.

Opportunités :

- Industriels demandeurs.
- Place à conquérir sur les segments consommateurs d'ingrédients de qualité supérieure ou innovants (contexte de sophistication industrielle).

Menaces :

- Image France non établie
- Vive concurrence sur tous les segments, matières premières de base (blé, etc.), ingrédients assimilés à « commodities » (amidons, etc.) comme spécialités (arômes, etc.)

©2018 Business France. Tous droits réservés

Marché porteur mais concurrentiel

Les marché philippin est demandeur de tous types d'ingrédients mais la situation est extrêmement concurrentielle.

Cas des amidons

- Gamme diversifiée d'amidons de manioc, de maïs, de pomme de terre, de riz ;
- A considérer désormais comme des « commodities » (prix de gros ~ 45 PHP/kg, soit ~0,75 EUR) ;
- En bas de l'échelle : amidons de manioc et de maïs ;
- Meilleure image de l'amidon de pomme de terre ;
- En haut de l'échelle : l'amidon de riz de qualité appréciée (marché de niche).

Cas des arômes et colorants

- Leaders sur le marché philippin : FIRMENICH et GIVAUDAN ;
- Pour concurrencer de tels acteurs : il convient « *d'être rapide* » (réactivité, envoi d'échantillons, etc.) ;
- Marché très concurrentiel !
- Dans le cas des colorants naturels : marché encore étroit mais à potentiel ; à souligner la présence de la société danoise CHR. HANSEN, de forte notoriété.

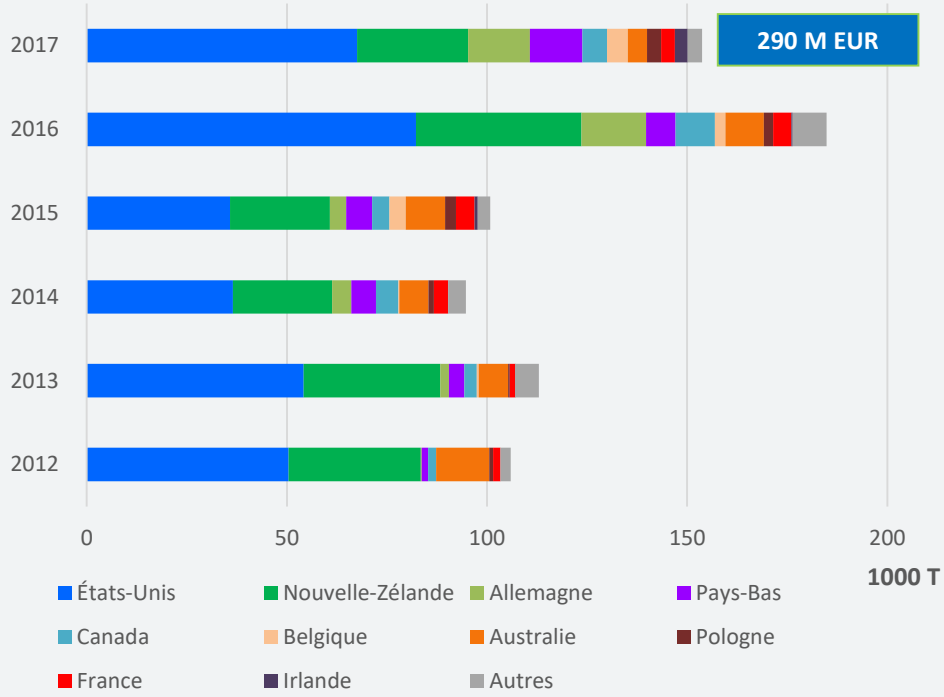
Cas du malt : ***cf graphique ci-après.***

©2018 Business France. Tous droits réservés

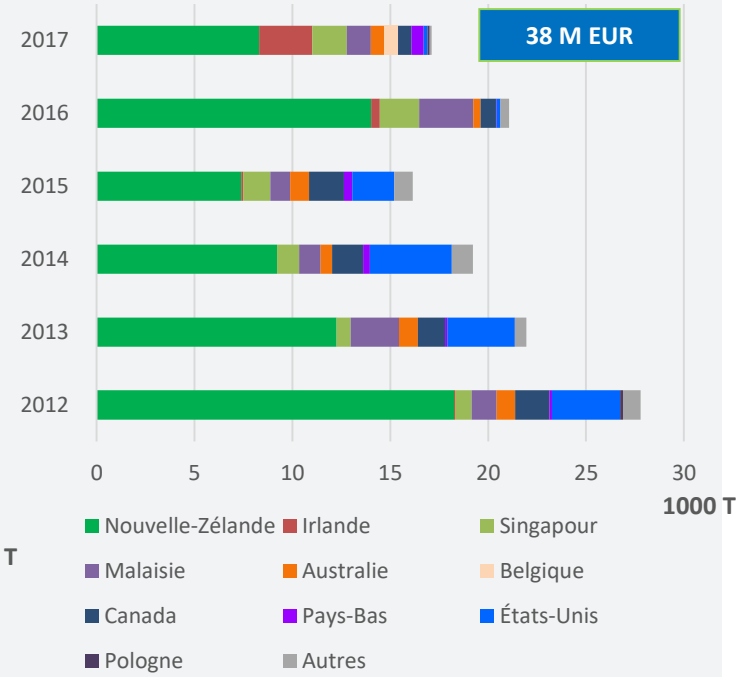
Les Etats-Unis et la Nouvelle-Zélande en tête des fournisseurs de poudres de lait

Evolution des importations philippines de poudres de lait
(Source : GTA, selon douanes des philippines)

Poudres maigres : 154 000 T en 2017



Poudres grasses : 17 000 T en 2017



Quid des laits ré-engraissés ? Dédouanement en 04 ou entrant sous d'autres tarifications ? Rubrique 190190 : près de 78 000 T en 2017 pour un montant de 76 M EUR.

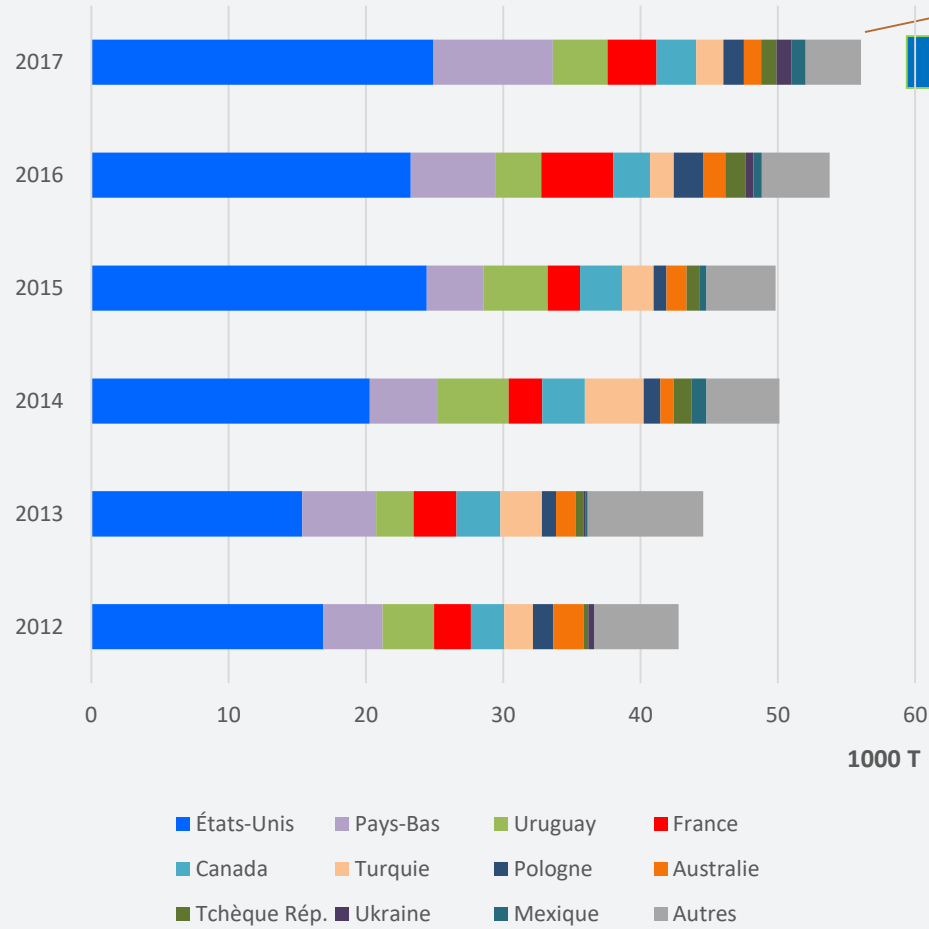
!

La France se place 9ème pour le poudres maigres avec 3 000 T.

©2018 Business France. Tous droits réservés

Le lactosérum profite d'une demande croissante

Evolution des importations philippines de lactosérum
(Source : GTA, selon douanes des philippines)



Pologne, Turquie, Australie, …

47 M EUR

Tonnage 2017 : 56 000k T

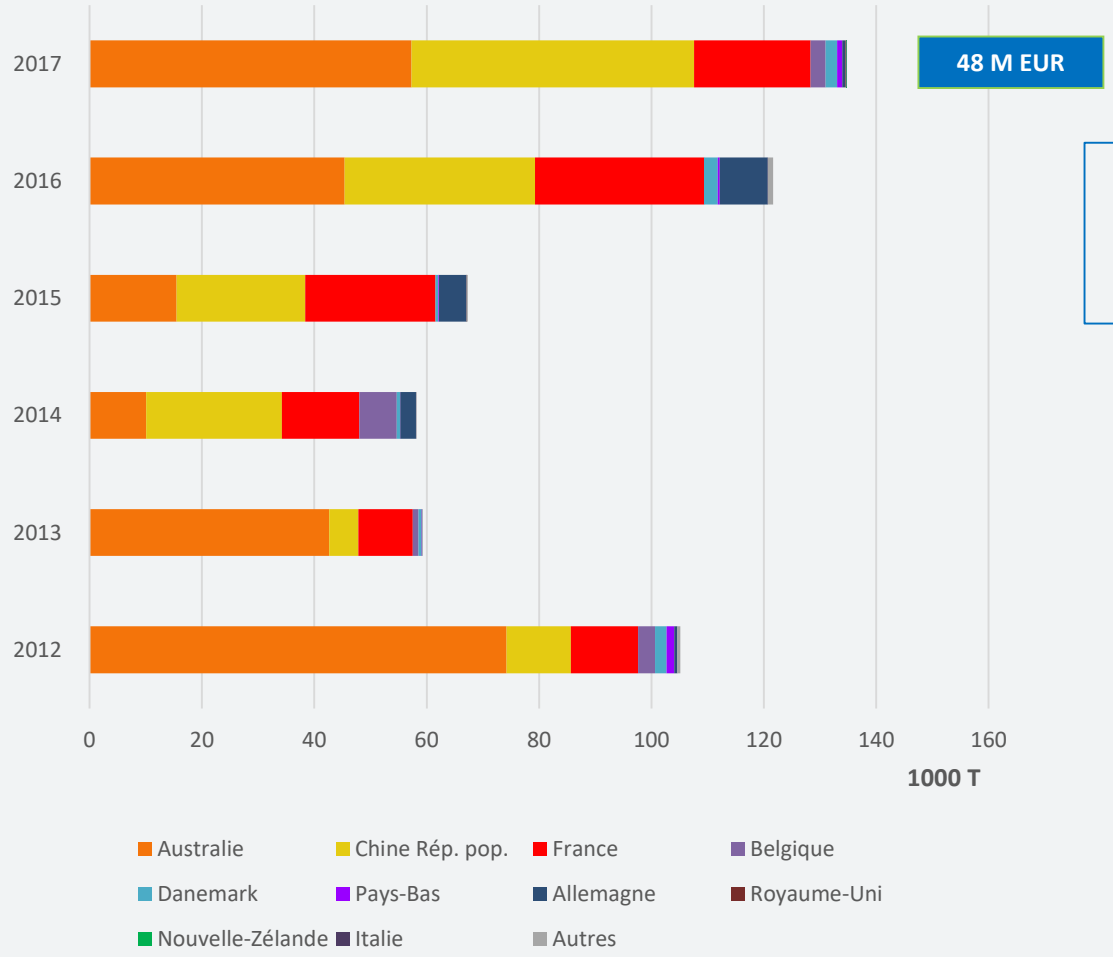
- **Etats-Unis : 25 000 T**
- **Pays-Bas : 9 000 T**
- **Uruguay : 4 000 T**

! **La France se classe en 4ème position avec 4 000 T.**

©2018 Business France. Tous droits réservés

Le malt français est apprécié

Evolution des importations philippines de malt
(Source : GTA, selon douanes des philippines)



48 M EUR

Tonnage 2017 : 135 000 T

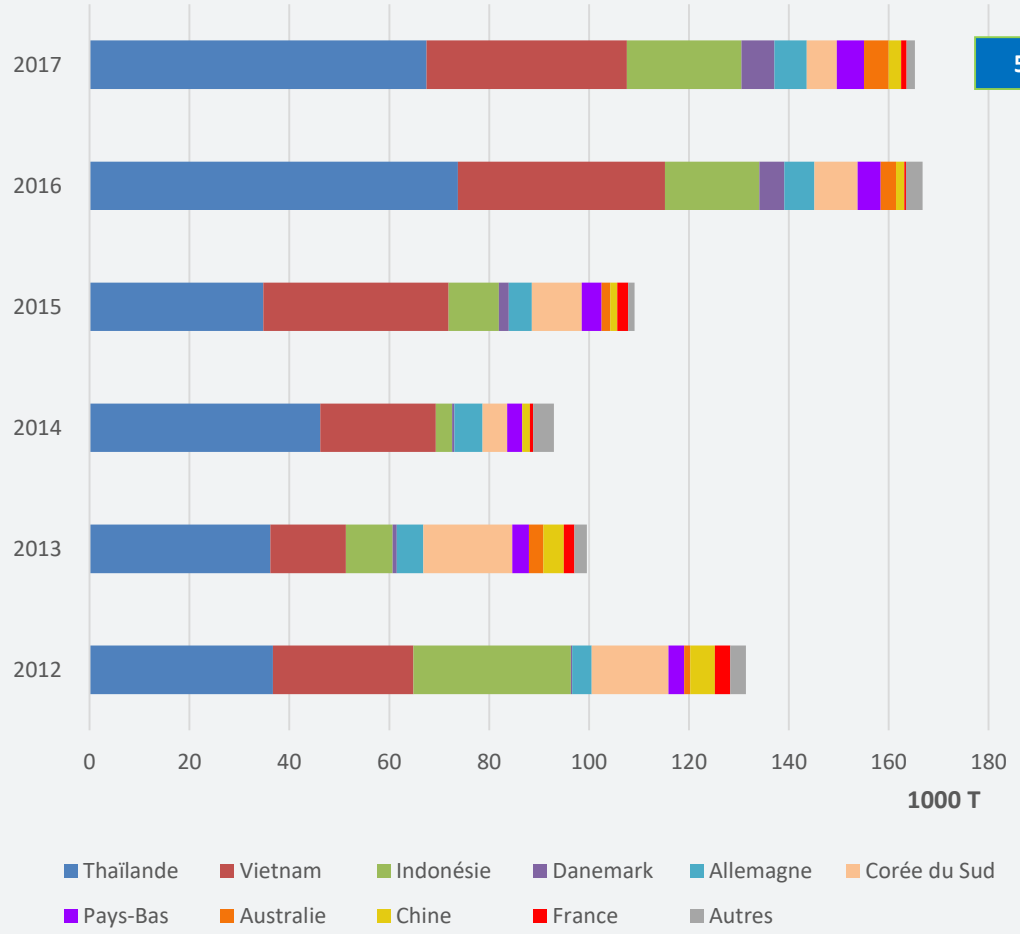
- **Australie : 57 000 T**
- **Chine : 50 000 T**
- **France : 21 000T**

! **La France remarquablement positionnée à la 3ème place.**

©2018 Business France. Tous droits réservés

Les amidons, un marché porteur investi par les fournisseurs asiatiques

Evolution des importations philippines d'amidons
(Source : GTA, selon douanes des philippines)



56 M EUR

Tonnage 2017 : 165 000 T

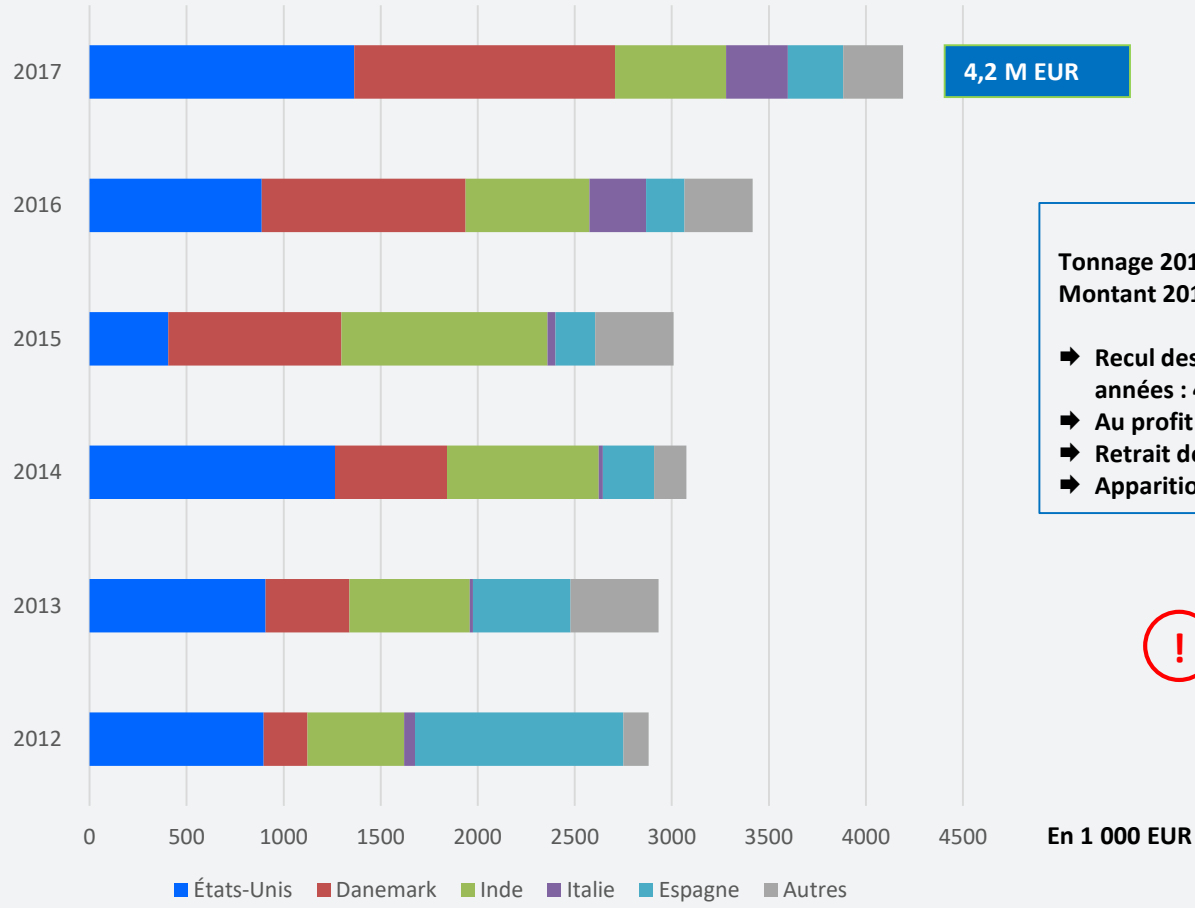
- **Thaïlande : 67 000 T**
- **Vietnam : 40 000 T**
- **Indonésie : 23 000 T**

! **La France se place en 10ème position avec 1 000 T.**

©2018 Business France. Tous droits réservés

Le Danemark progresse sur le marché des ovoproduits

Evolution des importations philippines d'ovoproduits
(Source : GTA, selon douanes des philippines)



Tonnage 2017 : 1 330 T
Montant 2017 : 4,2 M EUR

- **Recul des Etats-Unis sur les 6 dernières années : 467 T**
- **Au profit du Danemark : 298 T**
- **Retrait de l'Espagne : 131 T**
- **Apparition de l'Italie : 178 T**

! **La France au 6ème rang des fournisseurs, 45 T seulement en 2017.**

©2018 Business France. Tous droits réservés

3. Opportunités offertes par le marché des produits de consommation

3.1 Distribution alimentaire moderne oligopolistique

©2018 Business France. Tous droits réservés

Les acteurs de la distribution alimentaire aux Philippines

Le marché philippin des produits alimentaires est en mutation (évolution des habitudes alimentaires) et porteur (croissance démographique et élévation du pouvoir d'achat dans certaines grandes agglomérations, en premier lieu conurbation de Manille).

Les Philippines aspirent à prendre la 5ème place au classement des marchés asiatiques en termes de commerce de détail des produits alimentaires à l'horizon 2021, derrière la Chine, l'Inde , le Japon et l'Indonésie.

Selon IGD Asian Pacific Program :

- Marché philippin estimé à 96 milliards USD en 2016 ("grocery retail") ; prévisions de 150 milliards en 2021 ;
- Ceci suppose une croissance annuelle de 9,3% de 2016 à 2021 ;

La distribution pourrait atteindre 20% du PIB à l'horizon 2025 (PWC).

Selon un récent rapport de NIELSEN, les produits alimentaires constituent 41,5% des dépenses des ménages philippins, et les boissons alcoolisées 1,4% (+5% 2016/2015).

La distribution moderne n'assure que 20-30% des ventes de produits alimentaires

- Distribution moderne ~20-30% du marché des produits alimentaires ;
- Distribution traditionnelle : marchés « wet markets » sur lesquels se fournissent les foyers, toutes classes confondues, et également les grands consommateurs, épiceries « sari sari », kiosques et vendeurs de rue.

Il est difficile d'obtenir des données précises des opérateurs philippins. Mais ce qui apparaît nettement est une très forte concentration de la distribution moderne entre les mains de quelques groupes philippins, tous multi-formats ; au rang de leaders :

- SM : famille Sy
- PUREGOLD : famille
- ROBINSON'S : famille

Les fusions acquisitions vont bon train au profit des leaders ; quelques exemples :

- Alliance stratégique entre le n°1, SM, et le n°4, WALTER MART ; acquisition par SM de la chaîne CHERRY FOOD ARAMARA ;
- Acquisitions par ROBINSON'S d'enseignes en drugstore, fashion & beauty, etc.
- Acquisition par PUREGOLD de S&R (membership Shopping) et de PARCO.

Quant au secteur C&C : le leader serait SUY SING ; les enseignes étrangères SHV MAKRO et PRICESMART ont été rachetées par des groupes locaux.

©2018 Business France. Tous droits réservés

Les groupes de distribution étrangers longtemps privés d'accès au marché

Force est de constater que les groupes de distribution étrangers sont restés discrets, bridés dans leurs aspirations par une réglementation les privant, en pratique, d'accès au marché.

Cela pourrait changer dans la mesure où l'administration Duterte s'est prononcée en faveur d'une ouverture aux investissements étrangers, y compris dans les secteurs faisant l'objet de lois spécifiques restrictives comme celui de la distribution de détail.

- Il pourrait être mis un terme à la disposition de l'Act 8762 sur la distribution de détail fixant à 2,5 M USD le capital minimum apporté par l'investisseur étranger pour le faire passer à 200 000 USD.

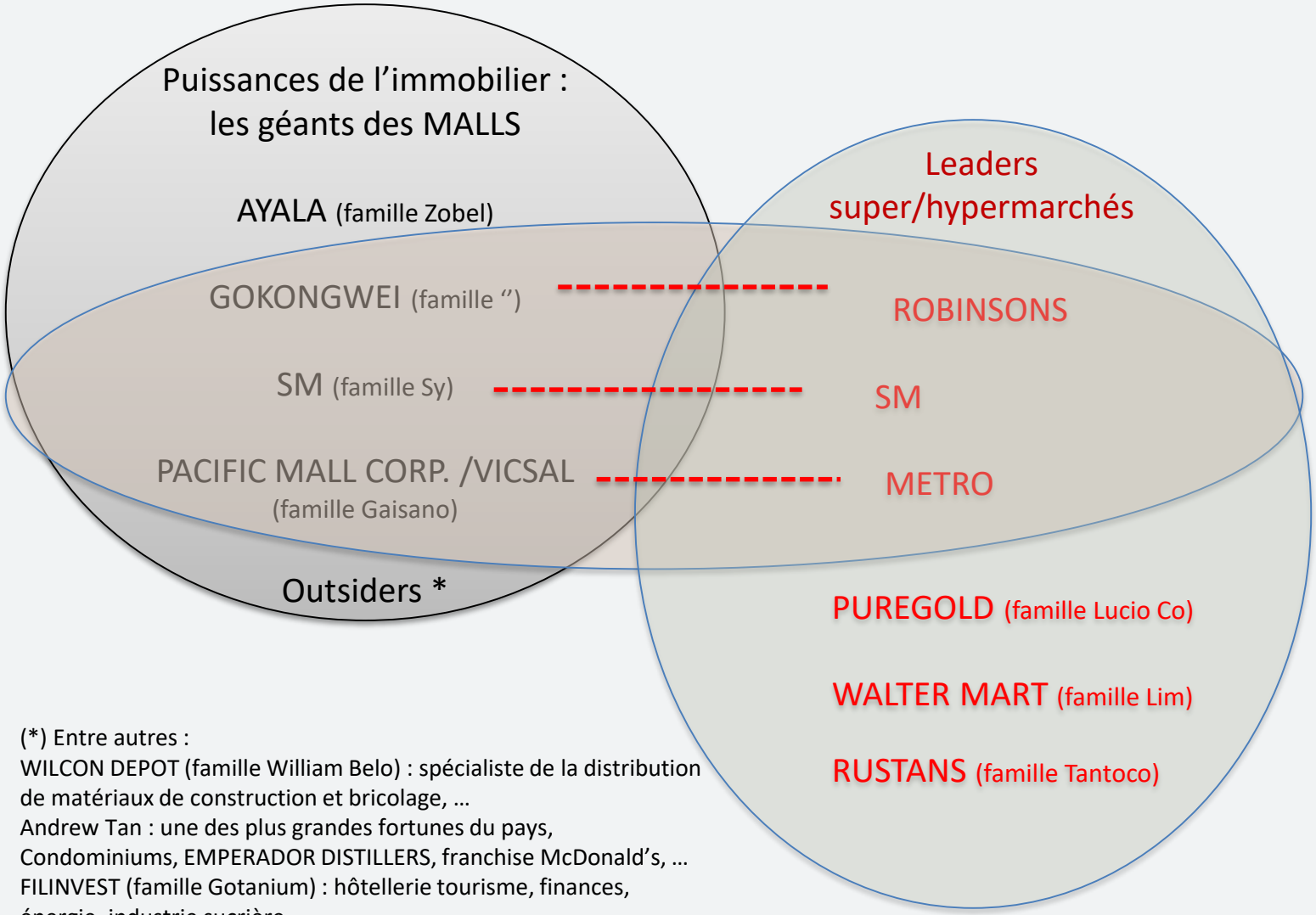
Les groupes sur le seuil du marché :

- **Considérant le marché philippin comme stratégique, les groupes japonais sont présents via des alliances sur le segment appelé à une forte expansion, celui des « convenience stores » ; citons :**
- JV PUREGOLD / LAWSON : PG Lawson Company ;
- Partenariat AYALA / FAMILY MART(groupe ITOCHU) ;
- ROBINSONS RETAIL HOLDINGS (groupe GOKONGWEI) / MINISTOP (groupe AEON) ;
- PRESIDENT CHAIN STORES (groupe taïwanais UNI-PRESIDENT) : gestion de la licence de l'américano-japonaise 7-ELEVEN.
- Des marques de distributeurs sont présentes avec des gammes limitées :
- « *Casino* » et « *Waitrose* » chez RUSTANS ;
- « *Tesco* » chez SM (principalement boissons, snacks, sauces, condiments, céréales pour petit-déjeuner) ;
- Plusieurs groupes étrangers entrés sur le marché dans les années 90 à la faveur d'un assouplissement de la réglementation sur les FDI ont échoué :
- C'est le cas du néerlandais SHV MAKRO, racheté par le n°1 de la distribution, SM ;
- Et de WAL-MART racheté par le n°2 de la distribution, PUREGOLD.

Il convient de noter la présence en force de groupes immobiliers dans la distribution. ***Cf graphique page suivante.***

©2018 Business France. Tous droits réservés

Positionnement des leaders de la distribution



(*) Entre autres :
WILCON DEPOT (famille William Belo) : spécialiste de la distribution de matériaux de construction et bricolage, …
Andrew Tan : une des plus grandes fortunes du pays, Condominiums, EMPERADOR DISTILLERS, franchise McDonald's, …
FILINVEST (famille Gotanium) : hôtellerie tourisme, finances, énergie, industrie sucrière, …

©2018 Business France. Tous droits réservés

Constats relatifs à la distribution philippine

A l'unanimité des acteurs interrogés : le pôle de consommation de Metro Manilla est à lui seul un marché, voire le marché.

La conurbation de Manille compte près de 15-20 M d'habitants auxquels s'ajoute 10 M de consommateurs qui viennent chaque jour travailler à Manille.

- Consommateurs à pouvoir d'achat mais manquant de temps (déplacements souvent très longs entre le domicile et le lieu de travail) ;
- Essor spectaculaire des IT-BPO, services internationaux « *call-centers* » en zone urbaine, ouverts 24h/24 : travailleurs jeunes disposant de revenus, aspirant à des services particuliers (notamment pour leurs achats de produits alimentaires et restauration).

Les classes de consommateurs moyennes et supérieures représenteraient 9 % de la population totale.

Culture du snack ! Le marché des *convenience foods* (tous repas de la journée) est par conséquent appelé à une très forte expansion.

Une tendance naturellement en faveur des produits préemballés et boissons en rations individuelles.

- Expansion des chaînes de « *convenience stores* » : qui pourrait se faire au détriment des épiceries traditionnelles « sari-sari » ; à noter en guise d'exemple l'implantation de la franchise « Family Mart » (chaîne japonaise) ;
- Le commerce en ligne, encore embryonnaire, devrait se développer :
  - Avec engagement des leaders de la distribution ;
  - Et de nouveaux acteurs spécialisés.

A noter l'implantation d'un spécialiste étranger depuis 2012 : LAZADA compterait près de 6 M de clients fidélisés (sous toutes réserves)

Autre caractéristique sur laquelle insister : à l'instar du marché japonais, les produits alimentaires occupent une place de choix sur le marché des cadeaux d'entreprise.

- Marché de grande amplitude ;
- Marché porteur pour des produits du terroir français : pâtés, conserves diverses, biscuits, etc.

Le marché des produits alimentaires est en vive expansion offrant des perspectives aux exportateurs français, tant en produits préemballés que produits frais.

- Les consommateurs philippins voyagent, sont curieux ;
- Ils aspirent à une alimentation plus saine, des aliments diététiques, voire même « bio ».

©2018 Business France. Tous droits réservés

La distribution spécialisée se développe 1/2

Un nombre encore limité de détaillants spécialisés dans la distribution de produits gourmet mais un segment émergent.

Ces boutiques s'adressent tant aux ménages aisés, grands consommateurs tels qu'ambassades, qu'à la restauration.

- BACCHUS WORLD : initialement focalisé dans l'importation distribution de vins et spiritueux ;
- Le groupe développe une offre de produits gourmet (entre autres : café *Lavazza*, thés *Compagnie Coloniale*, pâtes *De Cecco*, conserves de foie gras *Labeyrie*, salamis Citterio, prosciutto *Fratelli Galloni*, mozzarella *Euro Pomella*, farines à pizza *Caputo*, … ; également viandes des Etats-Unis *American Foods*) ;
- Produits italiens à plus de 80% ;
- Famille sino-philippine.
- SÄNTIS DELI ; vins (diverses origines), produits laitiers australiens, italiens, néerlandais, français, suisses, britanniques, …), produits d'épicerie sèche (de diverses origines), viandes et charcuterie, fruits et légumes (gamme congelée) ;
- Plusieurs magasins avec, pour cible, les expatriés, classes aisées et restaurateurs ;
- Plusieurs sociétés sœurs dans le groupe WERDENBERG INTERNATIONAL CORPORATION : EURO-SWISS FOOD (atelier de production de charcuterie suisse) et plusieurs restaurants (CHESA BIANCA SWISS RESTAURANT, CARPACCIO RISTORANTE ITALIANO, I'M ANGUS STEAK HOUSE, CAVE WERDENBERG WINE BAR.
- DPO NON IMPORTATEUR NON DETAILLANT
- CLASSIC FINE FOODS : multinationale implantée dans divers pays d'Asie, Philippines notamment, avec bureau à Rungis ; spécialiste, entre autres, de produits d'épicerie fine et produits gourmet frais ou congelés. NON DETAILLANT !!!!!
- CHEF SELECTION : portefeuille constitué de producteurs artisanaux français, avec groupage organisé à Rungis ;
- Société également engagée dans l'importation distribution de vins SOMMELIER SELECTION ;
- Société vecteur de produits du terroir français !
- EPICURIUS : boutique offrant produits gourmet d'importation et locaux ;
- Activité traiteur avec vente de plats préparés et snacks préparés in-house
- CRAVING'S GROUP : outre EPICURIUS, Cravings' Group's culinary school, CCA.

Autre établissement ouvert récemment par un expatrié français : L'Epicerie Gourmande au sein du FESTIVAL MALL ~ restaurant/bar à vin, avec gamme de produits français au détail (vins, épicerie sèche, produits frais, charcuterie, etc.).

©2018 Business France. Tous droits réservés

La distribution spécialisée se développe 2/2

Dans le domaine des produits « bio » véritables, HEALTHY OPTIONS est incontournable, en situation de quasi-monopole.

- HEALTHY OPTIONS : offre de produits importés des Etats-Unis, épicerie sèche comme compléments alimentaires.
- De réelles perspectives sur ce créneau, pour une gamme diversifiée de produits diététiques, produits bio véritables, produits sans gluten, etc.
- Opportunité d'implantation d'un spécialiste de la distribution de détail pour de tels produits

Le commerce alimentaire en ligne se développe

- Outre LAZADA Philippines (groupe actif dans plusieurs pays d'Asie ; accord stratégique signé avec SM INVESTMENT), WALTERMART, ….
- Intérêt évident des groupes de distribution

©2018 Business France. Tous droits réservés

Exporter aux Philippines demande de la patience

Les importations de produits alimentaires sont soumises à des procédures qui peuvent s'avérer longues et laborieuses.

En prenant pour référence le système vietnamien où il existe une procédure rigide mais qu'il suffit de suivre, en respectant un ordre logique optimal pour s'affranchir de tout écueil et (ou) délai supplémentaire, aux Philippines, à la procédure rigide s'ajoute une lenteur à la prise de décision.

Le partenaire philippin a un rôle fondamental pour déjouer les contretemps.

L'enregistrement d'un produit auprès de la FDA demande de 3 à 4 mois, voire davantage. Il convient de l'initier dès la phase de négociation avec l'importateur.

La liste positive est en pratique la règle aux Philippines, tout ce qui n'est pas autorisé est interdit.

Mais il existe de toute évidence des voies de contournement de ces interdictions.

Compte tenu du mode de fonctionnement philippin et la prise de décision souvent longue :

- Présence et lobbying aux Philippines ; le représentant local a un rôle décisif de par son réseau pour pallier les difficultés et retards éventuels en matière d'homologation des produits notamment ;
- Invitation d'acheteurs en France :
- En guise d'exemple, selon enquête, les importateurs philippins se voient proposer régulièrement des fournisseurs espagnols potentiels (charcuterie, viandes, vins, fromages, huile d'olive, etc.) des invitations en Espagne, tous frais payés

A noter, dans le secteur des produits gourmet, la forte agressivité espagnole : pas uniquement vins, viandes et charcuterie, fromages, huile d'olive.

Attention à la perception a priori des produits alimentaires français : « de qualité excessive pour le marché », « réservés à des marchés de niche ».

Le marché est porteur et « ouvert », il convient de ne pas renoncer a priori. Communiquer, collaborer étroitement avec le distributeur.

Les pouvoirs publics français s'emploient à ouvrir le marché : cas par exemple du dossier sensible des produits de volaille.

- Dans un contexte de reconnaissance, au niveau technique, du principe de la régionalisation ;
- Mais attente de décision ministérielle.

©2018 Business France. Tous droits réservés

Les organismes régulateurs des importations

Department of Agriculture
BUREAU OF PLANT INDUSTRY
(Kawanihan ng Paghahalaman)

Republic of the Philippines
Department of Agriculture
BUREAU OF ANIMAL INDUSTRY

Republic of the Philippines
Food and Drug Administration
Civic Drive, Filinvest Corporate City
Alabang, Muntinlupa City

Agences

- FDA : produits transformés, produits alimentaires préemballés (industriels, importateurs, exportateurs, distributeurs)
- BPI : fruits et légumes frais + intrants agricoles
- BAI : viandes et viandes transformées + santé animale

Liste positive

- Dans le cas des viandes : uniquement en provenance d'abattoirs et établissements accrédités par DoA

Permis importation

- Importations soumises à licences ou autorisations à l'importation

Certificateurs

- BAI : certificats de quarantaine (VQC)
- BPI : permis à l'importation (IP)
- FDA : License d'importation et (ou) certificat d'enregistrement du produit (CPR), renouvelable

©2018 Business France. Tous droits réservés

3.2 Expansion spectaculaire de l'hôtellerie restauration

©2018 Business France. Tous droits réservés

La Restauration-Hôtellerie-Food service en croissance spectaculaire

Le secteur du *foodservice* aux Philippines croit au rythme annuel de près de 15-20%. Il est attribué à ce secteur un CA de l'ordre de 7 milliards USD.

- Il est couramment admis que les Philippins des classes moyennes et plus aisées consacrent 10% minimum de leurs revenus pour la restauration hors foyer ;

- **Fastfood** : les burgers ont la préférence des consommateurs, devant les fastfood de produits de volaille et le secteur des glaces.
  - JOLLIBEE : n°1
  - MCDONALD'S: N°2
  - CHOWKING (N°3), MANG INASAL (N°4) et GREENWICH (N°5).

- **Full service restaurants**
  - Parmi les chaînes leaders : MAX'S, PIZZA HUT, SHAKEY'S, KENNY ROGERS ROASTERS et PANCAKE HOUSE

- **Cafes/bars**
  - STARBUCKS largement en tête, FIGARO COFFEE, THE COFFEE BEAN, …

- **Street stalls/kiosks**
  - Chaînes leaders : MISTER DONUTS, DUNKIN' DONUTS, …

- **Take-away**
  - CHOOKS TO GO, ANDOK'S, PIZZA HUT, LOTS'A PIZZA, …

Sur ce marché foisonnant et évolutif, des opportunités pour des franchises françaises ne doivent pas être écartées.

©2018 Business France. Tous droits réservés

La restauration se diversifie et ouvre des opportunités pour les ingrédients, produits innovants, sains… 1/2

Phénomène intéressant à signaler : l'essor d'enseignes de restauration mettant en valeur une cuisine saine, diététique.

Deux exemples innovants à signaler :

- WILDFLOUR (CAFE & BAKERY) : chaîne fondée par un couple américano- philippin, restaurateurs en Californie. Parmi leurs projets, la création d'une chaîne de boulangerie ;
- WHOLESOME TABLE : encore peu d'établissements mais société indépendante appelée à une forte expansion du fait de son succès et de son dynamisme. ***Cf page suivante.***

Volume de consommation important de pain et pâtisserie en restauration

Marché porteur pour des farines spécifiques

Parmi les groupes d'envergure au développement spectaculaire :

- **MOMENT GROUP** : puissant groupe de restauration détenteur d'une dizaine d'enseignes diversifiées et appelé à un fort développement ; ***cf page suivante ;***
- **GLOBAL RESTAURANT CONCEPT** : licence d'un nombre impressionnant d'enseignes de restauration depuis ses débuts en 1998, telles que CALIFORNIA PIZZA KITCHEN (USA), MORELLI'S (R. Uni), GYU-KAKU (cuisine fusion japonaise/coréenne), et IHOP (International House of Pancakes - USA) ;
- **RAINTREE GROUP** : MUSEUM CAFÉ, KABILA, CHELSEA KITCHEN, TERRAZ BISTRO, SABOTEN, SIMPLE LANG, CHOTTO MATTE, PROVIDORE, CHA CHA'S, FRIENDS & FAMILY, COCONUT CLUB, …
- **BISTRO GROUP** dont le fondateur, Jack Rodriguez Sr., n'est autre que le père du fondateur de GLOBAL RESTAURANT CONCEPT. Il s'agit d'un groupe majeur détenteur de nombreuses franchises, entre autres : TGI FRIDAYS et BAKER & COOK (pâtisserie confiserie Singapour).

BISTRO GROUP

©2018 Business France. Tous droits réservés

La restauration se diversifie et ouvre des opportunités pour les ingrédients, produits innovants, sains… 2/2

La restauration hors foyer est un secteur des plus dynamiques, et particulièrement étoffé, en termes de concepts comme de gamme.

Les investisseurs font preuve d'une grande créativité.

C'est un secteur des plus porteurs pour une offre variée de matières premières.

En restauration haut de gamme, les Chefs ont une bonne connaissance des prix :

- Prix élevés acceptés pour des ingrédients sous marque de haute qualité ;
- En revanche marché concurrentiel pour des ingrédients consommés sur une base régulière, en gamme intermédiaire.

Ils se fournissent en produits d'importation auprès d'importateurs distributeurs spécialisés dans les produits gourmet.

A noter que les produits pré-transformés relèvent de la FDA en ce qui concerne la procédure d'enregistrement.

Essor de la restauration à Manille depuis 5 ans

Percée de la cuisine espagnole
Evènement annuel MADRID FUSION depuis 2015

Marché « volatile », emporté par les tendances

Opportunité pour la tradition culinaire française

Essor du tourisme et de l'hôtellerie en général

©2018 Business France. Tous droits réservés

Zoom sur un acteur : Wholesome Table

Exemple d'enseigne indépendante à succès : WHOLESOME TABLE

Concept « *Organic* », en privilégiant, dans la mesure du possible, des ingrédients locaux

Viande de bovins élevés à l'herbe, sans usage d'hormones et antibiotiques
Volaille et œufs de production locale « free range »
Poissons sauvages
Pas de sirop de fructose, ni sucres raffinés, ni acides gras trans

EAT CONSCIOUSLY
LIVE CONSCIOUSLY

IN THIS LIFETIME YOU WILL ONLY HAVE ONE BODY; AND IF YOU ARE WHAT YOU EAT, THEN EAT RIGHT AND EAT WELL.

THE WHOLESOME TABLE IS HERE TO HELP YOU DO EXACTLY THAT.

WHENEVER POSSIBLE, WE SOURCE OUR INGREDIENTS FROM LOCAL FARMS BECAUSE NOT ONLY ARE OUR FARMERS AWESOME, THEY ARE ALSO DOING THINGS THE RIGHT WAY AND THEY DESERVE OUR SUPPORT. WE HELP THEM BY CREATING A MARKET FOR THEIR PRODUCTS. YOU HELP THEM WHEN YOU EAT HERE.

NOBODY WANTS TO EAT ANYTHING TOXIC, SO WE DON'T USE IT IN OUR FOOD.

WE LOVE WORDS LIKE:
ANTIBIOTIC-FREE, NITRATE-FREE, UNPROCESSED, RAW, FRESH, ORGANIC, COLD-PRESSED, AND SUPERFOOD.
(THAT'S WHY WE'RE WHOLESOME...)

WE ENJOY BEING KIND TO THE EARTH

SO MOST OF OUR FOOD GOES STRAIGHT FROM THE FARM TO YOUR PLATE, TO YOUR HAPPY BELLY.

AND SPEAKING OF HAPPY... WE LIKE THE BEEF WE SERVE TO COME FROM HAPPY COWS. COWS THAT GET TO MOVE AROUND, GRAZE ON FIELDS AND EAT GRASS, LIKE THEY ARE MEANT TO DO. AND THE PIGS WE GET HAVE SPACE TO WIGGLE; AND THE CHICKENS GET TO FLAP THEIR WINGS AND FORAGE ON THE EARTH.

IF THAT'S WHAT YOU THOUGHT YOU WERE EATING ALL ALONG, ASK QUESTIONS. WHAT YOU FIND OUT MAY SURPRISE YOU.

OUR GOAL IS TO BUILD A HEALTHY FOOD CULTURE

WHERE PEOPLE CAN BEGIN TO MAKE INFORMED DECISIONS ABOUT THE FOOD THEY EAT AND TAKE CHARGE OF THEIR HEALTH, BY EDUCATING THEM ABOUT NATURAL, ORGANIC FOOD, NUTRITION, AND THE ENVIRONMENT. AFTER ALL, IT IS ONE OF THE FEW THINGS IN LIFE THAT THEY CAN CONTROL.

WE START WITH ALL OUR TEAM MEMBERS, BECAUSE WE UNDERSTAND THAT OUR KNOWLEDGE AND COLLECTIVE ENERGY WILL IMPACT OUR SUCCESS. WE STRIVE TO CREATE A DYNAMIC WORK ENVIRONMENT WHERE WE CAN CONSTANTLY LEARN AND FLOURISH.

WE BELIEVE IN GOING BACK TO BASICS

IN PREPARING THE KIND OF COMFORT FOOD THAT YOU'RE USED TO EATING, EXCEPT WE MAKE THEM WITH HEALTHIER INGREDIENTS.

ALWAYS WITH LOVE AND GOOD INTENTIONS.

WE BELIEVE IN EATING REAL, ORGANIC FOOD THAT NOURISHES AND RESTORES YOU.

ONCE YOUR BODY GETS USED TO EATING THIS WAY, YOU WILL LOVE IT TOO.

WE ALSO BELIEVE THAT THIS IS NOT A TREND, NOR SHOULD IT EVER BE. THIS IS A LIFESTYLE, A CONSCIOUS LIFESTYLE THAT WILL INEVITABLY INSPIRE CHANGE IN THE WAY YOU LIVE, WITH EVERY PLATE YOU HAVE.

MAKE IT YOURS AT...

THE WHOLESOME TABLE

FB + IG: THEWHOLESOMETABLE
TWITTER: WHOLESOMEPH

#BE_WHOLESOME

thewholesometable.com

©2018 Business France. Tous droits réservés

En illustration de la RHF aux Philippines

Restauration

Restaurants de type familial, à concept : « green », « santé », « ethnique »…

Restaurants de haut de gamme

Fast food et vente à emporter

Restauration en Mall, tous types

©2018 Business France. Tous droits réservés

Zoom sur un acteur : TMG

Essor spectaculaire du THE MOMENT GROUP (TMG) depuis sa fondation en 2012

Croissance annuelle de 60%

Fin 2017 : 27 restaurants selon 10 concepts

Positionnement « premium casual » (environ 500 PHP/repas)

Gamme diversifiée d'enseignes

Burgers
Cuisine des Philippines
Cuisines japonaise, chinoise, vietnamienne
Cuisine italienne pasta et pizzas home made d'inspiration new-yorkaise

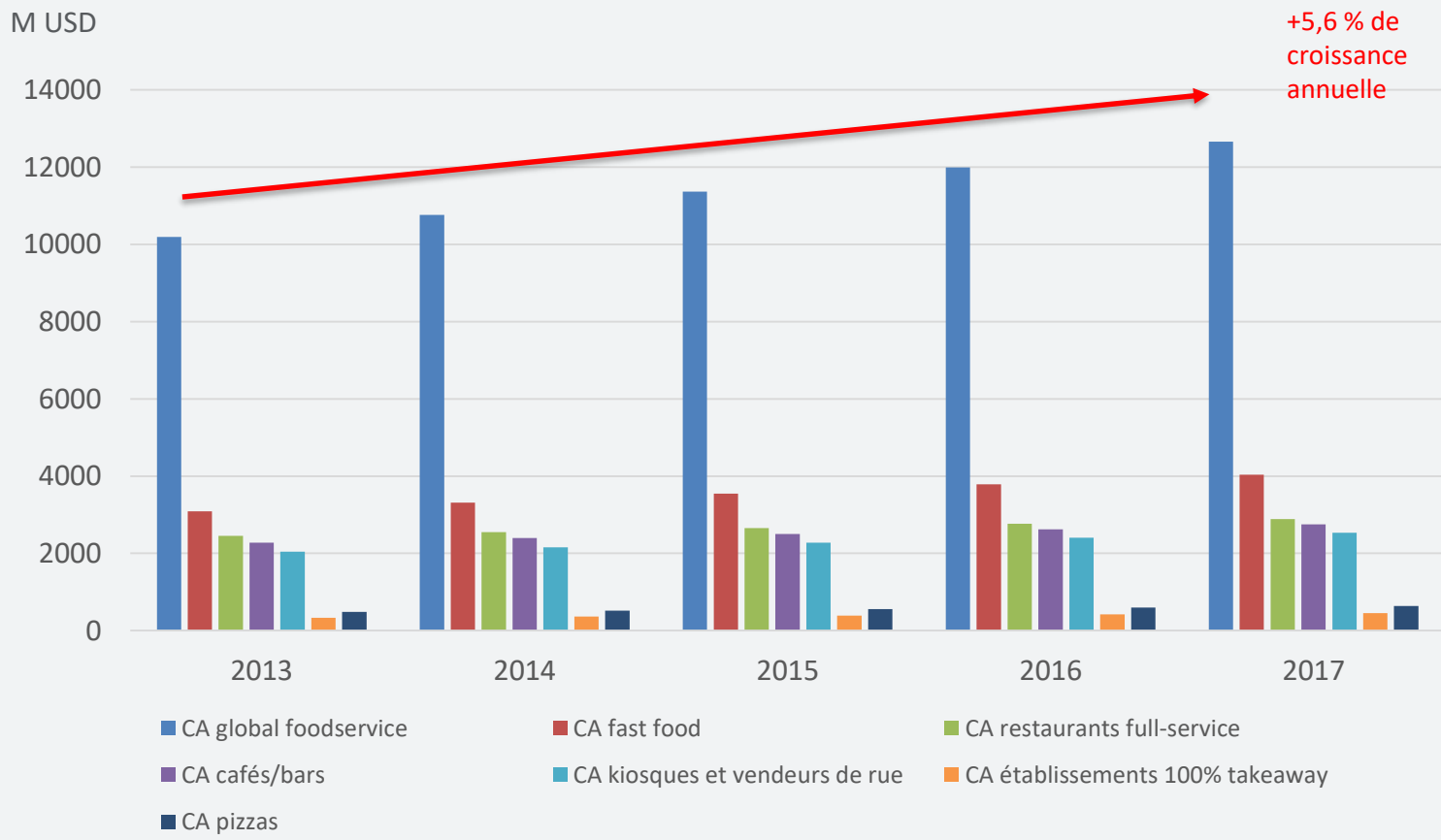
Bar à « noodles »

Bar à vins et spiritueux

©2018 Business France. Tous droits réservés

Le *foodservice* en plein essor

Evolution du marché philippin du « *foodservice* »



Selon données EUROMONITOR 2014

©2018 Business France. Tous droits réservés

Les instituts et écoles culinaires offrent une belle vitrine au savoir-faire français

INSTITUT DUCASSE

Partenariat DUCASSE / ENDERUN COLLEGE depuis près de 10 ans
Sur le campus (Manille) :
- 5 cuisines
- 1 laboratoire de pâtisserie
- 1 restaurant d'application
~ 400 étudiants

Ecole hôtelière VATEL

HOTEL & TOURISM BUSINESS SCHOOL
Ecole hôtelière VATEL (Angelo King International Center)
Sur le campus (Manille) :
- 46 chambres
- 1 salle de banquet
- Plusieurs restaurants et cuisines

PAUL BOCUSE

DUSIT HOSPITALITY MANAGEMENT COLLEGE (DHMC) : école hôtelière de 125 chambres, …
- Programmes certifiés par l'Ecole Hôtelière de Lausanne
- Programmes conçus en collaboration avec l'Institut Paul Bocuse.

ICDE (ESCOFFIER)

CENTER FOR CULINARY ARTS MANILA
- Partenariat Institut Culinaire Disciples Escoffier ICDE / CRAVINGS Group
- Pionnier de son domaine à Manille (1996)

Appui potentiel à toute action de promotion des produits français

Pour mémoire :

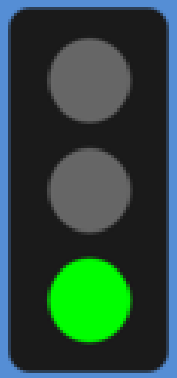
ACADEMY FOR INTERNATONAL CULINARY ARTS (AICA) :
Ecole de réputation, cursus polyvalent, d'inspiration américaine

GLOBAL ACADEMY :
Diplômes en cuisine, boulangerie, pâtisserie

Partenariats (fournisseurs d'ingrédients, savoir faire)

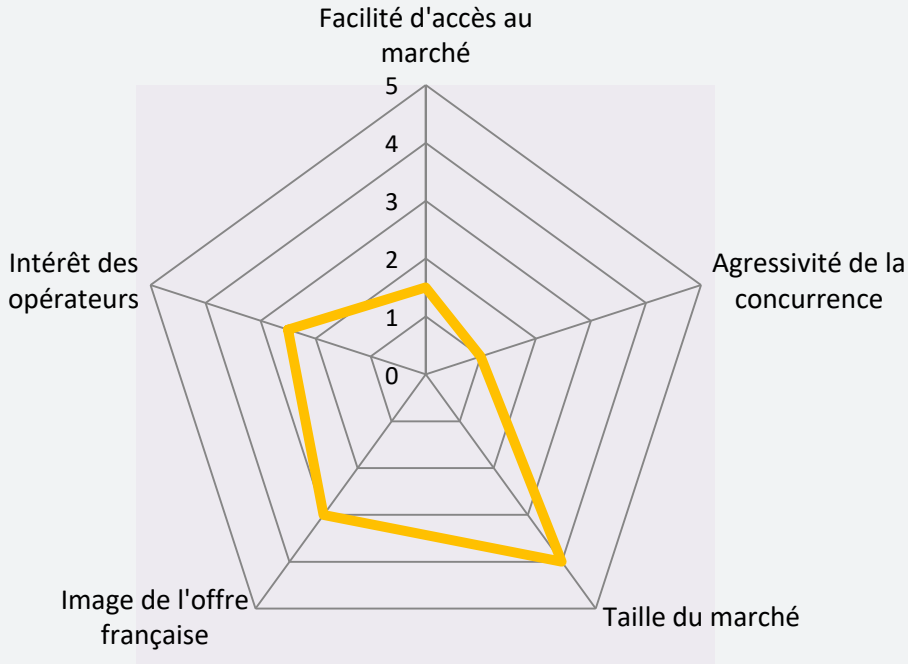
©2018 Business France. Tous droits réservés

3.3 Marché des produits transformés et gourmets



©2018 Business France. Tous droits réservés

Marché des produits transformés, produits gourmet



©2018 Business France. Tous droits réservés

SWOT Produits gourmet

Forces :

- Marché hétérogène en amplitude mais globalement lucratif et porteur.
- Marché spécifique des produits gourmet offerts en cadeaux (à l'image du marché japonais) à intégrer dans toute approche.
- Image France en matière de produits gourmet : image excellente pour les vins, mais floue pour d'autres catégories.

Faiblesses :

- Intérêt en règle générale modéré manifesté pour les produits français (en GMS) sauf de la part d'importateurs distributeurs de spécialités (niches)
- Procédures d'enregistrement des produits pouvant s'avérer laborieuses ; le savoir faire et le réseau de l'importateur revêtent toute leur importance.

Opportunités :

- Des niches de marché à exploiter ; avec pour vecteurs, quelques rares importateurs distributeurs français de produits gourmet, très pointus et efficaces.
- Forte demande de tels opérateurs, à la recherche de produits précis.

Menaces :

- Vive concurrence sur tous les segments.
- Présence de concurrents directs bien établis
  - Italiens, Américains et Espagnols pour la charcuterie en guise d'illustration.
- Image d'inaccessibilité des produits français (luxe) pouvant nuire.
- Exportateurs français jugés *« peu motivés »*

©2018 Business France. Tous droits réservés

3.3.1 Opportunités et mode d'approche dans le gourmet

Les consommateurs philippins « *raffolent des produits importés* » « *a priori meilleurs que les produits locaux* »
La préférence va aux marques des Etats-Unis d'image « premium » quelle que soit la qualité ! Pour les concurrencer : communiquer sur le « + », informer, expliquer, « *éduquer* ».

Nombreux marchés de niche

« il y a de la place pour tout le monde »

« sur un marché en plein essor »

Attention à la stabilité des produits, sous climat chaud et humide

OPPORTUNITES EPICERIE SECHE

- Vins : ***cf chapitre consacré*** + spiritueux et liqueurs
- Autres boissons : opportunités à étudier, cidres entre autres
- Farines (plus particulièrement à destination des grands consommateurs, fabricants de pains et pâtisseries pour le détail et la restauration) : important potentiel de marché
- Ingrédients divers pour la boulangerie pâtisserie, tels que : poudres d'amande, pralinés, concentrés de fruits de conservation à température ambiante, chocolats de couverture, etc.
- Sauces condimentaires dont moutardes françaises (demande des expatriés et restaurateurs), huiles (huile d'olive notamment) et vinaigres
- Produits prêts à consommer : snacks (épicés, sucrés, salés)
- Confiserie chocolaterie
- Biscuiterie
- Conserves
- Produits « naturels », « bio » : marché embryonnaire à potentiel, tous produits (gamme existante limitée, importée des Etats-Unis) + aliments sans gluten, préparations diététiques, compléments alimentaires.

©2018 Business France. Tous droits réservés

Le marché des produits frais est particulièrement porteur

Tendance de fond : engouement pour le frais !

Nombreux marchés de niche

« il y a de la place pour tout le monde »

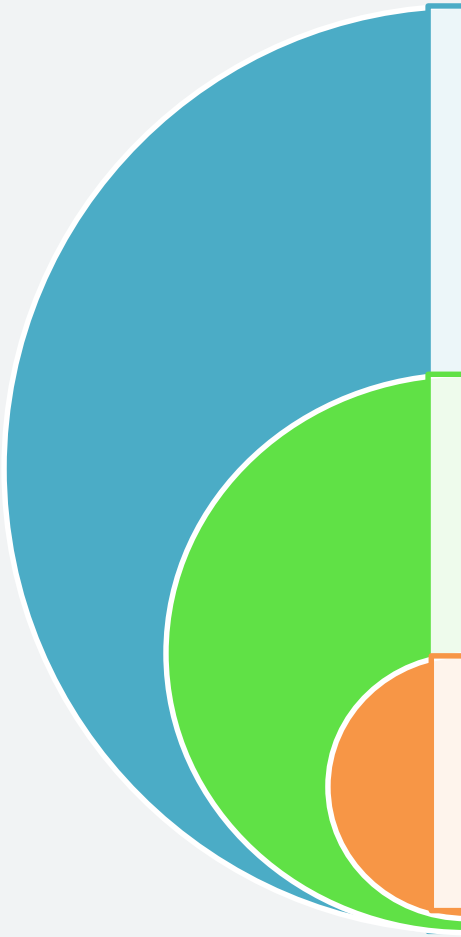
« sur un marché en plein essor »

OPPORTUNITES PRODUITS FRAIS

- Produits laitiers : produits « gourmet » et produits pour la restauration tels que beurre en format professionnel (25kg) pour pâtissiers et restaurateurs, fromages, véritables yaourts aux fruits, comme spécialités industrielles telles que fromage de type mozzarella pour pizzas
- Poulet et coquelet sous label, en élevage conventionnel comme en bio: marché particulièrement porteur pour une qualité France en gamme de prix intermédiaire
- En règle générale, niche de marché pour des viandes françaises de qualité, à l'exception des viandes non autorisées à l'importation telles que gibier, volailles autres que poulet de chair
- Foie gras *: forte demande (levée de l'interdiction temporaire frappant l'origine France en janvier 2018)*
- Charcuterie: niveau modéré d'opportunité (jambon blanc par ex.) ; *quasi absence de la charcuterie française sur marché dominé par les origines « Etats-Unis » et « Italie », secondairement « Espagne »*
- Produits de la mer : poissons plats, etc. ; débouché potentiel pour des moules de bouchot et huîtres de qualité France
- Fruits frais : potentiel de marché pour la pomme française notamment ; ouverture du marché en cours ; *dans le cas de la pomme, marché porteur et dominé par la Chine et les Etats-Unis*
- Légumes frais : gamme pour la restauration telle que champignons et truffes, asperge blanche, céleri, fenouil, … ; par ailleurs marché porteur pour la pomme de terre. *Côté UE, positionnement des Pays-bas uniquement sur le segment de l'oignon et Allemagne ; Chine et Etats-Unis sont les fournisseurs majeurs des Philippines*.
- Fruits (purées et petits fruits notamment) et légumes surgelés (jus de légumes, frites notamment).

©2018 Business France. Tous droits réservés

Comment approcher le marché ?
La stratégie marketing



Discours attractif

- Susciter la curiosité du consommateur
- Le rassurer : « accessibilité »
- Expliquer, raconter, communiquer sur la qualité France, en quoi elle se distingue, le savoir-faire, la tradition, les terroirs, la traçabilité, etc. = un « + » = « un prix »
- Référence aux percées et actions françaises sur des marchés de référence sur zone pour les Philippines : Japon en premier lieu

Chemin à trouver, associer des marques, réfléchir aux termes

- Trouver la voie en associant les marques non food* ou vin (image France établie) et food (image floue)
- Ménager un consommateur curieux mais fragile, sensible aux marques, suiveur de modes
- Les termes importent : « Paris » passe mieux que « France » (rêve vs sophistication)

Drapeau français

- Confiné dans la sophistication
- Or, le sophistiqué fait peur (intimidation) comme le trop original ; l'arrogance et le snobisme rebutent.
- Renvoie à produit hors de prix, inaccessible

(*) parfums, etc.

©2018 Business France. Tous droits réservés

Comment approcher le marché ?
Le choix de l'importateur est crucial

Partenaire local

Choix de l'importateur

D'autant plus important que la marchandise est classée « sensible » (viandes, produits laitiers, etc.).

Expérience et réseau nécessaires pour mener à bien les démarches administratives

Veille réglementaire

Contraintes variables en fonction des catégories de produits

- Importation libre pour de nombreux produits (conserves, biscuiterie, etc.), sous réserve d'enregistrement.
- Mais des interdictions peuvent frapper certaines produits / certaines origines et évoluer dans le temps.

Agréments préalables éventuels à obtenir du Département de l'Agriculture

Cas des viandes, y compris volaille

Exportation au départ d'établissements agréés

Protocole à respecter

Licences d'importation (LTO) à obtenir de la FDA (Food & Drug Administration).

Certificats sanitaires et autres documents, notamment :
- *Veterinary Quarantine Clearance* (*VQC*) du MoA dans le cas des viandes.
- *Certificate of Product Registration (CPR)* de la FDA dans le cas des produits transformés.

©2018 Business France. Tous droits réservés

3.3.2 Focus produits laitiers

Le marché philippins des produits laitiers est globalement un marché très porteur en cette phase de croissance spectaculaire que connaissent les Philippines (pays à revenu intermédiaire, tranche inférieure) et en l'absence d'une production laitière locale apte à couvrir les besoins.

La consommation est encore faible aux Philippines.

Selon les estimations de la FAO, la consommation de produits laitiers s'élèverait à 22 kg/hab./an, contre 26 dans le cas de la Thaïlande et 52 dans le cas de la Malaisie.

C'est un marché totalement dépendant des importations de « *dairy commodities* ».

Selon les données douanières, les poudres de lait, sérum et babeurre constituent les 2/3 des importations de produits laitiers, suivies des beurres, fromages et laits UHT.

- Laits et crèmes ~ 358 M EUR en 2017
- Beurres et spécialités à tartiner ~ 147 M EUR ''
- Fromages ~ 112 M EUR ''

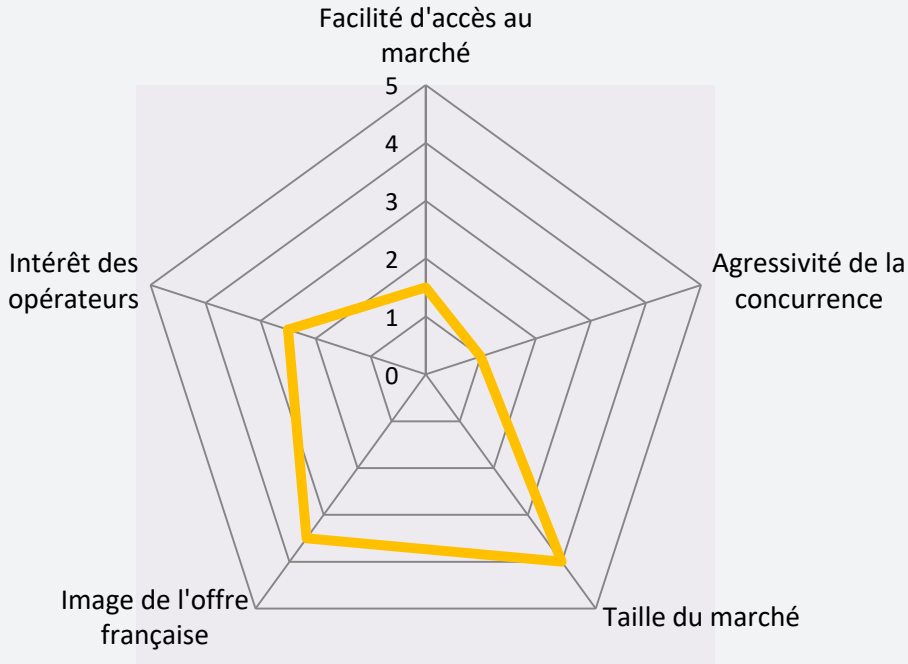
Marché des ingrédients laitiers

La concurrence est très vive sur le marché des poudres de lait, de sérum et de babeurre, d'une ampleur considérable.

- Poudres SMP (*skimmed* : écrémé) et WMP (*whole* : entier), laits concentrés, laits UHT, laits infantiles, glaces, etc. ; babeurre (laits concentrés, *creamers*, glaces et boulangerie biscuiterie), lactosérum (*creamers*, glaces, confiserie chocolaterie, et nombreuses autres applications)…

©2018 Business France. Tous droits réservés

Marché des produits laitiers



©2018 Business France. Tous droits réservés

SWOT Produits laitiers

Forces :

- Présence de groupes français
- Image France reconnue

Faiblesses :

- Intérêt très modéré des distributeurs (GMS) et des industriels reconstitueurs.
- Procédures d'enregistrement des produits pouvant s'avérer longues et laborieuses ; marché considéré comme étant l'un des plus difficiles d'Asie du sud-est en termes de procédures pour cette catégorie de produits.
- « Tickets d'entrée » onéreux avec efforts de communication importants pour s'imposer.

Opportunités :

- 3 segments à distinguer :

✓ Pour mémoire celui des ingrédients : marché « captif » de la N. Zélande, peu favorable aux exportateurs français ;

✓ Marché porteur des fromages pour l'industrie et le food service : râpés, fromage de type « mozzarella », analog cheeses ;

✓ Segment lucratif des produits gourmet.

Menaces :

- Concurrence très vive.
- Fort tropisme des Philippins pour l'Océanie, renforcé par les accords de libre échange.
- Très solide implantation de longue date de FONTERRA, non seulement en ingrédients laitiers mais également en produits de consommation directe et produits pour le food service.
- Industrie locale par ailleurs vigoureuse, avec multinationales implantées dont FRIESLAND CAMPINA.

©2018 Business France. Tous droits réservés

La Nouvelle-Zélande en position dominante

La proximité géographique et les accords de libre échange en zone ASEAN confèrent à la Nouvelle Zélande des atouts mais cela n'explique pas tout : le groupe FONTERRA a su tisser des liens étroits avec plusieurs groupes philippins dominants.

- FONTERRA : plus de 35 ans de présence aux Philippines ;
- Un nouveau bureau commercial vient d'être inauguré à Manille, avec une équipe d'une centaine de salariés au service des **ingredients, *consumer brands and foodservice*.**

A noter que SAN MIGUEL a un fort tropisme pour l'Océanie ; le groupe est d'ailleurs au capital du groupe laitier australien NATIONAL FOOD.

En place d'honneur, le fournisseur historique : les Etats-Unis.

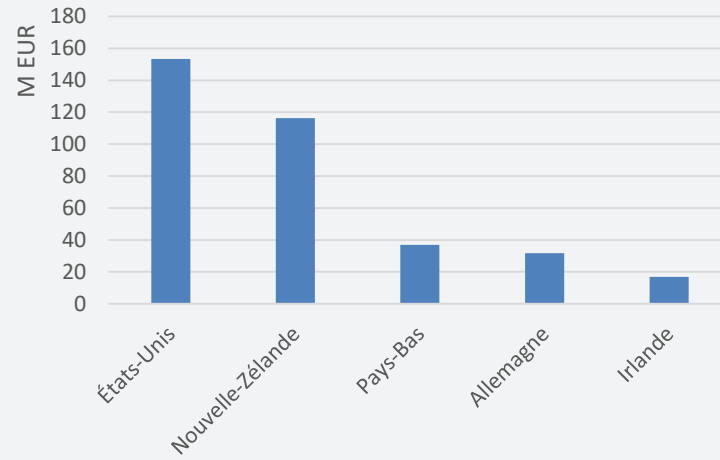
- Les Philippines constituent le 2ème marché mondial pour la poudre maigre des Etats-Unis (138 M EUR en 2017), derrière le Mexique ;
- Les Philippines se classent au 5ème rang des marchés cibles des Etats-Unis pour le lactosérum (32 M EUR en 2017).

Le positionnement des Pays-Bas s'explique également aisément par l'implantation industrielle de son leader FRIESLAND CAMPINA aux Philippines ; le groupe est ainsi de fait éligible à des dégrèvements de taxes douanières sur les intrants d'importation.

- ALASKA MILK
- Fin 2015 : le groupe inaugure un nouvel outil industriel pour le conditionnement de poudres « Alaska » et la fabrication de *creamers* « Krem Top » et « Kievit » pour le marché philippin et l'export dans l'ASEAN.

Les exportateurs français se trouvent par conséquent face à un oligopole, en large part marché captif.

Top 5 des fournisseurs de poudres de lait, lactosérum et babeurre en 2017



©2018 Business France. Tous droits réservés

La restauration est très demandeuse

Marché des fromages de type « mozzarella » et fromages d'imitation pour la restauration

Marché en pleine expansion qui mériterait d'être prospecté : segment des pizzerias

- C'est un marché logiquement dominé par la Nouvelle-Zélande : groupe FONTERRA présent de longue date aux Philippines ;
- Les mozzarellas européennes sont jugées de qualité non adaptée : couleur jaunâtre, acidité (« traduisant une fermentation ») tandis que les mozzarellas australiennes sont également déclassées pour leur saveur salée et leur couleur ;
- L'Irlande est le seul pays à véritablement tirer son épingle du jeu (« adaptabilité commerciale »).

Une seule chaîne de restauration en consommerait de l'ordre de 2 conteneurs/mois ; soit un marché estimé à plus de 500 T mozzarella/mois.

Les fabricants locaux de fondus sont importateurs de fromage de fonte.

Cas particulier des concentrés de protéines laitières : un marché dominé par les Etats-Unis (protéines entrant, notamment, dans la formulation de produits de nutrition pour sportifs).

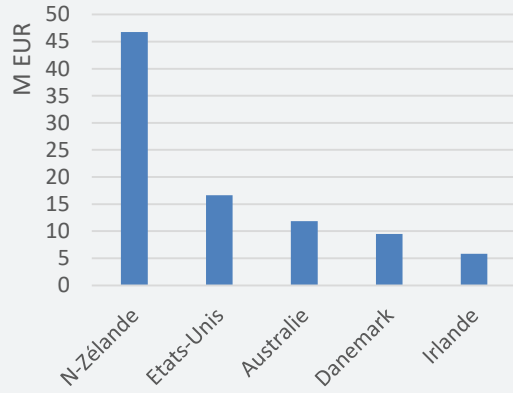
Marché des produits laitiers de consommation

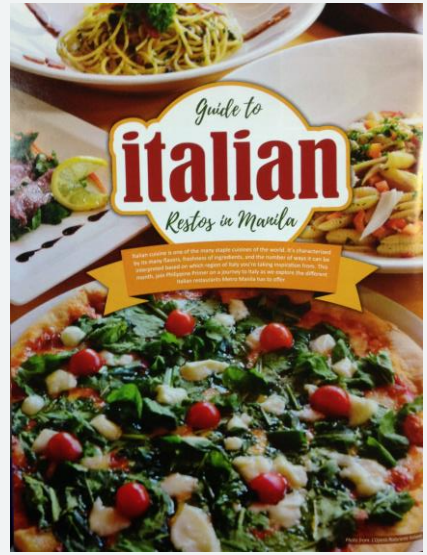
La concurrence internationale y est très vive.

Il existe par ailleurs une industrie laitière locale vigoureuse :

- Exemple des fromages fondus : multinationales MONDELEZ (« *Kraft* ») et NEW ZEALAND CREAMERIES (« *Ques-o* », « *OK Cheese* » et « *Che-Vital* »), sociétés locales MAGNOLIA (« *Magnolia* » et « *Cheezee* », groupe SM), CDO FOODSPHERE (« *Danes* »).

Top 5 des fournisseurs de fromage en 2017





©2018 Business France. Tous droits réservés

Les grandes tendances de consommation de produits laitiers

Les grandes tendances observées :

Sur le marché du beurre :

- Demande pour du beurre extra-sec en format professionnel pour les restaurateurs et les pâtissiers (spécialiste sur le marché : FONTERRA) ;
- Beurre salé/non salé (répartition approximative 50% / 50%).

Sur le marché du fromage, à destination du commerce du détail et de la restauration :

- Marché de niche étroit : fromages spécialités ; un segment qui mérite néanmoins l'attention et un travail en profondeur en s'appuyant sur les food blogers, influenceurs ;
- Marché à potentiel : fromages de type Emmental, de type Feta ;
- Marché porteur pour le fromage industriel de type mozzarella pour la fabrication de pizzas ;
- Segment non négligeable : celui du fromage râpé ~6 k T d'importation en 2016.

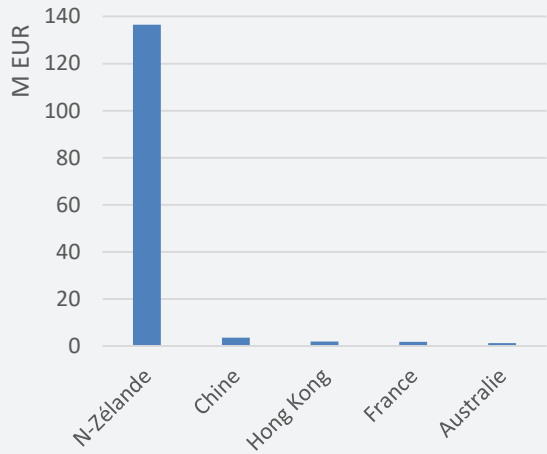
Autres :

- Produits gourmet : demande pour des yaourts avec de vrais fruits (pour mémoire, leaders locaux de yaourts : NESTLE et, secondairement HACIENDA MACALAUAN Inc.) ;
- Laits UHT dont laits « bio » et laits vitaminés (pour mémoire, leaders locaux des laits reconstitués : NESTLE et MAGNOLIA du groupe SM).

Les produits laitiers comme tous produits alimentaires transformés doivent être enregistrés auprès de la FDA.

- Or, les produits laitiers se classent, pour la plupart, en *« produits à haut risque »* aux yeux de la FDA ; ***cf. page suivante*** ;
- Les procédures peuvent s'avérer être laborieuses et longues (jusqu'à 6-9 mois) ;
- L'un des marchés les plus difficiles d'Asie du sud-est à ce titre, juste derrière l'Indonésie.

Top 5 des fournisseurs de beurre et de pâtes à tartiner laitières en 2017



Lait bio UHT « Arla »

©2018 Business France. Tous droits réservés

Extrait de réglementation philippine sur les produits laitiers

HIGH RISK FOOD PRODUCTS

A. DAIRY PRODUCTS and ANALOGUES, excluding products under Fats, Oils and Fat Emulsions

1. Milk and dairy-based drinks
   a. Milk (plain) and buttermilk (plain)
   b. Dairy-based drinks, flavored and/or fermented (e.g. chocolate milk, cocoa, eggnog, drinking yoghurt, whey-based drinks)

2. Fermented and renneted milk products (plain), excluding dairy-based drinks in HR A.1.b
   a. Fermented milks (plain)
      1) Fermented milk (plain), not heat-treated after fermentation
      2) Fermented milks (plain), heat-treated after fermentation
   b. Renneted milk (plain)

3. Cream (plain) and the likes (cream analogs)
   a. Pasteurized cream (plain)
   b. Sterilized and UHT creams, whipping and whipped creams, and reduced fat creams (plain)
   c. Clotted cream (plain)
   d. Cream analogues

4. Cheese and analogs
   a. Unripened cheese
   b. Ripened cheese
      1) Ripened cheese, includes rind
      2) Rind of ripened cheese
      3) Cheese powder (for reconstitution; e.g. for cheese sauces)
   c. Whey cheese
   d. Processed cheese
      1) Plain processed cheese
      2) Flavored processed cheese, including those containing fruits, vegetables, meat, etc
   e. Cheese analogues
   f. Whey protein cheese

5. Dairy-based desserts (e.g. pudding, fruit or flavored yoghurt)
6. Whey and whey products, excluding whey cheeses
   a. Liquid whey and why products
   b. Dried whey and whey products

7. Milk for manufacture

8. Dairy-based frozen desserts (e.g. ice cream)

Source FDA :
www.fda.gov.ph/attachments/article/355437/FDA%20Circular%20No.%202016-014.pdf

©2018 Business France. Tous droits réservés

Synthèse des importations de produits laitiers aux Philippines

IMPORT PHILIPPINES 2017

Selon douanes des Philippines

POUDRES DE LAIT

SMP 154 000 T (SH 040210 ; USA + N. Zélande 62 %, Allemagne 10 %)

WMP 17 000 T (SH 040221)
Part des laits ré-engraissés non connue (en 0402 ou en 190190)

+ lactosérum ~ 57 000 T en 2017
+ babeurre ~ 37 000 T en 2017

LAITS DE CONSOMMATION

70 000 T (SH 0401 ; N. Zélande, Australie, Allemagne, France, Uruguay,…)

Contre 75 000 T en 2016

LAITS CONCENTRES

2 600 T (SH 040229 ; Etats-Unis 59 %)
+ 5 000 T (SH 040291; Thaïlande 66 %)
+ 34 000 T (SH 040299 ; Malaisie 65 %)
Laits ré-engraissés probablement dominants.

BEURRES

32 000 T (SH 0405 ; N. Zél. 83 %)

(20 000 T en 2015)

FROMAGES

Tous fromages : 37 000 T contre 32 000 T en 2016
- Fromage de type mozzarella en large part
- Fromages fondus 3 600 T
- Fromages râpés ou en poudre 5 700 T

LAITS INFANTILES

60 M EUR
contre 104 M EUR en 2016
(Singapour 56 %, Malaisie 12 %, Allemagne 12 %, Pays-Bas 9 %)

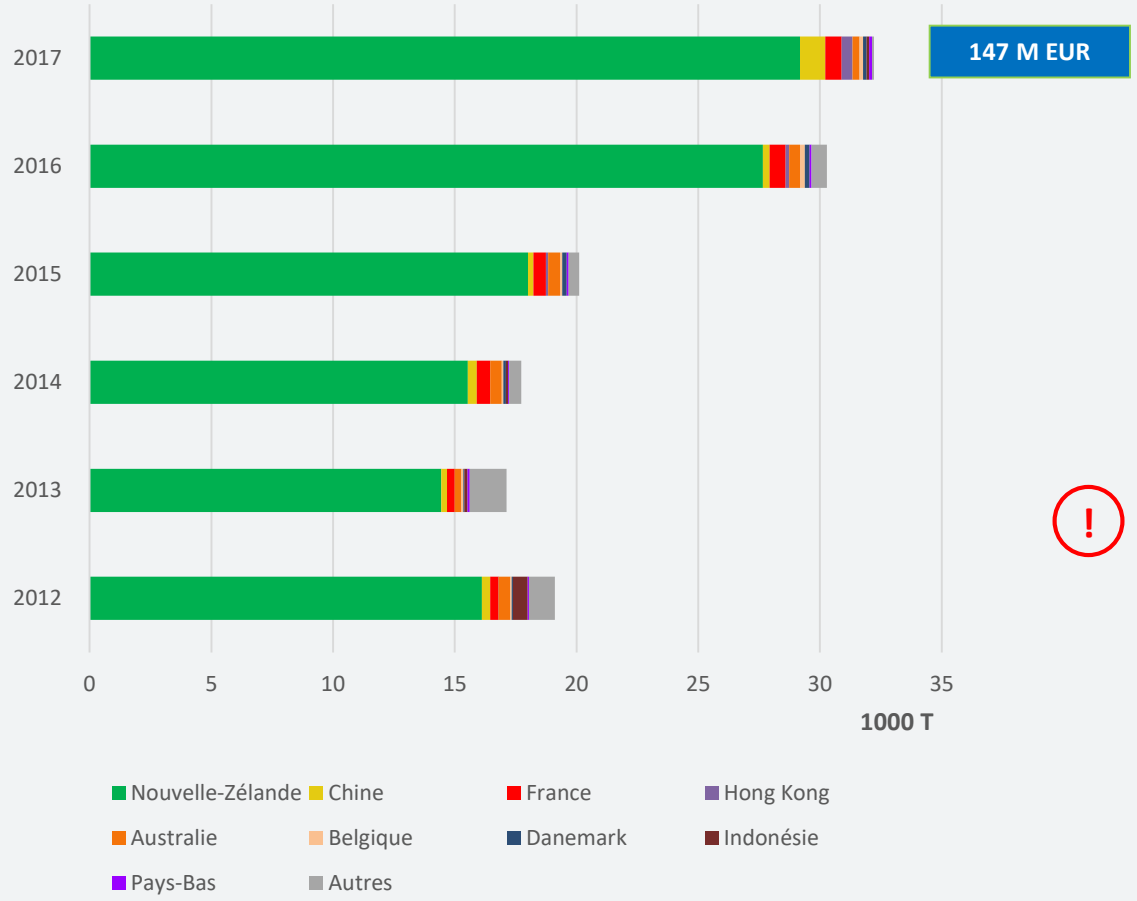
PREPARATIONS ALIMENTAIRES

78 000 T (Malaisie + Singapour 88 %) en 2017 pour 76 M EUR (SH 190190)

©2018 Business France. Tous droits réservés

La Nouvelle-Zélande, un quasi monopole sur le marché du beurre et matières grasses laitières

Evolution des importations philippines de beurre et autres matières grasses laitières
(Source : GTA, selon douanes des philippines)



Tonnage 2017 : 32 000 T

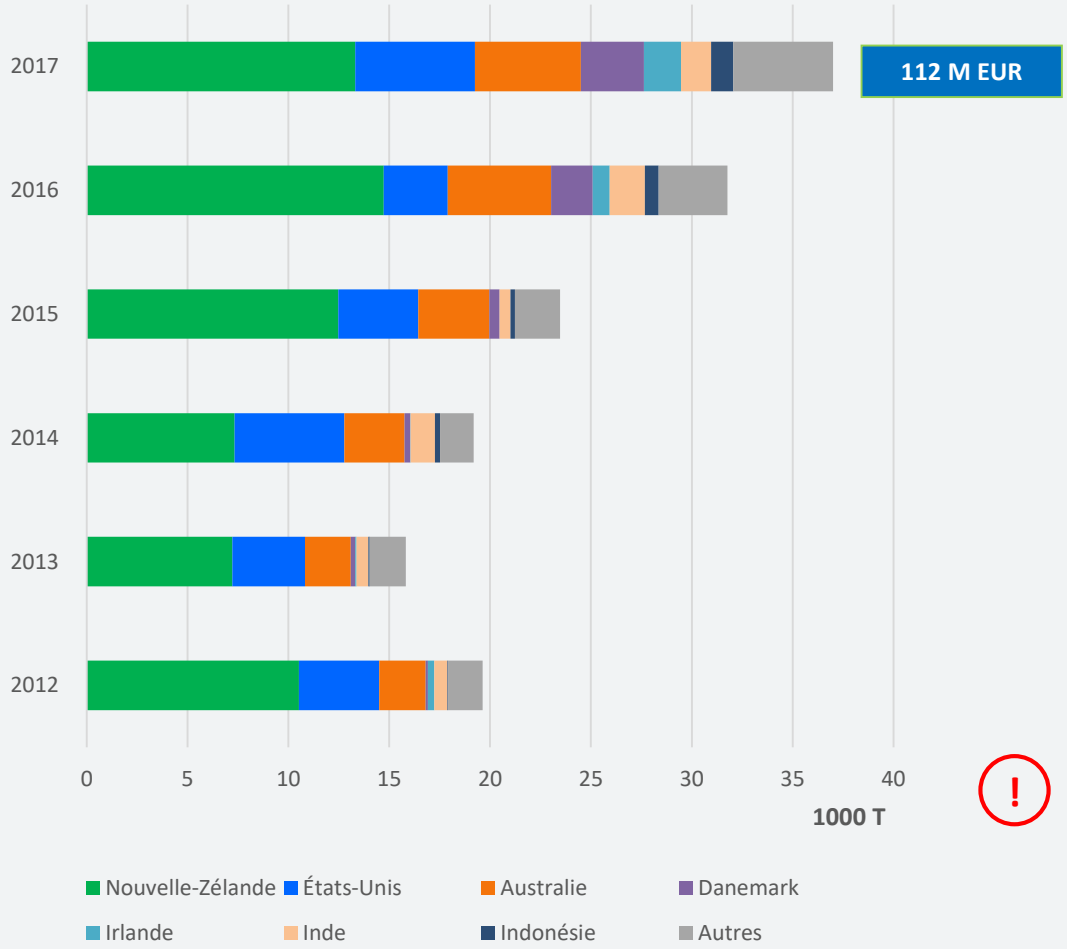
➡ **N. Zélande : 29 000 T**

! **La France se place au 4ème rang avec 700 T.**

©2018 Business France. Tous droits réservés

Les fromages français peinent à émerger

Evolution des importations philippines de fromages
(Source : GTA, selon douanes des philippines)



Tonnage 2016 : 37 000 T

- **N. Zélande : 13 000 T**
- **Etats-Unis : 6 000 T**
- **Australie : 5 000 T**

Les fromages de type « mozzarella » constituent l'essentiel du tonnage importé.
Segment à potentiel : fromage de type « feta »
Des caillés seraient également importés pour transformation locale
- **040690 ~ 15 000 T**
- **040610 ~ 13 000 T**

Les fromages fondus : seulement 4 000 T pour un montant de 12 M EUR

La France se place au 10ème rang avec 800 T

©2018 Business France. Tous droits réservés

Relevés prix en grande distribution : les fromages

FROMAGES
Prix de détail Rayon à la coupe RUSTANS

Roquefort (promo) ~ 239,50 PHP/100g (~ 40 EUR/kg)
Bleu ~ 252 PHP/100g (~ 42EUR/kg)
Brie ~ 247 PHP/100g (~ 41 EUR/kg)
Rambol ~ 202 PHP/100g (~ 34 EUR/kg)
Emmental suisse ~ 145 PHP/100g (~ 24 EUR/kg)
Manchego ~ 234 PHP/100g (~ 39 EUR/kg
Parmigiano reggiano ~ 250 PHP/100g (~ 42 EUR/kg)
Grana ~ 199 PHP/100g (~ 33 EUR/kg)
Pecorino ~ 208 PHP/100g (~ 35 EUR/kg)
Mozzarrela (pain) italienne ~150 PHP/100g (~ 25 EUR/kg)

LAITS chez CASH & CARRY
Prix de détail de laits UHT
Quelques exemples

Lait Arla, entier, demi-écrémé ~ 72 PHP/L (~ 1,20 EUR/L)
Lait Cowhead ~ 76,50-77,40 PHP/L (~ 1,30 EUR/L)
Lait Milk-O ~ 63,25 PHP/L (~ 1,05 EUR/L)
Lait Magnolia, entier, demi-écrémé, écrémé ~ 79 PHP/L (~ 1,30 EUR/L)

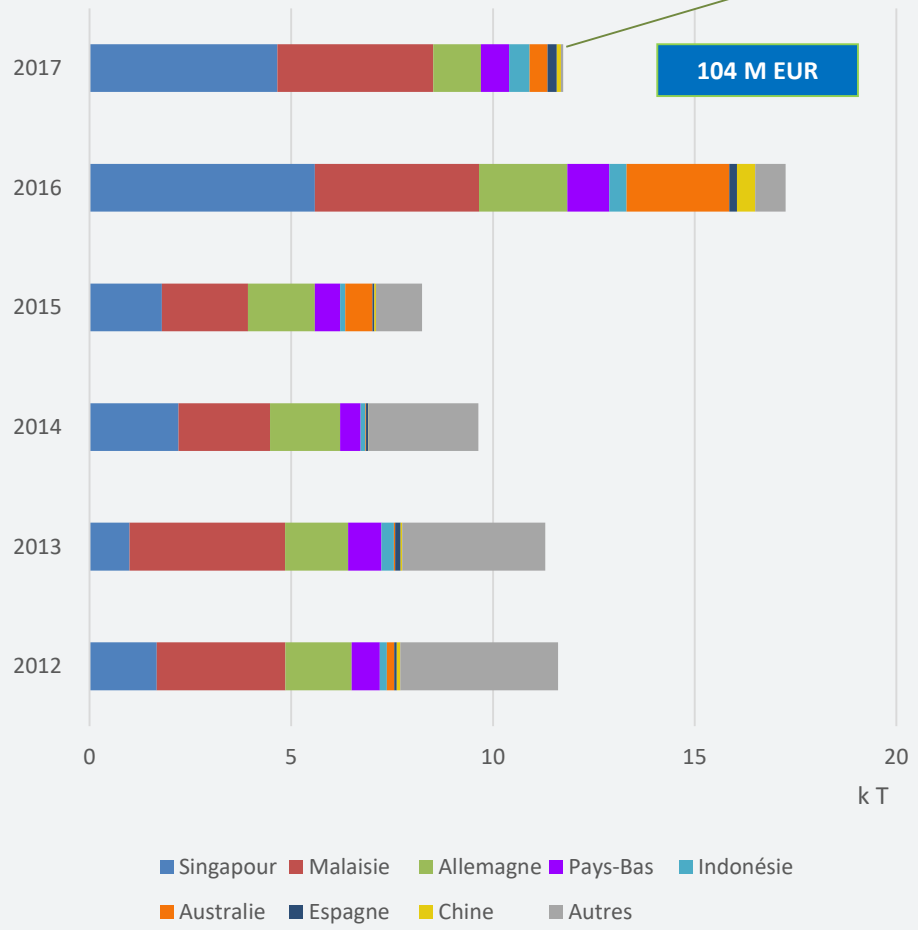
1 EUR ~ 60 PHP

©2018 Business France. Tous droits réservés

La France encore mal positionnée sur les laits infantiles

Evolution des importations philippines de laits infantiles
(Source : GTA, selon douanes des philippines)

Irlande, Espagne, Indonésie, USA, Chine…



12 000 T en 2017

- **Singapour : 5 000 T**
- **Malaisie : 4 000 T**
- **Allemagne : 2 000 T**

- **France absente**

Il convient de souligner que la multinationale WYETH NUTRITION (groupe NESTLE) a élu les Philippines comme plate-forme régionale de production.

©2018 Business France. Tous droits réservés

3.3.3 Focus viandes

Viandes pour la consommation directe

Gibiers (sanglier, chevreuil, etc.) et volailles françaises (pintade, pigeon, perdrix, caille…) hors poulet de chair toujours sous interdiction.

Les autres segments sont « ouverts » : pas d'obstacle particulier, sous réserve de l'accréditation des abattoirs par les autorités des Philippines.

Parmi les priorités signalées par les importateurs

- Foie gras (hors conserves) : marché très demandeur ; au moment de l'enquête, la réouverture au foie gras français est attendue avec impatience ; des solutions sont trouvées pour contourner les interdictions (importations via pays de transit).

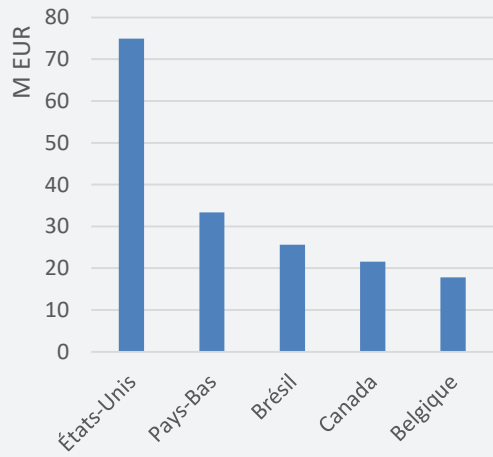
  L'interdiction des importations de volailles françaises (viandes et génétique) a été finalement levée en décembre 2017 (Memorandum Order n°47/2017).
- Viandes sous label « bio » ;
- Poulets et coquelets, en gamme standard (part de marché à prendre sur le poulet broiler local) et sous label en gamme intermédiaire
- Volaille française qualifiée de « *compétitive* », abstraction faire des considérations de disponibilité.

La qualité des viandes bovines françaises est bien perçue mais leur marché est confiné à la restauration de haut de gamme et hôtellerie de luxe.

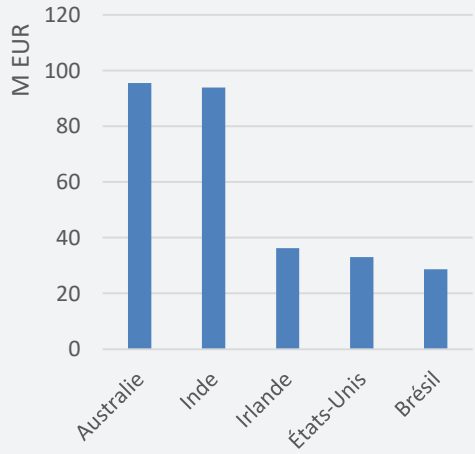
En règle générale, hors viande indo-pakistanaise :

- La viande des Etats-Unis plait du fait de sa tendreté ; le marché s'est par ailleurs habitué à sa saveur plutôt « neutre » ;
- Il en va de même de la viande australienne ;
- Le bœuf irlandais est très bien positionné depuis la réouverture du marché philippin aux viandes irlandaises en 2014 ; stratégie commerciale agressive avec 43 abattoirs agréés ;
- La viande française a un atout : sa saveur, de qualité et originale par rapport à l'offre existante, mais des inconvénients majeurs : son prix relativement élevé et son manque de tendreté : « *c'est une viande qu'il faut mâcher* » ;
- Communication nécessaire, expliquer, mode d'élevage, races, terroirs, etc.
- Expliquer en quoi la viande française est différente de la viande américaine, différente de la viande australienne, …, ; pourquoi elle est plus chère.

Top 5 des fournisseurs de viande de volaille en 2017

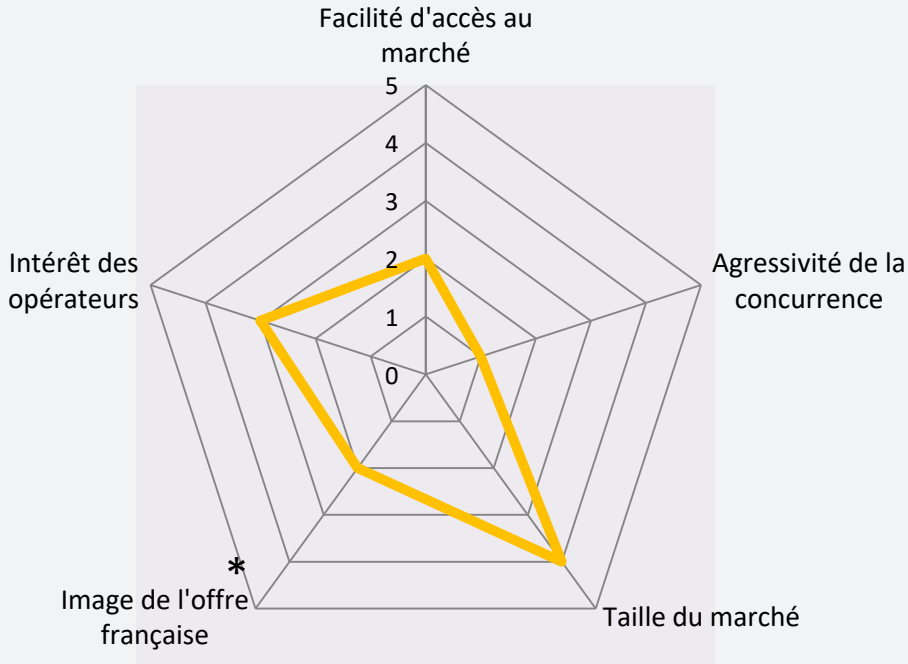


Top 5 des fournisseurs de viandes bovine en 2017



©2018 Business France. Tous droits réservés

Marché des viandes



(*) Image de l'offre française et perception de l'intérêt des exportateurs français pour le marché philippin

©2018 Business France. Tous droits réservés

SWOT Viandes

Forces :

- Présence et image France sur des segments particuliers : poitrine de porc avant tout.
- Offre française perçue comme étant originale par rapport aux offres concurrentes (viandes bovines et poulet de chair notamment).

Faiblesses :

- En règle générale, intérêt modéré des acteurs philippins des GMS, hôtellerie restauration, voire transformateurs, pour la viande française.
- Pour certains produits (couenne de porc par ex.), qualité France jugée « *non adaptée* ».
- Interdiction frappant les importations de volailles spécialités et gibier.
- Selon les segments concernés :

✓ Peu ou pas de disponibilités françaises pour ce marché ;

✓ Crédibilité à gagner, avec investissements en communication ;

✓ Présence nécessaire ou suivi de proximité via agents sur zone.

Opportunités :

- Marché vaste et ouvert sous réserve d'agrément des établissements exportateurs, mais ticket d'entrée cher (investissements en communication).
- Des marchés de niche très favorables : foie gras, viandes sous label « bio », poulets et coquelets.
- Marché important de viande minerai.

Menaces :

- Climat de vive concurrence.
- Marché de consommation façonné par les viandes bovines américaines et australiennes (tendreté et saveur).
- Agressivité commerciale des exportateurs irlandais.
- Marchés extérieurs autres que Philippines jugés plus attractifs par les exportateurs français ; arbitrage propre à tout exportateur dans le cadre de sa stratégie.

©2018 Business France. Tous droits réservés

En illustration de l'offre de viande bovine en GD

©2018 Business France. Tous droits réservés

Stratégie d'approche pour la viande bovine française

Pour appuyer l'introduction de viandes françaises, il serait fructueux d'organiser des opérations collectives de promotion comme celles réalisées au Vietnam.

Intérêt à promouvoir le veau français !

- Amener les Philippins à goûter cette viande originale.

L'agneau français mériterait également d'être promu sur ce marché.

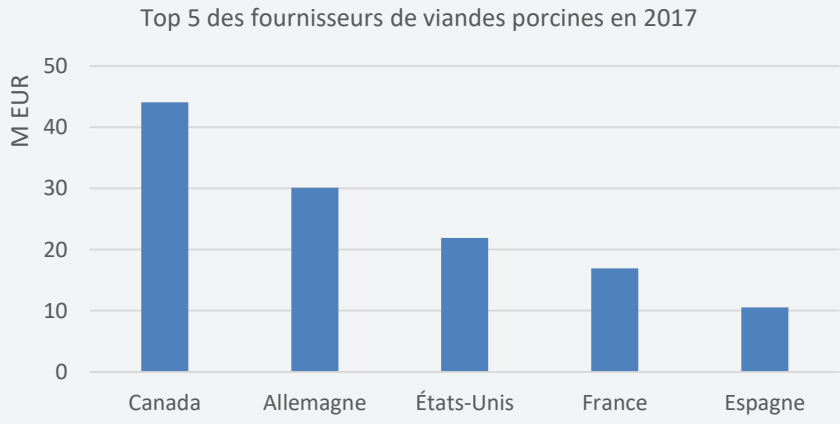
En insistant sur :

- Une saveur spécifique, différente de celle de l'agneau néo-zélandais;
- Correspondant à d'autres races et un autre modèle d'élevage.

En ce qui concerne la viande de porc, les exportateurs français et allemands rivalisent sur le marché de la poitrine de porc qui représente l'essentiel du volume. ***Cf graphique ci-après.***

- Il est difficile de tracer la destination de cette viande : industrie du bacon mais également marché du détail et HORECA.

A noter la progression des découpes nobles de porc ~45 000 T.



Qualité reconnue par les grands chefs cuisiniers dans le monde

Séminaire et rencontres BtoB

Expliquer les atouts de la viande bovine française :

~ Culture et savoir-faire
Les terroirs, les races, les méthodes d'élevage
~ Artisanat, sécurité sanitaire, traçabilité « de la fourche à la fourchette », gastronomie, …

Masterclass

~ démonstrations culinaires

©2018 Business France. Tous droits réservés

La viande en BtoB : un marché à ne pas négliger

Viandes destinées à l'industrie

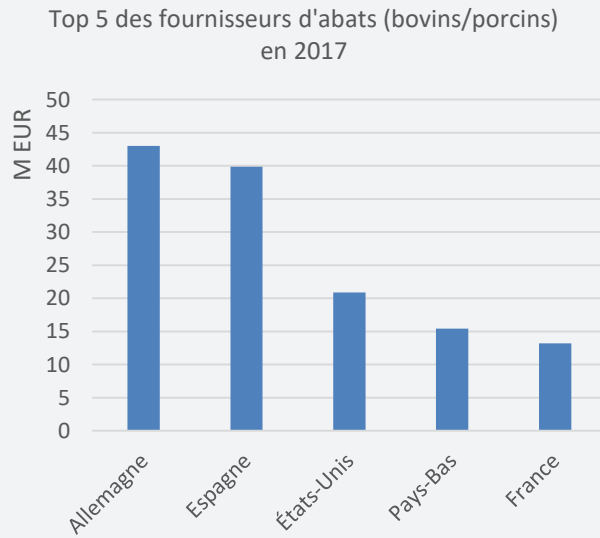
Un segment spécifique à considérer avec attention :

- Couenne de porc, plus exactement « *back skin* » ou « *pork fat skin* » pour la consommation sous forme, notamment, de « chicharon » : volume de marché considérable ;
- Il semble que l'origine France ne soit pas appréciée vs. autres sources européennes, y compris Danemark et Belgique : qualité France non adaptée à la transformation (« teneur en eau excessive », « moindre gonflement lors du process ») ;
- Part important de *belly skin* ~50-70% ;
- L'Espagne figure parmi les origines majeures de couenne de porc au sein de l'UE (Philippines : 5ème marché pour l'Espagne en abats de porc), en très forte progression ;
- L'Allemagne est également en forte progression sur le marché philippin des abats de porc (son 6ème marché au monde) ;
- Très grand nombre d'importateurs, hors industriels.

Un marché important de viande minerai pour diverses fabrications, saucisses hotdog notamment.

- VSM de porc ;
- VSM de volaille : avantage à cette VSM car prix attractif : un marché de grande ampleur ; on parle de 1 container/jour et plus pour certains industriels ;
- Abats de porc « trimmings » ;
- Divers : gorge de porc, etc.

Des rumeurs concernant la hausse des taxes à l'importation sur la VSM de 5 à 40%, lesquelles ont provoqué la constitution de stocks ; ce niveau de taxation, s'il est effectivement appliqué en 2018, ferait passer le prix de la VSM rendue de 36 PHP/kg à 70 PHP/kg.
A noter le doublement de la capacité industrielle du principal fabricant de saucisse pour hotdog, le groupe SAN MIGUEL.



©2018 Business France. Tous droits réservés

Autres débouchés pour la viande française

Marché porteur pour des viandes bovines et abats

- Coupes : quartiers avant
- *Flank* (tendron)
- Abats « *trimmings* » et têtes
- Graisse de bœuf
- Queue de boeuf

La demande porte en large part sur jarrets, palerons et plats de côtes. Contrairement à l'Australie par exemple, la France ne se positionne pas sur ces produits.

Il reste : gras, aponévroses, organes (cœurs notamment), viande de tête…, produits fournis par les Etats-Unis, l'Australie ou l'Irlande.

En règle générale, les exportateurs français de viandes sont perçus comme étant peu intéressés par le marché philippin.

Il est vrai que le marché chinois focalisent leur attention et leurs efforts.

Tandis que le marché philippin nécessite une stratégie adaptée et par là même des investissements relativement importants.

- Etre présent, gagner la confiance, entretenir les relations, écouter les clients ;
- Affaires très difficiles à régler à distance de France, compte tenu de la mentalité, de la lenteur, de la pratique des affaires ; mais possibilité de recourir à des négociants pour assurer un suivi de proximité.

Viandes locales

Porc et poulet « broiler » → **Commerce de détail**

Poulet frais → **Foodservice**

Viandes importées
Dont viande de buffle* →

Débouché n°1 : industrie*

Débouché n°2 : foodservice

Débouché n°3 : commerce de détail (marginal)

VSM → **Industrie**

Abats de porc

Couenne, gras et foie → **Industrie**

Gorge → **Foodservice et commerce de détail**

Abats de boeuf

Graisse et queue → **Industrie**

©2018 Business France. Tous droits réservés

Points d'attention sur le marché carné

Choix de l'importateur primordial

Caractéristiques majeures

- Marché des viandes sous l'œil vigilant d'un puissant lobby local
- Contraintes à l'importation mouvantes, difficultés d'obtention de licence à l'importation, …
- Marché à l'importation opaque et aux mains d'un nombre limité d'acteurs
- Environnement : conditions strictes imposées aux viandes d'importation et importateurs ; tandis qu'aucune contrainte de stockage au froid n'est imposée aux commerçants en viandes locales

Veille nécessaire

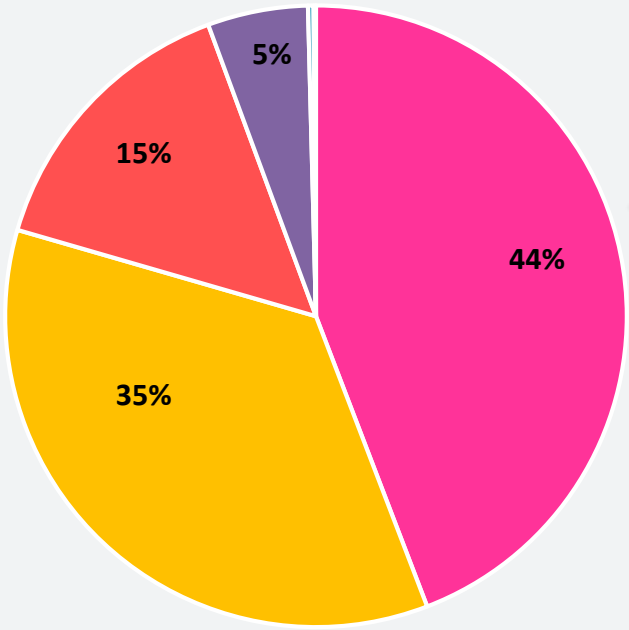
Question d'actualité sur le marché des viandes

- Probable nouvelle tarification sur les viandes séparées mécaniquement (VSM) : il est question d'augmenter le droit de douane actuel de 7% à 40%
- Lobby local tentant d'obtenir une reclassification des abats en « viandes » : quota/hors quota et augmentation des droits et taxes à l'importation
- Question de la DLV des viandes congelées à l'arrivée aux Philippines
- Question de l'étiquetage
- Perspectives de *ASEAN* Single Window (ASW) en lieu et place du « National Single Window » : avec, entre autres conséquences, suppression des permis d'importation

©2018 Business France. Tous droits réservés

La viande porcine en tête des importations de viandes

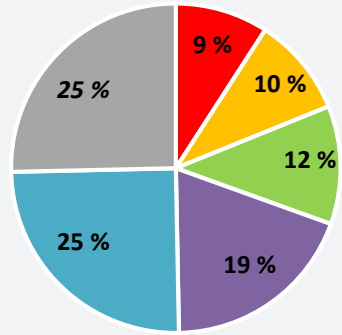
Importations de viandes des Philippines en 2017
690 000 T (+7% 2017/2016)
(Source : Department of Agriculture – Bureau of Animal Industry)



- V. porcine +10% 2017/2016
- V. poulet +4% 2017/2016
- V. bovine +10% 2017/2016
- V. buffle -7% 2017/2016
- V. dinde -19% 2017/2016
- V. agneau -6% 2017/2016
- V. canard -35% 2017/2016

Viandes porcines

		2017/2016 (%)
Poitrine	34 700 T	+21%
Graisse	55 700 T	+16%
Découpes	56 700 T	+9%
Couenne	25 600 T	-6%
Oreille	13 300 T	-2%
Joue	72 900 T	+21%
Foie	20 800 T	+12%
Tête	6 500 T	+14%
Langue	6 500 T	+5%
Diaphragme	4 300 T	-19%



- France
- USA
- Canada
- Espagne
- Allemagne
- Divers

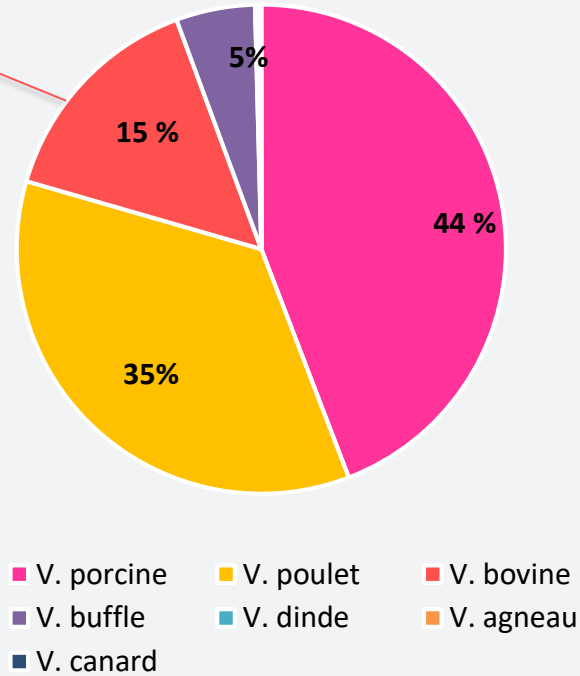
©2018 Business France. Tous droits réservés

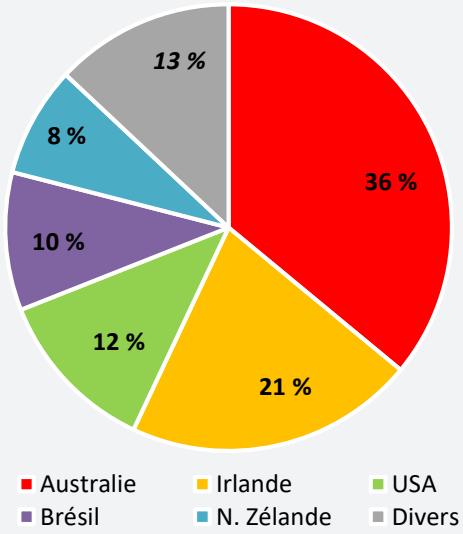
La viande bovine, essentiellement fournie par l'Australie et l'Irlande

Viande bovine

		2017/2016 (%)
Découpes	65 900 T	+4%
Découpes nobles	6 800 T	+10%
Découpes	56 700 T	+9%
V. désossée	490 T	+418%
Graisse	16 300 T	+14%
Abats	13 500 T	+27%
TOTAL	**102 920 T**	**+10%**

Importations de viandes des Philippines en 2017
103 000 T (+10% 2017/2016)
(Source : Department of Agriculture – Bureau of Animal Industry)

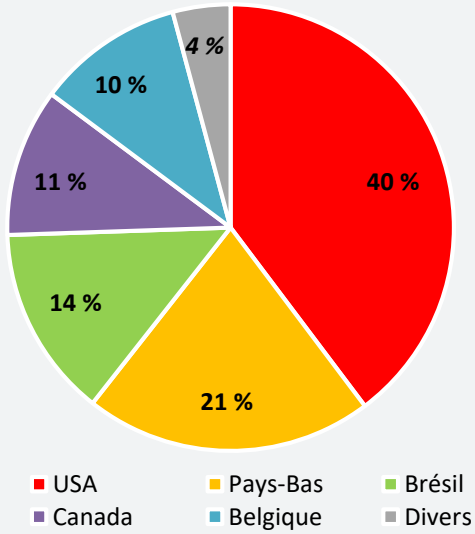




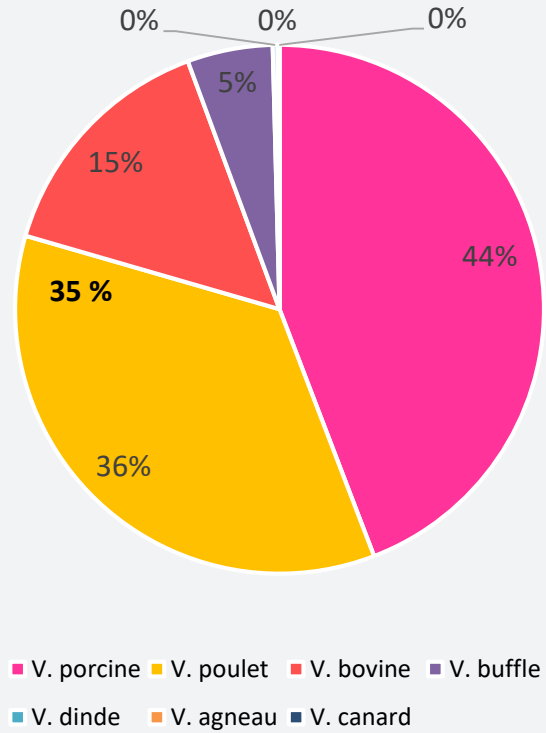
©2018 Business France. Tous droits réservés

Poulet de chair

		2017/2016 (%)
Découpes	6 900 T	-5 %
Cuisses	44 800 T	-19 %
VSM	189 000 T	+12 %
Graisses	1 800 T	+49 %
Abats	1 200 T	+418%
Graisse	16 300 T	+14%
Abats	13 500 T	+27%
Peau	300 T	-39 %
TOTAL	**244 100 T**	**+4 %**



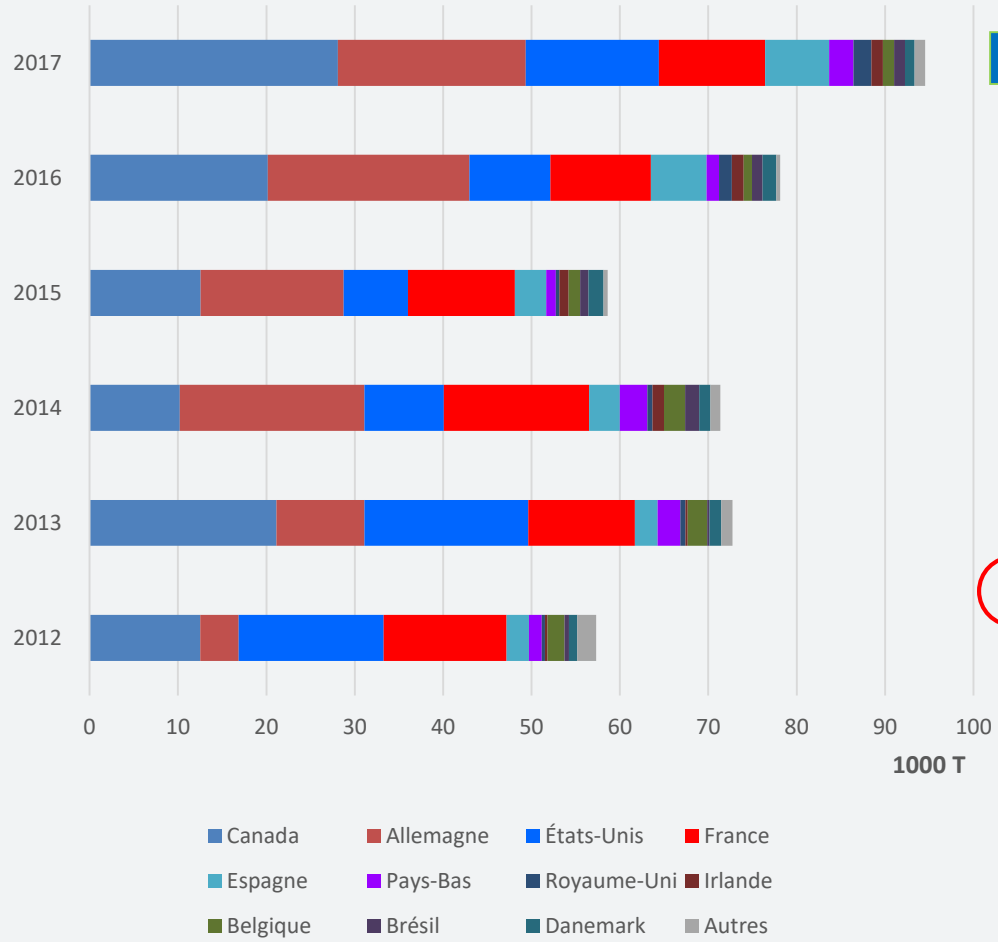
Importations de viandes des Philippines en 2017
103 000 T (+10% 2017/2016)
(Source : Department of Agriculture – Bureau of Animal Industry)



©2018 Business France. Tous droits réservés

La France est le 3ème fournisseur en valeur de viande porcine

Evolution des importations philippines de viande de porc
(Source : GTA, selon douanes des Philippines)



134 M EUR

Tonnage 2017 : 96 000 T

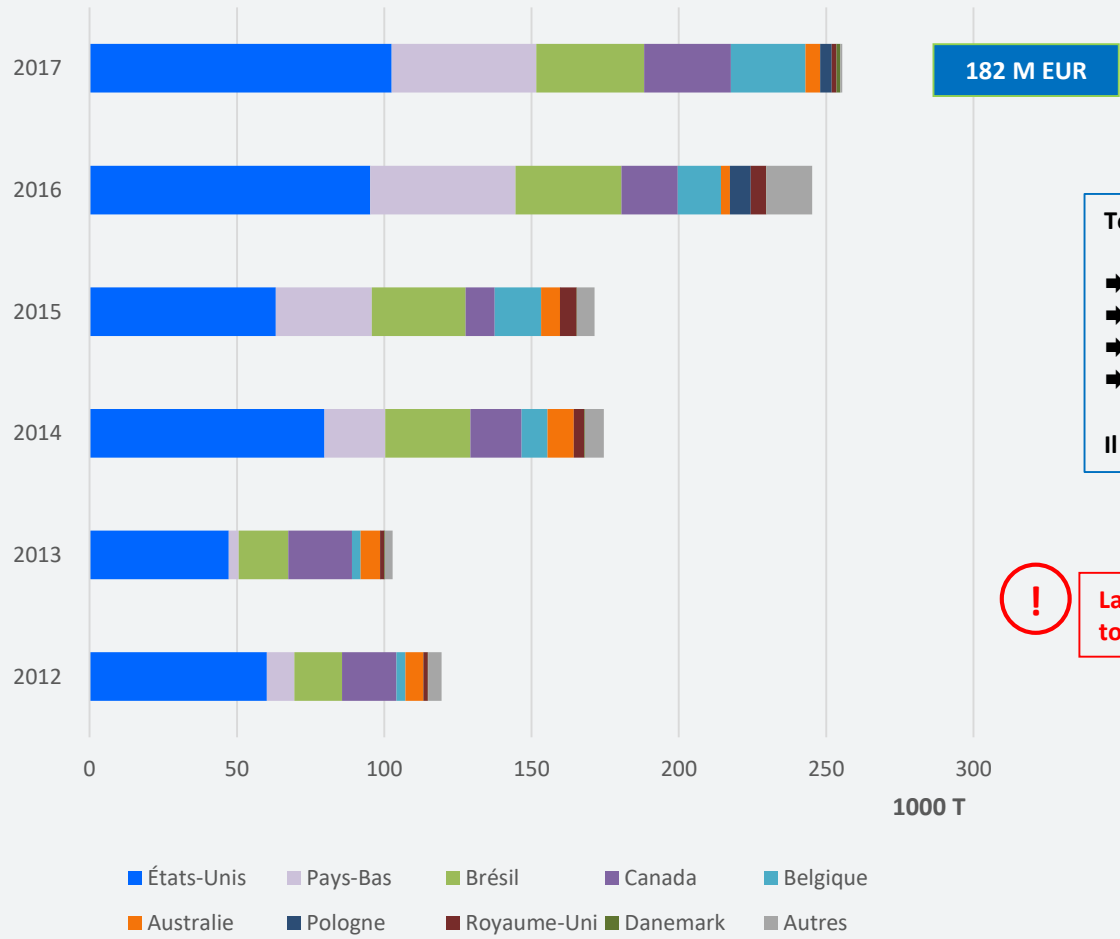
- **Canada : 28 000 T**
- **Allemagne : 21 000 T**
- **Etats-Unis : 15 000 T**

! **La France se place en 4ème position avec 12 000 T.**

©2018 Business France. Tous droits réservés

Les Etats-Unis dominent les importations de viandes de volailles

Evolution des importations philippines de viande de volaille
(Source : GTA, selon douanes des Philippines)



Tonnage 2017 : 255 000 T

- **Etats-Unis : 102 000 T**
- **Pays-Bas : 49 000 T**
- **Brésil : 37 000 T**
- **Canada : 29 000 T**

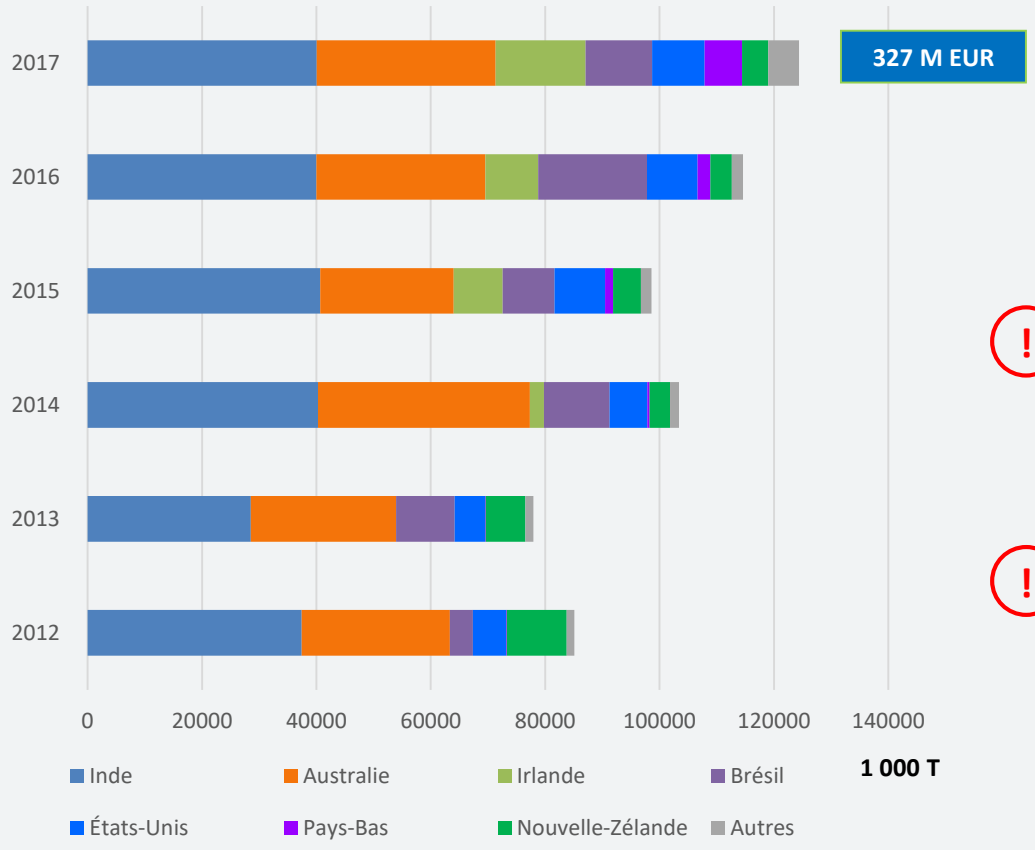
Il s'agit de VSM pour l'essentiel (≈ 80%).

! **La France se classe en 12ème position avec un tonnage marginal de 100 T.**

©2018 Business France. Tous droits réservés

L'Inde toujours leader pour les viandes bovines

Evolution des importations philippines de viande bovine (réfrigérée et congelée)
(Source : GTA, selon douanes des philippines)



Tonnage 2017 : 124 000 T
Montant 2017 : 327 M EUR

- **Inde : 40 000 T**
- **Australie : 31 000 T**
- **Irlande : 16 000 T**
- **Brésil : 12 000 T**

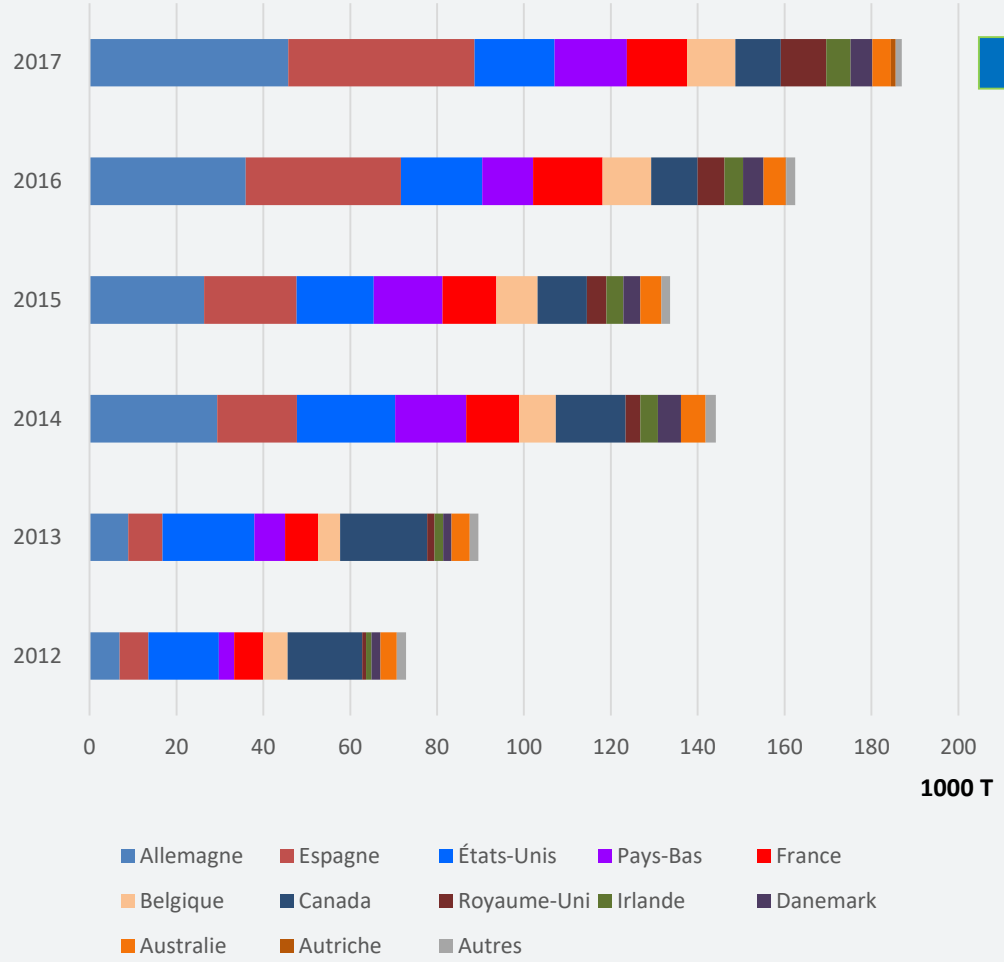
! **La France se classe en 11ème position avec 800 T en 2017.**

! **L'Inde : une approche spécifique**
- ⇒ **Exportations directes sans intervention de traders.**
- ⇒ **Cible du marché traditionnel « *wet market* » et industries des conserves de viande et de saucisses (viande bovine en substitut de la viande de porc).**

©2018 Business France. Tous droits réservés

L'Allemagne et l'Espagne sont les principaux fournisseurs d'abats (porc)

Evolution des importations philippines d'abats
(Source : GTA, selon douanes des philippines)



178 M EUR

Tonnage 2016 : 187 000 T

- **Allemagne : 46 000 T**
- **Espagne : 43 000 T**
- **Etats-Unis : 18 000 T**
- **Pays-Bas : 17 000 T**
- **France : 14 000 T**

!

Abats de porc pour l'essentiel
Abats de porc : 162 000 T
Foie de porc : 22 00k T
Abats de bœuf : 3 000 T

©2018 Business France. Tous droits réservés

Relevés de prix de viande dans diverses surfaces

VIANDES chez CASH & CARRY Supermarket

Exemples prix de détail Rayon boucherie « Monterey »

Sirloin ~ 599 PHP/kg (~ 10 EUR/kg)
Rib-Eye ~ 740 PHP/kg (~ 12,30 EUR/kg)
Premium pork steak et morceaux ~ 320 PHP/kg (~ 5,30 EUR/kg)

Prix de détail Rayon boucherie /porc

Pied avant de porc ~ 215 PHP/kg (~ 3,60 EUR/kg)
Côtelette ~ 275 PHP/kg (~4,60 EUR/kg)

Prix de détail Rayon boucherie /poulet de chair « Magnolia »

Cuisses de poulet ~ 162 PHP/kg (~ 2,70 EUR/kg)
Pilons et ailes ~ 152 PHP/kg (~ 2,50 EUR/kg)
Poitrine ~103-117 PHP/kg (~ 1,70-1,95 EUR/kg)
Filet en vrac : 230 PHP/kg (~ 3,80 EUR/kg)

CHARCUTERIE

Prix de détail RUSTANS
Quelques exemples

Salami Milano ~ 167,50 PHP/100g (~ 28 EUR/kg)
Salami piccante ~ 183,80 PHP/100g (~ 31 EUR/kg)
Mugnano ~ 202,50 PHP/100g (~ 34 EUR/kg)
Salami truffle ~ 309,70 PHP/100g (~ 52 EUR/kg)
Parma ham ~ 204,70 PHP/100g (~ 34 EUR/kg)
Prosciutto ~ 265,50 PHP/100g (~ 44 EUR/kg)

Jamon Serrano ~ 224,20 PHP/100g (~ 37 EUR/kg)

1 EUR ~ 60 PHP

©2018 Business France. Tous droits réservés

3.3.4 Focus fruits et légumes

Le marché « premium » des fruits et légumes frais est estimé à moins de 5 % du marché philippin global.

L'importation de fruits et légumes en provenance de France est soumise à l'accord préalable sur les pesticides entre les deux pays, accord qui n'est pas encore conclu au moment de l'enquête de terrain.

<u>Cas de la pomme</u>

- Suprématie de la pomme chinoise sur le marché ; il est relevé des prix élevés (de 34 PHP/unité ~ 0,55 EUR, jusqu'à 107 PHP/unité ~1,80 EUR, cf. illustration ci-contre)
- Segment plus restreint mais porteur pour la pomme américaine.
  Exemples de prix de détail : Fuji ~114 PHP/kg (1,90 EUR/kg) ,Granny ~156 PHP/kg (2,60 EUR/kg), Red Washington ~144 PHP/kg (2,40 EUR/kg) ; en bio : Red Delicious à 39 PHP/pièce (0,65 EUR), Granny à 49 PHP/unité (0,80 EUR) ;
- Présence marginale de la Nouvelle Zélande : Queen Apple en promotion ~29 PHP/unité (0,50 EUR).

Le scenario est le même sur d'autres marchés de la zone : large domination de la pomme chinoise (fruit spécifique) et positionnement efficace des Etats-Unis, de l'Océanie, voire de l'Afrique du sud (liens étroits avec notamment la Malaisie).

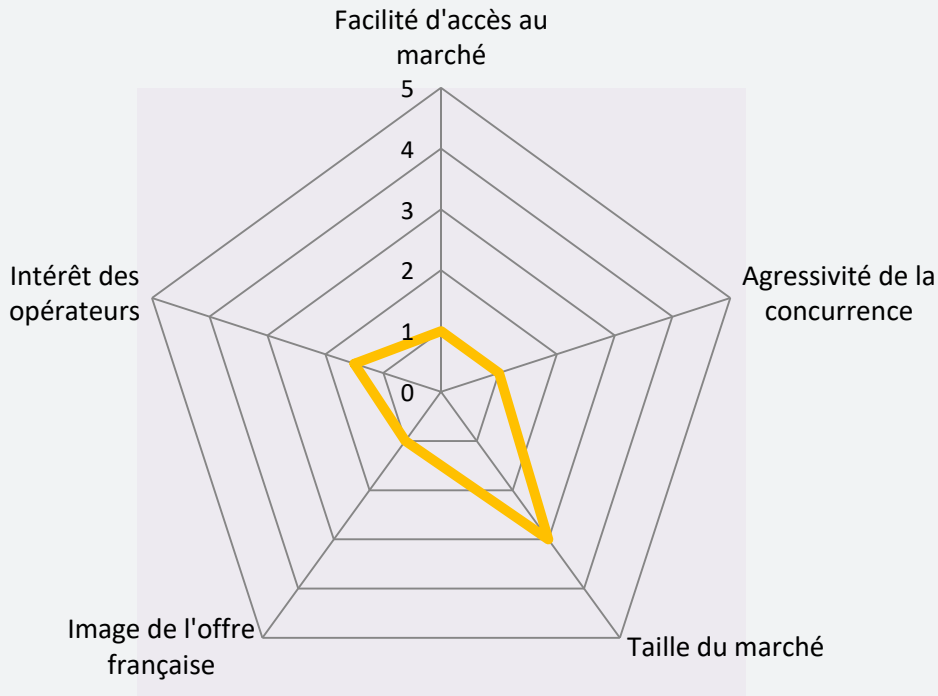
- Malaisie : 105 000 T d'importation en 2017 dont Afrique du sud 48 % et Chine 31 % (en Malaisie, la France est en 3ème position en 2017 avec 6 %) ;
- Indonésie : 154 000 T d'importation en 2017 dont Chine 75 % et USA 19 % (la France est 6ème avec 191 T et 0,1 % des PDM).

<u>Cas de l'oignon</u>

- Sur ce marché de grand volume, la production locale occupe une place importante avec de l'oignon rouge principalement (125-200 000 T/an) ;
- Les importations portent sur de l'oignon jaune :
  - Importations irrégulières d'une année à l'autre : 101 000 T en 2017 (191 000 en 2016) pour un montant de 19 M EUR (31 M en 2016) ;
  - La Chine domine largement avec 85 % du marché en volume et 89 % en valeur en 2017. Elle est suivie des Pays-Bas (10 % des volumes 2017), passés devant l'Inde (6 % des vol.).

©2018 Business France. Tous droits réservés

Marché des fruits et légumes



©2018 Business France. Tous droits réservés

SWOT fruits et légumes

Forces :

- Pas de force particulière identifiée, hormis l'image France en gastronomie.

Faiblesses :

- Marché étroit des fruits et légumes frais « premium ».
- Marché de prix pour tous les fruits et légumes assimilés à des denrées « *commodities* ».
- Absence de la France.

Opportunités :

- Marché globalement porteur.
- Opportunités pour des fruits et légumes spécialités en restauration haut de gamme

Menaces :

- Suprématie de la Chine : pomme et oignon notamment.
- Pomme américaine bénéficiant d'une *« place réservée »* sur le marché.
- Pomme de terre : Etats-Unis fournisseur *« historique »*, solide positionnement de l'Allemagne.

©2018 Business France. Tous droits réservés

Le cas de la pommes de terre, un marché très porteur

Cas de la pomme de terre

- Marché en expansion : les Philippins sont friands de frites (en restauration : MCDONALD'S, JOLIBEE, POTATO CORNER, …)
- Selon nos sources, la production serait de l'ordre de 120 000 T (difficile à vérifier). Il s'agit d'espèces inadaptées à la friture ;
- Les importations s'élèvent à 21 200 T en 2017, pour un montant de 6,2 M EUR (pour mémoire les importations de semences de pomme de terre sont négligeables) ;
- Etats-Unis de très loin 1er fournisseur et de longue date ~ 60 % du tonnage 2017 ;
- Allemagne au 2ème rang avec 34 % ;
- Marché de prix pour une denrée « *commodity* » ;
- Marché de la pomme de terre frite congelée : à noter la présence de MC CAIN FRENCH FRIES PHILIPPINES.

L'observation des autres marchés de la zone montre des scenarii diversifiés quant aux pays fournisseurs ; la France est quasi absente de ces marchés ; Pays-Bas et Allemagne sont les seuls pays européens à se frayer un chemin face aux fournisseurs privilégiés que sont la Chine pour certains pays, les Etats-Unis pour d'autres.

- Malaisie : 233 000 T d'importation en 2017, dont Chine 60 % ; à noter que les Pays-Bas et l'Allemagne se positionnent avec respectivement 2,7 et 2,5 % ;
- Indonésie : 66 000 T en 2017, dont Allemagne 38 % ;
- Vietnam : 40 000 T en 2016, de Chine en large part.

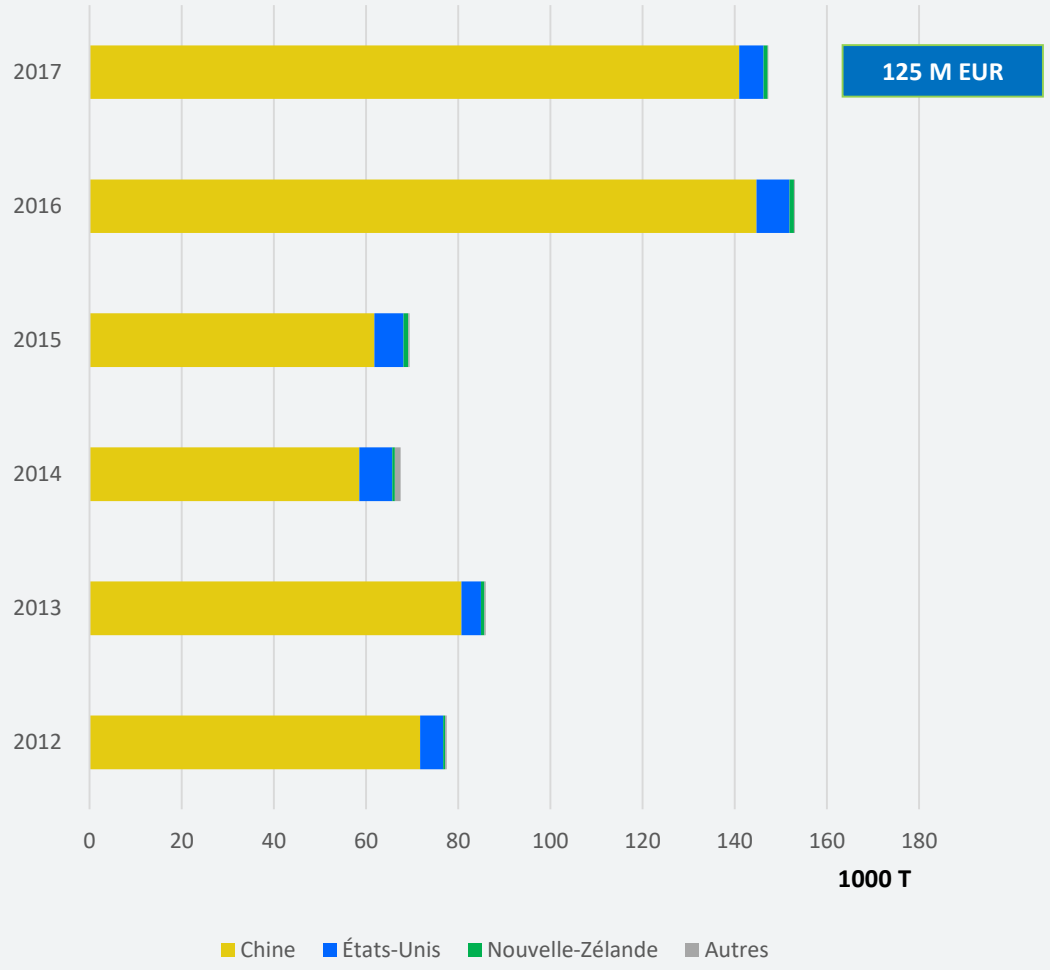
Marché de niche pour des légumes et fruits d'importation (restauration de haut de gamme)

- Les chefs cuisiniers raffolent de certains légumes spécialités tels que : asperge blanche, céleri, salsifis, fenouil, navet, chou de Bruxelles, endive …
- Certains champignons également ;
- Fruits : abricot, petits fruits non produits localement (mûre, groseille à maquereau, …), cerise aigre.

©2018 Business France. Tous droits réservés

Les pommes étrangères sont chinoises

Evolution des importations philippines de pommes
(Source : GTA, selon douanes des philippines)



Tonnage 2017 : 147 000 T

➡ **Chine : 141 000 T**

! **Ouverture du marché en cours pour la pommes Française.**

©2018 Business France. Tous droits réservés

3.3.5 Focus vins

Traditionnellement consommateurs de bières* et spiritueux, sous influences espagnole et américaine, les Philippins se tournent progressivement vers les vins avec la hausse du pouvoir d'achat générée par la croissance économique.**

C'est un marché jeune, d'impact encore très faible en termes de part de la consommation d'alcool aux Philippines, et qui reste fondamentalement un marché de prix, avec lente tendance vers la qualité.

Les ventes de vins au détail sont confinées à l'agglomération de Manille (~70% des ventes) et plus marginalement aux autres pôles urbains.

L'hôtellerie restauration, y compris les « resorts » disséminés dans l'archipel, offre par ailleurs un marché attractif et en croissance.

Il convient d'insister sur la tradition des cadeaux aux Philippines, culture bien ancrée comme au Japon ; les vins y ont une place de choix.

Les perspectives sont logiquement bonnes compte tenu du style de vie occidentalisé adopté, de l'importance la RHF – loisir à Manille, des habitudes festives.

A noter les connaissances encore limitées du consommateur philippin en matière de vin.

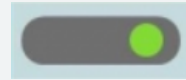
- Prévisions de marché 2018 : 59 M USD (de source USDA), et de croissance annuelle de +4,4% (CAGR 2018-2021) ;
- Selon enquête, 5 M d'acheteurs de vins dont 4 M peuvent dépenser plus de 200 PHP/b.
- 10 à 15 M de consommateurs potentiels (de source USDA) ; potentiel de gain de jeunes consommateurs séduits par les vins associés aux cuisines de diverses origines en restauration ;
- Perspectives de marché de 28 M L en 2021 selon EUROMONITOR ;
- Perspectives pour toutes les catégories : « *premium* » comme catégories intermédiaires, vins blancs et rosés comme rouges, en bag-in-box comme bouteilles, …

Les vins rouges ont la préférence des consommateurs.

Si les Philippins ont un penchant pour les vins doux ou sucrés, leur capacité à apprécier les vins secs progresse.

Acteur privés

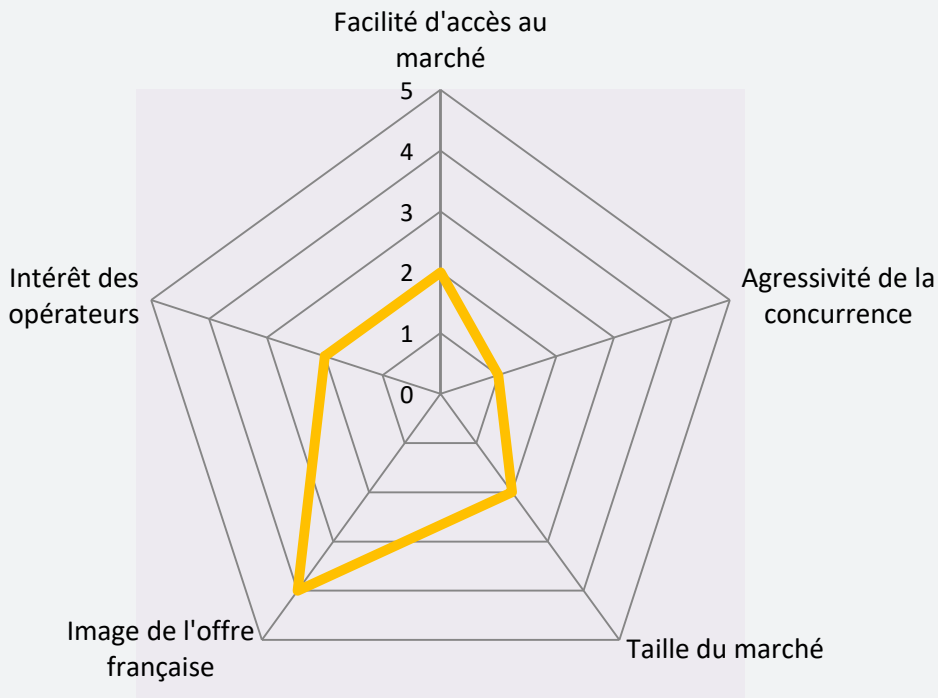
Perception du potentiel



(*) Géant local : SAN MIGUEL
(**) Puissants groupes locaux (multinationaux) : EMPERADOR DISTILLERIES et GINEBRA SAN MIGUEL

©2018 Business France. Tous droits réservés

Marché des vins



©2018 Business France. Tous droits réservés

SWOT Vins

Forces :

- Remarquable image France : savoir faire, tradition, authenticité, ...
- Classes aisées friandes des vins de Champagne.

Faiblesses :

- Philippins traditionnellement consommateurs de bières et de spiritueux.
- Marché de prix.
- Procédure d'enregistrement des produits et de l'étiquette.
- Penchant pour les vins doux et sucrés.
- Marché sensible aux modes, d'où l'importance des campagnes de communication.

Opportunités :

- Marché jeune et en devenir.
- Vins bien adaptés à la tradition des cadeaux.
- Opportunités pour des vins blancs de terroir français et vins effervescents.
- Marchés de niche étroite à prospecter : vins sous label « bio », mais aussi bières artisanales, cidres.

Menaces :

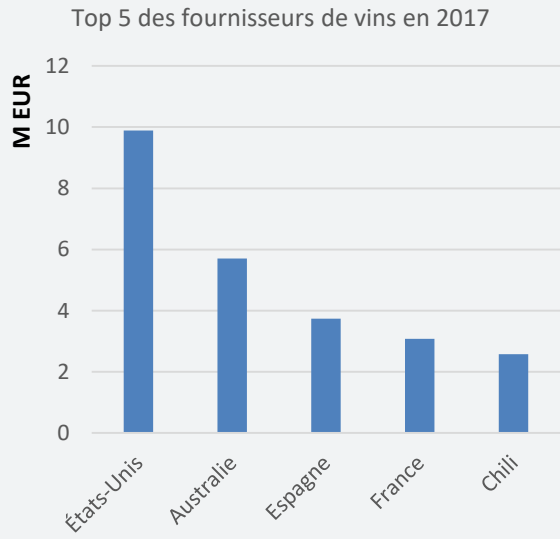
- Marché façonné par les vins californiens et australiens.
- Concurrence européenne : forte agressivité commerciale des exportateurs espagnols.

©2018 Business France. Tous droits réservés

Recommandations d'approche sur le marché des vins

Comme pour tous les produits alimentaires, les consommateurs sont sensibles aux modes. Le marché des vins n'y échappe pas. Les campagnes de communication peuvent en créer: cas par exemple du « white Zinfandel » californien.

- Vins tranquilles à hauteur de près de 98% du marché en volume : rouges principalement (~60-80%), blancs, rosés ;
- Goût pour les vins légers (consommateurs de bière) ;
- Un marché façonné par les vins californiens et australiens : vins mono-cépage, vins rouges sucrés ;
- En matière de vins blancs : des opportunités pour des vins de terroirs français (Alsace par exemple), vins effervescents (Champagne et autres) ;
- Segment « Champagne » dynamique : les classes aisées en sont friandes, pour toutes occasions festives, sans trop d'attention au prix ;
- Les vins effervescents constituent naturellement une alternative à prix modéré, une opportunité pour les vins français comme pour des vins d'autres origines, Prosecco ou autres ;
- Vins fortifiés.



La distribution des vins se fait principalement via la grande distribution et des détaillants spécialisés.

Ces derniers s'adressent tant aux ménages aisés qu'aux grands consommateurs tels qu'ambassades, et secteur de la restauration (BACCHUS WORLD, SOMMELIER SELECTION, …).

France et Espagne rivalisent côté européen face aux fournisseurs dominants en valeur : Etats-Unis et Australie.

- France : remarquable image (savoir faire, tradition, authenticité, richesse de gamme) ; forte attractivité des vins français sous réserve « d'accessibilité ».

©2018 Business France. Tous droits réservés

Les vins français profitent de la demande accrue

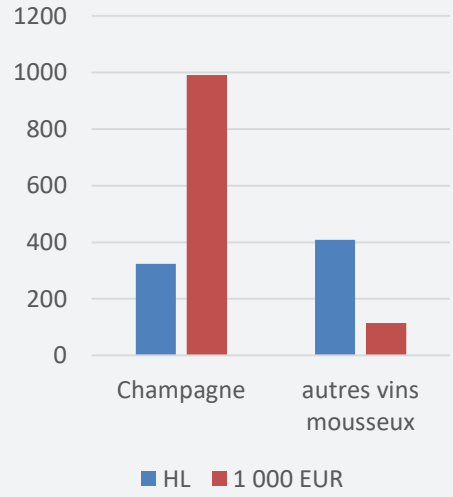
Exportations françaises de vins à destination des Philippines en 2017
+4% en valeur 2017/2016
(Source : Business France selon douanes françaises)

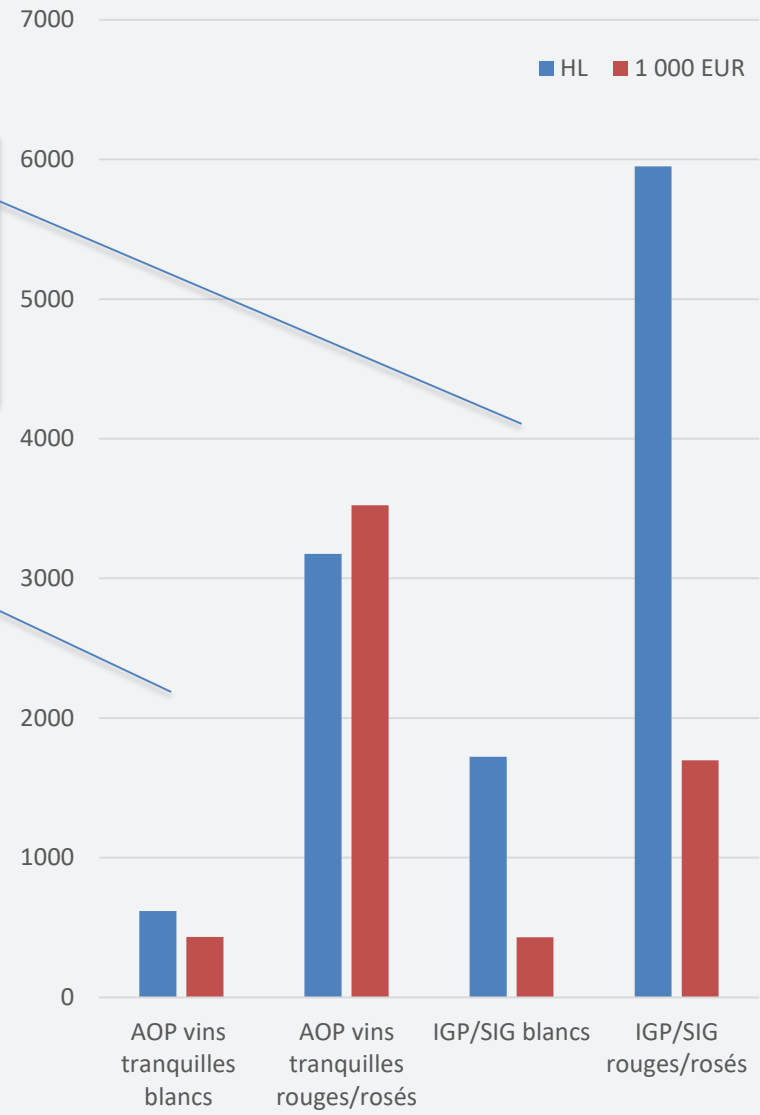
IGP/SIG (% volume)

Rouges/rosés :	78%
Blancs :	22%
IGP Pays d'Oc :	46%
VSIG EM blend + VCE :	23%
Vin de France blend :	6%
Autres :	25%

AOP (% volume)

Rouges/rosés :	84%
Blancs :	16%
Bordeaux :	74%
Vallée du Rhône :	7%
Bourgogne :	6%
Languedoc :	4%
Autres :	9%





©2018 Business France. Tous droits réservés

La concurrence et les contraintes à l'export sont des freins à prendre en compte

- Espagne : liens particuliers avec les Philippines de par son passé colonial ; présence de longue date avec des prix bas ;
- Offre lisible et adaptée ; marketing efficace ; à signaler l'événement à succès « *Madrid Fusion Manila* » ;
- Une origine référence en milieu de gamme ;
- Cible privilégiée : classe moyenne émergente et jeunes consommateurs ;
- Appui du secteur RHF où cuisine espagnole bien représentée.

4ème édition en 2018 pour l'événement gastronomique MADRID FUSION MANILA

Le marché philippin est le 1er marché export pour les vins américains en Asie du sud-est, et ce, depuis 2009.

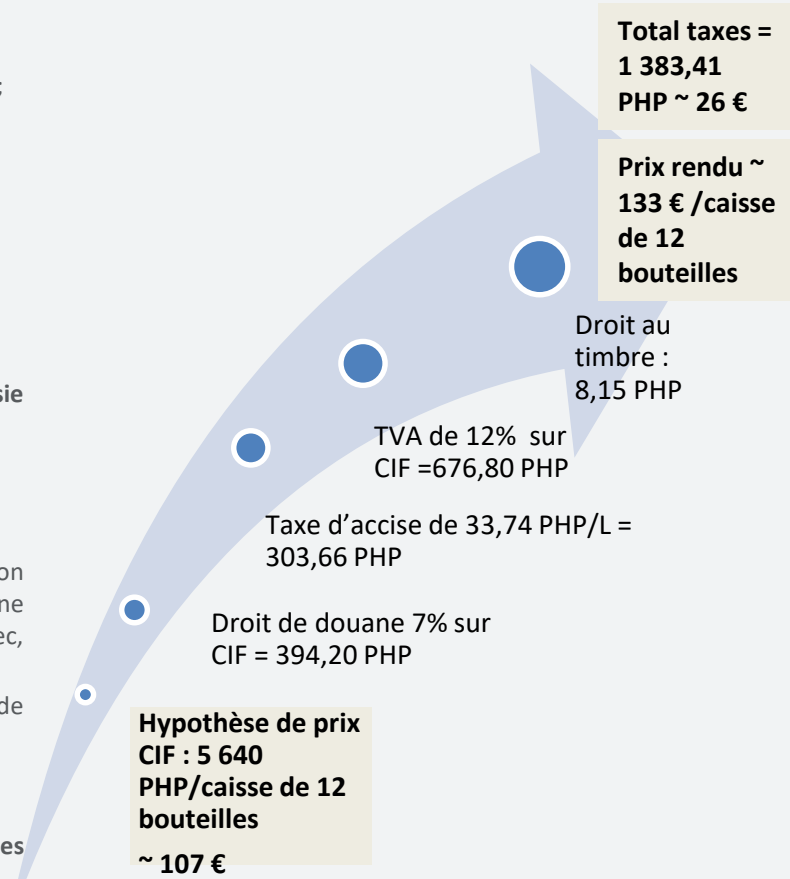
Une seule société à conditionner/produire sur place :

- BEL MONDO ITALIA (marque « *Novellino* ») ;
- Produits fabriqués localement à partir de moûts concentrés d'importation ou autres dérivés de vin ou de raisin, d'Italie, d'Espagne, … ; une quinzaine de variantes (y compris « sangria »), commercialisées à prix modéré, avec, pour cible, les classes moyennes ;
- Leader sur le marché avec près de 34% du marché en volume en 2016 (de source EUROMONITOR) ;
- Atouts : force marketing et solide réseau de distribution.

Comme pour bien d'autres produits alimentaires, l'enregistrement des produits peut s'avérer laborieux. ***Cf page suivante.***

L'enregistrement des vins auprès de la FDA s'applique théoriquement à tous. Plus besoin d'enregistrer chaque millésime ; en revanche l'étiquette fait l'objet d'un enregistrement.

Droits et taxes à l'importation
Calcul de source USDA pour 2016



©2018 Business France. Tous droits réservés

Quelques autres points d'attention avant d'exporter son vin aux Philippines 1/2

Les droits et taxes à l'importation sont élevés, tout comme les marges arrière ou autres exigences de la distribution moderne, frais de mise en rayon et autres.

Le différentiel de droit d'accise entre Champagnes et autres vins fait l'objet de vives critiques (UE, Etats-Unis, …)

- 750 PHP/l sur un produit considéré comme étant de luxe pour vins effervescents de plus de 500 PHP/b. (prix rendu hors TVA et taxe d'accise) ***Cf récapitulatif page suivante.***
- Un seuil inévitablement source de fraudes.

Sur le marché des vins effervescents, il est à noter :

- Agressivité des exportateurs de *Prosecco ;*
- Agressivité des exportateurs chiliens : présence de vins chiliens à 400 PHP/b. au détail.

Des améliorations pourraient être apportées au groupage des vins français à destination des Philippines.

- Coût élevé de la mise en FOB des vins français.

Toutefois les Philippines apparaissent plutôt comme un exemple positif de fiscalité pour les boissons alcoolisées en comparaison de la plupart des autres pays de l'ASEAN.

Vins « bio » : un segment à exploiter compte tenu de l'engouement durable pour une alimentation plus saine.

Par ailleurs il conviendrait d'étudier de plus près le marché potentiel du cidre.

- Produit à faible degré d'alcool et image santé ;
- En petites bouteilles, à l'image de la bière ? En s'assurant que fermentation stoppée compte tenu du climat chaud des Philippines ;
- Concurrence présente : Espagne et Australie.

Enfin, il existe un marché de niche pour des bières artisanales

- Comme pour les vins tranquilles, produit frappé de droits de douane de 7% et de la taxe d'accise « vins », avec, en sus, une contrainte en termes de date limite de vente ;
- Marché plus qu'étroit compte tenu du lobbying de SAN MIGUEL.

Vin français type Corbières sur le marché philippin
Source : enquête Business France

Prix départ France
~2,5-3 EUR/b.

Prix de gros à Manille
~ 550-600 PHP/b.
(~10 EUR/b.)

Prix de détail
~700-750 PHP/b.
(~ 11,50-12,50 EUR/b.)

©2018 Business France. Tous droits réservés

Quelques autres points d'attention avant d'exporter son vin aux Philippines 2/2

Evolution de la taxe d'accise
Selon le texte de loi RA 10351

EXCISE TAX RATES:

A. ALCOHOL PRODUCTS

PARTICULARS	NEW TAX RATES based on Republic Act No. 10351					Remarks 2018 onwards
	2013	2014	2015	2016	2017	
B. WINES, per liter of volume capacity						
1) Sparkling wines/ champagnes, where the NRP (excluding the excise and VAT) per bottle of 750ml volume capacity, regardless of proof is:						
Php500.00 or less	Php250	Php260	Php270.40	Php281.22	Php292.47	Effective 1/1/2014, the specific tax rate shall be increased by 4% every year thereafter
More than Php500.00	Php700	Php728	Php757.12	Php787.40	Php818.90	
2) Still wines and carbonated wines containing 14% of alcohol by volume or less	Php30.00	Php31.20	Php32.45	Php33.75	Php35.10	
3) Still wines and carbonated wines containing more than 14% (of alcohol by volume) but not more 25% of alcohol by volume	Php60.00	Php62.40	Php64.90	Php67.50	Php70.20	

Source : BIR

©2018 Business France. Tous droits réservés

Les contraintes à l'importation pour les alcools français

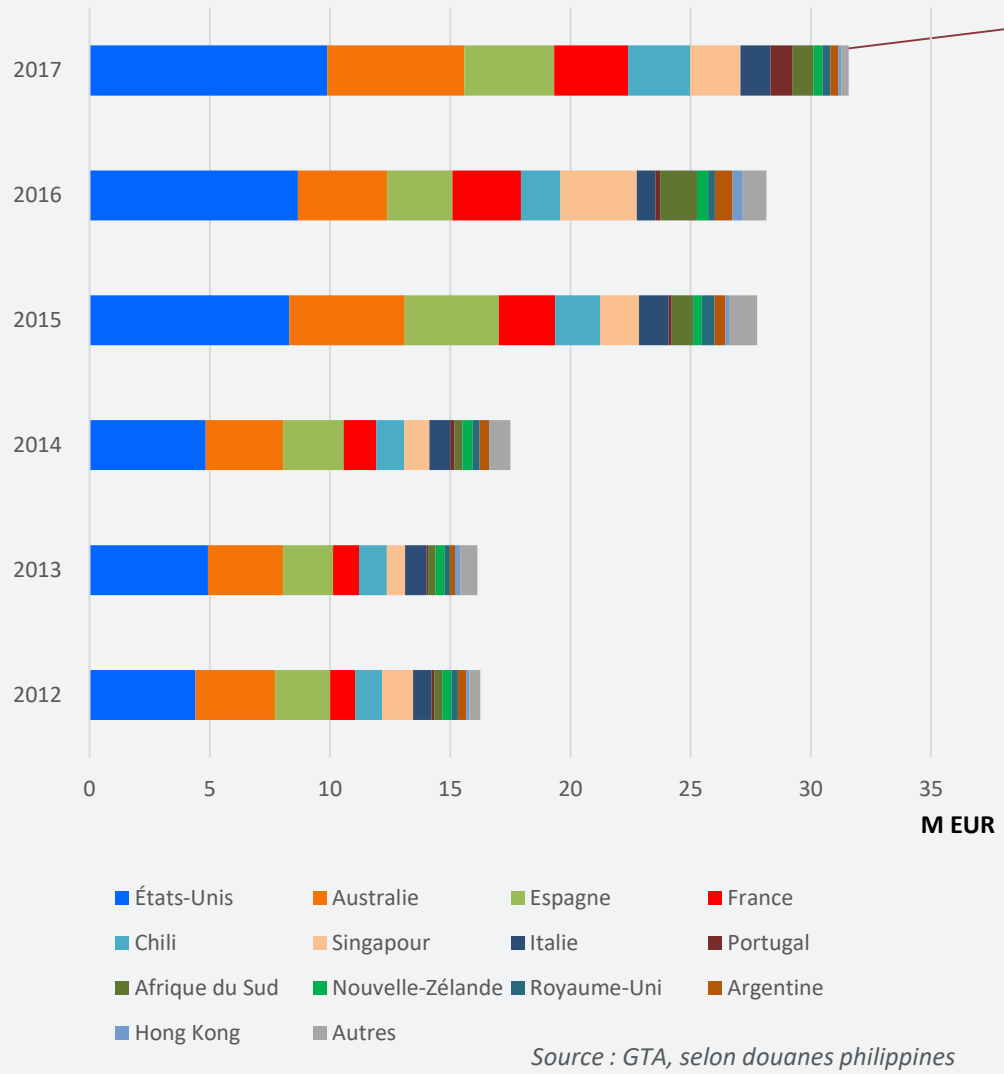
Documents exigés pour les importateurs	Organismes accréditeurs	Documents à fournir par l'exportateur
Licence to Operate	Food and Drugs Administration	-
Certificate of Product Registration	Food and Drugs Administration	• *Certificate of Free Sale* : délivré en France par la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF) ou par certaines Chambres de Commerce locales ; et authentifié par les autorités philippines en France (Consulat ou Ambassade des Philippines) • *Certificate of Analysis* : établi en France par le laboratoire de référence de l'appellation d'origine ou le laboratoire agréé par la Chambre de Commerce Régionale • Attestation de contrôle de la marchandise (pour les produits expédiés en vrac et/ou semi vrac) : au départ de France, certificat délivré par un organisme de certification agréé par les autorités philippines • *Phytosanitary Permit* : document obtenu en France • *License of Exporter* : des autorités du pays d'origine

A noter, l'obtention du CPR se fait uniquement par l'intermédiaire de l'importateur auprès de la FDA.

Source : Business France Manille

©2018 Business France. Tous droits réservés

Importations de vins : Etats-Unis et Australie se détachent



Chili, Afrique du sud,
Également Italie, Argentine…

Montant 2017 : 32 M €
Selon les douanes des Philippines

- **Etats-Unis : 10 M €**
- **Australie : 6 M €**
- **Espagne : 4 M €**
- **France : 3 M €**

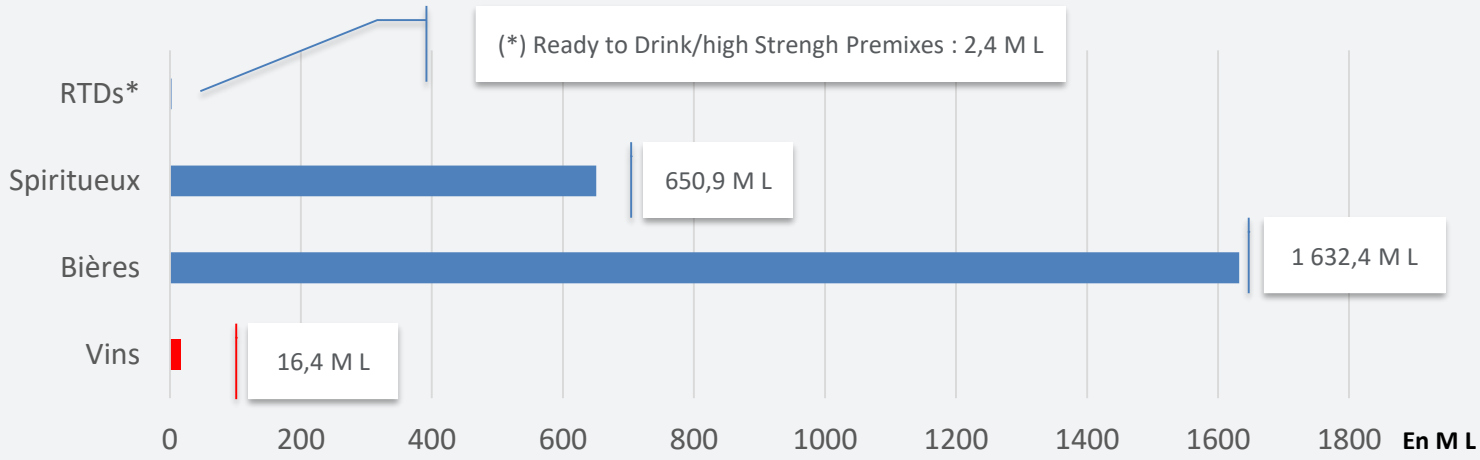
Singapour : une des plates-formes de réexportation vers les Philippines.

Pratique du commerce de valise dans le cas de grands crus.

Source : GTA, selon douanes philippines

©2018 Business France. Tous droits réservés

La consommation de boissons alcoolisées en 2015



Source : EUROMONITOR

Adaptation au marché

Lisibilité, compréhension : étiquettes attractives en entrée et milieu de gamme

Communication

Support marketing important à prévoir

Vulgarisation : « tradition », « terroirs uniques », … en école de cuisine, restaurant, Alliance Française, …

Efforts promotionnels diversifiés et innovants

Eduquer le consommateur : organiser des ateliers de dégustation grand public
Cf le développement d'Ecoles de cuisine et éventuel cursus d'œnologie au sein de ces établissements

©2018 Business France. Tous droits réservés

BUSINESSFRANCE

Notre offre

Business France vous propose quatre gammes complètes de produits et services d'accompagnement pour vous aider à identifier les opportunités des marchés et à concrétiser vos projets de développement international.

GAMME CONSEIL
Pour obtenir la bonne information sur les marchés étrangers
et bénéficier de l'expertise des spécialistes du réseau Business France.

GAMME CONTACTS
Pour identifier vos contacts d'affaires et vous faire bénéficier
de centaines d'actions de promotion à travers le monde.

GAMME COMMUNICATION
Pour communiquer à l'étranger sur votre entreprise, vos produits
et votre actualité.

VOLONTARIAT INTERNATIONAL EN ENTREPRISE (V.I.E)
Pour optimiser votre budget ressources humaines à l'international.

Retrouver le détail de nos produits sur : www.businessfrance.fr

CONTACTS

Business France Paris / AGROTECH
77, bd Saint-Jacques – 75014 Paris
Tél. : + +33 (0)4 96 17 25 11
Anne.bernard@businessfrance.fr

Réalisé par Anne BERNARD
Revu par Stéphanie Léo
Mars 2018

Toute reproduction, représentation, intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, sur quelque support que ce soit, papier ou électronique, effectuée sans l'autorisation écrite de Business France, est interdite et constitue un délit de contrefaçon sanctionné par l'article L.335-2 du code de la propriété intellectuelle.
Le lecteur reconnaît en avoir pris connaissance et y souscrire sans réserve.
Business France © 2018

BUSINESSFRANCE