

41 rue Dulong
F-75017 Paris (France)
Tél. : + 33 142 27 79 08
Fax : + 33 142 27 49 95
business@eurobusiness-fr.com
www.eurobusiness-fr.com

L'ACCES AU MARCHÉ RUSSE DANS LE DOMAINE DES VINS ET ALCOOLS



La Fédération de Russie en bref :	Page : 3
L'accès au marché russe, spécificités :	Page : 4
Remarques spécifiques à la Russie :	Page : 5
Contrats commerciaux :	Page : 5
Le marché des boissons alcoolisées :	Page : 5
La distribution :	Page : 6
Foires et salons :	Page : 7
Publicité :	Page : 7
Transport :	Page : 7
La certification :	Page : 8
Etiquetage :	Page : 9
Les droits de douane :	Page : 10
Dédouanement :	Page : 14
Conclusion :	Page : 14
Divers :	Page : 15
Plan d'action :	Page : 16
Annexe :	Page : 17



La Fédération de Russie en bref :

Territoire :	17 075 400 Km ² . 11 fuseaux horaires.
Population :	143,5 millions d'habitants. 105,3 millions résident en zone urbaine et 38,2 millions en zone rurale. Espérance de vie à la naissance : 67 ans.
Division administrative :	21 républiques, 6 territoires, 49 régions, 1 région autonome, 10 districts autonomes (2 villes d'importance fédérale).
Forme de gouvernement :	La Russie est un état de droit, fédératif démocratique avec un système républicain de gouvernement.
Chef d'état :	Vladimir Vladimirovitch POUTINE Il préside le conseil d'état de la FR ainsi que le conseil de sécurité de la FR.
Parlement :	2 chambres : La chambre haute, le conseil de la fédération (178 membres). La chambre basse, la douma (450 députés).
Capitale :	Moscou, 8,5 millions d'habitants.
Langue :	Le Russe.
Monnaie :	Russian Rouble, divisé en 100 Kopecks. 1 RUB = 0,0292 € et 1 € = 34,2097 RUB (au 26/04/2004)
Ressources humaine :	En septembre 2002 la population active s'élevait à 72 millions de personnes.
Produit intérieur brut :	Le volume du produit intérieur brut en 2001, représentait 9.040 milliards de roubles, soit 5% de plus qu'en 2000. De janvier à septembre 2002 le PIB a augmenté de 4% par rapport à la même période de l'année précédente. Le nombre d'entreprise et sociétés, toutes formes de propriété confondues, opérant dans les différentes branches de l'économie nationale, est de 3,4 millions. Les trois quarts d'entre elles appartiennent au secteur privé.
Inflation :	Légèrement supérieur à 10% de janvier à septembre 2002. Son taux était de 18,6% en 2001, de 20,2% en 2000 et de 36,5% en 1999.
Revenus et niveau de vie :	Début août 2002, le minimum vital était de 1.804 roubles, le salaire moyen se montait à 4.522 roubles, ce qui représente une augmentation de 34,5% en un an.



L'UE constitue de loin le premier partenaire commercial de la Russie :

La Russie importe 40 % de ses achats en provenance de l'UE et lui vend 39 % de ses exportations. Elle représente quant à elle, le 5ème partenaire commercial de l'UE.

Après l'essor de la période 1992 - 1997, les exportations européennes vers la Russie ont enregistré une forte chute en 1998.

La croissance du commerce a significativement repris en 2000 et s'est poursuivie jusqu'à atteindre en 2001 un volume de 75 milliards d'euros.

La stabilisation de l'économie est en phase d'achèvement, de plus les réformes engagées depuis l'été 2000 tendent à pérenniser la croissance actuelle et par la même occasion voir se confirmer l'apparition d'une classe moyenne.

L'accès au marché russe, spécificités:

Le contact personnel est primordial.

Autrement dit, l'envoi d'une documentation ne suffit pas à réaliser une affaire ; un premier contact direct, puis des contacts téléphoniques réguliers sont toujours nécessaires.

Ce qui implique que la personne responsable du marché russe occupe une place pérenne au sein de l'entreprise, afin d'établir une véritable relation de confiance réciproque, voir quasi amicale.

A noter que même avec un premier contact direct, il est préférable de se faire accompagner par un « guide » commercial.

En effet, les affaires en Russie sont très liées au relationnel.

Il est donc très difficile d'arriver à un résultat sans une sorte de parrainage des acteurs majeurs du marché choisi.

Une des spécificités du marché russe est que même avec l'aide des meilleures études de marchés, des meilleures prévisions, il est impossible d'avoir la moindre certitude sans avoir eu une réelle approche terrain.

C'est généralement une fois sur place et muni d'un solide échantillonnage, que l'on collecte les informations les plus pertinentes.

En résumé, il est nécessaire de faire une bonne préparation de son voyage, en définissant en particulier, les cibles commerciales et en prenant un maximum de rendez-vous à l'avance.

Il est préférable de se déplacer pour rencontrer les interlocuteurs russes dans leurs locaux, car la notion de rendez vous n'est pas la même qu'en Europe, il est fréquent qu'un russe ne se présente pas au rendez vous donné, et cela sans prévenir.

En règle général, les hommes d'affaires russes aiment signer des protocoles d'accord qui n'engagent pas les signataires ou proposent la création de société mixtes.

Il va s'en dire que l'entreprise française doit vérifier soigneusement les termes et les accords en faisant appels aux services de cabinets juridiques spécialisés.

Le marché russe impose une réelle prudence en matière de paiement.

Dans bons nombres de cas, le pré-paiement est vivement conseillé.

L'appréciation du risque commercial n'est pas aisé en Russie et ne peut s'apprécier qu'à travers une bonne et longue pratique des relations commerciales avec son client.

Aussi, le pré-paiement apparaît il souvent comme incontournable, durant 18 à 24 mois, puis il faut passer progressivement au crédit partiel quand on connaît bien son interlocuteur.

Les règlements peuvent être effectués à travers des comptes à l'étranger (Chypre notamment).

La lettre de crédit irrévocable et certifiée (par des banques russes reconnues par les banquiers français) peut être une alternative sûre au pré-paiement.

Compte tenu de l'amélioration de l'économie, sa mise en œuvre devrait être plus facile à effectuer que par le passé.



Remarque spécifiques à la Russie

La criminalité de l'économie russe, souvent présentée comme spectaculaire, doit être néanmoins nuancée.

Le phénomène de la mafia russe, bien qu'existant, ne constitue pas un obstacle systématique, dès lors que l'on prend quelques précautions élémentaires : choisir soigneusement son interlocuteur russe, et le laisser régler les éventuels problèmes en matière de sécurité, douane et transport.

Contrats commerciaux

Dans la pratique, le contrat avec un acheteur russe est régi plus par le droit anglo-saxon que par le droit français, c'est à dire que les obligations de toutes les parties doivent être bien expliquées dans le contrat.

Nous attirons votre attention sur la nécessité d'aborder les quelques points sensibles, tel que :

- Les modalités de paiement,
- Le respect des modalités réglementaires (normes, certificats, règlement sanitaire, douanier etc...),
- Bien inclure les dispositions dont se charge l'importateur russe et notamment préciser qui se charge du transport et des assurances,
- La question de l'exclusivité de la vente,
- La marche à suivre en cas de litige et la juridiction compétente,
- L'enregistrement éventuel de la marque en Russie.

Le marché des boissons alcoolisées :

Traditionnellement, la vodka tenait et tient toujours une place prépondérante sur le marché russe. Cependant, de nouvelles tendances se dessinent actuellement.

L'alcool produit à l'étranger véhicule, par exemple une image de standing à laquelle le consommateur est sensible.

C'est ainsi que vins français, et même depuis peu les vins chiliens sont bien acceptés des importateurs russes.

La notion d'apéritif n'existe pas et les boissons alcoolisées sont consommées tant durant qu'en dehors des repas.

Tout naturellement les quantités augmentent considérablement à l'occasion des fêtes (nombreuses dans le pays).

Notons néanmoins que 5% à 10% (suivant les sources) de la population semblerait avoir les moyens de consommer des vins haut de gamme.

IL y aurait selon les dernières estimations un peu plus de 190 importateurs/distributeurs de vins et spiritueux détenant une licence officielle sur Moscou et sa région.

Produits	Part de consommation pour la population adulte
Whisky	3,8%
Rhum	2,4%
Tequila	1,9%
Vodka	68%
Vins mousseux	60%
Vins tranquille	54%
Cognac, Brandy	28,3%
Vermouth	9,4%



Quelques exemples de niveau de prix unitaires :

- Les bas prix : 2 à 5 US\$, prix public, ce sont des produits de volume ; Citons parmi cette gamme la vente de bag in box de 3L (environ 10 US\$)
- La moyenne gamme : 5 à 15 US\$
- Les vins fins, type AOC : 30 à 500 US\$, voir plus)

Formation du prix de détail :

Prix d'achat (DAF, rendu frontière) + 70% environ en termes de dédouanement, + 20% marge de la société importatrice, + 40% marge du magasin de détail.

(Source : mission économique ambassade de France, bureau export CCI Alsace, divers importateurs russes.)

La distribution :

La Russie dispose du plus grand marché alimentaire d'Europe estimé à 58 Mds. US\$, les consommateurs locaux dépensant jusqu'à 80% de leurs revenus en bien de consommations.

Sa population de 143,5 millions d'habitants est un autre aspect positif avec 13 villes de plus d'un million desservies par peu de magasins alimentaires.

Ainsi à Novossibirsk, on ne compte que 40 boutiques de 500 m² de surface moyenne pour une population de 1,5 million.

Moscou : 9,3 millions.

St. Petersburg : 5,1 millions.

Nijni Novogorod : 1,5 millions.

Novossibirsk : 1,5 millions.

Marché Business to Consumer (B to C) :

La structure de ce marché a fortement évolué depuis 1990.

Jusqu'à cette date, la distribution était extrêmement figée avec une structure type par quartier où l'on trouvait invariablement des magasins de biens d'alimentation et de biens ménagers le tout associé à un grand magasin universel.

Le consommateur n'avait à sa disposition qu'un choix très limité de produits.

La structure actuelle intègre les composantes du modèle occidental avec le développement de chaînes de supermarchés plutôt réservés aux couches aisées de la population.

Les initiateurs de ces développements sont Russes, Allemands, Italiens, Turques et Français.

Marché Business to Business (B to B) :

Les IDE (Investissements Directes à l'Etranger) demeurent encore faibles en Russie, ils ont été d'à peine 3,5 milliards US\$ en 1999.

Ces faibles chiffres s'expliquent par le cadre fiscal et réglementaire encore peu adapté.

Pour approcher le marché Russe, il est impératif d'avoir un premier contact direct.

Le choix d'un agent ou d'un distributeur est primordial et nécessite d'avoir recours à un cabinet juridique afin de rédiger correctement le contrat.

La répartition entre les systèmes de distribution est la suivante :

Marchés à ciel ouvert :	65%
Magasins traditionnels :	30%
GMS :	5% Attention, ce chiffre est en constante augmentation au détriment du pourcentage de marchés à ciel ouvert.



Principaux acteurs de la Grande Distribution :

PYATEROCHKA : Supermarchés Russe.
AUCHAN : 10 supermarchés d'ici 2005.
METRO : 18 Cash and Carry d'ici 2005.
CARREFOUR: Pourrait revenir par le biais de son enseigne DIA.
RAMSTORE :
7 CONTINENTS :
MOSMART :

200 hypers / 1 800 000 passages en caisse par semaine uniquement pour la ville de Moscou.

Foires et salons :

La participation aux foires et salons fait partie des moyens de se faire connaître et de prospecter le marché, à condition d'avoir un spécialiste du pays sur le stand.

La publicité :

Avec l'ouverture du pays, la publicité a connu un développement particulièrement rapide. Notons que les agences régionales montent en puissance et deviennent de plus en plus autonomes, et que la presse écrite ainsi que la télévision prédominent en terme de support publicitaire.

Transport :

En termes de transport, il n'y a plus aucun transporteur européen à ce jour qui accepte de charger des spiritueux pour la Russie.

Ce refus va des leaders mondiaux, jusqu'aux spécialistes sur les pays de l'Est.

Nous avons contacté un maximum de transporteurs, et la réponse est identique à chaque fois : les transporteurs ne peuvent pas garantir l'arrivage complet en matière de vins et spiritueux.

Le seul mode de transport qui est encore appliqué est le vrac par bateau ou train.

Cela conforte notre théorie, il est obligatoire de laisser les éventuels partenaires russes se charger du transport, car en effet, c'est le seul moyen d'être certain que la marchandise arrive complète, à destination et en bon état.

Le problème vient des divers passages en douane, ou généralement on se retrouve confronté à des substitutions de marchandises ou des blocages intempestifs.

Ces mêmes douanes sont beaucoup plus coopératives lorsque un camion est affrété par une compagnie Russe.

La certification :

Les procédures d'obtention des divers certificats nécessaires à la commercialisation d'un produit en Russie sont souvent qualifiées de complexes par les exportateurs.

Dès lors, le recours aux sociétés spécialisées dans l'obtention des certifications, présentes en Russie, s'avère particulièrement utile.

La certification des produits par le «Gosstandart» (système GOST-R) :

La loi sur la "certification obligatoire des produits et services" de 1993 a rendu impératif le contrôle de conformité aux règlements et normes russes de la plupart des produits mis sur le marché.



EuroBusiness-consult **EuroBusiness-industrial parts** **EuroBusiness-trade** **Belle & Beau Paris-FR** **EtnicAfrica** **EuroBusiness-Partners**⁷

L'exportateur est tenu de produire, au moment du dédouanement des marchandises, un certificat de conformité GOST-R du Comité d'Etat de la Fédération de Russie pour la normalisation et la métrologie (Gosstandart).

La certification GOST-R porte essentiellement sur les paramètres de sûreté, de sécurité, de compatibilité électromagnétique, de santé et de protection de l'environnement.

Ce certificat est indispensable tant pour dédouaner et commercialiser les marchandises que pour avoir l'autorisation de faire la publicité des produits.

En fonction de ses besoins l'exportateur peut choisir entre 3 types de certificats différents :

- **le certificat valable pour une expédition** est en général utilisé par les exportateurs effectuant de premières opérations d'exportation sur la Russie et /ou pour répondre à des commandes ponctuelles ;
- **le certificat valable un an**, quelle que soit la quantité de marchandises exportées ou le nombre d'expédition, est utilisé par les exportateurs qui commercent régulièrement avec la Russie ou qui ont l'intention de développer leur activité ;
- **le certificat valable 3 ans** est destiné aux exportateurs qui ont un volume d'activité soutenu en Fédération de Russie.

La **procédure de certification** est fondée sur des inspections, analyses, audits et/ou vérifications documentaires, dont les modalités et le coût varient considérablement en fonction de la nature du produit, des caractéristiques de sa production et du type de certificat demandé.

La certification hygiénique par le Gossanepidnazor :

Les produits susceptibles d'entrer en contact avec le corps humain sont soumis à une certification d'hygiène, délivrée par le Gossanepidnazor (organisme en charge de l'hygiène et l'épidémiologie placé sous l'autorité du Ministère de la santé).

Il s'agit essentiellement des produits alimentaires.

Elle est préalable à la certification obligatoire GOSTR.

La référence au certificat d'hygiène doit impérativement être indiquée sur le certificat de Conformité GOST.

La réglementation relative à la certification des produits distribués en Russie trouve sa source dans un texte de loi « **sur la protection des consommateurs** ».

Cette loi a été amendée par la loi fédérale N° 212FZ adoptée le 17/12/99. La version récente remplace la notion de « **certification** » par celle plus générale de « **confirmation de la conformité du produit aux normes établis** ».

L'application de la loi est matérialisée par le décret N°1575 (complétée par le décret N°869), qui précise le droit du consommateur à être informé aussi bien sur le producteur que sur le produit.

Le système de certification est basé sur les normes GOST (les standards d'Etat) et complété par plusieurs textes nommés TU (« conditions techniques »).

Les normes et les textes réglementaires définissent la nature de tout produit jusqu'aux moindres détails.

Les règles et normes de certification des produits importés sont édictées par deux organismes de contrôle : le **Gosstandard** et le **Goskomsanepidnazor**, respectivement le Comité d'Etat à la Standardisation, Métrologie et Certification, et le Service de Surveillance Sanitaire et Epidémiologique, dépendant du Ministère de la Santé.

Toute marchandise vendue au détail ou en gros sur le territoire russe, qu'elle soit produite en Russie ou importée, doit être en conformité avec les normes ou textes réglementaires correspondants.

Les certificats sont délivrés sur la base d'analyses faites par des laboratoires agréés par ces comités.



Les documents à fournir concernant la certification sont les suivants :

- **Certificat GOST-R de conformité** (délivré par le Gosstandard).
Plusieurs laboratoires russes ou étrangers sont habilités à délivrer le certificat GOST-R de conformité.
Ce certificat est nécessaire à l'entrée de la marchandise sur le territoire russe. Il est valable un an pour un type de produit.
Le coût de l'obtention de ce certificat peut varier en fonction du nombre de tests nécessaires.
- **Certificat d'Hygiène.**
Ce certificat garantit la conformité des produits aux normes sanitaires russes établies par le Gossanépидnadzor.
Il est impératif à la mise sur le marché de tous les produits alimentaires.
Ce certificat est émis normalement par les mêmes laboratoires que le certificat Gost-R.

Etiquetage :

Le décret gouvernemental N°1575 rappelle aux producteurs l'obligation d'inscrire **en cyrillique** diverses indications sur les produits commercialisés.

Une étiquette ou l'emballage doivent porter l'information sur le produit.

Les conditionnements de petits volumes ne permettant pas l'apposition de toutes les mentions obligatoires doivent être accompagnés d'une étiquette portant les indications nécessaires.

L'information sur les produits alimentaires porte sur les éléments suivants :

- Nom du produit en cyrillique,
- Nom, adresse du producteur en lettres latines, de l'exportateur, de l'importateur, nom du pays d'origine,
- Volume (litre),
- Marque commerciale du producteur (s'il y a lieu),
- Appellation d'origine pour les vins, cognacs, brandies et autres spiritueux,
- Titre alcoométrique (%),
- Concentration des sucres, g/litre (sauf vins secs, cognacs, brandies, calvados, vins aromatisés),
- Dénomination suivant la concentration du sucre : Brut, sec, demi-sec, demi-doux, doux pour les champagnes et vins mousseux,
- Dénomination suivant la concentration du sucre pour les vins aromatisés : extra sec, sec, demi-sec, demi-doux, doux,
- Conditions de stockage,
- Composition : Pour les « Vinnye et Koniatchnye napitki » (boissons à base de vin et de brandies) et les cocktails, indiquer les types d'alcool éthylique et d'eau ainsi que les noms de principaux ingrédients,
- Les cognacs produits selon la méthode traditionnelle sont exempts de cette obligation,
- Date de mise en bouteille ou date d'habillage : pour les vins mousseux obtenus par une fermentation en bouteille, pour les grands vins vieillies en bouteilles (sur le recto ou le verso de l'étiquette ou sur un autre élément de conditionnement, ou sur la bouteille),
- Millésime (pour les grands vins),
- Age moyen d'eaux-de-vie pour les cognacs,



- Date limite de conservation pour les « vinnye napitki » (boissons à base de vin), les cocktails et les autres boissons alcoolisées titrant moins de 10%,
- Tous les vins y compris les vins de raisin, les vins fruités, l'hydromel, le cidre ainsi que les boissons alcoolisées fabriquées à base de raisin, de moût de raisin sont exempts de l'obligation d'indiquer la date limite de conservation,
- Nom de l'entreprise qui a effectué la mise en bouteilles, (à faire figurer sur le recto ou le verso de l'étiquette, ou bien sur la capsule),
- Présence d'additifs alimentaires, de substances aromatiques, d'autres produits actifs, d'ingrédients non traditionnels, d'éléments génétiquement modifiés (s'il y a lieu),
- Référence à un standard ou une TU (Conditions Techniques) pour pouvoir identifier le produit,
- Information sur la certification (N° Gost selon instruction GOST R 50460),

Les droits de douane :

L'admission temporaire :

Le régime de l'admission temporaire permet d'importer temporairement, en exonération des droits de douane et de taxes, des marchandises, destinées à être réexportées en l'état et sans qu'elles soient soumises aux mesures de politiques commerciales.

Les opérations d'admission temporaire que permet le carnet ATA sont destinées à prospecter les marchés, présenter les marchandises, participer à des foires et des expositions, assurer les obligations liées à la réalisation d'un contrat (installation, mise en service, service après vente et dépannage).

Les marchandises concernées peuvent être des échantillons commerciaux, des marchandises destinées aux foires et autres manifestations commerciales.

La réglementation douanière pour importer en Russie des alcools et des vins prévoit 4 types d'impôt :

Taxe de procédure douanière, les droits de douane, les taxes d'accises et la TVA.

A - Taxe de procédure douanière :

S'élève à 0,15% de la valeur DAF des marchandises (il s'agit de la valeur des marchandises majorée du coût de leur transport jusqu'à la frontière avec la Russie).

0,1% est payé en roubles au taux du jour de leur arrivée et 0,05% est payé en devises.

B - Les droits de douane :

Les droits de douane appliqués sont différents en fonction des types d'alcools

Code douanier	Dénomination	Droits de douane
2204	Vin naturel	20%
2204 10	Vin pétillant	20%
2204 10 110	Champagne	20%
2206 00	Cidres, poirés, hydromels ; mélanges des boissons fermentées	20%
2208	Eaux de vie, liqueurs, cognacs, armagnacs, grappa, brandy, whisky, gin, genévrier	2 euro/litre d'alcool pur

C - Le taux d'accises :

Est calculé en roubles par litre d'alcool pur, pour tous (producteurs russes et importateurs). Le paiement de la taxe d'accises est divisé en 2 parties.



Le paiement de la 1ère partie est attesté par l'achat de timbres d'accises, un timbre coûte 75 kopecks. L'importateur envoie les timbres à l'exportateur qui les colle sur les bouteilles (l'apposition des timbres d'accises devant avoir lieu en dehors du territoire douanier russe).

La 2ème partie des accises est payée avec les autres impôts à l'arrivée des marchandises. L'importateur peut également garantir le paiement de l'ensemble d'impôts (sauf TVA) par une banque accréditée.

D - Dépôt de garantie :

Pour l'achat des timbres d'accises, l'entreprise doit s'adresser au Bureau des Douanes.

Les timbres d'accises sont délivrés aux importateurs à condition qu'ils s'engagent à déposer sur un compte douanier de garantie, la somme équivalente au volume des alcools à importer.

Code	Dénomination	Unité	Montant (en €)
22 04	Vins, à l'exception des vins pétillants, de vins mousseux, de vins en vrac et de moûts de raisins	Litre	2
22 04 10	Vins pétillants, autres que 22 04 10 110	Litre	2
22 04 10 110	Vins de Champagne	Litre	13
22 05	Vermouth	Litre	2
22 06	Boissons fermentées (cidre, poirés, hydromel...), mélanges de boissons fermentées, et mélanges de boissons fermentées et de boissons non alcoolisées, à l'exception des vins fruités, vins pétillants et vins en vrac	Litre	2
22 07 10 00	Alcool éthylique	Litre	11.8
22 08	Liqueurs, Cognacs, Armagnacs, autres spiritueux	Litre	8

(Arrêté du GTK N°175 du 19.02.2003)

L'Arrêté fédéral de janvier 2000 distingue trois régimes d'accises selon la nature des produits:

Vins, boissons alcoolisées et boissons alcoolisées fortes.

Il fait la distinction également entre les contenants de moins de 0,5 litre, ceux compris entre 0,5 et 1 litre, et ceux de plus d'1 litre.

Il est à noter que les timbres destinés aux alcools provenant des pays de la CEI sont distincts désormais de ceux destinés aux produits des pays hors-CEI.

Les timbres peuvent être délivrés sur présentation d'une lettre de garantie de l'une des cinquante banques accréditées.

Celles-ci peuvent garantir le paiement ultérieur des timbres d'accises et des droits de douane, mais pas de la TVA.

Les taux d'accises sont les mêmes pour tous les sujets de la Fédération de Russie.

La loi N°110-FZ en date du 24.07.02 introduit des amendements au Code Fiscal, notamment, des nouveaux **taux d'accises** entrant en application le 1 janvier 2003.

Elle allège le taux applicable aux vins tranquilles, mais augmente ceux des autres types d'alcools (à noter que la Douma a voté une majoration du taux d'accises de 10%, applicable au 1er janvier 2004).



Code	Dénomination	Taux d'accises (2003) en Roubles	Taux d'accises (2002) en Roubles	Unité
22 04	Vin tranquille	2	3.52	Litre
22 04 10	Vin pétillant, Champagne	10.5	10.58	Litre
22 05	Vin viné, Vermouths	47.5	41.2	Litre d'alcool pur
22 06 00	Cidre, poirés, hydromel, mélanges de boissons fermentées (à l'exception des boissons pétillantes)	58	50,6	Litre d'alcool pur
22 08 70	Eaux de vie, liqueurs	114	98.78	Litre d'alcool pur
22 08 20	Cognac, Armagnac	114	98.78	Litre d'alcool pur

Le système des entrepôts d'accises introduit par le Nouveau Code Fiscal ne touche que la production domestique.

Il impose le paiement de 50% des accises par le producteur, la deuxième moitié étant à la charge d'un grossiste régional.

Le paiement de chacune des parties est attesté par un timbre approprié: Timbre fédéral spécial apposé par le producteur et timbre régional spécial apposé par le grossiste.

Concernant les alcools domestiques, l'arrêté gouvernemental d'Avril 2003 précise que **la nature des timbres** (3 types de timbres en fonction du type d'alcool et du titre alcoométrique, instaurés par la réglementation antérieure), **devait être démultipliés par ailleurs selon les volumes des contenants.**

La réorganisation du paiement des accises ne concerne pour l'instant que les alcools domestiques, **le paiement des accises pour les produits importés restant inchangé jusqu'à présent** (paiement des accises à 100% par l'importateur).

Le paiement est matérialisé par l'apposition des timbres d'accises.

La TVA est fixée à 20% sur toutes les boissons alcoolisées, le taux étant appliqué sur le total comprenant :

- la valeur déclarée en douane
- le montant des droits de douane
- le total des droits d'accises.

Dans le cadre de l'amélioration du contrôle des alcools et des tabacs d'importation, le Comité d'Etat aux douanes a fixé (Prikaz N°1070 du 27 novembre 2000) le nombre et la localisation des postes douaniers habilités à dédouaner les alcools et le tabac en Russie, (cet Arrêté fait suite aux Prikazs limitant le nombre des postes édictés en 1997 et 1999).

Cependant, l'affectation de ces postes douaniers doit encore être intégrée dans la nouvelle réorganisation administrative de la Fédération de Russie en 7 Super-Régions.

Les notions d'Origine des vins importés en Russie ont fait l'objet également d'un Arrêté du Comité d'Etat aux douanes, le 16 mars 2001.

Il appartient désormais aux services douaniers régionaux de décider des documents à présenter au dédouanement pour confirmer le pays d'origine du produit.

La liste "uniforme" des documents certifiant l'origine du produit n'existe plus.

Actuellement, les Douanes peuvent exiger, outre un certificat d'origine, d'autres documents (à leur discrétion), pouvant étayer et justifier l'origine des produits.



La marchandise est entreposée à l'arrivée dans un terminal douanier (le Comité d'Etat aux Douanes publie régulièrement la liste de terminaux agréés pour accueillir des produits soumis aux accises). La marchandise est alors contrôlée par un inspecteur des douanes avec les documents de transport, la facture et la lettre de transport.

Après contrôle, la marchandise est déchargée dans un entrepôt sous douane.

Il faut alors faire une déclaration en douane (GTD) avec indication de la valeur douanière (GTC), puis effectuer un virement bancaire de la somme déclarée en douane.

Le dédouanement ne se fait qu'à partir du moment où la somme est créditée sur le compte de la douane.

Les documents nécessaires pour cette procédure sont nombreux :

- une déclaration de douane (GTD),
- un contrat de vente,
- un passeport du contrat,
- des documents statutaires de la société importatrice,
- la justification bancaire,
- la justification fiscale,
- la licence d'importation,
- les documents justifiant l'achat des timbres d'accises,
- deux échantillons par référence,
- un certificat de conformité du Gosstandard,
- un certificat d'origine,
- un certificat d'hygiène,
- les documents de transport,
- la facture,
- un document, « spravka k GTD » destiné aux clients (distributeurs, grossistes, détaillants) sur lequel sont mentionnés : le numéro du certificat de qualité, la provenance, le nombre de bouteilles et le poste de frontière franchi,
- Les différents intermédiaires dans la chaîne de distribution doivent obligatoirement avoir ce document,
- En cas de contrôle, il devient très facile de connaître l'itinéraire depuis le pays d'origine jusqu'au détaillant,
- Six niveaux sont possibles, de l'importateur au détaillant. Cette mesure "anti-contrebande" est entrée en vigueur en juin 1996,
- De l'arrivée de la marchandise à Moscou jusqu'au dédouanement, il faut compter sept jours ouvrables (en moyenne).

Dédouanement :

Le dédouanement suit les principales étapes suivantes :

1. Déclaration de la marchandise avec présentation des documents nécessaires.
2. Contrôle documentaire et physique effectué par la douane:
 - vérification de la marchandise, son classement tarifaire, son pays d'origine et son adéquation au régime applicable,
 - vérification des documents relatifs au contrôle des changes, des conditions du contrat international, de la valeur douanière ainsi que de la validité de l'information déclarée,
 - vérification du calcul et du paiement des droits de douane, du respect du délai de présentation des documents ainsi que la vérification du paiement (vérification qu'il n'y a pas d'impayés).



3. contrôle des étapes antérieures qui permettent, si tout est en ordre, de clore le régime douanier.

4. Clôture du régime douanier (la marchandise est mise à la disposition du destinataire).

Conclusion :

Le marché du vin a un rythme de croissance très soutenu, l'année dernière, dans les grandes villes, il a augmenté de 40%.

Cette année, le rythme de la croissance sera moins important soulignent la plupart des acteurs du marché, avec un pronostique d'augmentation des ventes de 35%.

L'importation de vins et alcools, est déjà fort avancé, en ce sens que des villes importantes telles que Moscou ou St. Petersburg disposent déjà d'un choix de vins Français et étrangers, cela dit le marché est loin d'être saturé.

Le pouvoir d'achat augmente et la demande des vins Français se fait bien sentir.

Le marché Russe offre donc des potentialités certaines, pour peu que l'exportateur s'entoure d'un minimum de précautions, ce n'est pas un marché aisé, tant par sa taille que par son approche culturelle et économique.

Divers :

Quelque contacts privilégiés :

- CCI : Cognac (export spiritueux).
- CCI : Colmar (export vin et spiritueux).
- Marc HAGEN : Œnologue de réputation International (Sorede).
Expert Liège.
Spécialiste des pays de l'Est.
Œnologue en chef pour la maison HEIM pendant près de vingt ans, continue sa carrière dans le monde du liège, notamment pour Michel TRESCAZ.
Détenteur de nombreux brevets innovants concernant l'embouteillage, il commence il y a plus de dix ans une carrière de consulting œnologique, au niveau international.
Il a été entre autre, responsable du vaste programme de champagnisation de la Croatie et détient une grande connaissance des goûts en matière de vins et spiritueux concernant les pays de l'Est.
- Jean-Philippe PRICARD : Œnologue (Bordeaux).
Trésorier du Challenge International du Vin à Blaye.
- CAFA FORMATION : Une des meilleures écoles privées de sommelier pour professionnel (Bordeaux avec correspondant a Moscou).
- Michel HEVIN : Un des plus grands chefs cuisinier Français (Moscou).
Consultant des plus grands restaurants de Russie.
Spécialiste du segment HORECA.
- Les 10 plus grands chefs de cuisine Français en Russie.



- Les plus grands et les plus sérieux Distributeurs et Importateurs en vins et spiritueux.
- Une partie des Responsables Achats en GD.
- Les ministères et les douanes concernées.
- Mission économique de l'ambassade de France à Moscou.
- Le club des affaires Franco-Russe.
- Direction SODEXHO à Moscou.
- Un certain nombre des plus importants Businessmen Russes.

Et tout un ensemble de relations acquises en 3 ans de Russie.

Plan d'action :

D'après nos sources à Moscou, les vins de la région bourgogne représenteraient environs 12% du volume totale des vins français importés en Russie.

Nous savons aujourd'hui que la première tranche de marché à viser est le segment HORECA.

En effet, la consommation de vins français touche une moyenne de 5 à 10% de la population, à « fort » pouvoir d'achat, se situant majoritairement sur les villes de Moscou et St. Petersburg.

Afin de déterminer les produits de la gamme Michel PICARD (sur le segment HORECA) appropriés, nous vous proposerons de les soumettre à l'avis d'un œnologue indépendant français (spécialiste des pays de l'Est, ancien responsable de la champagnisation de la Croatie...) ainsi qu'à celui des Grands Chefs Français présents en Russie.

Cette première phase doit impérativement être validée par une dégustation sur place auprès des prescripteurs et acteurs majeurs du marché vins et spiritueux.

Nous pourrions profiter du salon des vins et spiritueux de Moscou qui se tient du 02 au 04 juin 2004.

Nous serons donc à même de recueillir toutes les informations et impressions, dans un délai des plus courts.

Nous pensons que l'implantation des produits Michel PICARD du segment HORECA est le premier pas nécessaire afin de véhiculer votre image de marque sur le marché russe, ce qui facilitera, par la suite, la commercialisation des autres segments de votre gamme.

Ce premier feed-back nous permettra d'élaborer un plan marketing adapté aux spécifications du marché russe (cf : rapport), sachant que le marketing mix sur ce type de marché n'est pas comparable à ce qui se fait dans les pays de la « Vieille Europe » ou Nord Américains.



Annexe :

Première analyse des gammes Michel PICARD pour le marché Russe, par Marc HAGEN.

Marc HAGEN, Œnologue, Expert Liège
Moulin d'en Cassagne
18, rue Cantallops
66690 SOREDE

Tél. 04.68.89.23.04

Fax 04.68.95.55.41

Monsieur Pierre Birling
68000 C O L M A R

Monsieur,

Suite à votre demande nous avons analysé les tarifs des Domaines Michel Picard, Foucher Lebrun, Gran Serres et Cave de la Visitation. Nous avons relevé les vins qui nous semblaient les plus représentatifs des différents terroirs susceptibles de convenir à votre clientèle de Russie.

1- Château de Chassagne-Montrachet

- Château Montrachet 1er Cru, Les Chaumées 2001
- Corton Grand Cru Clos des Fièvres 1999
- Château Montrachet, Devant le Château 1999, blanc

2- Domaine Voarick

- Mercurey 1er Cru, Clos du Roy 2001

3- Domaine Champs Perdrix

- Bourgogne Pinot-Noir 2002

4- Château Davenay

- Rully 1er Cru Meix Cadot 2002, rouge
- Idem 2001, blanc

5- Châblisien

- Châblis Grand Cru Valmur 1999, blanc, Arômes très complexes allant du citronné jeune, à la noisette grillée après quelques années. Vin de garde.

6- Côte de Nuits

- Toute la gamme des rouges
- Vieux millésimes, Chambolle Musigny 1er Cru 1994
- Morey St Denis 1998, Charmes Chambertin Grand Cru 19
- vins très charpentés, vineux, à laisser vieillir.



7- Côte de Beaune

- Volnay 1er Cru 2001/2002
- Pommard 1er Cru 2001, Crû Les Arvelets
- Aloxe Corton 2001
et en blanc
- Puligny Montrachet 1er Cru 2002
- Meursault 2002
en vieux millésimes
- Pommard 1er Cru 1991
- Chassagne Montrachet 1er Crû La Romanée 1991, blanc
Caractères de fruité très développés allant du fruit
rouge, aux arômes de cuir fin, venaison, etc. Pour les
postes 6 et 7 vieux millésimes, les blancs peuvent
parfois présenter des caractères d'oxydations préma-
turées, pas toujours apprécié par une clientèle de
connaisseurs.

8- Vins des Hospices de Beaune

- Belle représentativité, coup de coeur, mais plus-value
liée à l'origine des vins des Hospices. Qualité parfois
hétéroclite.

9- Beaujolais, mâconnais

Rouges

- Beaujolais Village 2002
- Juliéas 2001
- Morgon 2001
- Brouilly 2002/2003
- Moulin à Vent 2001
- St Amour 2001
- Fleurie 2001
- Fleurie La Madone 2001

Blancs

- St Véran 2001/2002
- Pouilly Fuissé 2002

Vins goulayants aux arômes primaires de fruits rouges
développés, Cerise Burlat, Groseille, Framboise et parfois
de Banane pour les rouges. Les blancs, belle agressivité
dans les acides allant en vieillissant vers des arômes
minéraux de "pierre à fusil".

TOTAL PAGES: 10



10 - Signature Foucher Lebrun

Quelques appellations intéressantes du point de vue organoleptique: Chinon, Bourgeuil, St Nicolas de Bourgeuil, Saumur Champigny, Châteaumeillant aux arômes de violette, réglisse, caractère jeune, léger et floral..

St Pourçain et un châteaumeillant en rosé, bien frais pour l'été. Côteaux du Layon, Pouilly sur Loire, Pouilly-Fumé, blancs, sans oublier le Sancerre, aux fruité citroné et d'amande grillée au palais.

OAK AGED pour qui aime le caractère boisé, Chinon, Saumur, Bourgeuil et Champigny.

11 - Domaines Foucher-Lebrun

Un coup de coeur, pour le plaisir et la variété des caractères tant en blanc qu'en rouge.

12 - Côtes du Rhône

Toute la gamme est plaisante. Vins de caractères, chauds, charnus, vineux. Très bon rapport qualité/prix. Le Muscat Beaume de Venise est un très bon vin doux naturel, très prisé.

13 - Cave de la Visitation

Vins prestigieux. Ce sont de grandes appellations surtout la Côte Rôtie. Vins à laisser vieillir au delà de 8 à 10 ans. De même pour le poste I2.

Je reste à votre disposition pour tous renseignements complémentaires et vous prie de recevoir, Monsieur, l'assurance de mes sentiments les meilleurs.

Marc Hagen

Oenologue

