

# 2024

LIVRE BLANC  
LE MARCHÉ DES VINS ET SPIRITUEUX  
— EN CÔTE D'IVOIRE —

# SOMMAIRE

## 1 – LES FONDAMENTAUX DU MARCHÉ

- Chiffres-clés
- Pré-requis
- Positionnement de l'offre française
- Concurrence

## 2 - LES STATISTIQUES DES EXPORTATIONS FRANÇAISES

- Focus vin
- Focus spiritueux
- Focus bière
- Focus cidre

## 3 - CONSOMMATION ET TENDANCES

- Tendances
- Profil du consommateur

## 4 - DISTRIBUTION

- Circuits de distribution
- Canaux et acteurs de distribution

## 5 - CLÉS D'ACCÈS

- Approche commerciale à privilégier
- Cadre réglementaire
- Votre équipe Business France en Côte d'Ivoire
- Autres informations disponibles



1

LES  
FONDAMENTAUX  
DU MARCHÉ

## LE PAYS EN CHIFFRES (2023)



### DÉMOGRAPHIE

28,4 millions



### SUPERFICIE

322 462 Km<sup>2</sup>



### ÉCONOMIE

6,2% de croissance du PIB en 2023



### CONSOMMATION

2 337 € PIB /hab

### GRAND CONSOMMATEUR MONDIAL DE SPIRITUEUX

15 millions L  
soit une augmentation de 6 % (vs 2022)

### 2<sup>ÈME</sup> CONSOMMATEUR AFRICAIN DE VINS

81 millions L  
soit une augmentation de 5 % (vs 2022)

### 34<sup>ÈME</sup> CONSOMMATEUR MONDIAL DE VIN

Devant l'Angola et le Ghana

## LE SECTEUR EN CHIFFRES (2023)



1<sup>ER</sup>

### IMPORTATEUR AFRICAIN DE VIN EN VALEUR

60 millions € - Devant l'Afrique du Sud

### PLACE DE LA FRANCE 2<sup>ÈME</sup>

### FOURNISSEUR DE VIN EN VALEUR

Derrière l'Espagne

### PLACE DE LA FRANCE 1<sup>ER</sup>

### FOURNISSEUR DE VINS EN VOLUME (AFRIQUE)

86 000 hL - Devant l'Afrique du Sud

1<sup>ER</sup>

### IMPORTATEUR DE VINS EN VOLUME

77 M L

5<sup>ÈME</sup>

### IMPORTATEUR AFRICAIN DE SPIRITUEUX EN VOLUME

7 M L

2<sup>ÈME</sup>

### IMPORTATEUR AFRICAIN DE CHAMPAGNE FRANÇAIS EN VOLUME

12 000 hL – Derrière l'Afrique du Sud

## SE PRÉPARER AVANT DE SE LANCER



### S'ADAPTER AUX SPÉCIFICITÉS LOCALES

Le marché ivoirien a ses particularités en matière de relations commerciales. Le **contact direct** via des déplacements réguliers dans le pays permet de consolider les échanges avec le partenaire local. Les relations peuvent devenir très vite familières, se tutoyer ou parler de sujet personnel. Les échanges de cadeaux ou goodies sont également appréciés.

### S'ADAPTER AUX EXIGENCES LOCALES

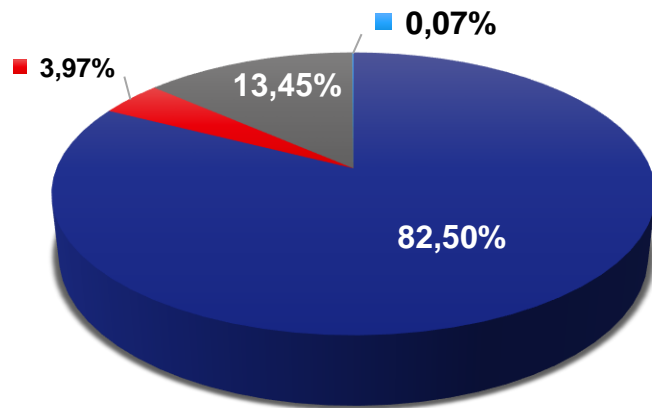
**L'importation de vin est libre** sauf pour les spiritueux pour lesquels une licence d'importation est obligatoire. Il faut bien se renseigner sur le partenaire local, sa capacité de stockage et de distribution via sa clientèle. Il est important d'accompagner son importateur par un budget marketing et communication pour le lancement de nouveaux produits (spots TV et radio, panneaux publicitaires, dégustation dans les points de vente..).

### CARACTÉRISTIQUES DU MARCHÉ IVOIRIEN

Il existe une production locale marginale surtout de liqueur à base de cœur de palmier mais pas de production locale formelle de vin. On note une consommation d'abord masculine de vins rouges en accompagnement des plats épicés ivoiriens. La Côte d'Ivoire est un pays francophone mais **aussi francophile surtout pour les vins tranquilles et effervescents.**



## L'OFFRE FRANÇAISE PAR SEGMENT



■ Vins ■ Spiritueux ■ Bières ■ Cidres

Sources : Douanes françaises, Business France /Département Agrotech

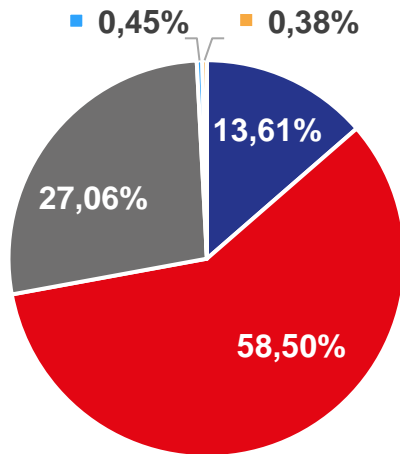
- L'offre française d'alcool exportée vers le marché ivoirien peut se diviser en 4 catégories : les vins, les bières, les cidres et les spiritueux, qui comportent elles-mêmes des sous-catégories.
- **Le vin occupe près de la totalité (83 %) de l'offre française** présente sur le marché ivoirien, se plaçant en pôle position. Les vins les plus exportés vers la Côte d'Ivoire sont les vins dits tranquilles, à prédominance rouge et rosé, au détriment des vins effervescents (champagnes).
- Quant à la bière, elle représente 13 % des alcools français exportés vers la Côte d'Ivoire, se plaçant en 2ème position : il s'agit essentiellement de bière de malt.
- En revanche, les spiritueux français exportés vers la Côte d'Ivoire ne représentent qu'une quantité minimale : environ 4 %.
- Les cidres quant à eux occupent une place pratiquement insignifiante moins de 1 %.

## FOCUS PAR SEGMENTS



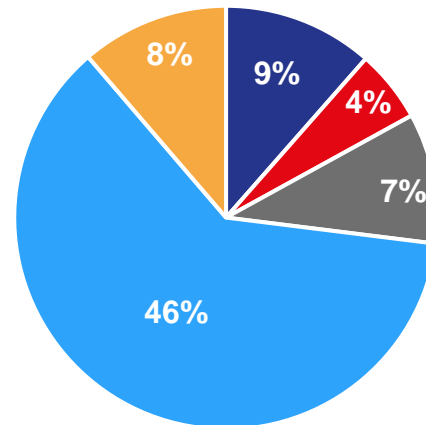
### FOCUS VIN

- Vins mousseux, dont 51% de champagnes
- Vins AOP tranquilles, dont 53% de bordeaux
- Vins IGP/SIG <15°, dont 21% de SIG
- Vins > 15°
- Mouts de raisins, vermouths et ABV



### FOCUS SPIRITUEUX

- Eaux de vie
- Rhum
- Vodka
- Liqueurs
- Autres spiritueux



Sources : Douanes françaises, Business France / Département Agrotech

# S

## Forces de l'offre française

La qualité des vins français est de notoriété publique surtout en Côte d'Ivoire où la région de Bordeaux domine les autres régions pour sa teneur, sa puissance et son accord avec les mets épicés ivoiriens.

La diversité des cépages et des appellations renforce l'intérêt du consommateur ivoirien pour les vins français. Par exemple : Pinot noir, Chardonnay, et Cabernet Sauvignon sont les cépages les plus connus du consommateur ivoirien.

Ce sont les vins les plus haut de gamme qui tirent leur épingle du jeu, notamment le Champagne qui reste le produit phare de l'offre française. JP Chenet avec plus 500.000 bouteilles est la marque de vin effervescent la plus répandue.

# W

## Faiblesses de l'offre française

Le prix reste le facteur dissuasif pour l'achat d'un vin français : les vins 1er prix espagnols restent fortement plébiscités.

En dehors de la région de Bordeaux, les autres régions viticoles ont du mal à se faire connaître et à occuper une place sur le marché : trop peu de moyen mis en place pour rivaliser ou égaler avec les vins de Bordeaux.

# O

## Opportunités du marché ivoirien

L'expansion continue de la classe moyenne urbaine du pays devrait être un facteur clé en termes d'augmentation de consommation de produits alcoolisés.

Les consommateurs à hauts revenus sont attirés par les marques et les produits perçus comme un symbole de statut social, tels que le Champagne et les spiritueux.

L'industrie hôtelière a connu une croissance importante ces dernières années. De nombreux restaurants et hôtels haut de gamme ont vu le jour à Abidjan, à Assinie et dans la Baie des Millionnaires.

L'ouverture et l'achalandage de nouvelles boutiques spécialisées dans les quartiers huppés de la capitale offrent de belles perspectives pour l'offre française..

# T

## Menaces du marché ivoirien

L'Espagne demeure leader en volume et en valeur sur la Côte d'Ivoire avec ses vins d'entrée de gamme.

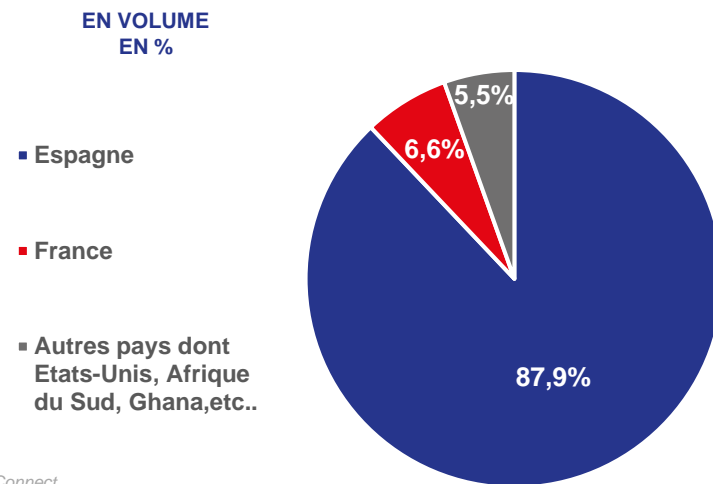
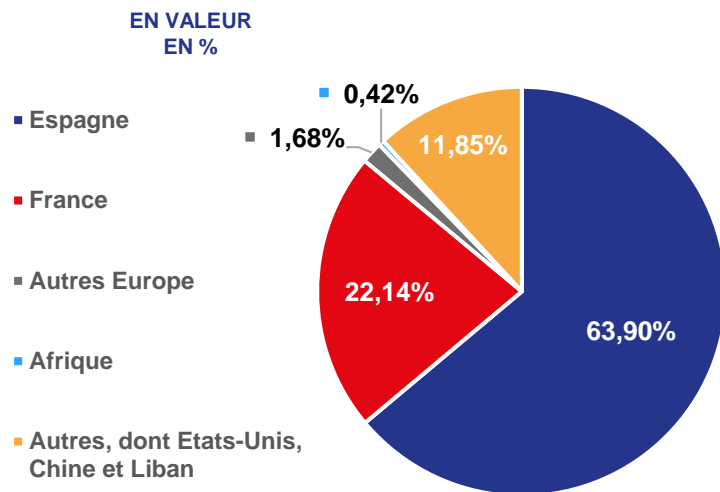
Importation libre pour les vins, pas de production locale : les importateurs sérieux ont déjà trop de fournisseurs et sont souvent peu demandeurs.

Difficile de trouver le bon interlocuteur solvable dans la durée.

Entrée frauduleuse de vins à bas prix. Les frontières poreuses laissent passer des produits via les ports du Togo et du Ghana.

## LES PRINCIPAUX PAYS CONCURRENTS DE L'OFFRE FRANÇAISE

▼  
**PART DE MARCHÉ DES EXPORTATIONS DE VINS VERS LA CÔTE D'IVOIRE :  
 EN VOLUME ET EN VALEUR PAR PAYS D'ORIGINE EN 2023**  
 ▼

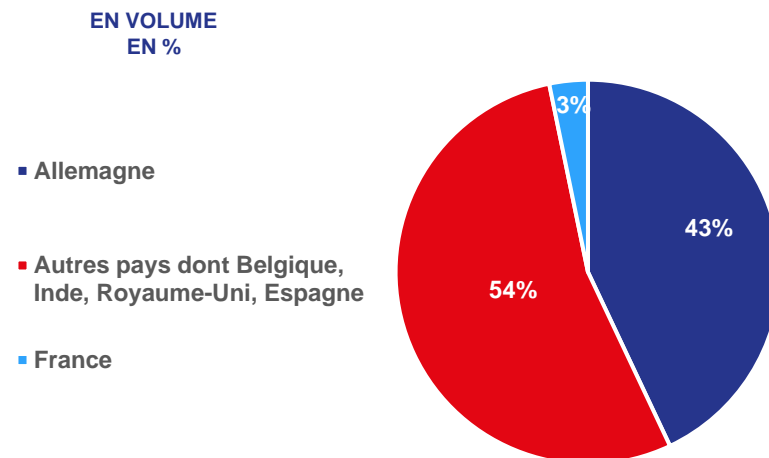
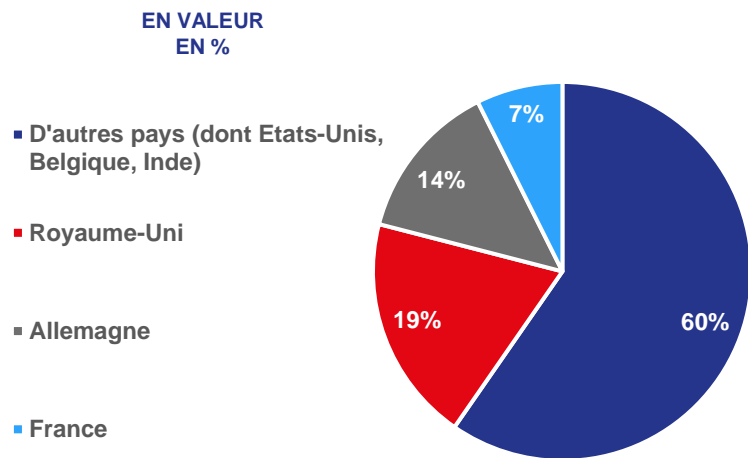


Source : S&P GTA Connect



## LES PRINCIPAUX PAYS CONCURRENTS DE L'OFFRE FRANÇAISE

### PART DE MARCHÉ DES EXPORTATIONS DE SPIRITUEUX VERS LA CÔTE D'IVOIRE : EN VOLUME ET EN VALEUR PAR PAYS D'ORIGINE EN 2023

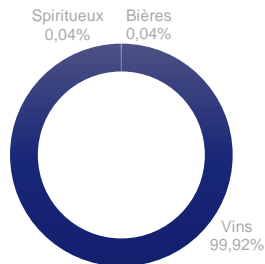


Source : S&P GTA Connect

## LES PRINCIPAUX PAYS CONCURRENTS DE L'OFFRE FRANÇAISE



### ESPAGNE

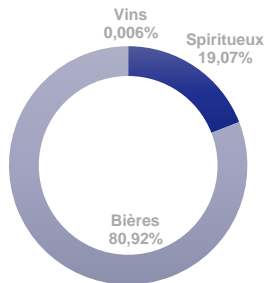


L'Espagne est le premier fournisseur de la Côte d'Ivoire en valeur avec ses 37,8 M EUR exportés en 2023, et le premier fournisseur en volume, avec environ 67 L, se plaçant ainsi devant la France.

Les vins de raisins frais sont les produits phares des exportations espagnoles vers la Côte d'Ivoire. L'Espagne présente l'atout indéniable du prix dans son offre, en particulier pour les vins. Par rapport à la France, l'Espagne dispose d'une offre beaucoup moins chère, si l'on considère que le prix à l'unité du vin français est d'en moyenne 4/5€ le litre, contre 2€ le litre pour l'Espagne, ce qui représente une différence de prix de plus de la moitié.

Sur le segment des spiritueux, l'Espagne est seulement le 16e fournisseur en valeur et le 14e en volume de la Côte d'Ivoire, en exportant 13K L en 2023.

### ALLEMAGNE



L'Allemagne est le grand fournisseur de la Côte d'Ivoire en bières, en valeur avec des exportations s'élevant à 7,8M EUR en 2023, se plaçant ainsi devant la France et l'Espagne.

Les bières de malt sont les produits phares des exportations allemandes vers la Côte d'Ivoire.

Sur le segment des spiritueux, l'Allemagne est le 3e fournisseur en valeur et le 1<sup>er</sup> en volume de la Côte d'Ivoire, en exportant 3,2M HL pour 1,8M EUR en 2023.



# 2

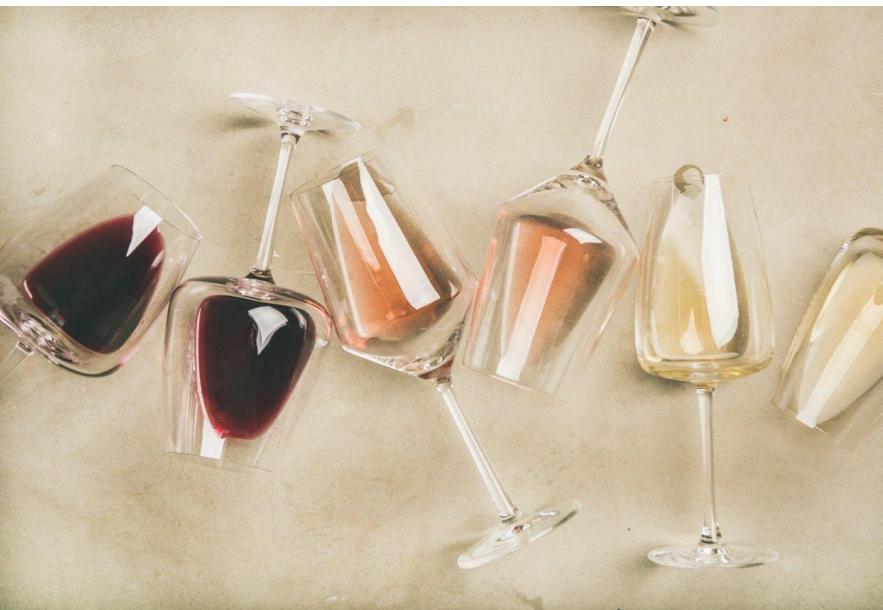
## LES STATISTIQUES DES EXPORTATIONS FRANÇAISES



### EXPORTATIONS 2023 (VS 2022) - VINS EFFERVERSCENTS (SH 2204) BOUTEILLE + VRAC

	Vol (HL)	Valeur 1000 EUR	% vol	% val
Champagne	5 937	13 723	26,80%▲	27,54%▲
Autres vins mousseux	5 747	1 792	- 33,21%▼	-33,21%▼
Vins pétillants	70	155	-70,09%▼	121,43%▲
<b>Total</b>	<b>11 753</b>	<b>15 670</b>	<b>-13,08%▼</b>	<b>21,88%▲</b>

Sources: Douanes françaises, Business France / Département Agrotech



Sources: Douanes françaises, Business France / Département Agrotech

**EXPORTATIONS 2023 (VS 2022) - VINS TRANQUILLES (SH 2204) BOUTEILLE + VRAC**

	Volume (HL)	Valeur 1000 EUR	% vol	% val
Alsace	36	22	-35,71% ▼	-47,62 ▼
Beaujolais	84	4	35,48% ▲	-2,5% ▼
Bordeaux	45 765	14 401	0,84% ▲	2,75% ▲
Bourgogne	310	345	80,23% ▲	25% ▲
Vallée du Rhône	1 203	990	-54,99% ▼	-4,16% ▼
Languedoc Roussillon	776	228	-11,52% ▼	-11,28% ▼
Provence	55	46	-53,78% ▼	-48,99% ▼
Sud-ouest (Bassin)	70	67	-23,08% ▼	71,79% ▲
Val de Loire	447	474	-47,54% ▼	-15,36% ▼
Autres AOP Français	235	96	51,61% ▲	9,09% ▲
Autres AOP UE	1 534	331	71,40% ▲	72,40% ▲
<b>Total AOP tranquilles</b>	<b>50 515</b>	<b>17 038</b>	<b>-1,60% ▼</b>	<b>2,43% ▲</b>
dont Blancs :	1 183	607	-40,85% ▼	-16,62% ▼
dont Rouges/Rosés	49 332	16 432	-0,01% ▼	3,31% ▲



Sources: Douanes françaises, Business France / Département Agrotech

### EXPORTATIONS 2023 (VS 2022) - VINS TRANQUILLES (SH 2204) BOUTEILLE + VRAC

	Volume HL	Valeur 1000 EUR	%vol	%val
IGP Terres du Midi	264	83	169,39%▲	196,43%▲
IGP Provence-Alpes-Côte d'Azur	34	22	-29,17▼	1 5,79▲
IGP Bassin du Sud Ouest	182	124	-50,81▼	-26,19▼
IGP Pays d'OC	2 639	924	-11,89▼	0,98▲
IGP Val de Loire	347	89	-34,77▼	-5,32▼
IGP Languedoc Roussillon	104	31	316▲	416,67▲
IGP Méditerranée	313	109	745,95▲	373,91▲
Autres IGP Français	625	251	20,42▲	34,22▲
Autres IGP UE	142	70	30,28▲	112,12▲
<b>Total IGP&lt;15°</b>	<b>4650</b>	<b>1703</b>	<b>-1,77%▼</b>	<b>15,61▲</b>



Sources: Douanes françaises, Business France / Département Agrotech

### EXPORTATIONS 2023 (VS 2022) - VINS TRANQUILLES (SH 2204) BOUTEILLE + VRAC

	Volume HL	Valeur 1 000 EUR	% Vol	% Val
<b>Vins SIG&lt;15°</b>	18 439	1575	9,05 ▲	-23,65 ▼
dont :				
mention cépage	853	197	-71,22 ▼	-33,89 ▼
Blend	12 146	575	50,92 ▲	-27,12 ▼
VISG EM cépage	805	226	28,80 ▲	289,66 ▲
VSIG EM blend	4 635	578	-12,05 ▼	-36,97 ▼
<b>Vins &lt;15° Hors UE</b>	279	116	-27,34 ▼	-4,13 ▼
<b>Total VINS IGP/VSIG&lt;15°</b>	23 368	3 394	6,09 ▲	-7,19 ▼
dont Blancs	2 305	616	11,62 ▲	13,86 ▲
Rouges/Rosés	21 063	2 778	5,53 ▲	-10,85 ▼
<b>Total Vins &gt;15°</b>	387	165	-33,39 ▼	-14,06 ▼
Vins doux français	316	125	-33,47 ▼	-13,79 ▼
Vins doux non français	71	40	-32,38 ▼	-14,89 ▼
<b>Total Vins tranquilles</b>	74 270	20 598	0,44 ▲	0,57 ▲
dont vins français	66 804	19 237	0,38 ▲	0,65 ▲
dont vins non français	7 466	1 361	1,04 ▲	-0,58 ▼
<b>Total Vins</b>	86 023	36 268	-1,65 ▼	8,79 ▲
<b>Mouts de raisins</b>	200	43	-	377,78 ▲
<b>Vermouths &amp; ABV</b>	124	69	53,09 ▲	46,81 ▲



**EXPORTATIONS 2023 (VS 2022) - SPIRITUEUX (SH 2208) (EN HL/AP)**

	Volume HL	Valeur 1000 EUR	% vol	%val
Cognac	141	807	27,03%▲	38,66%▲
Armagnac	11	41	00,0% ▲	-32,79%▼
Eaux de vie vin françaises	1	4		
Brandy	26	26	73,33%▲	136,66%▲
EDV de marc de raisin	1	1		
Whiskies	413	850	1,47% ▲	29,57%▲
Rhum	172	253	-67,18%▼	-50,49%▼
Gin et Genièvre	98	154	0,00%	-20,21%▼
Vodka	311	384	-12,89%▼	-24,41%▼
Liqueurs	1925	1771	221,91%▲	142,60%▲
Calvados	6	13	50% ▲	62,5% ▲

Sources: Douanes françaises, Business France / Département Agrotech



Sources: Douanes françaises, Business France / Département Agrotech

### EXPORTATIONS 2023 (VS 2022) - SPIRITUEUX (SH 2208) (EN HL/AP)

	Volume HL	Valeur 1000 EUR	% vol	%val
EDV DE Fruits	6	6	200% ▲	50% ▲
Autres Eaux de vie	0	0	-100% ▼	-100% ▼
Autres spiritueux	345	456	-83,37% ▼	-47,95% ▼
Bourbon et scotch	629	1243	-20,38% ▼	-18,76% ▼
Tequila	68	128	172% ▲	212% ▲
Arak et Ouza	7	4	40% ▲	0,00%
<b>TOTAL SPIRITUEUX</b>	<b>4159</b>	<b>6141</b>	<b>-17,20% ▼</b>	<b>7,42% ▲</b>
Spiritueux français	3 455	4 767	-17,80% ▼	15,12% ▲
Spiritueux non français	704	1374	-14,15% ▼	-12,76% ▼



#### EXPORTATIONS 2023 (VS 2022) – BIÈRE (SH 2203) BOUTEILLE + VRAC

	Volume HL	Valeur 1 000 EUR	% Vol	% Val
Bières	14 076	1 174	20,08▲	15,55▲

#### EXPORTATIONS 2023 (VS 2022) – CIDRE (SH 2206) BOUTEILLE + VRAC

	Volume HL	Valeur 1 000 EUR	% Vol	% Val
Cidres	77	19	140,22▲	216,67▲

Sources: Douanes françaises, Business France / Département Agrotech



# 3

## CONSOMMATION ET TENDANCES

## LES TENDANCES DU SECTEUR



### LA RÉGION DE BORDEAUX RESTE LEADER

Première région à s'être exportée sur le continent, les vins bordelais restent plébiscités par le consommateur ivoirien.

La Côte d'Ivoire fait partie de ses 35 destinations d'exportation et pour l'Ivoirien « le bon vin est d'abord un Bordeaux ». Les vins rouges ont le vent en poupe en raison d'une consommation masculine toujours plus grandissante. Les vins de Saint Émilion, Haut Médoc, Graves ou encore Pessac sont connus et appréciés. Les vins blancs ou rosés, même dans une moindre mesure, ne sont pas en reste.

### LA CONSOMMATION SE FÉMINISE

Le vin a longtemps été une affaire de la gente masculine mais force est de constater que les femmes s'y intéressent et deviennent des consommatrices aguerries. Les consommatrices n'hésitent pas à fréquenter les bars et arroser leurs soirées entre filles (jeunes cadres ou amies de longue date), principalement avec des vins moelleux ou quelques pétillants car le champagne est très apprécié de la gente féminine.

### PLUS DE LIEUX DE CONSOMMATION

Le parc hôtelier s'est étoffé depuis 2-3 ans surtout à Abidjan avec l'ouverture de résidences hôtelières type Adagio. Plusieurs nouveaux restaurants très haut de gamme ont vu le jour, accueillant une classe ++ pour des moments de convivialité entre "bourgeois".

### UN GOÛT PRONONCÉ POUR LES MARQUES

De nombreuses marques internationales sont présentes sur le marché et réalisent des campagnes de marketing pour maintenir leur leadership. Les maisons comme Laurent Perrier, Taittinger, Moët & Chandon n'hésitent pas à envoyer un haut responsable au moins une fois l'an, à la rencontre de leur client importateur mais aussi du consommateur, au cours d'une soirée VIP. Idem pour Jack Daniel ou Hennessy pour les spiritueux.

## LE CONSOMMATEUR IVOIRIEN



### CARTE D'IDENTITÉ DU CONSOMMATEUR

- Âge médian : 19 ans
- Taille classe moyenne : 7 M avec des habitudes occidentales
- Hubs de consommation : Abidjan, San-Pedro, Grand-Bassam, Assinie
- Apprécie les produits français
- Secteur formel/informel : 20 % - 80 %
- Les vins de Champagne et les vins effervescents coulent à flot lors des célébrations festives
- Les femmes plébiscitent davantage le rosé et les vins moelleux
- La gente masculine est plutôt attirée par les vins rouges et le champagne brut



**4**

**DISTRIBUTION**

# CIRCUITS DE DISTRIBUTION

## ▼ CONSTRUCTION TARIFAIRE\*

Construction tarifaire France vers Côte d'Ivoire	Vins tranquilles 75cl / 13°	Champagne 75cl / 13°	Spiritueux 70cl / 55°	Bière 33cl / 6°
Prix de départ en EUR (EXW)	4	12	10	1,5
Transport et assurances	0,26€	0,43€	ND	0,31€
Droits de douane (valeur CIF)	20% <b>0,85</b>	20% <b>2,49</b>	20% <b>2</b>	20% <b>0,36</b>
Droits d'accises	35% <b>2,33</b>	40% <b>5</b>	45% <b>5,4</b>	17% <b>0,37</b>
Autres taxes	2,5% <b>0,22</b>	2,5% <b>0,43</b>	2,5% <b>0,43</b>	2,5% <b>0,06</b>
<b>Prix après taxes</b>	<b>9,21</b>	<b>17,9</b>	<b>17,83</b>	<b>2,6</b>
% marge approximatives				
Des intermédiaires (importateurs, distributeurs, grossistes)	<b>25-30 %</b>	<b>25-30 %</b>	<b>25-30 %</b>	<b>25-30 %</b>
TVA (GST Business Tax)			18 %	
Facteur multiplicateur				
- Grande distribution			X3	
- Cavistes			X3	
- CHR			X5	

Uniquement pour les spiritueux, il convient d'inscrire plus de 20° d'alcool avec la mention « vendu en Côte d'Ivoire ».

## OFF-TRADE



Plus de 450

Points de vente

PROSUMA détient 60% PDM

Pour le circuit CHR

Source : Business France Côte d'Ivoire

## CAVISTES ET PREMIUM



## ON-TRADE

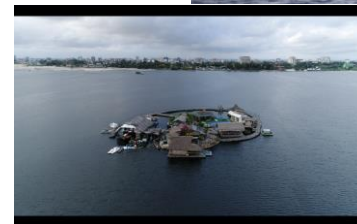


On recense plus de 4 500 établissements hôteliers en Côte d'Ivoire (hôtels et résidences) et plus de 4 000 restaurants et cafétérias. De nombreux restaurants haut de gamme et gastronomiques accordent plats locaux et spécialités étrangères.

Abidjan, capitale économique, est en tête du classement avec plus de 43 000 bars et établissements assimilés. Les villes côtières (Assinie et San Pedro par exemple) avec leurs belles plages proposent des offres d'hébergement haut et moyen de gamme.

On note, depuis quelques années, une montée en gamme de l'hôtellerie, un boom des chaînes de restauration et des rooftops, notamment des bars à cocktails, principalement à Abidjan.

Grâce à la CAN (Coupe d'Afrique des Nations de Football) qui s'est tenue en Côte d'Ivoire en 2024, plus de 2M de touristes ont foulé le sol ivoirien pour vivre la ferveur de cet évènement qui a suscité une croissance de la consommation de vins et spiritueux, d'autant que la Coupe a été remportée par les « Éléphants de Côte d'Ivoire »!



*Photos libres de droit  
bureau Business France Côte d'Ivoire*



**5**

**CLÉS D'ACCÈS**

## LES BONNES STRATÉGIES

- ▶ Pénétrer le marché ivoirien peut se faire selon plusieurs axes : importateurs-distributeurs, importateurs-distributeurs uniquement vin, cavistes, sommeliers, GD etc. et même particuliers car l'importation de vin est libre en Côte d'Ivoire.
- ▶ L'approche la plus efficace est **de trouver un importateur-distributeur de vins prêt à collaborer dans la durée et qui possède déjà un bon portefeuille clientèle pour pérenniser votre business.** On recense de nombreux petits importateurs avec des volumes d'importations variables et les acteurs les plus importants sont déjà saturés de fournisseurs. Venir et revenir avec une proposition de prix concurrentiel peut faire pencher la balance en votre faveur. Le maître mot pour pénétrer le marché est la résilience.
- ▶ Les importateurs ivoiriens se déplacent sur les salons français pour rencontrer leurs fournisseurs et dénicher de nouveaux produits, c'est une occasion de rencontre et mise en relation à explorer.
- ▶ Participer au Tastin'France organisé par Business France, chaque année depuis 2016 à Abidjan pour rencontrer des importateurs-distributeurs-cavistes et CHR.



Photo libre de droit - Bureau Business France Côte d'Ivoire

# RÉGLEMENTATION



- Importance de trouver un partenaire importateur sérieux pour une association pérenne.
- Pour les spiritueux, il est important d'avoir un partenaire ayant la licence d'importation.
- Les droits et taxes sont très élevés et peuvent augmenter d'une année à une autre ([www.douanes.ci](http://www.douanes.ci))

# VOTRE ÉQUIPE BUSINESS FRANCE EN CÔTE D'IVOIRE



## Constance Tondoh

**Cheffe de Pôle Agro-Tech & Services  
Business France Abidjan**

Tél : +225 07 77 74 47 57  
[constance.tondoh@businessfrance.fr](mailto:constance.tondoh@businessfrance.fr)

Après 10 ans d'expérience dans l'accompagnement des entreprises françaises dans le secteur agroalimentaire, plus précisément agro-industrie, agriculture, élevage, vins/spiritueux, grande distribution, Constance est, depuis cette année, Cheffe de pôle Agro et Tech&Services pour les sociétés spécialisées dans les nouvelles technologies.

Cet accompagnement se fait à travers des études de marché, des missions de prospection, des invitations d'acheteurs sur salons à l'étranger, pilotage de Pavillon France etc. dans le but d'initier des courants d'affaires avec les acteurs locaux en Côte d'Ivoire.

Constance est titulaire d'un master en Droit privé des Affaires.



## David Lerro

**Chargé de Développement Agro  
Business France Abidjan**

Tél : +225 07 97 362 150  
[david.lerro@businessfrance.fr](mailto:david.lerro@businessfrance.fr)

Titulaire d'un DGC et d'un DCG en gestion et finance-comptabilité, David est Chargé de développement pour la filière Agroalimentaire à Business France depuis 1 an..

Fort de ses diverses expériences professionnelles notamment en tant que collaborateur et analyste financier junior tant au sein de fonds d'investissement que de cabinets de conseil ou d'organe institutionnel, David accompagne les entreprises françaises à travers études de marché, missions de prospection... dans le but d'initier des courants d'affaires avec des acteurs locaux.

Business France organise plus de 35 Tastin'France par an dans 50 pays. Ces dégustations professionnelles vous permettent de rencontrer les opérateurs locaux sur les marchés export qui vous intéressent : importateurs, distributeurs, détaillants, CHR....

Notre offre comprend également, en règle générale :

- Une présentation de marché par les experts Business France locaux
- Une visite guidée de point(s) de vente
- Des documentations sur le marché : Livre Blanc, fiche réglementaire sur les boissons alcoolisées du pays/zone, guide des affaires du pays

**Retrouver l'agenda 2024 Tastin' Vins, Spiritueux, Bières, Cidres en un clic :**

<https://www.export-vins-spiritueux.fr/tastinfrance-2024/>

Pour plus d'informations, contactez :

► **Fabienne LE GOC**

[Fabienne.legoc@businessfrance.fr](mailto:Fabienne.legoc@businessfrance.fr)

+33 (0)1 40 73 35 71

+33 (0)6 32 25 88 03

# 12 OFFRES PERSONNALISABLES

Pour répondre aux enjeux de votre développement international :

DÉCOUVRIR L'OFFRE TFE EN 4 MIN



- ▶ S'informer
- ▶ Définir une stratégie export
- ▶ Sécuriser et financer son opération export
- ▶ Acquérir des compétences
- ▶ Prospecter
- ▶ Gagner en notoriété à l'international
- ▶ Développer son réseau
- ▶ Renforcer sa présence à l'étranger

## INFO Marchés

**S'informer en ligne** sur l'évolution des marchés internationaux par secteur d'activité et pays, et sur différentes thématiques du commerce international.

## FOCUS Marchés

**Participer à un évènement** pour mieux comprendre la situation économique d'un marché national ou régional, connaître l'écosystème, les enjeux et opportunités du moment.

## DÉCRYPTAGE Marchés

**Comprendre, analyser** un marché afin d'en connaître le potentiel.

## DÉCIDE Export

**Structurer le développement** international de l'entreprise ou de son action export sur un ou plusieurs marché(s) ciblé(s).

## ACADÉMIE Export

**Acquérir et développer des compétences** techniques et pratiques de l'export par le suivi de formations ou d'ateliers dédiés.

## Clubs Export

**Partager** les bonnes pratiques et expériences entre pairs à l'international.

## COM Export

**Développer sa visibilité et son influence** sur les marchés étrangers via les outils et les médias locaux.

## V.I.E

**Confier une mission professionnelle à l'étranger** à un talent français ou ressortissant de l'Espace Economique Européen, âgé de 18 à 28 ans en début de mission pour une durée de 6 à 24 mois.

## CONNECT Business

**Bénéficier de rendez-vous** avec des prospects ou partenaires étrangers porteurs d'opportunités, ciblés et qualifiés.

## E-Business

**Disposer d'une page marque/produits dans l'espace France d'une marketplace** ou site internet de référence, avec une visibilité renforcée par des actions de promotion auprès d'acheteurs et prescripteurs locaux.

## PAVILLON France

**Disposer d'un espace aménagé individuel ou partagé sur le pavillon France** d'un salon professionnel international et bénéficier de la promotion, de l'animation, et du networking Associés.

## EXCELLENCE France

**Participer à un évènement sectoriel de promotion** de l'offre française auprès des opérateurs étrangers à des fins de mise en relation.

# DÉCRYPTAGE Marchés

Avec la Team France Export, analysez vos marchés cibles afin d'en connaître le potentiel pour prendre les bonnes décisions.

## ► NOTRE EXPERTISE

Avec 30 ans d'expérience et de nombreuses références dans l'intelligence marché, la Team France Export dispose d'une équipe de spécialistes et de son réseau international implanté dans 65 pays au plus proche des acteurs clés et des décideurs. Nous vous proposons des solutions clé en main pour gagner du temps, avec une méthodologie objective et structurée.

DES EXPERTS DANS

**65**  
PAYS

**30**  
ANNÉES  
D'EXPÉRIENCE

**200**  
PRESTATIONS  
D'INTELLIGENCE  
MARCHÉ PAR AN

## ► NOS SOLUTIONS

POINT CONSEIL

ÉTUDE

VEILLE

PRIORISATION MARCHÉS

MISSION EXPLORATOIRE

#CLÉS D'ENTRÉE

#AIDE À LA DÉCISION

#RECOMMANDATIONS



« Les études de marché ont joué un rôle important en nous informant des attentes de nos clients potentiels en matière de livraison, services et moyens de paiement. Les études menées par les experts de Business France nous ont permis d'enregistrer une progression des commandes mais aussi du panier moyen. »





## Médiathèque

- Téléchargez gratuitement les fiches pratiques de la série Décryptage, mais aussi les précieux Livres blancs (tels les guides des affaires des bureaux de Business France à l'étranger...). Et, pour mieux connaître et suivre la Team France Export, rien de tel qu'un plongeon dans l'actualité et les témoignages.
- Retrouvez l'information disponible sur vos marchés exports sur le lien <https://www.teamfrance-export.fr/mediatheque/decryptages>

# EXPERTISE Réglementaire

Avec la Team France Export, découvrez et anticipez les évolutions des conditions d'accès des marchés export pour prendre les bonnes décisions.

## ► NOTRE EXPERTISE

Une équipe d'experts de la réglementation internationale en lien avec les bureaux Business France à l'étranger :

### LA RÉGLEMENTATION DOUANIÈRE

Quelles obligations avant expédition de la marchandise ?

- Formalités préalables à l'importation dans le pays de destination
- Droits de douane et taxes applicables à l'entrée dans le pays
- Documents d'accompagnement nécessaires pour le dédouanement de la marchandise
- Régimes douaniers

### RÉGLEMENTATION PRODUIT

Comment adapter son produit au marché local ?

- Règles d'étiquetage : mentions obligatoires et facultatives, allégations autorisées / interdites, logos
- Règles de composition
- Réglementation spécifique à certains produits (industriels, dispositifs médicaux, cosmétiques, agro) normes techniques
- Règles d'emballage et matériaux autorisés

## ► NOS SOLUTIONS



#CLÉS D'ENTRÉE

#AIDE À LA DÉCISION

#EXPERTISE



« La bonne compréhension des contraintes réglementaires m'a fait gagner 2 ans »

« Mon précédent partenaire en Chine n'avait pas fait les démarches de certification de mes produits ; avec l'aide de BF j'ai pu lancer mes produits et garder la main sur ma stratégie. »





© 2024 - BUSINESS FRANCE

Toute reproduction, représentation ou diffusion, intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, sur quelque support que ce soit, papier ou électronique, effectuée sans l'autorisation écrite expresse de Business France, est interdite et constitue un délit de contrefaçon sanctionné par les articles L.335-2 et L.335-3 du code de la propriété intellectuelle.

#### CLAUSE DE NON-RESPONSABILITÉ

Business France ne peut en aucun cas être tenu pour responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication dans un but autre que celui qui est le sien, à savoir informer et non délivrer des conseils personnalisés. Les coordonnées (nom des organismes, adresses, téléphones, télécopies et adresses électroniques) indiquées ainsi que les informations et données contenues dans ce document ont été vérifiées avec le plus grand soin.

Business France ne saurait en aucun cas être tenu pour responsable d'éventuels changements.

EPIC Business France – 77, Bd St Jacques – 75014 PARIS

Représentant légal : Benoit Trivulce, directeur général par Intérim

Directeur de la publication : Benoit Trivulce, directeur général par Intérim

Responsable de la rédaction : Didier Boulogne

Auteur : Business France Côte d'Ivoire

Contributeurs : Constance Tondoh, David Lerro, Pascale Galetti

Date de parution : décembre 2024