

Analyse des marchés de l'Asie de l'Est sur les dattes (SH Code 0804)

Opportunités pour l'export pour les producteurs Algériens

Réglementations et procédures



Mai 2021

Inhalt

1. Information générale.....	3
2. Contexte	3
3. Méthodologie	4
4. Première partie – Analyse des marchés importatrice des dattes en Asie de l’Est	4
4.1 Le marché global des dattes	5
4.2 Analyses des flux commerciaux vers les pays en Asie de l’Est	7
4.3 Le positionnement de l’Algérie dans le marché des dattes en Asie de l’Est	8
4.4 Analyse détaillée des pays importatrice en Asie de l’EST	8
4.3 Conclusion et recommandation sur l’analyse des pays asiatiques	14
5. Deuxième partie – Exigence et canaux de vente des pays sélectionnés.....	15
5.1 Indonésie.....	15
5.1.1 Information générale.....	15
5.1.2. La distribution et les canaux de vente	16
5.1.3 Le marché actuel et les compétiteurs sur le marché Indonésien	16
5.1.4 Les dispositions et réglementations relatives aux importations en Indonésie	18
5.1.5 Les prix des dattes sur le marché Indonésien	19
5.1.6 Les importateurs les plus importants, les foires pour les aliments et les fruits, les institutions gouvernementales	19
5.2 Malaisie	24
5.2.1 Information générale.....	24
5.2.2. La distribution et les canaux de vente	24
5.2.3 Le marché actuel et les compétiteurs sur le marché Malaisien	24
5.2.4 Les dispositions et réglementations relatives aux importations en Indonésie	25
5.2.5 Les prix des dattes sur le marché malaisien	26
5.2.6 Les importateurs les plus importants, les foires pour les aliments et les fruits, les institutions gouvernementales	26
5.3 Singapour	31
5.3.1 Aperçu de la situation à Singapour	31
6. Conseils pratiques pour les exportateurs des dattes	32
7 Conclusion et recommandation	33

1. Information générale

La date est un des fruits les plus anciens cultivés dans le moyen orient et le Maghreb. Les fruits du dattier et ces multiples produits dérivés ont contribué à la sécurité alimentaire et à la prospérité économique de la région pour plus que 5.000 ans. Le fruit peut être associé aux civilisations anciennes comme les Sumériens, Acadiens et Babyloniens. La date est mentionnée dans les textes sacrés de plusieurs religions entre autres l'islam.

Dans le jour la cultivation des dattes est toujours de grande importance et elle trouve de plus en plus des consommateurs dans le monde entier. La dattes fraîche, quand elle arrive à maturité, est un fruit fragile et délicat à transporter. C'est en partie pour cette raison qu'elle est séchée (de 70 % d'eau pour la dattes fraîche elle passe à 20 %) avec une valeur énergétique nutritionnelle importante. La dattes séchée est un produit qui se conserve bien et permet une transportation facile. Il en existe autour de 25 variétés de dattes, comme la Deglet Nour, la Halawi ou bien la Medjool.

Pour le commerce internationale la dattes fraiche (et congelée) et séchée a le code SH 08041. Les spécifications SH ne sont pas liées à la variété de dattes. Le code SH est une abréviation de « Système harmonisé de désignation et de codification des marchandises ». Il s'agit d'une liste de chiffres utilisés par les douanes pour classer un produit. Ce code est utilisé pour définir les droits de douane et taxes qui sont dus.

2. Contexte

En Algérie l'agriculture et l'industrie agro-alimentaire sont de grandes importances pour l'économie nationale, également au niveau de l'emploi car presque un quart de la population y travaille. Dans nos jours le secteur se voit confronter avec deux défis principaux : le recours vers une importation de produit agricole et des intrants et de l'autre côté un manque de performance au niveau de la transformation des produits et de la commercialisation pour le marché national et international.

Dans le cadre de la coopération avec le Ministère de l'Agriculture, du développement rural et de la pêche (MADRP), la coopération allemande à travers la GIZ et l'Institut National de la Recherche Agronomique d'Algérie (INRAA) un projet a été initié qui est nommé « Programme d'appui au secteur de l'agriculture (PASA) ». PASA est co-financé par l'Union Européenne et le Ministère de la Coopération et du Développement allemand (BMZ) pour appuyer les chaînes de valeur des dattes et du chili dans la région de Biskra et des pommes de terre dans la région d'El Oued pour une durée totale de 48 mois. Pour les chaînes de valeur le programme prévoit d'améliorer la compétitivité d'acteur industriel et commercial, inclus la conformité avec les standards nationaux et internationaux exigés et les réglementations techniques et une promotion des liens professionnels.

Dans le cadre de la professionnalisation le PASA compte d'explorer les opportunités et les options pour exporter des dattes et de fournir des appuis pour les producteurs dans la région de Biskra. Le secteur des dattes à Biskra a une longue tradition et est bien établi dans l'économie régionale. En revanche les capacités d'export restent limitées, même si la production est importante et de bonne qualité. Comme les marchés divers à l'international ne sont pas encore

exploré d'une façon systématique, l'objectif est d'identifier des marchés potentiels en Asie, en particulier les pays du ASEAN (Association of Southeast Asian Nations), SAARC (South Asian Association for Regional Cooperation) et les pays de l'Asie de l'est suivant la définition des Nations Unies (United Nations Statistical Division).

3. Méthodologie

Une recherche secondaire et détaillée a été menée sur les sites web des organisations internationales fiables comme les sites de la FAO (Food and Agricultural Organisation) ou du ITC (International Trade Center). Le code SH était appliqué pour la recherche et l'extraction des données, car toutes les banques de données reconnues, comme ITC Trademap, travaillent avec le code SH. Une résolution plus haute n'est pas possible au niveau d'une recherche secondaire. Les statistiques sur les volumes importés ou d'autres données nationales pouvaient être trouvées à travers cette recherche sur les sites web respectifs. En revanche, trouver des informations sur les détails des canaux de distribution, commerciale, les prix d'achat, les compétiteurs et des informations sur les tendances des consommateurs étaient moins évidents. Les pays avec le plus grand potentiel sont la Malaisie et l'Indonésie, donc il fallait accéder à des personnes de ressource dans ces deux pays. Les essayes d'entrer en contact avec des institutions des Ministères ou bien des particuliers n'aboutissaient à quasiment rien, car les interlocuteurs ne sont pas intéressés à répondre ou bien ils n'étaient pas en mesure de fournir des contacts. La situation pandémique a certainement également contribué au déficit de communication. De plus la langue reste une barrière car l'anglais est beaucoup moins fréquent en Asie de l'Est qu'en Europe et les pays du Maghreb. Ceci se manifestait aussi dans la recherche au niveau des sites web des institutions indonésiennes ou malaysiennes ou la langue nationale dominait le contenu. Sans ces informations pertinentes l'analyse resterait superficielle et sans une vraie valeur ajoutée pour les producteurs des dattes algériennes. La GIZ a ainsi recruté un deuxième expert de nationalité Indonésienne qui dispose d'un réseau excellent, également politiquement car il travaille à l'ambassade de l'Indonésie en Allemagne. Malgré son réseautage il n'a pas pu obtenir toutes les informations requises, surtout sur les prix d'achat. Il est important de noter que les prix restent le point le plus sensible et le mieux protégé dans toute affaire commerciale. Sans un contact personnel ou une certaine confiance peut être établie le partage des informations sensibles devient souvent impossible.

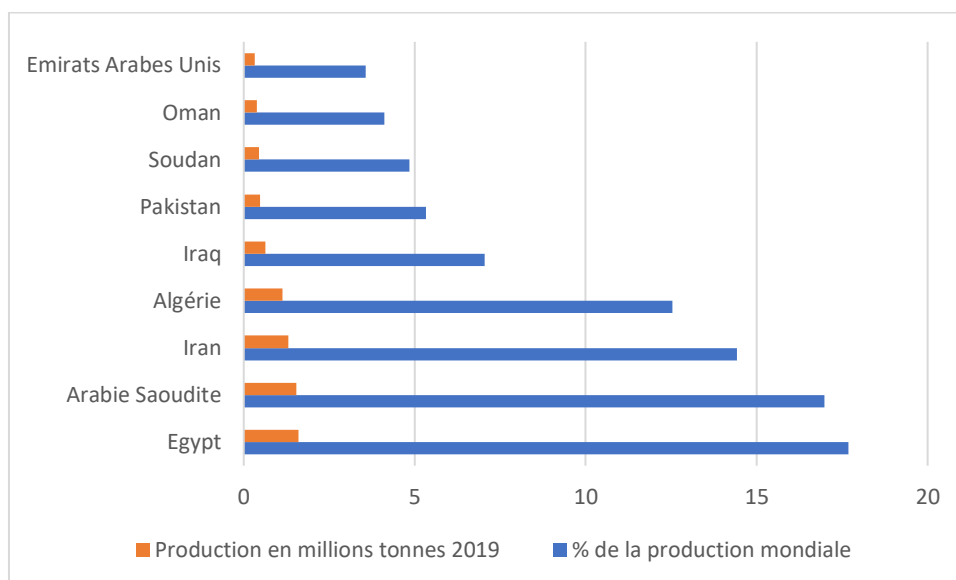
4. Première partie – Analyse des marchés importatrice des dattes en Asie de l'Est

Dans cette première partie la situation globale sur l'importation des dattes vers l'Asie de l'Est est clarifiée :

- Quelle sont les provenances des dattes importées, inclus les exportations algériennes
- Quantification des dattes importés par pays
- Croissance au niveau des importations des dattes
- Les flux commerciaux régionaux et globaux vers les marchés asiatiques
- L'importance de la certification « organique » pour les marchés asiatiques

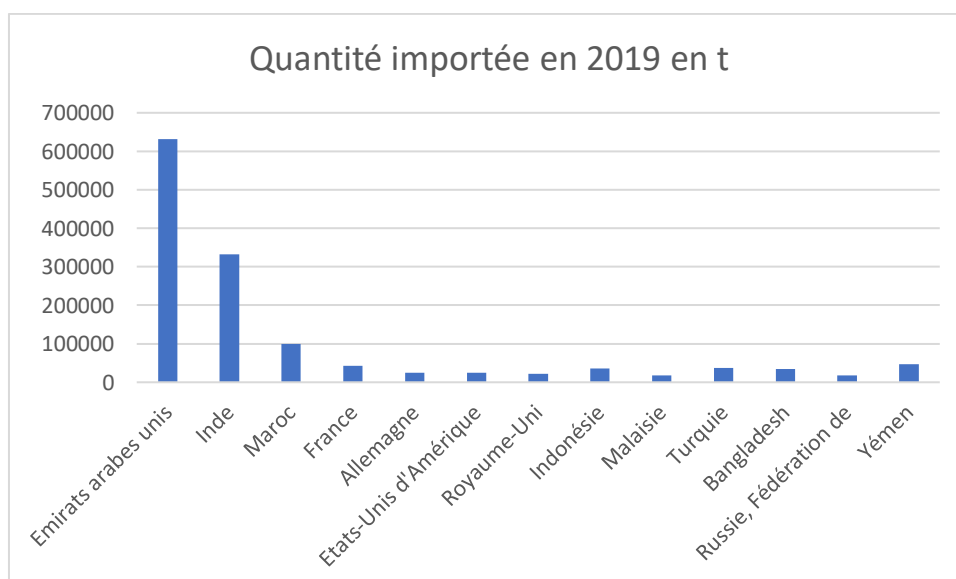
4.1 Le marché global des dattes

Le marché global des dattes connaît depuis des années une croissance au niveau des importations, des exportations et de la production. La production mondiale pour 2019 était de plus que 9 millions de tonnes. Les pays producteurs clés sont l’Egypt (1,6 millions/t), l’Arabie Saoudite (1,5 millions/t) et l’Iran (1,3 millions/t) suivi par l’Algérie (1,1 millions/t) à la quatrième place.



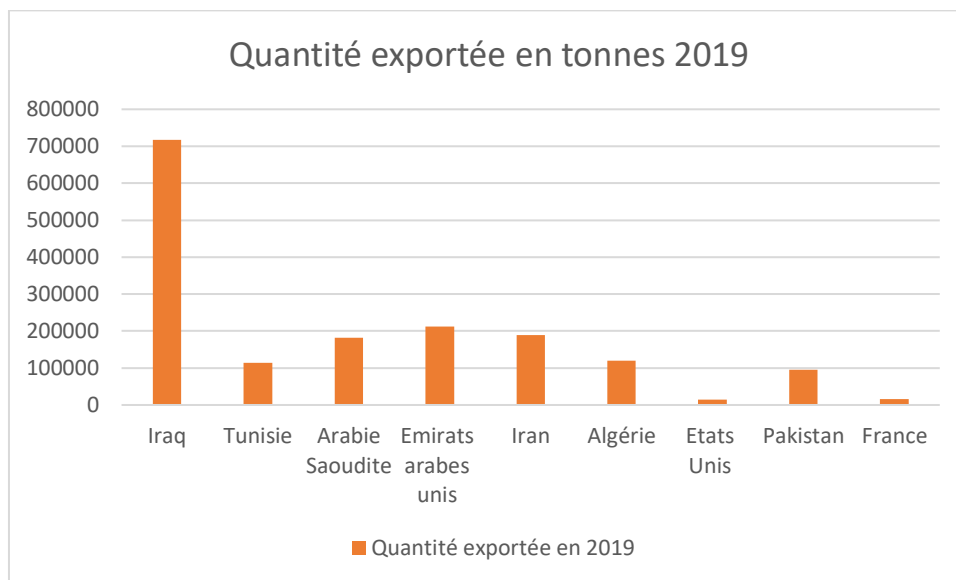
Source : ITC Trademap¹

L’importation des dattes en 2019 est dominée par les Emirats Arabes Unis avec une importation nette de 630.000 tonnes, l’Inde avec 330.000 tonnes et le Maroc avec 98.000 tonnes. En Europe la France (42.000 t) et l’Allemagne (24.000 t) sont les pays importateurs les plus importants. En Asie de l’Est l’Indonésie (36.000 t) et la Malaisie (18.000 t) jouent un rôle important.



¹ Toutes les données des graphs sont issues de ITC sauf stipulation contraire

Une partie de l'importation est destinée à la consommation locale, ceci est surtout valable pour les pays comme l'Indonésie ou d'autres pays non producteurs avec une forte demande locale. Les pays comme l'Allemagne ou les Etats Unis font de la re-exportation vers des pays demandeurs. Les pays exportateurs qui font le chiffre d'affaire le plus important sont également les pays producteurs mais on constate des particularités comme pour l'Egypte qui est le plus grand producteur, mais les dattes sont destinées surtout pour le marché national. La Tunisie, l'Iraq et l'Arabie Saoudite sont les exportateurs les plus importants en terme de valeur exportée. En revanche ceci ne reflète pas la valeur exportée par unité ou Israël et les Etats Unis, mais aussi la Tunisie crée la plus haute valeur par unité. Ces pays vendent les produits « prêts pour la consommation » avec une transformation valorisée et beaucoup moins en vrac.



4.2 Analyses des flux commerciaux vers les pays en Asie de l'Est

Les pays de l'Asie de l'Est sont déterminés par les états membres des structures suivantes : ASEAN, SAARC et UNSD. Les pays en détails sont : Indonésie, Malaisie, Singapour, Chine, Thaïlande, Japon, Viet Nam, Hong Kong (faisant partie du territoire chinois), Brunei Darussalam, Corée du Sud (République du Corée), Cambodge, Taiwan, Philippines, Birmanie (Myanmar), Mongolie, Macao (faisant partie du territoire chinois), Timor Oriental, Laos, Papouasie-Nouvelle-Guinée, Corée du Nord.

Les flux commerciaux des dates connaissent trois principaux axes :

- La commercialisation directe à travers des liens avec des pays partenaires productrices
- La commercialisation par des plateformes commerciales dans les pays du Golfe
- Des plateformes régionales dans la région de l'Asie de l'Est.

<i>PRODUCTEURS/ EXPORTATEURS</i>	<i>CARREFOURS COMMERCIAUX INTERNATIONAUX</i>	<i>EXPORTATEURS DE LA REGION (>500.000 USD)</i>	<i>IMPORTATEURS</i>
IRAQ	EMIRATS		INDONESIE
TUNISIE	ARABES UNIS (17m USD+)	MALAISIE	JAPON
ARABIE SAOUDITE	ETATS-UNIS (3,6m USD)	CHINE	VIET NAM
IRAN	PALESTINE (ca. 3m USD)	SINGAPOUR	BRUNEI
ISRAEL	AUTRES:	BIRMANIE (MYANMAR)	COREE DU SUD
ALGERIE	- Inde (750k+)	THAILANDE	CAMBODGE
PAKISTAN	- Afrique du Sud (500k+)		TAIPEI
EGYPTE	- Turquie (environs 500k)	HONG KONG	PHILIPPINES
	- Pays Bas (400k+)		MONGOLIE
	- Jordanie,		MACAO
	Argentine, Perou		
	- Allemagne (200k+)		
	- Divers		

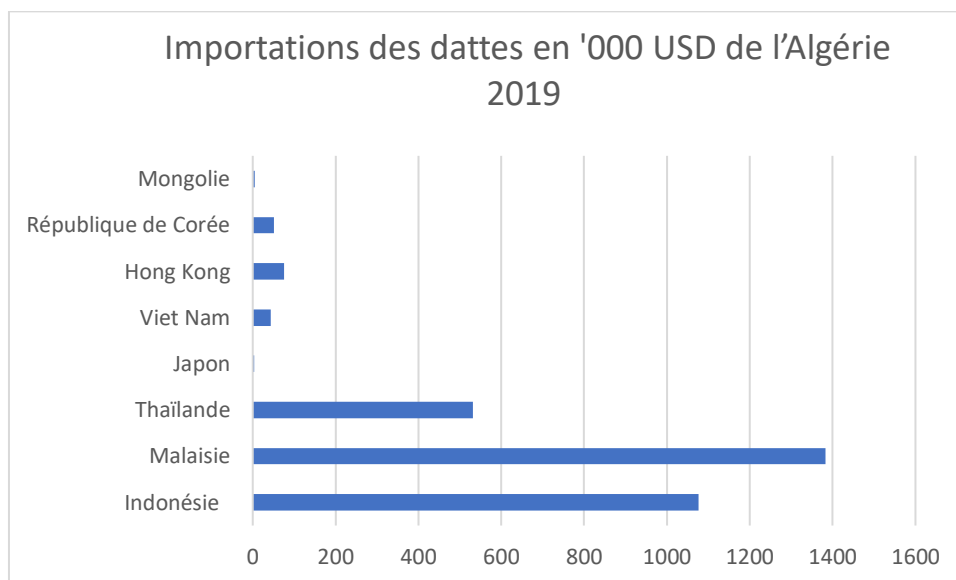
Chiffres : ITC TradeMap, 2019

Les structures sont fragmentées et des flux constants ne peuvent pas être observés. Les acheteurs et importateurs n'ont pas des préférences, sauf pour des raisons politiques ou idéologiques. L'achat direct du pays producteur est une voie qui est difficilement à tracer, en revanche les carrefours commerciaux internationaux à Dubaï peuvent être chiffrés. Les pays qui servent comme plaque tournante sont les Emirats Arabe Unis (17 millions USD), les Etats Unis (3,6 millions USD), la Palestine (3 millions USD) et des hubs moins importants comme l'Inde, l'Afrique du Sud et la Turquie (autour de 500.000 à 750.000 USD). Les carrefours de la région se concentre sur la Malaisie, Singapour, la Thaïlande, Hong Kong, et la Birmanie. Avec un chiffre total de 500.000 USD ces hubs régionaux sont moins importants. La Chine (Mainland China- sans Hong Kong) joue un rôle incertain, car elle exporte très peu de quantité, selon des chiffres officielles d'ITC, en revanche la Malaisie déclare des quantités importantes d'import de la Chine. Il se peut que les chiffres ne soient pas fiables pour des raisons de transparence

côté chinois. Les pays purement importateurs sont surtout l'Indonésie et en petit volume le Japon et le Vietnam.

4.3 Le positionnement de l'Algérie dans le marché des dattes en Asie de l'Est

Actuellement l'Algérie a des relations d'affaires avec les pays suivants en Asie de l'Est :



Les exportations les plus importantes vers l'Asie de l'Est depuis l'Algérie en 2019 se font vers l'Indonésie (1.076.000 USD, la Malaisie (1.383.000 USD) et la Thaïlande (531.000 USD). Les autres pays importateurs de dattes algériennes cumulés n'atteignent pas les 200.000 USD (le Japon et la Mongolie est de quelques milliers d'USD seulement). Le chiffre d'affaire total d'environ 3 millions de USD des exports réalisés est minime comparé à un total de 110 millions globalement.

Les pays qui sont fortement présents dans la région sont la Tunisie, Israël, les Emirats Arabes Unis, l'Iran et l'Iraq, l'Arabie Saoudite, le Pakistan et la Chine. Les détails des pays exportateurs par pays destinataire sont décrits dans l'analyse par pays.

4.4 Analyse détaillée des pays importatrice en Asie de l'EST

Une analyse détaillée par pays de la région se focalise sur les critères suivants : le développement des importations entre 2015 et 2019, la provenance des dattes importées pour 2019, les exportations réalisées, la production locale des dattes et le marché de l'organique. Les pays sont listés d'une manière décroissante, suivant l'importance d'importation.

Indonésie

- 24% de croissance des importations entre 2015-2019

- 62,29 millions USD de valeur d'importation et 36.170 tonnes importées en 2019
- Pays d'origine principaux (décroissant en valeur importée) : Egypte, Tunisie, Emirats Arabes Unis, Iran, Arabe Saoudite, Etats-Unis
- Exportations d'un volume de 9.000 USD (marché final dans la région)
- Pas de Production (FAOSTAT)
- Organique : 0,05 USD par habitant ont été dépensé pour des produits organique en 2019 Forecast Growth 2019-2024 3,5%. Source:
<https://globalorganictrade.com/country/indonesia>

Malaisie

- 2% de croissance des importations entre 2015-2019
- 48,8 millions USD de valeur d'importation et 18.000 tonnes importées en 2019
- Pays d'origine principaux (décroissant en valeur importée) : Tunisie, Iran, Chine, Arabe Saoudite, Emirats Arabes Unis, Égypte, Algérie
- Exportations d'un volume de 3.661.000 USD (2.750 tonnes) vers Thaïlande, Indonésie, Singapour (trademap.org). La Malaisie est un carrefour commercial important pour la région.
- Pas de production (FAOSTAT)
- Organique : Il y a un manque d'études et de littératures sur le marché organique. Une indication du marché est qu'il est de petite taille mais croissant pour les produits alimentaires biologique. Source :
http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-84782020000500751

Singapour

- 7% de croissance des importations entre 2015-2019
- 8 millions USD de valeur d'importation et 3.660 tonnes importées en 2019
- Pays d'origine principaux (décroissant en valeur importée): Chine, Tunisie, Pakistan, Arabe Saoudite, Israël, Iran, Etats-Unis
- Importation du code SH 081350 « mixtures faites principalement de dattes » 29.000 USD en 2019 d'Israël, du Japon, de Taiwan, de la Chine et de la Belgique
- Exportations d'un volume de 2,1 millions de USD (1.650 tonnes) vers la Malaisie, le Népal, l'Indonésie, autres pays asiatiques centraux (trademap.org). Singapour est un carrefour commercial pour la région.
- Pas de Production (FAOSTAT)
- Organique : un sondage en 2019 auprès des consommateurs singapouriens a relevé que environs 54% des citoyens seront prêts de payer 25% plus pour des produits alimentaires non-conventionnels. Près de 85% des consommateurs ont souligné l'importance d'acheter et de consommer des fruits et légumes organiques. Source:
<https://www.statista.com/statistics/1010534/singapore-consumers-willingness-to-pay-for-organic-food/>
Même si le marché de l'organique gagne de l'importance aussi à Singapour, le marché avec 6 million de consommateur reste très limité surtout comme les produits issues des dattes reste une marché de niche. Source : USDA GAIN Report 2017.
https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/report/downloadreportbyfilename?filename=Organic%20Foods%20_Singapore_Singapore_3-27-2017.pdf

Chine

- 17% de croissance des importations entre 2015-2019
- 6,26 millions de USD de valeur d'importation et 11.957 tonnes importées en 2019
- Pays d'origine principaux (décroissant en valeur importée): Arabe Saoudite, Emirats Arabes Unis, Iran, Iraq, Israël
- Exportations d'un volume de 50.000 USD vers Hong Kong, Malaisie, Singapour (trademap.org) mais les statistiques doivent être fausses car l'importation malaisienne de la Chine et de plus que 7 millions USD seule. Donc la Chine doit agir comme une intermédiaire commerciale dans la région.
- La production des dattes est de 172.500 tonnes en 2019 (FAOSTAT). En Chine un fruit est cultivé qui s'appelle date chinoise ou Jujube Fruit, qui ressemble à des dates mais est issue d'une plante complètement différente.
- Organique : le marché organique en Chine est équivalent au marché organique Allemand. Il est estimé que le marché organique dépassera en Chine d'ici 2024 avec un volume approximatif de 13 milliards d'USD. La demande et la volonté politique d'améliorer la nutrition de la population assurera une croissance continue des produits organiques.

Source: China Organic Food Market 2024, globenewswire.com

<https://www.globenewswire.com/news-release/2019/11/04/1940427/0/en/China-Organic-Food-Market-2024.html#:~:text=China%20organic%20food%20market%20is,end%20of%20the%20year%202024.&text=A%20few%20years%20back%2C%20the,of%20the%20total%20food%20consumption>

Même si les produits issus des dattes restent un marché de niche la demande en produits organique sera en hausse.

Thaïlande

- 7% de croissance des importations entre 2015-2019
 - 4 millions de USD de valeur d'importation et 2.665 tonnes importées en 2019
 - Pays d'origine principaux (décroissant en valeur importée): Israël, Iran, Egypte, Algérie, Tunisie, Pakistan
 - Exportation et d'un volume de 2,2 millions USD vers Australie, Russie, Myanmar, Ukraine, Singapour, Inde (trademap.org) Carrefour commercial pour la région.
 - Importation du code SH 081350 « mixtures faites principalement de dattes » 143.000 USD en 2019 de la Tunisie, Emirats Arabes Unis, Arabie Saoudite, Iran
 - Pas de Production (FAOSTAT)
 - Organique : La population thaïlandaise devient de plus en plus consciente de l'importance d'une alimentation saine, surtout dans les agglomérations. 0,29 USD par habitant ont été dépensés pour des produits organiques en 2019 avec un marché total de plus que 20 millions de USD. Une croissance des produits organiques est très probable dans le futur proche. Source: <https://globalorganictrade.com/country/thailand>
- 20% de taux de croissance entre 2017-2024 sont prévus par d'autres études, surtout pour des produits agro-alimentaires Source: <http://th.biofach-southeastasia.com/file/1.Organic%20Market%20in%20Thailand%2014%20JUL%202018.pdf>

Japon

- 12% de croissance des importations entre 2015-2019

- 6,6 millions de USD de valeur d'importation en 2019 et 2.015 tonnes importées en 2019
 - Pays d'origine principaux (décroissant en valeur importée): Etats-Unis, Tunisie, Arabie Saoudite, Iran, Pakistan, Emirats Arabes Unis
 - Exportations 0 USD (trademap.org), le marché japonais est un marché final
 - Pas de production (FAOSTAT)
 - Organique : des dattes organiques sont vendues dans des boutiques de santé (Health stores), mais en quantité très limitées. Le marché organique au Japon n'est pas bien développé. Ceci est due au manque de production locale et des chaines de distribution qui ne porte pas une attention particulière au sujet. Les consommateurs ont souvent un manque de compréhension entre la différence de « organique » et de « naturelle ».
- Source: USDA Gain Report 2017
https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/report/downloadreportbyfilename?filename=Japanese%20Organic%20Market_Osaka%20ATO_Japan_12-27-2017.pdf

Viet Nam

- 55% de croissance des importations entre 2015-2019
- 1,6 millions de USD de valeur d'importation et 548 tonnes importées en 2019
- Pays d'origine principaux (décroissant en valeur importée): Israël, Tunisie, Etats-Unis, Egypte, Algérie, Pakistan
- Exportations est d'un volume de 3.000 USD vers Malaisie (trademap.org), sinon le marché vietnamien est final
- Pas de production (FAOSTAT)
- Organique : le marché organique est faiblement développé même si une minorité privilégiée des consommateurs dans les agglomérations prend de plus en plus conscience de l'importance d'une alimentation saine. Les ventes les gammes organiques reste toutefois négligeables. Source: <https://globalorganictrade.com/country/vietnam>

Hong Kong

- 55% de croissance des importations entre 2015-2019
- 1,6 millions de USD de valeur d'importation et 312 tonnes importées en 2019
- Pays d'origine principaux (décroissant en valeur importée): Tunisie, Turquie, Taipei, Chine, Israël, Royaume-Uni, Algérie
- Exportation est d'un volume de 864.000 USD vers le Canada, les Etats-Unis, Macao, Taipei, Australie et le monde entier (trademap.org) Hong Kong est un petit carrefour commercial régional
- Pas de production (FAOSTAT)
- Organique: Avec un taux de croissance de 13,4% prévu pour la période de 2019-2024, Hong Kong est un des marchés organique qui connaîtra la plus importante croissance. Ceci est due à un marché limité avec un pouvoir d'achat important ce qui se manifeste dans les dépenses par habitants pour les produits organiques : 34,45 USD en 2019. Le marché pour les produits organiques mais également des dattes conventionnelles qui sont consommées comme un produit énergétique est par habitant relativement haut. Source: <https://globalorganictrade.com/country/hong-kong> Likely the most advanced organic market in East Asia with clear market for organic dates.

Brunei Darussalam

- 3% de diminution des importations entre 2015-2019
- 1,3 millions de USD de valeur d'importation et 238 tonnes importées en 2019
- Pays d'origine principaux (décroissant en valeur importée) : Arabie Saoudite, Emirats Arabes Unis, Singapour, Etats-Unis, Egypte, Afrique du Sud
- Exportation est d'un volume de 2.000 USD (trademap.org) Le Brunei est un marché final.
- Importation du code SH 081350 « mixtures faites principalement de dattes » est de 13.000 USD en 2019 de provenance de Thaïlande et de la Malaisie.
- Pas de production (FAOSTAT)
- Quelques articles indiquent une augmentation de la conscience en faveur de l'organique, mais des données officielles ne sont pas disponibles.

République du Corée (Corée du Sud)

- 12% de croissance des importations entre 2015-2019
- 1,1 millions de USD de valeur d'importation et 496 tonnes importées en 2019
- Pays d'origine principaux (décroissant en valeur importée) : Emirats Arabes Unis, Tunisie, Iran, Etats-Unis, Israël, Arabie Saoudite
- Exportation est d'un volume de 29.000 USD vers Singapour, Hong Kong, Mongolie, Malaisie
- Pas de production (FAOSTAT)
- Organique : les perspectives pour les produits organiques ne sont pas favorables pour les prévisions 2020-2024, comme une croissance ne peut pas être attendues. Les raisons sont similaires qu'au Japon. 4,67 USD sont dépensés par habitants en 2019 pour les produits organiques. Source: <https://globalorganictrade.com/country/korea-republic-formerly-south-korea>

Cambodge

- 283% de croissance des importations entre 2015-2019
- 725.000 de USD de valeur d'importation en 2019 et 268 tonnes importées en 2019
- Pays d'origine principaux (décroissant en valeur importée) : Israël, Egypte, Afrique du Sud, Pérou, Emirats Arabes Unis, Arabe Saoudite, Inde
- Exportations 0 USD, Marché final
- Pas de production (FAOSTAT)
- Organique : très peu de données sont disponibles, une croissance peut être possible selon certaines sources : <https://www.foodnavigator-asia.com/Article/2018/08/08/More-demand-for-organic-products-in-Thailand-and-Cambodia-but-production-costs-remain-high#>

Taiwan

- 30% de diminution des importations entre 2015-2019
- 522.000 de USD de valeur d'importation et 138 tonnes importées en 2019

- Pays d'origine principaux (décroissant en valeur importée) : Iran, Emirats Arabes Unis, Etats-Unis, Tunisie, Allemagne, Malaisie, Indonésie
- Exportation est d'un volume de 19.000 USD vers l'Iran, le Canada et Hong Kong (trademap.org)
- Pas de production (FAOSTAT)
- Organique : le marché des produits organiques devrait avoir un taux de croissance de 2,1% entre 2019-2024 suivant <https://globalorganictrade.com/country/taiwan>. 1,28 USD sont dépensés par habitant pour des produits bios. Avec un marché organique existant de 30,1 millions de USD, l'île de Taiwan est un marché important mais avec une croissance moyenne.

Philippines

- 46% de croissance des importations entre 2015-2019
- 201.000 de USD 2019 de valeur d'importation et 67 tonnes importées en 2019
- Pays d'origine principaux (décroissant en valeur importée) : Etats-Unis, Thaïlande, Pakistan, Emirats Arabes Unis, Malaisie
- Exportations 0, marché final (trademap.org)
- Pas de production (FAOSTAT)
- Organique : est un marché de niche pour la population urbaine aisée. Seulement peu d'information sont disponible sur le marché organique.
-

Birmanie (Myanmar)

- 55% de croissance des importations entre 2015-2019
- 198.000 USD de valeur d'importation et 350 tonnes importées en 2019
- Pays d'origine principaux (décroissant en valeur importée) : Pakistan, Thaïlande, Israël, Emirats Arabes Unis, Iran,
- Exportation est de 1 million de USD vers l'Inde et Thaïlande (trademap.org)
Carrefour commercial pour la région
- Pas de production (FAOSTAT)
- Organique : les produits organiques restent seulement abordables pour une élite minoritaire. Les prix sont très élevés et la majorité de la population ne peut pas se permettre de compléter leur panier d'achat avec des produits organiques.
<https://www.myanmarinsider.com/organic-products-long-journey-for-myanmar/>

Mongolie

- 7% Croissance des importations 2015-2019
- 57.000 USD de valeur d'importation et 49 tonnes importées en 2019
- Pays d'origine principaux (décroissant en valeur importée) : Iran, Allemagne, Algérie, Etats-Unis, Tunisie
- Exportations 0, marché final
- Pas de production (FAOSTAT)
- Organique : pas de données disponibles

Macao (Chine)

- 38.000 USD de valeur d'importation et 13 tonnes importées en 2019

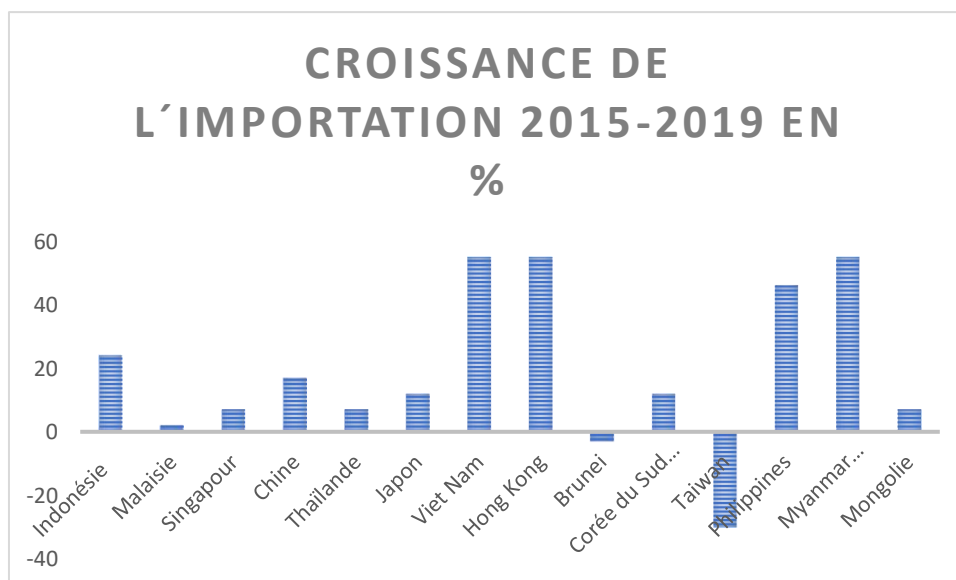
- Pays d'origine principaux (décroissant en valeur importée) : Taiwan, Etats-Unis, France, Tunisie, Chine
- Exportations 0, marché final
- Pas de production (FAOSTAT)
- Organique : des produits organiques sont disponibles dans les supermarchés mais une banque de données fiables n'est pas disponible.

Timor Oriental, Laos, Papouasie-Nouvelle-Guinée, Corée du Nord

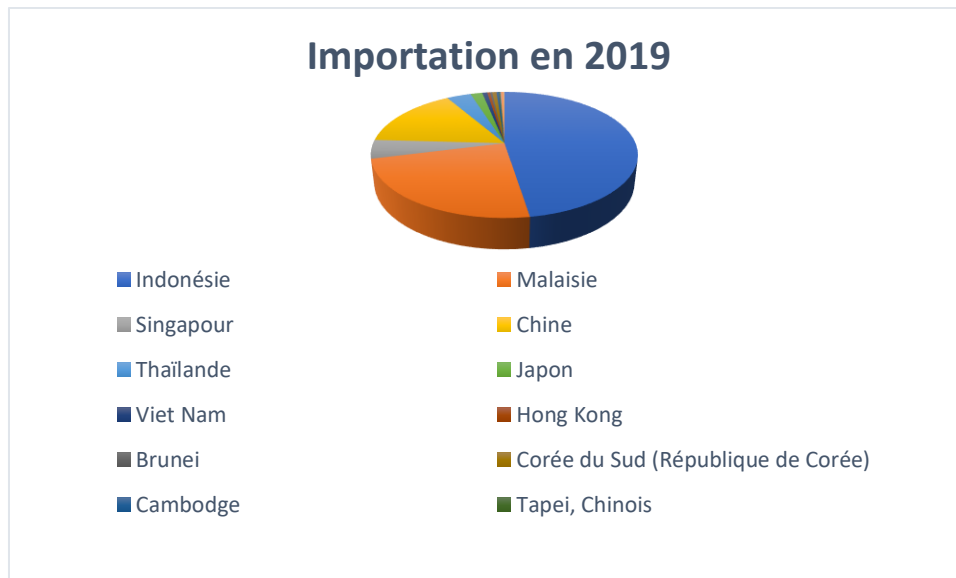
Ces pays n'ont pas des statistiques publiées sur les sites reconnus, apparemment il n'y a pas de commerce avec des dattes.

4.3 Conclusion et recommandation sur l'analyse des pays asiatiques

L'Algérie est actuellement encore sous représenté dans les pays exportateurs dans la région. Les opportunités y sont car le marché régional en Asie connaît une croissance continue, sauf pour le Brunei et Taiwan.



D'importance est la stabilité des marchés clés comme l'Indonésie et la Malaisie qui couvrent 70% du volume commercialisé dans la région. La Malaisie connaît une petite croissance de 2% et l'Indonésie de 24% en 2019. Le Cambodge avec une croissance de 280% (enlever du graph pour une meilleur visibilité des autres pays) semble être un marché intéressant, mais vue le volume commercialisé il reste avec un chiffre d'affaire en dessous d'un million d'USD et pour l'instant un marché à observer seulement.



Deux types de marché peuvent être identifiés : les marchés finaux et les marchés intermédiaires et finaux. Les marchés finaux d'importance sont tout d'abord l'Indonésie et le Brunei. La Malaisie, la Thaïlande, Singapour, la Chine et Hong Kong sont des marchés finaux mais ces pays également réexportent en grande quantité vers d'autres pays dans la région. Les marchés les plus intéressants et demandeurs sont la Malaisie et l'Indonésie. Singapour figure comme un petit marché consommateur, mais comme un hub régional, donc peut être un marché avec un potentiel. La Thaïlande et la Chine sont des pays de réexportation mais qui peuvent devenir un acteur d'importance dans la région – surtout la Chine. Important est également de tenir compte des consommateurs locaux dans ces grands marchés comme c'est le cas avec la Chine. L'islam joue un élément important dans la consommation des dattes, donc le Brunei, l'Indonésie, la Malaisie et en partie Singapour sont des marchés avec plus que 300 millions d'habitants et de consommateurs potentiels.

5. Deuxième partie – Exigence et canaux de vente des pays sélectionnés

5.1 Indonésie

5.1.1 Information générale

L'Indonésie est avec une population de 275 millions d'habitant à la quatrième place mondiale. 87% de la population sont musulmane. Plus que la moitié de la population habite sur l'île de Java où la grande partie des activités économiques sont concentrées. La population est jeune 70% sont entre 15 et 64 ans (l'âge productif en Indonésie). 85 millions font déjà partie de la classe moyenne avec une orientation plus vers une alimentation saine et un intérêt potentiel dans les produits des dattes ou ces dérivés. Le Ramadan est également de plus en plus une fête qui inclut la consommation des dattes.

5.1.2. La distribution et les canaux de vente

L'Indonésie est formée de milliers d'île, ainsi le transport est la plupart du temps pratiqué par la voie navale. 70% des imports passent par les ports de Tanjung Priok (Jakarta) et Tanjung Perak (Surabaya). Souvent les transports passent par le port de Singapour.

La distribution des aliments est assurée en grande majorité par des boutiques locaux dans le voisinage, mais les grandes surfaces gagnent de plus en plus d'importance. Ceci est surtout le cas dans les grandes villes où des clients aisés et des consommateurs avec une conscience pour une alimentation saine sont localisés. Dans ces grandes surfaces les produits frais sont souvent importés et sont offerts à des prix plus chers. De l'autre côté les « minimarket » et les boutiques et shops ont une offre limitée des fruits et légumes mais sont ouverts 24/24 et sont trouvés dans toutes les grandes villes. Dans le monde rural le « Warung Shop » est un magasin traditionnel mais avec une gamme encore plus réduite. Les marchés traditionnels restent un canal de vente important en Indonésie. La vente des dattes se fait surtout dans les grandes surfaces, mais pendant le Ramadan la distribution est plus large.

En tout on compte 17 villes d'importance en Indonésie qui servent également comme plateforme de distribution pour le pays (Jakarta, Bandung, Cirebon, Yogyakarta, Semarang, Surabaya, Makassar, Manado, Denpasar, Mataram, Balikpapan, Banjarmasin, Medan, Padang, Pekanbaru, Palembang, and Batam), mais la partie la plus importante pour tous commerce est l'île de Java avec sa capitale et d'autres agglomérations importantes.

Les importations se font à travers des importateurs spécialisés dans les fruits frais et séchés. Ces importateurs, qui sont représentés par des individus ou des agences sont pour la plupart du temps les portes d'entrée pour le marché indonésien. Les distributeurs mentionnés ci-dessus ont rarement le rôle d'acheteur principal. Les importateurs observent le développement du marché indonésien et sont en contact étroit avec les producteurs ou les points de vente des carrefours de vente régionaux ou internationaux. Souvent ils font un suivi des productions dans le pays d'origine pour s'assurer de la qualité du produit.

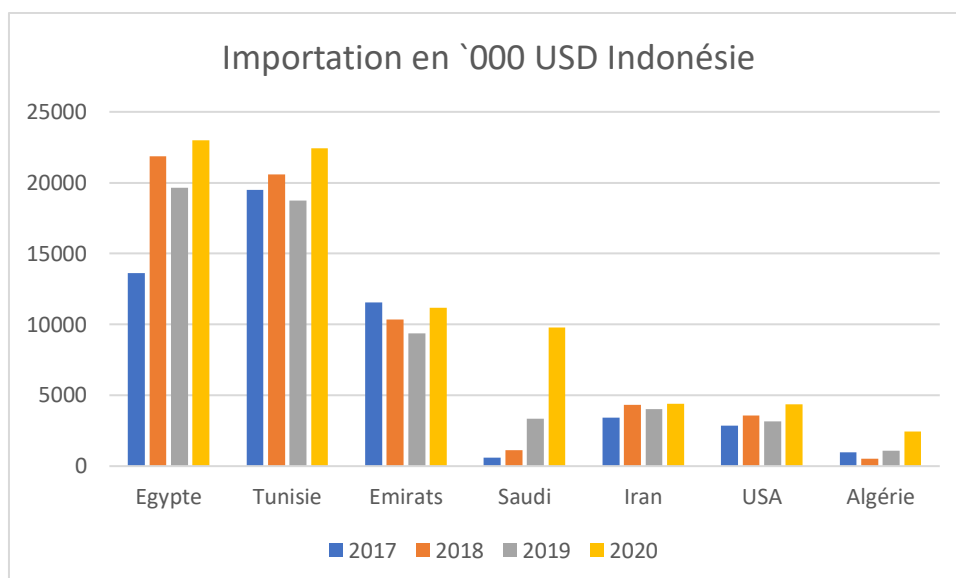
Quelques importateurs ont de l'équipement pour la transformation et l'emballage des dattes. En générale les ventes des dattes se font en vrac avec des peu d'exception. Comme les importateurs sont spécialisés sur les fruits séchés et tous produits liés comme les noix, il sera avantageux pour un exportateur de proposer d'autres produits en dehors des dattes en suppléments.

5.1.3 Le marché actuel et les compétiteurs sur le marché Indonésien

Les importations viennent principalement de l'Égypte, de la Tunisie, des Emirats Arabes Unis (réexportation) et l'Arabie Saoudite. Des nouveaux compétiteurs viennent de l'Iran et des Etats Unis (réexportation). Les Deglet Nours de Tunisie sont appréciés par beaucoup d'Indonésien pour leur gout et leur texture. Les dattes Ajwa de provenance de l'ouest de l'Arabie Saoudite sont également convoité par les consommateurs indonésiens. Les dates Deglet Nours d'Algérie se trouvent sur le marché indonésien, mais encore en petite quantité.

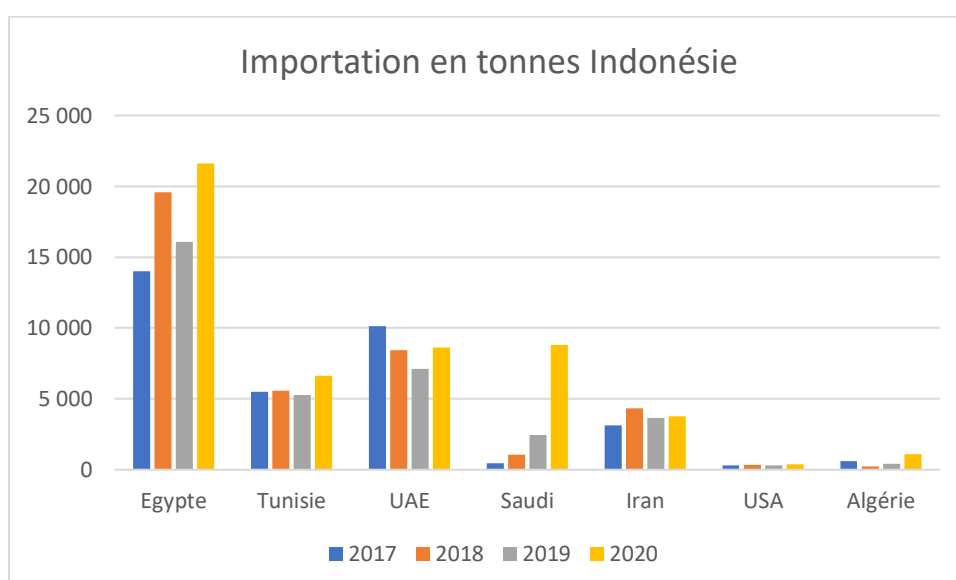
Les importations se caractérisent comme démontrées dans les graphes² ci-dessous :

² Seulement les pays exportateurs les plus importants ont été mentionné et l'Algérie (valable pour toutes les graphes (Malaisie et Singapour))

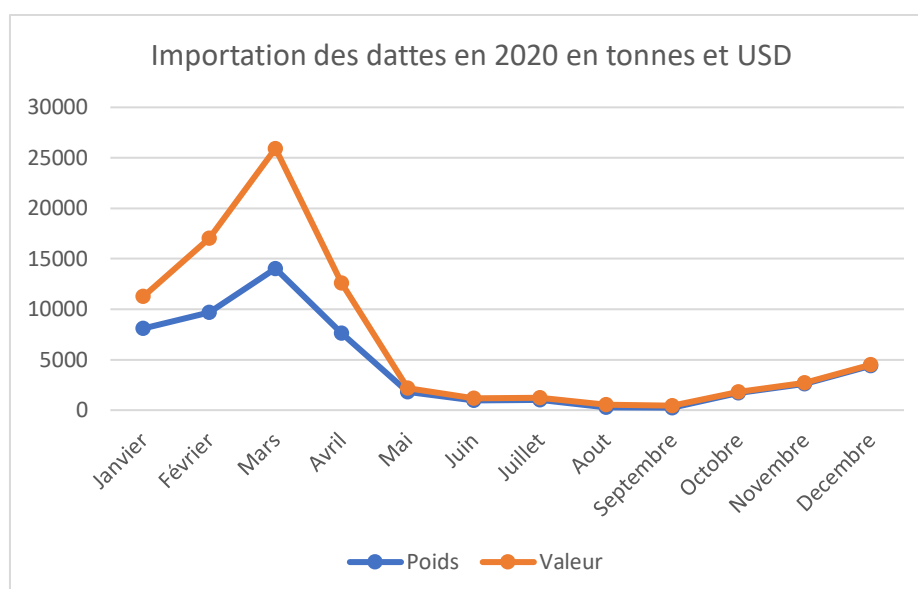


BPS(Biro Pusat Statistik) Agence Centrale Indonésienne sur les statistiques et ComTrade.com (valable pour toutes les statistiques)

En 2020 les exportateurs les plus importants étaient l’Egypte et la Tunisie avec un chiffre d’affaire de plus que 22 millions de USD. L’Algérie a pu réaliser 2,5 millions en 2020.



Les chiffres sur les importations en volume correspondent aux chiffres d’affaires. L’Egypte a exporté 21.000 tonnes en 2020 et l’Algérie 1.100 Tonnes. Il est remarquable que la Tunisie fait une recette plus importante par prix unitaire que la concurrence. Ceci doit être dû à une qualité supérieure ou une commercialisation directe pour le marché de consommation.



Le graph ci-dessus démontre les importations des dattes par mois pendant l'année 2020. Pendant le mois de février/mars les importations connaissent un pic au niveau des prix et de la quantité qui est dû au Ramadan qui suivra quelques semaines plus tard. Les courbes des années précédentes étaient très similaires. La conclusion clé est que le marché des dattes en Indonésie est saisonnier et il sera crucial de conclure des marchés pour cette période de hausse.

5.1.4 Les dispositions et réglementations relatives aux importations en Indonésie

Toute importation doit faire aux vérifications bureaucratiques conjointement administrées par une structure du Ministère de la Finance (Finance Ministry's Taxes and Customs Office) et le Ministère du Commerce (Trade Ministry). Pour tous produits agricoles les consignes des institutions suivantes doivent être considérées : Ministère de l'agriculture (Agriculture Ministry), l'Agence qui assure le suivi des aliments (Food and Drug Monitoring Agency (BPOM)) et l'ordre islamique le plus important en Indonésie (Indonesian Ulema Council (Majelis Ulama Indonesia -MUI)). Il est fortement recommandé de résoudre les défis bureaucratiques à travers un partenaire indonésien, car les autorités indonésiennes préfèrent d'avoir un interlocuteur en Bahasa Indonesia (langue locale) qui peut rapidement résoudre toutes complications par un appel téléphonique ou des rendez-vous directs.

Le Gouvernement Indonésien exige une documentation détaillée et assez lourde avant l'importation des marchandises. L'exportateur ou son agent doit fournir principalement les documents suivants :

- Facture pro-forma
- Facture commerciale (suivants les obligations internationales reconnues)
- Certificat d'origine
- Bordereau de livraison
- Note d'emballage
- Certificat d'assurance(s)

Les importateurs ont besoin d'avoir une licence d'importation et un numéro d'identification pour l'import. Si l'importateur compte d'importer sans une licence d'importation il doit

s'inscrire auprès du Ministère de Commerce pour un permit spécial d'importation sans un numéro d'identification (Angka Pengenal Impor (API)).

Toute documentation doit être transférée d'une manière digitale. En plus des documents soumises la douane réalisera des inspections physiques des produits importés.

La réglementation indonésienne (Halal Product Assurance Organizing Agency (BPJPH) exige une certification « Halal » pour tous produit alimentaire importé. Un certificat spécial concerne les aspects phytosanitaires qui doivent être assurés par une autorité reconnue et accrédité dans le pays d'origine.

Les produits organiques peuvent avoir une labélisation étrangère sous condition que le certificat est reconnu et accrédité par le comité national indonésien de l'accréditation (National Accredited Committee (Komite Akreditasi Nasional - KAN)).

La labélisation des containers suit les normes internationales. Les produits commercialisés en Indonésie doivent impérativement être labélisés en langue Bahasa Indonesia.

Les dates qui sont importées en vrac sont habituellement emballées dans des cartons avec un film de polyéthylène à l'intérieure. Les containers sont de 5 ou 10kg et certains importateurs les stockent au frais dans des entrepôts de 4 à 10 degrés, d'autres les congèlent.

Les taxes sur les produits importés du SH Code 08040 sont de 5%.

5.1.5 Les prix des dattes sur le marché Indonésien

Les importateurs ne partagent pas des informations sur les prix d'achat ou de vente. Seule possibilité de savoir plus sur les prix sont les plateformes de vente, qui communiquent uniquement les prix de vente sur le marché final. Les prix peuvent varier fortement entre les ventes en ligne et les vente qui se font sur les marchés traditionnels. Les sites web des marchés digitaux sont : Tokopedia, Shopee, Bukalapak. Les variétés commercialisées sont Ajwa, Medjool, Sukkari, Degelt Nour et Khalas. Les prix varient de 6 USD à 28 USD le kg. L'indication des prix a une valeur informative faible, car il ne tient pas compte entre autres des emballages, de l'origine et du profit des acteurs engagés.

5.1.6 Les importateurs les plus importants, les foires pour les aliments et les fruits, les institutions gouvernementales

Ce chapitre nomme les acteurs clés au niveau des acheteurs importateur, les foires et les institutions gouvernementales et ces association d'intérêt. Toutes les informations nécessaires pour entrer en contact avec les interlocuteurs respectifs y sont présentées, inclus des remarques supplémentaires pour des précisions au niveau des services ou des activités.

Liste des importateurs des fruits et dattes et commerçants en Indonésie

No.	Nom de l'importateur, commerçant	Adresse	Remarque
1.	PT. Demuria Agung	Jl. Jend. Sudirman No.105 B - C, Tanah Tinggi, Kec. Tangerang, Kota Tangerang, Banten 15119 Indonesia	Importateur de dattes

		Mobile: +62-812-8992-3299 www.demuria.co.id	
2.	PT Exindokarsa Agung	Jl. Bekasi Tim. Raya No.136, RT.8/RW.9, Cipinang Besar Utara, Kecamatan Jatinegara, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13410, Indonesia Tel.: +62-21-8191908 Fax: +62-21-8517193 Email: exindo@plasa.com Personne de contact: Mr. Haryanto	Importation des dattes de l'Emirats des Arabes Unis
3.	PT Gemilang Abadi Cahaya	Kompleks Ruko Enggano Jl. Enggano Raya Block C/3 No.15 Tanjung Priok, Jakarta Utara, Indonesia Jl. Gatep No. 19 Rt.007/006 Komp. Ruko, Jakarta Pusat, DKI Jakarta Tel.: +62-21-6599323	Importation des dattes et d'autres fruits de la Tunisie
4.	PT Laris Manis Utama	PT. LARIS MANIS UTAMA Jl. Raya Bekasi KM 21,5 No.168 Cakung Jakarta Timur 13920 Indonesia Tel.: +62-21-2246 2726 (Hunting) Tel.: +62-21-2246 2887 (Branch Jakarta) Email: import_ikt@lmu.co.id Site web: www.lmu.co.id	Importing and distribution of fresh fruits. Importing dates from Tunisia Importation des fruits frais et distribution. Importation des dattes depuis la Tunisie
5.	PT Mulia Raya Agrijaya	Mulia Raya Agrijaya Jl. Peternakan Raya No.8, RT.6, Kapuk, Kecamatan Cengkareng, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11710 Jl. Peternakan Raya (Jembatan Genit Gg. Semut) No.12 Kel. Kapuk, Kec. Cengkareng, Jakarta, Indonesia Tel.: +62-21-5436 7571 Tel.: +62-21-5455471, Fax: +62-21- 54367555 Email: marketing@muliaraya.co.id Site web: www.muliaraya.co.id	Importation et distribution des dattes et des fruits frais et des légumes etc.
6.	PT Indofresh	Jl. Parang Tritis Raya No. 3, Ancol Barat, Pademangan, Jakarta Utara, Indonesia Tel.: +62-21-6909590 Email: info@indofresh.co.id	Importation et distribution des dattes et des fruits frais et des légumes etc.

		Website: www.indofresh.co.id	
7.	PT Sarana Griya Segar	Jl. Agung Niaga 6, Blok G.7A Kav.No.10-11, Tanjung Priok, Jakarta Utara 14350 Tel.: +62-21-65831252 Tel.: +62-21-641 3178 Fax: +62-21-645 2201	Importation des dattes depuis la Tunisie
8.	PT Mitra Sarana Purnama	Jl. Raya Jakarta-Bogor Km 31 Kec. Cimanggis, Kota Depok Tel.: +62-21-87706252 Fax: +62-21-8710180	
9.	PT Sahabat Mulia Jaya Lestari	Jl. Telepon Kota No.68 RT.001/002, Kel. Roa Malaka, Kec. Tambora, Jakarta, Indonesia Tel.: +62 21 6907722	Importation des dattes depuis l'Egypt
10.	PT Lucky Maju Jaya	Jl. RE Martadinata Pergudangan Caraka Buana Blok 1L, Kel. Tanjung Priok, Jakarta Utara, Indonesia Tel.: +62-21-430 9516 Fax: +62-21-430 9513	Importing dates from Egypt
11.	PT Total Harvest Cemerlang	Jl. Raya Cacing No.20, RT.012/RW.010, Kel. Semper Barat, Kec. Cilincing Tel.: +62 21 8251202 Mobile: +62-818805062 Contact person: Ms. Tati	Importation des dattes depuis la Tunisie, l' Egypt et l'Iran
12.	PT Lintas Buana Unggul	Jl. Pangeran Jayakarta No.16, RT.10/RW.10, Mangga Dua Sel., Kecamatan Sawah Besar, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10730, Indonesien Tel.: +62 21 6252404	Importation des produits agricoles, fruits frais et dattes
13.	PT. Mabur Berkah Jaya	Jl. Rame No, 24, RT 006 RW 002 Kalisari, Pasar Rebo, Jakarta Timur Indonesia	Importation de Medjool depuis l'Arabie Saoudite et des dattes depuis la Jordanie
14.	PT Interfood Sukses Jasindo	Ruko Mall Atrium Senen Jalan Senen Raya Blok I No.3-6 Jakarta, Indonesia Jakarta Office Tel. + 62-21 -345 0214 Webiste: www.interfood.co.id	Importation des dattes

Liste des foires internationales pour les fruits et les aliments en Indonésie

No.	Nom de la foire, lieu et dates	Organisateur	Gamme de produits principaux
	SIAL Interfood Asean Jakarta International Expo (Arena Pekan Raya Jakarta (PRJ) Kemayoran) Jakarta Indonesia November 2021 November 2022 Interval: annually	COMEXPOSIUM Immeuble le Wilson 70 Avenue de Général-de-Gaulle 92058 Paris France Fon: +33 1 7677-1111 Fax: +33 1 7677-1212 contact@comexposium.com http://www.comexposium.com	Produits alimentaire, technologie de transformation, boissons, industrie boulangère, pâtisserie, catering, secteur restauration
	Food & Hotel Indonesia International Hotel, Catering Equipment, Food and Drink Exhibition Jakarta International Expo (Arena Pekan Raya Jakarta (PRJ) Kemayoran) Jakarta Indonesia 28.07.-31.07.2021 July 2023 Interval: every two years founded in: 1990	Informa Markets 10 Kallang Ave, 09-16, Aperia Tower 2 Singapore Singapore Fon: +65 62 336688 http://www.informamarkets.com Project team Fiona.Murray@ubm.com apple-isoa@ubm.com PT Pamerindo Indonesia Menara Jamsostek, Menara Utara, 12th Fl # TA 12-04 Jl. Jend Gatot Subroto No. 38 Jakarta 12710 Indonesia Fon: +62 21 2525-320 Fax: +62 21 2525-482 sales@pamerindo.com http://www.pamerindo.com Project team wiwiek@pamerindo.com https://www.foodhotelindonesia.com/	Equipment d'hôtel, secteur restauration, tourisme, produits alimentaires, chaîne du froid, boissons, produits laitiers etc.
	Trade Expo Indonesia Indonesia Convention Exhibition (ICE) BSD City Interval: annually Founded: 1985	PT Debindomulti Adhiswasti Address: G9 Building, 3rd Floor Jl. KH. Abdullah Syafei No. 9 - Jakarta 12840 Phone: +62(21) - 829 2661, 829 2667, 829 3677-79 Fax: +62(21) - 829 3680, 831 3073, 829 2608 Email: info@debindo.com tradexpoindonesia@debindo.com	Divers

Les institutions gouvernementales et les associations

No.	Nom de l'institution	Adresse	Remarque
1.	Ministry of Trade	DIDI SUMEDI Director General of International Trade Email: didi.sumedi@kemendag.go.id Jl. M. I. Ridwan Rais No. 5, Jakarta Pusat 10110 Gedung Utama Lt. 9 Tel: +62-21-23528560, (021) 3858171 Pes. 35900 Fax : +62-21-23528570 Site web: www.kemendag.go.id Johni Martha Directeur des importations Email: johny.martha@kemendag.go.id Adresse : Tel.: +62-21-3858194, +62-21- 3858171 Ext. 35164 Fax: +62-21-35174 Website: www.kemendag.go.id	
2.	Ministry of Agriculture	Ir. Bambang Sugiharto, M.Eng, SC Director of Processing and Marketing of Horticultural Products Dr. Adnan Head of Plant Quarantine Jl. Harsono RM. No. 3, Ragunan, Jakarta 12550, Indonesia Tel: +62-812-9293-7867 Email: humas- ip@pertanian.go.id Site web: www.pertanian.go.id	Aspects liés à la quarantaine des produits
3.	Badan Pengawas Obat dan Makanan - Republik Indonesia National Agency of Drug and Food Control of the Republic of Indonesia	Jl. Percetakan Negara No.23, Central Jakarta 10520, Deputy of Controlling of Food Processing Products Dra. Rita Endang., Apt., M.Kes Tel.: +62-21-4244691 / 42883309 / 42883462 Fax: +62-21-4263333 Mobile: +62-81 21 9999 533 (SMS)	Enregistrement pour la distribution des produits agro- alimentaires importés

		Email: halobpom@pom.go.id Site web: www.pom.go.id	
4.	Majelis Ulama Indonesia - Indonesian Ulema Council	Sekretariat LPPOM MUI Gedung Majelis Ulama Indonesia Jl. Proklamasi No. 51 Menteng Jakarta Pusat Email : customer@halalmui.org corporatesecretary@halalmui.org New Customer Contact Center WhatsApp: +62-81196301696 Email: promotion@halalmui.org Site web: www.halalmui.org	Halal certification

5.2 Malaisie

5.2.1 Information générale

La Malaisie a une population de 32,5 millions d'habitant avec une répartition religieuse suivante : 65% musulmans, 20% bouddhistes, 10% chrétiens et 5% hindous. La Malaisie occidentale ou Malaisie péninsulaire située entre la Thaïlande et le Singapour est divisée du nord au sud par une longue chaîne montagneuse. La capitale Kuala Lumpur avec presque 2 millions d'habitants et d'autres villes majeures comme Malakka et Selangor avec le plus grand port sont situées sur la côte ouest de la péninsule. La Malaisie orientale est composée des territoires du Sarawak et du Sabah et située au nord de Bornéo, qui est en partie territoire indonésien. Cette partie représente 15 % de la population sur 60 % du territoire. La population est jeune et l'économie connaît une croissance continue. Les malaysiens musulmans fêtent le Ramadan comme partout dans le monde incluant la consommation des dattes.

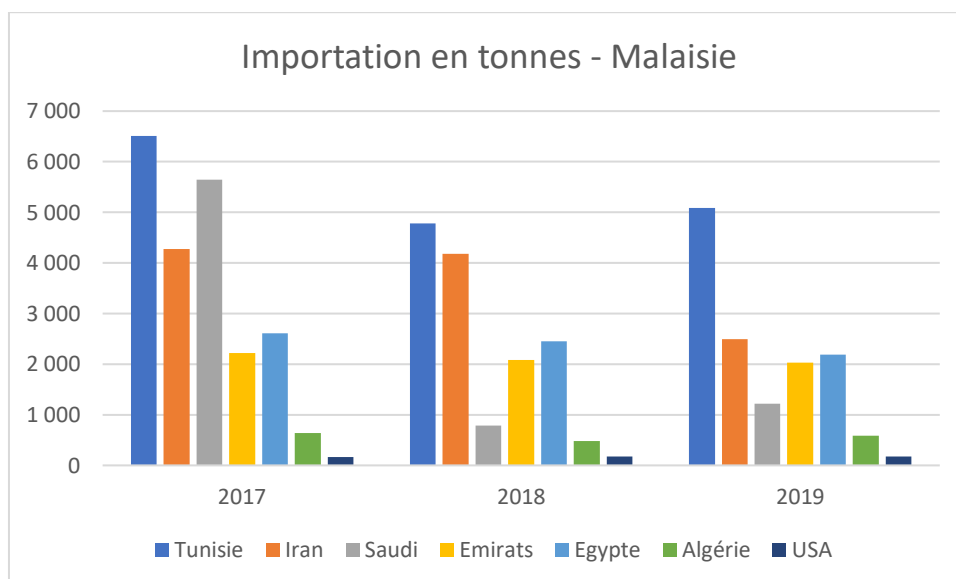
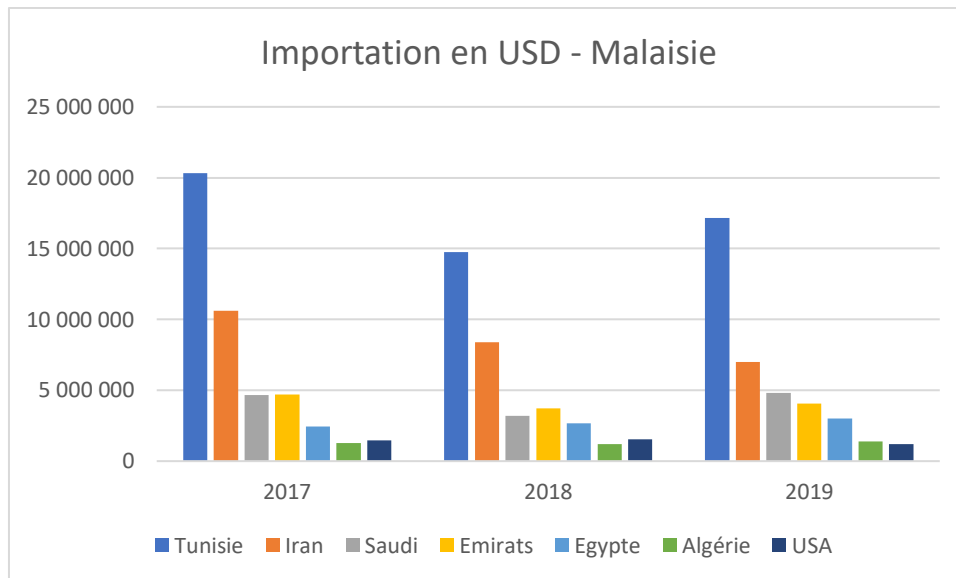
5.2.2. La distribution et les canaux de vente

La situation des chaînes de distribution peut être considérée très similaire à la situation en Indonésie. Les importateurs sont la clé pour entrer le marché malaisien. Selon des informations reçues à travers des interviews d'interlocuteurs dans la région leur façon de travailler ne diffère pas des importateurs en Indonésie. Le port de « Port Klang », près de Selangor est le port où la majorité des marchandises entrent et sortent de la Malaisie. Ainsi on retrouve un grand nombre des importateurs y basés.

5.2.3 Le marché actuel et les concurrents sur le marché Malaisien

Les importations viennent principalement de la Tunisie et de l'Iran. Il est très important de savoir que la Malaisie est un marché final pour les consommateurs locaux, mais également une importante plateforme commerciale pour la réexportation des dattes dans la région.

Les importations se caractérisent comme démontrées dans les graphes ci-dessous :



La Tunisie est un acteur clé dans l'export vers la Malaisie en volume et en chiffre d'affaire. Comme pour l'Indonésie il est très probable qu'une grande partie de la marchandise exportée est transformée et prêt pour le marché des consommateurs et/ou d'une qualité supérieure.

5.2.4 Les dispositions et réglementations relatives aux importations en Indonésie

Les standards pour les aliments sont actuellement réglementés par « The Food Act 1983 » et la réglementation « Food Regulation 1985 Malaysia ». Tous aliments importés, transformés, produits et commercialisés sur le territoire malaisien doivent obligatoirement être en ligne avec ces standards.

La douane malaisienne exige les documents suivants pour l'exportation des produits vers la Malaisie :

- Facture commerciale (suivants les obligations internationales reconnues)
- Certificat d'origine
- Bordereau de livraison

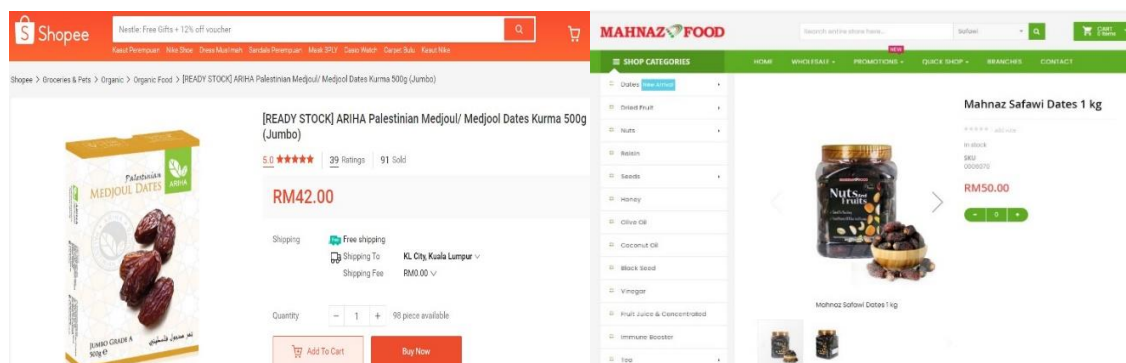
- Note d’emballage
- Certificat d’assurance(s)
- Permit/Licences/certificats
- Formulaire de déclaration (Customs Form N°1) indiquant le numéro/description de la livraison, valeur, poids, quantité, spécification de la marchandise

Toutes taxes ou impôts doivent être réglés avant le dédouanement des produits importés. Les taxes à régler incluent les taxes d’importation et la TVA (actuellement 6% (Goods and Service taxes))

La Malaisie a développé une norme pour certifier les produits Halal. Les certificats halal sont délivrés par une seule institution à savoir le JAKIM (Jabatan Kemajuan Islam Malaysia) qui est le ministère du développement islamique de la Malaisie. JAKIM accepte des certificats Halal étrangères, mais il est important de connaître les certificats qui sont acceptés par JAKIM.

5.2.5 Les prix des dattes sur le marché malaisien

Comme pour l’Indonésie les plateformes numériques de vente (Lazada, Shopee, Shop Madinah et Mahnaz Food) donnent des prix de vente sur le marché final. Les prix varient de 6 USD à 15 USD le kg. Les dattes les plus recherchées sont Ajwa, Medjool, Safawi, Mariami. Les meilleurs prix sont atteints avec les variétés Ajwa et Medjool. Globalement la situation elle est pareille qu’en Indonésie et la pertinence des prix n’est pas donnée. Voici des échantillons des produits dattiers vendus sur les plateformes malaysiennes :



5.2.6 Les importateurs les plus importants, les foires pour les aliments et les fruits, les institutions gouvernementales

Ce chapitre nomme les acteurs clés au niveau des acheteurs importateur, les foires et les institutions gouvernementales et ces associations d’intérêt. Toutes les informations nécessaires pour entrer en contact avec les interlocuteurs respectifs y sont présentées, incluant des remarques supplémentaires pour des précisions au niveau des services ou des activités.

Liste des importateurs des fruits et dattes et commerçants en Malaisie

No.	Nom de l’importateur, commerçant	Adresse	Remarque
1.	Golden Date Manufacturing Sdn Bhd	D-05-09, One South Street Mall, Seri Kembangan, 43300, Selangor, Malaysia Mobile: +60172973735, +601114229391	Importation des dates depuis l’Algérie, l’Egypte, l’Arabie Saoudite

		Tel.: +60389579918 Instagram: goldendatemalaysia Email: igoldendate@gmail.com	
2.	Alhijaz Universal Sdn. Bhd.	Unit A-1 1St Floor Block 1 Worldwide Business Park, Jalan Tinjau 13/50 Seksyen 13 40100 Selangor, Malaysia Tel: +60-3-55100793 Fax: +60-3-55100661 Email: hr@mursyidalharamain.com	Commerçant de dates.
3.	Oriion Food Specialities Sdn. Bhd.	Business address: Suite 226, Fas Business Avenue, Jalan Perbandaran Petaling Jaya 47301 Selangor, Malaysia Factory address: No.30, Jalan Villaraya 2/2, Villaraya Industrial Park II BT.23, Off Jalan Sungai Lalang 43500 Selangor, Malaysia Tel.: +60-3-78053362, +60-3- 87241800 Fax: +60-3-78041654 Email: pbmfood@gmail.com Site web: www.oriionfoodspecialties.com	Transformateur des dates séchés
4.	Dates Valley	Business address: Lot 1955 Jalan 1 Kampung Kubu Gajah Sungai Buloh 47000 Selangor, Malaysia Factory address: Lot 1906 Jalan 5 Kampung Kubu Gajah Sungai Buloh 47000 Selangor, Malaysia Tel.: +60-17-2021955 +60-13-3731941 Fax: +60-3-60382678 Email: dates.valley@gmail.com	Transformateur des dates en produits supérieurs
5.	Khaishen Trading Sdn. Bhd.	PT31116, Jalan Rawang, Taman Selayang Baru, 68100 Batu Caves, Selangor, Malaysia Tel: +60-3-6120 6171 Fax: +60-3-6120 4728 Email: info@khaishen.com	Exportateur et importateur des fruits
6.	Mercu Cita (Mahnaz Food)	Shah Alam Jalan TP 7/5, Taman Perindustrian Sime Uep, 40400 Shah Alam, Selangor, Malaysia Tel.: +60-1-2291 9125	Grossiste des dattes

		Email: support@mahnazfood.com Website: www.mercucita.com	
7.	Carzo Sdn Bhd	No 6, Bangunan Carzo, Persiaran Industri, Bandar Sri Damansara, 52200, Kuala Lumpur Contacts: Email: carzosb@gmail.com Phone: +60-10-367 7725 Website: www.carzo.com.my	Grossiste et distribution et importation des fruits et dattes
8.	Am Avenue Trading Sdn. Bhd.	No. 19, Jalan P6/2, Seksyen 6 Bandar Teknologi, Kajang, 43500, Semenyih, Bandar Teknologi, 43500 Kajang, Selangor, Malaysia Tel.: +60-3-8723 9183 Email: info@amavenuetrading.com Website: www.amavenue.com	Distributeur des aliments du monde arabe + fruits
9.	Berkah Madinah	17-L1, Jalan Ampang Putra, Ampang 68000, Selangor, Malaysia Contact: Tel: +60-3426-04700 Fax: +60-3285-78990 Email: info@madinah.com.my www.madinah.com.my	Importer and Distributor of dates from Algeria, Tunisia and Madinah
10.	Kurma Mehr	Zuraida Ibrahim Mobile: +60-12-6909627 (Call/Whatsapp) Email: infokurmamehr@yahoo.com Website: http://kurmamehr.com Facebook: Kurma(dates)Online	Importateur et distributeur des dattes
11.	Green Diamond International S/B (1007167-M)	No.14, Jln bpp 8/2, Bandar Putra Permai, 43300 Seri Kembangan, Selangor, Malaysia Tel.: +60-389399582 Website: www.greendiamond.co	Grossiste de dattes
12.	Omni Mal Agencies Sdn. Bhd.	63-665 Pengkalan Chepa Industrial Park 2, 16100 Kota Bharu, Kelantan, Malaysia Tel: +60-9-773 3326 / 773 3327 Fax: +60-9-773 3325 E-mail: sales@omnimal.com Whatsapp: +60-12-786 6232 Website: www.omnimal.com	Fournisseur et distributeur de dattes

13.	Louna Kurma	Wisma MPL - Jalan Raja Chulan Kuala Lumpur, Malaysia Email: info@lounakurma.com Tel: +60-14-6982544 Website: www.lounakurma.com	Grossiste de dattes
14.	Ariha Trading Sdn. Bhd	Block E-G-3A, Neo Damansara, Jalan PJU 8/1, Damansara Perdana, 47820 Petaling Jaya, Selangor Email: info@ariha.com.my Tel.: +60-17-585 4409 / +60-3- 7731 4990 Youtube ArihaProducts Website: www.ariha.com.my	Importation des dattes depuis la Palestine
15.	Top East Asia	C3-U6-5, Solaris Dutamas (Publika), No. 1, Jalan Dutamas 1, 50480, Kuala Lumpur, Malaysia Tel: +60-3-62117066 Fax: +60-3-62054330 Email: sales@topeastasia.com Website: www.topeastasia.com Contact person: Mr. Masiha	Importateur et commercialization des fruits et dattes
16.	MBG Fruits Sdn. Bhd.	MBG Fruits Sdn. Bhd. (773774-A) SST Reg No. : W10-1808- 32100321 8, Lorong Teknologi B, Taman Sains Selangor 1, 47810 PJ Whatsapp: +60-16-2275602 Hotline - 1800-2255-62 Website: www.mbg.com.my	Vente en ligne (dattes et autres)

Liste des foires internationales pour les fruits et les aliments en Malaisie

No.	Nom de la foire, lieu et dates	Organisateur	Gamme de produits principaux
1.	MIFB - Malaysian International Food & Beverage Trade Fair Kuala Lumpur Convention Centre Kuala Lumpur Malaysia Juillet 2021 Juillet 2022 Interval: annuelle Créer en: 2001	Sphere Exhibits Malaysia Sdn. Bhd. 1008, Level 10, Tower 2, Faber Towers, Jalan Desa Bahagia, Taman Desa 58100 Kuala Lumpur Malaysia Fon: +60 3 7989-1133 Fax: +60 3 7989-1133 info@sphereexhibits.com.my http://www.sphereexhibits.com.my/	Produits alimentaires Technologie Transformations Machines Boissons Epices Produits Halal Fruits et légumes Produits organiques
2.	FHM - Malaysian International Food, Hotel & Restaurant Exhibition Kuala Lumpur Convention Centre	Informa Markets Malaysia Suite 5-01, Level 5, Sunway VISIO Tower, Lingkaran SV, Sunway Velocity 55100 Kuala Lumpur Malaysia	Produits alimentaires principaux Boissons Viandes Catering

Kuala Lumpur Malaysia	Fon: +60 3 9771-2688 Fax: +60 3 9771-2799 informamarkets@informa.com https://www.informamarkets.com	Equipelement hôtellerie Restauration
Septembre 2021 Septembre 2023 Interval: every two years Créer en: 1993		

Les institutions gouvernementales et les associations

No.	Nom de l' institution	Adresse	Remarques
1.	Ministry of International Trade and Industry	Ms. Nor Hasnah Badroddin Senior Director Tel.: +60-3-6200 0401 Email nhasnah@miti.gov.my Bilateral Economic & Trade Relations Kavitha Mathuvay Director Tel.: +60-3-62000403 Email kavitha@miti.gov.my Division Bilateral Economic & Trade Relations Section Americas, Europe and Africa Menara MITI @ KL Metropolis, No. 7, Jalan Sultan Haji Ahmad Shah, 50480 Kuala Lumpur	
2.	MATRADE Malaysia External Trade Development Corporation The National Trade Promotion Agency of Malaysia	Menara MATRADE, Jalan Sultan Haji Ahmad Shah, 50480 Kuala Lumpur, Malaysia Tel : 603-6207 7077 Fax : 603-6203 7037 Email : info@matrade.gov.my	
3.	Ministry of Agriculture and Food Industries	Aras 1, Wisma Tani, No. 28, Persiaran Perdana, Presint 4, Pusat Pentadbiran Kerajaan Persekutuan, 62624 Putrajaya, Malaysia. Tel.: +60-3-8870 1375 / 1766 Fax: +60-3-8888 6906 Email: pro@mafi.gov.my	
4.	Halal Development Corporation Berhad	Halal Development Corporation Berhad 5.02, Level 5, KPMG Tower, First Avenue, Persiaran Bandar Utama, 47800 Petaling Jaya, Selangor Darul Ehsan, Malaysia. Contact person: Dato' Mahmud Abbas	Coordinateur central qui fait la promotion pour l'écosystème Halal en Malaisie – sous tutelle du Ministère de Commerce (Ministry of International Trade and Industry (MITI))

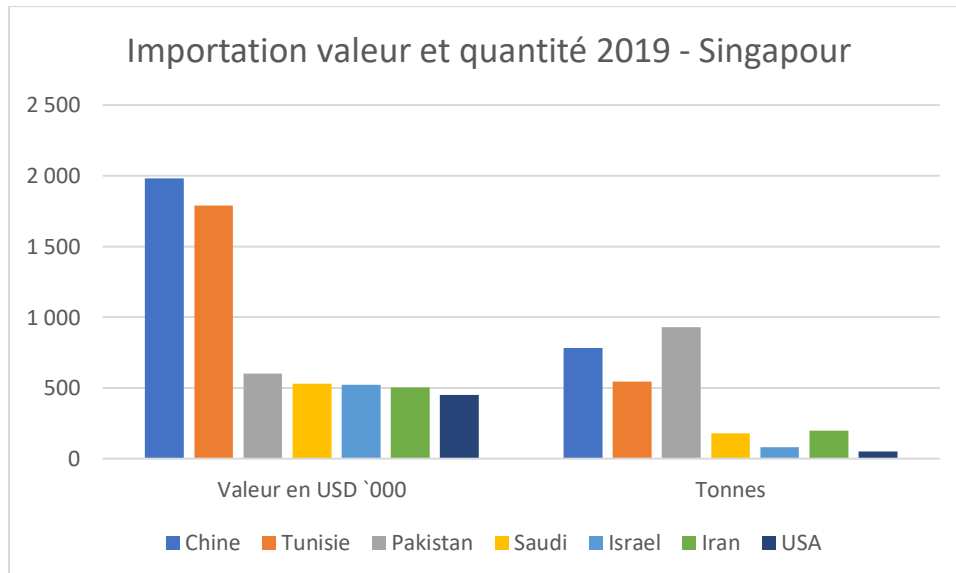
		Chairman Tel : +603 – 7965 5555 Fax : +603 – 7965 5500 Email : refcenter@hdcglobal.com Site web: www.hdcglobal.com	
--	--	---	--

5.3 Singapour

5.3.1 Aperçu de la situation à Singapour

L'État de Singapour est situé à l'extrême sud de la péninsule Malaise et est avec une population de 5,5 millions une cité -Etat. La grande majorité des habitants sont issue du territoire chinois. Seulement 20% des habitants sont musulman. Singapour a la réputation d'être très organisé avec une obéissance civile importante. Singapour a des lois très stricts pour maintenir l'ordre publique.

Singapour est depuis toujours une ville de commerçant avec un port très important dans la région. Ainsi le commerce des dattes est non seulement local mais aussi régional voir mondial. Le marché final pour les dattes est assez limité, raisons sont une population faible en nombre et les fêtes musulmanes qui ne sont pas de grande importance.



Les importations viennent surtout de la Chine, c'est qui est certainement dû à la majorité de la population qui est d'origine chinoise. Les exportations sont dans l'ordre de 2000 tonnes en 2019. La moitié est destinée au marché régional (Malaisie, Népal, Indonésie). L'autre moitié est exportée dans le monde entier, même en Europe.

Le marché est donc assez limité et fortement dominé par les acteurs chinois. Les règlements pour l'importation sont similaires aux règlements en Malaisie sauf-que les exigences envers les réglementations phytosanitaires sont plus importantes. Il existe une liste des produits chimique

interdits, surtout pour les pesticides. Accéder le marché singapourien devrait être plus difficile que les marchés malaisiens ou indonésiens : plus exigeant envers les réglementations, forte concurrence chinoise et un marché assez limité. Néanmoins les importateurs qui réexportent peuvent être d'intérêt :

Liste des importateurs des fruits et dattes et commerçants à Singapour

No.	Nom de l'importateur, commerçant	Adresse	Remarque
1.	Barakah Foods (Singapore) Pte. Ltd.	BARAKAH FOODS (SINGAPORE) PTE LTD 48 Joo Chiat Road Singapore 427371 Tel.: +65-6805 1650 Fax: +65-6346 6919 Website: shop.barakah.sg	Importation et distributeur des toutes sortes de dattes de première qualité
2.	Yaya Papaya Fruits	YayaPapaya Fruits 26 Pasir Panjang Wholesale Centre #01-208 Singapore 110026 Tel.: +65-6774 3387 Email: hello@yayapapaya.com.sg Site web: www.yayapapaya.com.sg	Importation des fruits et dattes
3.	Singaporean ajwa dates	36 Changi road, S419809 Singapur 419809 Tel.: +65-98755552 www.singaporeajwadates.com	Importation d'Adjwa et Medjool
4.	All kurma (market place):	OCBC Centre Adresse: 65 Chulia St, Singapur 049513 Tel.: +65 8522 7232 Email: singapore@allkurma.com www.allkurma.sg	Importation de dattes de l'Afrique du Nord et l'Arabie Saoudite
5.	Hastras Dates - Hassan Trading & Services Pte Ltd	921B Upper Bukit Timah Rd Singapore 678202 Whatsapp: +65 94513018 Email: info@hastras.com www.hastrasdates.com	Importation des dattes de l'Arabie Saoudite

6. Conseils pratiques pour les exportateurs des dattes

Il est essentiel d'avoir un partenaire local ou un importateur sur place qui on connaît. Ces partenaires peuvent faciliter toutes les démarches à entreprendre et ont accès aux canaux de distribution et ils maîtrisent la bureaucratie nationale. Les points suivants doivent être considérer quand il s'agit de faire des affaires avec des acheteurs/importateurs indonésiens :

- Être en lien avec un partenaire d'affaire qui a un numéro d'identification pour l'import (Import Identifier Number - API)
- Visiter le marché indonésien d'une façon régulière : établir un relationnel personnel est crucial pour le succès d'une relation commerciale réussie. COVID19 freine encore

ces rencontres personnelles, mais des conférences vidéo peuvent être une option transitoire.

- La langue est une barrière principale : la grande majorité des importateurs et hommes d'affaire maîtrise la langue anglaise, donc il est crucial de pouvoir s'échanger en anglais.
- L'exportateur devrait avoir un dossier d'information sur le profil de l'entreprise, la spécification des produits, des prix et les conditions de paiement.
- La participation dans les foires pour entrer en contact avec des acheteurs potentiels et se faire connaître dans les nouveaux marchés. (Foire principales sont dans le chapitre 5.1.7)
- Les conclusions des affaires peuvent prendre plus de temps car les importateurs veulent s'assurer que la relation commerciale soit durable et des visites au préalable dans le pays du producteur ne sont pas inhabituelles.
- Le premier contact via mail peut être très compliqué voir sans succès car les acheteurs préfèrent toujours le contact direct, face à face ou par une recommandation.
- En Asie le discours indirect est pratiqué. L'interlocuteur préfère de dire par exemple oui au lieu de ne rien dire ou de rien de « non » et de contrarier la personne en face.
- Les importateurs sont des locaux mais également issue de différents pays, comme ils peuvent avoir des origines chinoise ou bien arabes. Mais ceci ne veut pas automatiquement dire que l'acheteur en question maîtrise la langue arabe.

7 Conclusion et recommandation

Le marché en Asie de l'Est pour les dattes devient de plus en plus important. Une croissance nette se fait observer dans quasiment tous les pays. Le plus grand potentiel est avec l'Indonésie et la Malaisie avec une importante population musulmane. Comme exportateur algérien il faudrait se focaliser sur les points suivants :

- Identifier un partenaire local qui agit comme importateur. Sans cette porte d'entrée une exportation devient impossible.
- Avoir un portfolio bien précis de la gamme des produits (premium, organique, conventionnel, variété etc.) et une stratégie de communication -de préférence en langue locale mais au moins en anglais.
- Agir au bon moment, car les ventes en quantité se font surtout avant le Ramadan. A priori les contrats pour le Ramadan 2022 se concluent maintenant
- Être flexible et s'engager dans un dialogue avec les interlocuteurs sur place. Ceci inclus des voyages et des entretiens en Anglais.
- Participer a des foires spécialisées et dans la région. Pour cela un accompagnement professionnel est recommandé pour optimiser les résultats d'une telle participation qui est également un investissement.