

Des opportunités à saisir pour l'agroalimentaire français en Russie

L'isolement politique de la Russie se répercute inexorablement sur l'économie. À l'heure du déclin, les PME agroalimentaires françaises sont nombreuses à rencontrer des freins à leur développement sur ce marché que certains comparaient à un eldorado il y a encore une décennie.

La filière agroalimentaire est en effet un des meilleurs témoins des difficultés actuelles du marché russe. Secteur très dépendant des importations, la part des produits d'origine étrangère y a été multipliée par six depuis le début des années 2000, pour passer à 40 % à la veille de l'embargo décrété en août 2013 par Poutine en réponse aux sanctions européennes et américaines. Résultat : la quasi-totalité des producteurs agricoles européens et américains se sont vus interdits ce marché. Fruits et légumes, viande, lait etc. : les producteurs français ont ainsi **perdu 1,17 milliard d'euros** de chiffre d'affaires sur un an, soit 7,8 % de leurs exportations.

Un lourd fardeau certes, même si cet embargo n'a pas été total. En revanche, les rares types de denrées alimentaires qui y ont échappé sont devenus peu abordables pour le consommateur à cause de la dévaluation du rouble. Sur un an, la monnaie nationale a perdu 40 % de sa valeur, les prix des produits en roubles ont donc grimpé proportionnellement. Un constat que dresse, entre autres, Yulia Raditchkina, responsable marketing de la société russe Global foods, importateur pour le compte de restaurants, entre autres, de purées et coulis congelés que produisent les Vergers Boiron (Drôme, 100 salariés). « Depuis quelques mois, **le prix des denrées a augmenté de 20 à 30 %**, hausse que nous répercutons sur nos clients. Ainsi, nos prix pour les restaurants ont augmenté de 15 à 25 % sur trois mois », raconte-t-elle.

Localiser sa production en Russie, faute de mieux

Dans un pays qui a connu une croissance du PIB à 8 % dans les années d'avant-crise, cette perte de pouvoir d'achat est une première. Même au plus fort de la crise, le revenu disponible des ménages n'a cessé d'augmenter, affichant une croissance de 2,1 % en 2009. Mais en 2014, la situation est toute autre : en novembre, **le revenu disponible a fondu de 4,7 %** par rapport au même mois il y a un an. Résultat pour Global foods : les restaurants passent commande moins souvent. L'érosion des revenus des ménages pénètre donc implacablement le b-to-b. Pour exporter des denrées alimentaires vers la Russie, le moment n'est donc clairement pas le meilleur.

Mais si les exportateurs ont été touchés de plein fouet, la crise a un peu épargné les rares sociétés qui ont localisé leur production au sein même de la Russie. Pendant des années, vivant en France, le Russe Andrei Kouspits exportait vers son pays natal foie gras, rillettes, pâtés, galantines et autres spécialités françaises à base de viande. De retour après son séjour dans l'Hexagone, en 2010 il a fait venir un charcutier français pour élaborer ces mêmes produits sur place, à base de viande russe. « Pour l'instant, nous achetons nos produits de base aux mêmes prix qu'il y a

deux mois. Mais nous voyons bien la vague, il est clair qu'en janvier, nous allons les acheter à des prix différents », déplore-t-il.

En cause : la très importante dépendance de l'agroalimentaire russe des importations en termes de **matériel**. La quasi-totalité des tracteurs, moissonneuses-batteuses et arroseurs utilisés dans le pays sont de fabrication étrangère. Ainsi, tout remplacement d'une machine ou achat de pièce de rechange tire les coûts vers le haut. Pour Andrei Kouspits, s'y ajoute le coût du maïs, du fourrage, des produits vétérinaires et même des bœufs, tout cela étant de fabrication étrangère. « Si les tendances négatives se poursuivent, nous allons augmenter nos prix proportionnellement », confie-t-il.

Une certaine attractivité

Mais dans cette conjoncture propice au pessimisme, tout n'est pas noir. L'agroalimentaire représente finalement une petite part de l'ensemble des exportations françaises vers la Russie (3,2 %), et les entreprises françaises sont présentes dans beaucoup d'autres secteurs de l'économie russe. Pavel Chinsky, directeur général de la Chambre de commerce et d'industrie franco-russe, tient à rappeler l'attractivité de ce pays. « La Russie demeure un marché où la demande est loin d'être satisfaite. En plus, parmi les pays BRICS, la Russie est celui qui est le plus proche et le plus compréhensible pour les Européens », estime-t-il.

Un sondage mené par la Chambre de commerce et d'industrie franco-russe auprès d'entreprises françaises révèle par ailleurs que les sociétés qui avaient déjà une activité dans le pays sont **85 % à déclarer vouloir poursuivre leur développement sur ce marché**.

Notons toutefois que le volume des échanges bilatéraux a baissé de 13 % entre 2012 et 2013, passant à 18,2 milliards d'euros, avec une baisse supplémentaire de 5,7 % sur janvier-septembre 2014 en glissement annuel. De quoi décourager les entreprises françaises qui n'ont jamais mis les pieds en Russie : selon le même sondage, 95 % d'entre elles ont déclaré que ce marché ne présentait pas d'intérêt.

Face à ces chiffres qui peuvent paraître décourageants, Pavel Chinsky invite les entreprises françaises à découvrir les réalités du marché russe et à nouer des contacts localement, afin d'évaluer les opportunités qu'il offre.

Source : <http://www.lejournaldesentreprises.com/national/gros-temps-pour-l-agroalimentaire-francais-en-russie-30-12-2014-242624.php>