



Département fédéral de l'économie,
de la formation et de la recherche DFEF
Secrétariat d'Etat à l'économie SECO



ORGANISATION DES NATIONS UNIES
POUR LE DÉVELOPPEMENT INDUSTRIEL



Ministère de l'Agriculture,
des Ressources Hydrauliques et de la Pêche
DGPA



Ministère de l'Industrie
et des PME
DGIA



Groupement
Interprofessionnel
des Dattes
GICA

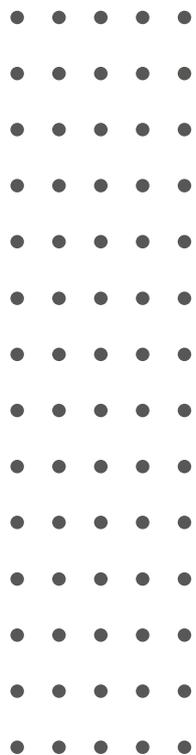


SIPPO
Suisse Import Promotion Programme



GUIDE D'ACCÈS AU MARCHÉ BRITANNIQUE

POUR LES PRODUITS GRENADE TOMATE SÉCHÉE



2020



Ce document a été préparé par le bureau ADMEDERA CONSULTING EXPORT dans le cadre du « Projet d'Accès aux Marchés pour les Produits Agroalimentaires et du Terroir – phase 2 (PAMPAT 2) », mis en oeuvre par l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI), sur un financement du Secrétariat d'Etat à l'Economie de la Confédération Suisse (SECO).

L'analyse repose sur la collecte et l'interprétation des informations marchés et des données statistiques disponibles au moment où cette étude a été réalisée (2020).

Ce document a été établi sans avoir été revu par les services d'édition de l'ONU. Les appellations employées dans le présent document et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part du Secrétariat de l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI) aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones ou de leurs autorités, à la délimitation de leurs frontières, à leur système économique ou à leur degré de développement. Les désignations telles que « développé », « industrialisé » et « en développement » sont utilisées à des fins statistiques et n'expriment pas nécessairement un jugement sur le stade de développement atteint par un pays ou une région donnée dans le cadre du processus. La mention de noms de sociétés ou de marques commerciales ne constitue pas un aval de l'ONUDI. Les opinions, chiffres et estimations y figurant relèvent de la responsabilité des auteurs et ne doivent donc pas être considérés comme reflétant les opinions de l'ONUDI ou comme ayant été approuvés par elle.



SOMMAIRE

1. CONTEXTE DU GUIDE	6
2. DONNÉES GÉOGRAPHIQUES, DÉMOGRAPHIQUES ET SOCIALES	7
3. DONNÉES ÉCONOMIQUES	8
3.1 PRINCIPAUX INDICATEURS ÉCONOMIQUES	8
3.2 LES CHIFFRES DU COMMERCE INTERNATIONAL	8
3.2.1 IMPORTATION ET FOURNISSEURS	8
3.2.2 EXPORTATION ET CLIENTS	9
3.3 NOTATIONS DU PAYS (COFACE)	10
4. RÉGLEMENTATION DOUANIÈRE	11
4.1 ACCORDS ET DROITS DE DOUANE	11
4.2 EXIGENCES DOCUMENTAIRES À L'EXPORT	14
4.2.1 DÉCLARATION EN DOUANE	14
4.2.2 FACTURE COMMERCIALE DÉFINITIVE.....	14
4.2.3 LISTE DE COLISAGE	14
4.2.4 DOCUMENTS DE TRANSPORT	15
4.2.5 CERTIFICAT EUR1	15
4.2.6 CERTIFICAT EURO- MED	15
4.2.7 CONTRÔLE TECHNIQUE À L'EXPORTATION	15
4.2.8 ACCORD POUR L'EXPORTATION POUR LES FRUITS ET LES LÉGUMES FRAIS ..	16
4.2.9 CERTIFICAT PHYTOSANITAIRE	16
4.2.10 EXIGENCES SPÉCIFIQUES AUX PRODUITS BIOLOGIQUES	16
4.3 EXIGENCES DOCUMENTAIRES À L'IMPORT	16
4.3.1 DOCUMENT ADMINISTRATIF UNIQUE (DAU)	16
4.3.2 DÉCLARATION DE LA VALEUR EN DOUANE	17
4.3.3 NUMÉRO EORI	17
4.3.4 DÉCLARATION SOMMAIRE D'ENTRÉE (ENS)	17
4.3.5 NOTIFICATION PRÉALABLE.....	17
4.3.6 NOTIFICATION DES PRODUITS BIOLOGIQUES	17
4.3.7 AUTRES EXIGENCES À L'IMPORT	17



5. NORMES D'ÉTIQUETAGE ET D'EMBALLAGE	20
5.1 ÉTIQUETAGE DES DENRÉES ALIMENTAIRES	20
5.1.1 LANGUE	20
5.1.2 MENTIONS OBLIGATOIRES	20
5.1.3 PRODUITS EXEMPTES DES MENTIONS OBLIGATOIRES	26
5.1.4 PRODUITS IRRADIÉS	26
5.1.5 ALIMENTS BIOLOGIQUES	26
5.1.6 ALIMENTS DIÉTÉTIQUES	26
5.1.7 EXIGENCES GÉNÉRALES D'ÉTIQUETAGE POUR LES FRUITS FRAIS (GRENADE)	27
5.1.8 AUTRES EXIGENCES D'ÉTIQUETAGE	28
5.2 EMBALLAGE	28
5.2.1 EXIGENCES DE L'UE	28
5.2.2 EXIGENCES D'EMBALLAGE AU ROYAUME UNI	30
5.3 MODÈLE D'EMBALLAGE ET D'ÉTIQUETTE DES PRODUITS COMMERCIALISÉS AU ROYAUME UNI	30
6. APERÇU SUR LE MARCHÉ DE L'AGROALIMENTAIRE AU ROYAUME UNI	32
6.1 CIRCUITS DE DISTRIBUTION	32
6.2 TENDANCE DES HABITUDES DE CONSOMMATION	34
6.3 POTENTIEL DES FILIÈRES TUNISIENNES AU ROYAUME UNI.....	34
7. MENER SES AFFAIRES AU ROYAUME UNI	35
7.1 FAIRE APPEL A UN AGENT OU UN DISTRIBUTEUR	35
7.2 IMPLANTATION	35
7.3 FACTEURS ET TECHNIQUES DE VENTE	36
7.4 COMMERCE ÉLECTRONIQUE	36
7.5 TARIFICATION	38
7.6 ENREGISTREMENT DES MARQUES	38
7.7 PAIEMENT	39
7.7.1 MOYEN ET CONDITION DE PAIEMENT	39
7.7.2 FONCTIONNEMENT DU SYSTÈME BANCAIRE	39
8. VISA ET ORGANISME	40
9. CONTACTS UTILES	41
10. SOURCES	42



LISTE DES TABLEAUX

<i>Tableau 1</i> Données géographiques, démographiques et sociales du Royaume Uni	7
<i>Tableau 2</i> Principaux indicateurs économiques	8
<i>Tableau 3</i> Principaux produits importés au Royaume Uni en valeur	8
<i>Tableau 4</i> Principaux fournisseurs des produits importés	9
<i>Tableau 5</i> Valeurs importées par année (2015- 2019)	9
<i>Tableau 6</i> Principaux produits exportés par le Royaume Uni en valeur	9
<i>Tableau 7</i> Principaux clients des produits exportés	10
<i>Tableau 8</i> Valeurs exportées par année (2015- 2019)	10
<i>Tableau 9</i> Droits de douane et taxes pour les produits d'origine tunisienne	11
<i>Tableau 10</i> Droits de douanes de la grenade fraîche exportée par les concurrents de la Tunisie vers le Royaume Uni	12
<i>Tableau 11</i> Droits de douane du jus de grenade exporté par les concurrents de la Tunisie vers le Royaume-Uni	12
<i>Tableau 12</i> Droits de douane du sirop de grenade exporté par les concurrents de la Tunisie vers le Royaume Uni	13
<i>Tableau 13</i> Droits de douane des tomates séchées conditionnées exportées par les concurrents de la Tunisie vers le Royaume Uni	13
<i>Tableau 14</i> Les allégations nutritionnelles autorisées	25





1. CONTEXTE DU GUIDE

Ce rapport fait partie intégrante d'une série de documents préparés dans le cadre du projet PAMPAT 2 pour identifier les marchés cibles les plus attractifs à l'export pour la Tunisie pour les produits issus de trois filières agroindustrielles grenade, tomates séchées et dérivés de dattes. L'analyse s'est focalisée spécifiquement sur des produits tunisiens sélectionnés, qui ont un fort potentiel d'exportation.

La liste des produits et les marchés cibles identifiés sont listés à continuation

- > Grenade fraîche (Russie, Royaume Uni, Pays Bas) ;
- > Jus de grenade (Allemagne, Pays Bas, France et Royaume Uni) ;
- > Sirop de grenade (Royaume Uni, Allemagne, France) ;
- > Tomates séchées en vrac et en poudre (Allemagne, Italie, Etats-Unis) ;
- > Tomates séchées à l'huile d'olive (Royaume Uni, France, Allemagne) ;
- > Pâte de dattes (France, Allemagne, Etats-Unis) ;
- > Poudre de dattes (France, Etats-Unis, Allemagne) ;
- > Sirop de dattes (Canada, Emirats Arabes Unis, Qatar).

Les documents suivants ont été publiés dans le cadre du projet PAMPAT 2 :

- > Identification des marchés cibles pour la filière de la grenade tunisienne ;
- > Identification des marchés cibles pour la filière de la tomate séchée tunisienne ;
- > Identification des marchés cibles pour la filière des dérivés de la datte tunisienne ;
- > Guide d'accès au marché allemand pour les produits des filières tomate séchée, grenade, dérivés de datte ;
- > Guide d'accès au marché français pour les produits des filières tomate séchée, grenade, dérivés de datte ;
- > Guide d'accès au marché italien pour le produit tomate séchée en vrac ;
- > Guide d'accès au marché néerlandais pour les produits de la filière grenade ;
- > Guide d'accès au marché britannique pour les produits des filières grenade et tomate séchée conditionnée ;
- > Guide d'accès au marché émirati pour le produit sirop de dattes ;
- > Guide d'accès au marché qatari pour le produit sirop de dattes ;
- > Guide d'accès au marché américain pour les produits des filières dérivés de datte et tomate séchée en vrac ;
- > Guide d'accès au marché russe pour le produit grenade fraîche.



2. DONNÉES GÉOGRAPHIQUES, DÉMOGRAPHIQUES ET SOCIALES

Tableau 1 Données géographiques, démographiques et sociales du Royaume Uni

Critères	Données
Superficie	243 610 km ²
Capital	London
Principales villes et nombre d'habitants	London (9.304 million), Manchester (2.730 million), Birmingham (2.607 million), West Yorkshire (1.889 million), Glasgow (1.663 million), Southampton/Portsmouth (928,000).
Population	65, 761,117
Croissance démographique	0,49%
Pourcentage de la population urbaine	83,9% du total de la population
Espérance de vie	Selon les estimations de 2020 : Espérance de vie à la naissance : 81,1 années. Hommes : 78,8 années Femmes : 83,5 années
PIB/ habitant	45 280 USD
Indice de développement humain	0,920
Religion	Chrétiens (y compris anglicans, catholiques romains, presbytériens, méthodistes) 59,5 %, musulmans 4,4 %, hindous 1,3 %, autres 2 %, non spécifié 7,2 %, aucun 25,7 % (2011)
Langues officielles et langues utilisées	Anglais

Source : cia.gov



3. DONNÉES ÉCONOMIQUES

3.1 Principaux indicateurs économiques

Tableau 2 Principaux indicateurs économiques

Données	Valeur
Taux d'inflation	0,7% (prévision 2020)
Croissance PIB	- 11,4% (prévision 2020)
Taux de chômage	4.4% (2017)

Source : Coface/diplomatie.gouv.fr/cia.gov

> Répartition sectorielle de l'économie britannique :

Part des principaux secteurs d'activités dans le PIB (en 2017) :

> Agriculture: 0.7%

> Industrie: 20.2%

> Service: 79.2%

3.2 Les chiffres du commerce international

3.2.1 Importation et fournisseurs

Tableau 3 Principaux produits importés au Royaume Uni en valeur

Code	Description	Importation en valeur
84	Réacteurs nucléaires, chaudières, machines, appareils mécaniques et leurs parties.	\$404, 053, 641,954
87	Véhicules ; autres que le matériel roulant des chemins de fer ou des tramways, ainsi que leurs parties et accessoires	\$375, 668, 376,534
85	Machines et appareils électriques et leurs parties; appareils d'enregistrement et de reproduction du son ; appareils d'enregistrement et de reproduction des images et du son en télévision, ainsi que leurs parties et accessoires.	\$303, 598, 743,726
71	Perles naturelles ; pierres précieuses et semi-précieuses ; métaux précieux, plaqués ou doublés de métaux précieux et ouvrages en ces matières ; bijouterie de fantaisie ; monnaies.	\$281, 833, 398,230
27	Combustibles minéraux, huiles minérales et produits de leur distillation ; matières bitumineuses ; cires minérales.	\$265, 864, 487,282
	Autres produits	\$1, 640, 782, 355,009

Source : comtrade

Guide d'accès au marché **BRITANNIQUE**



> Principaux fournisseurs des produits importés

Tableau 4 Principaux fournisseurs des produits importés

Partenaires	Valeur importée
Allemagne	\$449, 834, 354,166
Chine	\$311, 347, 108,673
USA	\$304, 380, 400,025
Pays Bas	\$256, 086, 959,430
France	\$187, 827, 044,050
Autres partenaires	\$1, 762, 325, 136,391

Source : comtrade

Tableau 5 Valeurs importées par année (2015 - 2019)

Année	Valeur importée
2019	\$692, 580, 062,625
2018	\$671, 694, 257,766
2017	\$640, 907, 688,603
2016	\$636, 367, 936,193
2015	\$630, 251, 057,548

Source : comtrade

3.2.2 Exportation et clients

Tableau 6 Principaux produits exportés par le Royaume Uni en valeur

Code	Description	Exportations en valeur
84	Réacteurs nucléaires, chaudières, machines et appareils mécaniques et leurs parties	\$335, 610, 603,831
87	Véhicules ; autres que le matériel roulant des chemins de fer ou des tramways, ainsi que leurs parties et accessoires	\$260, 963, 442,848
71	Perles naturelles ; pierres précieuses et semi-précieuses ; métaux précieux, plaqués ou doublés de métaux précieux et ouvrages en ces matières ; bijouterie de fantaisie ; monnaies	\$206, 720, 945,348
27	Combustibles minéraux, huiles minérales et produits de leur distillation ; matières bitumineuses ; cires minérales	\$181, 410, 989,155
30	Produits pharmaceutiques	\$158, 455, 781,382
	Autres produits	\$1, 135, 444, 518,010

Source : comtrade



> Principaux clients des produits exportés

Tableau 7 Principaux clients des produits exportés

Partenaires	Valeurs exportées
USA	\$329, 543, 498,396
Allemagne	\$230, 935, 022,059
France	\$147, 544, 582,122
Pays Bas	\$144, 403, 442,408
Irlande	\$129, 608, 091,499
Autres partenaires	\$1, 296, 571, 644,090

Source : comtrade

Tableau 8 Valeurs exportées par année (2015 - 2019)

Année	Valeurs exportées
2019	\$468, 159, 554,427
2018	\$490, 840, 363,554
2017	\$441, 847, 324,214
2016	\$411, 463, 355,625
2015	\$466, 295, 682,754

Source : comtrade

3.3 Notations du pays (COFACE)



EVALUATION DES
RISQUES PAYS

Evaluation des risques pays



ENVIRONNEMENT
DES AFFAIRES

Environnement des affaires

Explication de la notation :

> A4 - Evaluation des risques pays

Les perspectives macroéconomiques et financières peuvent être marquées par quelques fragilités. Le contexte politique reste stable. L'environnement des affaires peut présenter des lacunes. **La probabilité moyenne de défaut des entreprises se situe à niveau convenable.**

> A1 - Environnement des affaires

Les bilans des entreprises sont en général disponibles et fiables. Le recouvrement des créances est efficace. Les institutions sont de grande qualité et l'accès au marché domestique est quasiment libre. **L'environnement des affaires est très satisfaisant.**



4. RÉGLEMENTATION DOUANIÈRE

4.1 Accords et droits de douane

Le Royaume Uni a quitté l'UE depuis le 31 janvier 2020. De ce fait, le pays continuera à appliquer les règles commerciales de l'UE (réglementation d'importation et de douane) durant la période de transition qui prend fin le 31 décembre 2020.

Les informations qui concernent le Royaume Uni sont susceptibles d'être modifiées pendant la période de transition post- Brexit. Les mises à jour officielles des nouvelles règles en 2021 sont consultables sur le site [GOV.UK. \(The UK transition\)](https://www.gov.uk/the-uk-transition).

- > Le seuil douanier à partir duquel des droits de douane sont exigés : 135 GBP / 150 EUR.
- > Aucune taxe à l'importation (hors taxe à la consommation).
- > Le taux standard de la TVA appliquée au Royaume Uni est de 20% pour la majorité des produits et services. Un taux réduit de 5% et un taux de 0% sont appliqués sur certains produits.

Le tableau ci-dessous contient la liste des droits de douane et taxes à payer pour les produits d'origine tunisienne.

Les produits sont :

- > Grenade fraîche
- > Jus de grenade
- > Sirop de grenade
- > Tomates séchées conditionnées

Tableau 9 Droits de douane et taxes pour les produits d'origine tunisienne

Produits	Nomenclature douanière	DD	TVA
Grenade fraîche	0810907530	0%	0%
Jus de grenade	2009899999	17,60%	20%
Sirop de grenade	2009893899	33,60%	20%
Tomates séchées à l'huile ou autres préparations	2002109000	14,4%	0%

Ci-dessous les droits de douanes imposés par le Royaume Uni aux pays concurrents de la Tunisie pour les mêmes produits identifiés précédemment :



> Grenade fraîche

Tableau 10 Droits de douanes de la grenade fraîche exportée par les concurrents de la Tunisie vers le Royaume Uni

Concurrents	Pays	Accords commerciaux en vigueur avec le Royaume Uni	Droits de douane
	Tunisie	oui	0,%
Concurrents actuels	Allemagne	oui	0,%
	Espagne	oui	0,%
	Turquie	oui	0%
	Pérou	oui	0%
Concurrents potentiels	Inde	oui	5%
	Egypte	oui	0%
	Afghanistan	oui	0%
	Azerbaïdjan	non	8,80%

■ Droits de douane égaux à ceux payés par les produits d'origine tunisienne.

■ Droits de douane supérieurs à ceux payés par les produits d'origine tunisienne.

> Jus de grenade

Tableau 11 Droits de douane du jus de grenade exporté par les concurrents de la Tunisie vers le Royaume-Uni

Concurrents	Pays	Accords commerciaux en vigueur avec le Royaume Uni	Droits de douane
	Tunisie	oui	17,60%
Concurrents actuels	Allemagne	oui	0,00%
	Espagne	oui	0,00%
	Egypte	oui	0%
Concurrents potentiels	Afghanistan	oui	0%
	Pérou	oui	0%
	Grèce	oui	0%
	Azerbaïdjan	non	17,60%
	USA	non	17,60%
	Inde	oui	14,10%
	Iran	non	17,60%

■ Droits de douane inférieurs à ceux payés par les produits d'origine tunisienne.

■ Droits de douane égaux à ceux payés par les produits d'origine tunisienne.

> Sirop de grenade

Tableau 12 Droits de douane du sirop de grenade exporté par les concurrents de la Tunisie vers le Royaume Uni

Concurrents	Pays	Accords commerciaux en vigueur avec le Royaume Uni	Droits de douane
	Tunisie	oui	33,60%
Concurrents actuels	Allemagne	oui	0,00%
	Espagne	oui	0,00%
	Turquie	oui	0%
	Pérou	oui	0%
Concurrents potentiels	Liban	oui	0%
	Egypte	oui	0%
	Inde	non	11,70%
	Iran	non	33,60%
	KSA	oui	33,60%
	Azerbaïdjan	non	33,60%
	USA	non	33,60%
	Italie	oui	0%

- Droits de douane inférieurs à ceux payés par les produits d'origine tunisienne.
- Droits de douane égaux à ceux payés par les produits d'origine tunisienne.

> Tomates séchées conditionnées

Tableau 13 Droits de douane des tomates séchées conditionnées exportées par les concurrents de la Tunisie vers le Royaume Uni

Concurrents	Pays	Accords commerciaux en vigueur avec le Royaume Uni	Droits de douane
	Tunisie	oui	14,40%
Concurrents actuels	Italie	oui	0%
	Espagne	oui	0%
	Grèce	oui	0%
	France	oui	0%
Concurrents potentiels	Pologne	oui	0%
	Portugal	oui	0%

- Droits de douane inférieurs à ceux payés par les produits d'origine tunisienne.
- Droits de douane égaux à ceux payés par les produits d'origine tunisienne.

Remarque : les nouveaux tarifs douaniers appliqués à partir du 21 Janvier 2021 sont disponibles [ici](#).

4.2 Exigences documentaires à l'export

Les marchandises expédiées de la Tunisie vers le Royaume Uni doivent être accompagnées des documents suivants :

4.2.1 Déclaration en douane

Une marchandise ne peut pas entrer ou sortir de la Tunisie sans être dédouanée. Une entreprise qui dédouane sa marchandise, doit établir une déclaration en douane à l'aide du DAU (Document Administratif Unique) sous la forme d'un formulaire obligatoire. Il comporte des renseignements sur l'importateur et l'exportateur, sur la nature des marchandises, l'origine, la quantité, la devise, et l'incoterm mais également des renseignements sur le transport utilisé et sur les lieux de chargement et déchargements.

4.2.2 Facture commerciale définitive

La facture commerciale est un enregistrement ou une preuve de la transaction passée entre l'exportateur et l'importateur. L'exportateur délivre une facture commerciale à l'importateur qui contient des informations tel que :

- > Les coordonnées de l'exportateur et de l'importateur (nom et adresse),
- > La date d'émission,
- > Le numéro de facture,
- > La description des articles (marque, type, etc.),
- > L'unité de mesure,
- > La quantité de marchandises,
- > La valeur unitaire,
- > La valeur totale des articles,
- > Les conditions de paiement (mode et date de paiement, ristournes, etc.),
- > Les conditions de livraison, conformément à l'Incoterm adéquat,
- > Le moyen de transport.

4.2.3 Liste de colisage

La liste de colisage est un document commercial qui accompagne la facture commerciale et les documents de transport. Elle fournit des informations sur les articles importés et des détails sur l'emballage de chaque envoi (poids, dimensions, questions de manutention, etc.).

Elle est requise pour le dédouanement et contient généralement les informations suivantes :

- > Les coordonnées de l'exportateur, de l'importateur et de la compagnie de transport,
- > La date d'émission,
- > Le numéro de la facture de fret,
- > Le type d'emballage (fût, caisse, carton, boîte, tonneau, sac, etc.),
- > Le nombre de colis,
- > Le contenu de chaque emballage (description des marchandises et nombre d'articles par emballage),
- > Les marques et numéros,
- > Le poids net, le poids brut et les dimensions des emballages.



Cependant, dans la pratique, l'original et la copie de la facture commerciale sont souvent signés. La facture commerciale peut être préparée dans n'importe quelle langue, mais il est recommandé de joindre une traduction en anglais.

4.2.4 Documents de transport

Ils dépendront de l'incoterm et du mode de transport (la lettre de transport aérien / le connaissement «Bill of Lading»...).

4.2.5 Certificat EUR1

Il permet l'application des droits minorés au destinataire en vertu de l'application des accords commerciaux Tunisie - UE. A réaliser si le produit a été obtenu sans cumul.

4.2.6 Certificat EURO- MED

Un document de circulation doit accompagner les marchandises échangées dans le cadre des accords instituant la zone pan-euro - méditerranéenne.

4.2.7 Contrôle technique à l'exportation

Tout lot de fruits et légumes frais et transformés destiné à l'export doit passer par les étapes suivantes :

- L'exportateur envoie à l'office du commerce de la Tunisie une demande de contrôle technique à l'export par fax, téléphone ou e-mail en précisant la date et le lieu de la visite.
- Préparation de l'ordre de mission. Remarque : les unités de production doivent figurer dans la liste des unités agréées, dans le cas contraire, la demande de l'exportateur sera refusée.

> Pour les produits frais : Certificat de contrôle technique

Un certificat de contrôle technique pour les produits est accordé à l'exportateur. Il est obtenu après une assistance au chargement (par un agent de contrôle) à la vérification de l'état de marchandise, facture et moyen de transport.

> Pour les produits transformés : Attestation de contrôle technique

- Vérification de l'étiquetage, emballage, type de produit et labellisation.
- Prise d'échantillons.
- Préparation et signature du procès-verbal.
- Envoi de l'échantillon au laboratoire agréé.
- Le jour de l'expédition (après la vérification de la conformité des échantillons), l'équipe responsable au contrôle se rend aux locaux de l'exportateur pour l'assister au chargement de sa marchandise.
- Vérification des quantités à exporter, la facture et l'état du moyen de transport.
- Après la vérification, et dans le cas de conformité, une attestation du contrôle technique est rédigée.



4.2.8 Accord pour l'exportation pour les fruits et les légumes frais

Il est requis pour les fruits et les légumes frais et donc pour les grenades fraîches. En effet, Il faut s'adresser au Groupement Interprofessionnel des Fruits (GIFRUIT) afin d'obtenir l'accord par l'apposition d'une mention favorable sur la ou les factures commerciales.

4.2.9 Certificat phytosanitaire

Le certificat phytosanitaire est requis pour les végétaux et les produits végétaux. De ce fait, et pour l'obtention de ce certificat, il faut s'adresser au poste de contrôle phytosanitaire maritimes, aériens ou terrestres concernés pour déposer une demande 24 heures avant l'opération d'exportation.

4.2.10 Exigences spécifiques aux produits biologiques

> Autorisation d'export

L'exportateur est tenu de déposer une demande auprès de la direction générale de l'agriculture biologique pour chaque lot des produits biologiques destiné à l'export. La demande comprend les documents suivants :

- Le certificat de conformité obtenu auprès de l'organisme de contrôle et de certification.
- La fiche de transaction signée par l'organisme de contrôle et de certification et mentionnant l'origine du produit.
- La facture. La demande sera étudiée afin de valider tous les éléments dans les documents. Une fois validée une autorisation d'export est rédigée.

> Certificat d'inspection électronique (e-COI)

En plus du certificat de conformité et de l'autorisation d'export, un certificat d'inspection électronique (e-COI) approprié est exigé pour les produits biologiques importés au sein de l'UE. Il est requis pour chaque expédition.

Le certificat est géré par une plateforme mise en place par l'UE nommée **TRACES** (Trade Control and Expert System). Dans cette plateforme ; il faut mentionner toutes les informations nécessaires sur l'expédition (effectué par l'exportateur et l'organisme de contrôle et de certification). L'importateur va indiquer le numéro du certificat dans la déclaration en douane (DAU) la case 44.

Les organismes de contrôles en Tunisie sont disponibles [ici](#) page 39.

4.3 Exigences documentaires à l'import

En plus de la facture commerciale du document de transport et de la liste de colisage, les documents ci-dessous sont nécessaires pour le dédouanement de la marchandise.

4.3.1 Document administratif unique (DAU)

Le document administratif unique (DAU) est un document exigé permettant d'effectuer la procédure douanière. Il contient la valeur des marchandises importées/ leurs quantités, le contenu détaillé et d'autres détails comme les conditions de livraison et les frais de transport y sont indiqués. Le document administratif unique est soumis aux autorités douanières par l'importateur ou par son représentant. Le dépôt se fait physiquement ou par voie électronique.



4.3.2 Déclaration de la valeur en douane

Elle est exigée pour les importations dont la valeur dépasse 20 000 euros. La déclaration est établie selon un formulaire spécifique ([annexe 8 de l'act délégué transitoire du CDU](#) adopté par le règlement délégué (UE) 2016/341 de la Commission (JO L-69 15/03/2016) ([CELEX 32016R0341](#)). Le formulaire est présenté en même temps que le document administratif unique (DAU). L'objectif principal de cette exigence est d'évaluer la valeur de la transaction afin de fixer la valeur en douane (valeur taxable) pour l'application des droits de douane.

4.3.3 Numéro EORI

Le numéro EORI désigne le numéro d'enregistrement et d'identification des opérateurs économiques. C'est un identifiant (numéro unique) pour chaque entreprise qui doit accomplir des formalités douanières. Ce numéro sert de référence dans tous les pays de l'UE.

Il est effectué par l'importateur et attribué sur demande et gratuitement par le bureau de gestion des données de base de la direction générale des douanes.

4.3.4 Déclaration sommaire d'entrée (ENS)

Depuis le 1er janvier 2011, l'UE a mis en place un système de contrôle d'importation de marchandises. Ainsi, les opérateurs doivent obligatoirement fournir une déclaration sommaire d'entrée (ENS) au bureau de la douane d'entrée. L'ENS est généralement effectuée par le transporteur. Cependant, elle peut également être transmise par le représentant du transporteur, l'importateur, son représentant ou encore toute personne en mesure de présenter ou faire présenter les marchandises à la douane (ex : agent, transitaire...).

4.3.5 Notification préalable

Chaque envoi des végétaux et des produits de végétaux doit faire l'objet d'une notification au moins un jour ouvrable avant l'arrivée prévue de la marchandise et ce selon [le règlement \(UE\) 2019/1013](#). La notification est effectuée par l'opérateur responsable de l'envoi à l'aide d'un document sanitaire commun d'entrée défini dans l'annexe du [Règlement d'exécution \(UE\) 2019/1715](#).

4.3.6 Notification des produits biologiques

Après l'obtention du certificat d'inspection électronique (e-COI) auprès de l'exportateur, l'importateur est tenu d'effectuer une notification à son "[Port Health Authority](#)" PHA. La notification est effectuée avant l'arrivée de la marchandise au Royaume-Uni.

La PHA vérifie le certificat d'inspection électronique (e-COI) et l'approuve. L'importateur peut par la suite dédouaner la marchandise.

4.3.7 Autres exigences à l'import

4.3.7.1 Certificats et normes

Généralement, les acheteurs européens exigent des certifications et des normes qui dépendent de leurs canaux de distributions et des segments du produit.





- > **HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point, ou Analyse des dangers et contrôle des points critiques)**

La sécurité alimentaire est une priorité absolue dans tous les secteurs alimentaires européens. Ainsi, tous les acheteurs de la chaîne d'approvisionnement, tels que les commerçants, les transformateurs de produits alimentaires et les détaillants, exigent le certificat **HACCP**.

- > **GLOBAL GAP**

C'est la certification la plus demandée essentiellement pour les produits frais. **GLOBAL GAP** vise à garantir la sécurité alimentaire sur l'environnement, les conditions de travail et la qualité des produits. Aujourd'hui GLOBAL GAP est une norme indispensable pour la plupart des supermarchés.

- > **BRC**

En plus de GLOBAL GAP, d'autres systèmes de gestion de la sécurité sanitaire des aliments peuvent également être nécessaires notamment pour la manipulation ou la transformation de fruits et légumes. La majorité des acheteurs sur le marché du nord-ouest de l'Europe exigent une conformité aux normes mondiales **BRC**.

- > **IFS, SQF, FSSC 22000**

Les acheteurs européens peuvent aussi exiger une conformité aux normes suivantes :

- IFS
- SQF
- FSSC 22000

D'une manière générale, les certifications demandées dépendent du pays, des circuits de distribution et de la situation du marché. Les acheteurs peuvent être flexibles pour certaines exigences surtout quand il s'agit des pénuries d'approvisionnement.

4.3.7.2 Enregistrement des produits

À partir du 1er janvier 2021, certains produits alimentaires nécessitent une autorisation avant leur mise sur le marché. Ces produits sont :

- > Solvants d'extraction.
- > Additifs destinés à l'alimentation des animaux.
- > Aliments pour des usages nutritionnels particuliers.
- > Aliments (déttoxification processes).
- > Arômes.
- > Matériaux en contact avec les aliments (matériaux actifs / intelligents).
- > Matériaux en contact avec les aliments (additifs plastiques).
- > Matériaux en contact avec les aliments (procédés recyclés).
- > Additifs alimentaires.
- > Enzymes alimentaires.



- > Organismes génétiquement modifiés.
- > Aliments irradiés.
- > Nouveaux aliments.
- > Arômes de fumée.

Plus de détails sur la réglementation de l'autorisation sont disponibles [ici](#).



5. NORMES D'ÉTIQUETAGE ET D'EMBALLAGE

Dans cette partie nous allons étudier les spécifications légales auxquelles les produits doivent se conformer. Il s'agit d'étudier les exigences en matière d'étiquetage et d'emballage.

La « Food Standards Agency » publie un guide « The Food Standard Agency Food and Feed Law Guide » détaillant les spécificités réglementaires pour chaque nation au Royaume Uni. Le guide est consultable [ici](#). Le règlement britannique «[The Food information Regulations 2014](#)» est le règlement à suivre pour l'étiquetage des produits alimentaires. Ce dernier applique les dispositions du règlement européen (UE) N°1169/2011.

Remarque : Il est à noter qu'en Angleterre, la législation en matière d'étiquetage des aliments est la responsabilité des organismes suivants : Department for Environment, Food and Rural Affairs (Defra)/ Food Standards Agency (FSA)/ Department of health. Il est à noter aussi que l'Écosse, les pays de Galles et l'Irlande du nord suivent les mêmes règles d'étiquetage, tant en ayant des organismes locaux spécifiques à eux.

5.1 Étiquetage des denrées alimentaires

Selon le règlement (UE) N°1169/2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires dit INCO. Les informations obligatoires doivent être :

- ✓ Inscrites à un endroit apparent.
- ✓ Facilement visibles.
- ✓ Clairement lisibles.
- ✓ Indélébiles.

De plus, les informations obligatoires ne doivent en aucune façon dissimulées, voilées, tronquées ou séparées par d'autres indications ou images ou tout autre élément interférant. Elles doivent être imprimées d'une façon lisible avec un corps de caractère dont la hauteur de x doit être égale ou supérieur à 1,2 mm. Se référer à [annexe IV](#) du règlement pour plus de détails.

Ci- dessous les mentions obligatoires qui doivent figurer sur l'étiquette du produit :

5.1.1 Langue

Les étiquettes doivent être en anglais. Les étiquettes multilingues sont acceptées.

5.1.2 Mentions obligatoires

5.1.2.1 Nom du produit

Il s'agit de sa dénomination légale du produit. En cas d'absence de cette dernière, la dénomination de la denrée est son nom usuel.

Selon le [règlement INCO](#) :

- > «*Dénomination légale*» : la dénomination d'une denrée alimentaire prescrite par les dispositions de l'Union qui lui sont applicables ou, en l'absence de telles dispositions, la dénomination prévue par les dispositions législatives, réglementaires ou administratives applicables dans l'État membre dans lequel la denrée alimentaire est vendue au consommateur final ou aux collectivités ;

> « Nom usuel » « le nom reconnu comme étant la dénomination de la denrée alimentaire par les consommateurs de l'État membre dans lequel celle-ci est vendue, sans que de plus amples explications soient nécessaires ; »

5.1.2.2 Liste des ingrédients

Précédée de la mention appropriée « ingrédients », la liste des ingrédients doit figurer sur l'étiquette. Elle comprend tous les ingrédients y compris les additifs et les enzymes.

Présentation des ingrédients :

- Les ingrédients doivent être déclarés par ordre décroissant de leur importance pondérale au moment de leur mise en oeuvre dans la fabrication de la denrée.
- Les ingrédients doivent être déclarés par leur nom spécifique.
- Les ingrédients sous forme de nanomatériaux manufacturés doivent être indiqués clairement, suivis du mot « nano » entre crochets.
- La déclaration de la quantité nette d'un ingrédient ou d'une catégorie d'ingrédient est exigée lorsque cet ingrédient ou cette catégorie d'ingrédients :

- ✓ Figure dans la dénomination du produit ou est généralement associé à cette dénomination par les consommateurs ;
- ✓ Est mis en évidence dans l'étiquetage par des mots, des images ou une représentation graphique ; ou
- ✓ Est essentiel pour caractériser une denrée alimentaire et la distinguer des produits avec lesquels elle pourrait être confondue en raison de sa dénomination ou de son aspect.

La liste des ingrédients n'est pas requise pour les denrées alimentaires suivantes :

- Les fruits et les légumes frais.
- Les produits ne comportant qu'un seul ingrédient, à condition que la dénomination de la denrée alimentaire soit identique au nom de l'ingrédient ; ou permette de déterminer la nature de l'ingrédient sans risque de confusion.

Allergènes :

Le règlement INCO prévoit que les allergènes doivent figurer dans la liste des ingrédients. De ce fait, les ingrédients, les auxiliaires technologiques, les dérivés, les substances et les produits mentionnés dans l'annexe II du règlement provoquant des allergies ou intolérances doivent être déclarés. Ils sont mis en évidence par une impression qui le distingue clairement du reste de la liste des ingrédients (style du caractère/couleur du fond).

En ce qui concerne les produits dispensés de liste des allergènes, l'étiquette doit porter la mention « contient » suivi du nom de l'allergène.

5.1.2.3 Quantité nette

Elle est exprimée :

- En unité de volume pour les produits liquides (litre, centilitre, millilitre).
- En unité de masse pour les autres produits (kilogramme, gramme). En unité de masse pour les autres produits (kilogramme, gramme).



Lorsqu'une denrée alimentaire solide est présentée dans un liquide de couverture, le poids net égoutté de cette denrée alimentaire est également indiqué.

5.1.2.4 Date de durabilité minimale (DDM) ou date limite de consommation (DLC)

Elle n'est pas obligatoire pour les fruits frais.

La date limite de consommation est utilisée pour les produits alimentaires qui sont très périssables du point de vue microbiologiques. Pour les autres produits alimentaires, la date de durabilité minimale est exprimée conformément aux exigences de [l'annexe X du règlement INCO](#).

La date de durabilité minimale est précédée des termes :

- > Best before ...' lorsque la date comporte l'indication du jour,
- > Best before end ...' dans les autres cas. En cas de besoin, ces mentions sont complétées par l'indication des conditions de conservation dont le respect permet d'assurer la durabilité indiquée ;
 - Est inférieure à trois mois, l'indication du jour et du mois est suffisante.
 - Est supérieure à trois mois, mais n'excède pas dix-huit mois, l'indication du mois et de l'année est suffisante.
 - Est supérieure à dix-huit mois, l'indication de l'année est suffisante.

La date limite de consommation doit être indiquée conformément aux exigences de [l'annexe X du règlement INCO](#).

La date limite de consommation est précédée des termes 'use by ...'

Elle doit être accompagnée soit de la date elle-même, soit d'une référence à l'endroit où la date est indiquée sur l'étiquetage.

Ces mentions sont suivies d'une description des conditions de conservation à respecter ; La date limite de consommation est composée d'une manière claire et dans l'ordre du jour, du mois et éventuellement, de l'année.

5.1.2.5 Conditions de conservation ou condition d'utilisation

Quand le produit nécessite des conditions spécifiques de conservation et/ou d'utilisation, elles doivent être mentionnées.

5.1.2.6 Pays d'origine ou lieu de provenance

Selon le [règlement INCO](#) : « l'indication du pays d'origine ou du lieu de provenance est obligatoire: Dans les cas où son omission serait susceptible d'induire en erreur les consommateurs sur le pays d'origine ou le lieu de provenance réel de la denrée alimentaire, en particulier si les informations jointes à la denrée ou l'étiquette dans son ensemble peuvent laisser penser que la denrée a un pays d'origine ou un lieu de provenance différent. »

A noter que depuis le 1er avril 2020, lorsque l'étiquetage fait apparaître l'origine d'une denrée alimentaire et que celle-ci diffère de celle de son ingrédient primaire, l'indication de l'origine de l'ingrédient en question devient obligatoire. L'ingrédient primaire est l'ingrédient dont sa part dans la composition de la denrée dépasse les 50%, ou qui est habituellement associé à la dénomination de cette denrée par le consommateur.



Plus de détails sur les règles d'indication et de présentation du pays d'origine ou du lieu de provenance de l'ingrédient primaire sont consultables dans [le règlement \(UE\) 775/2018](#).

5.1.2.7 Nom ou raison sociale et l'adresse du fabricant et de l'importateur

Il s'agit de mentionner le nom (ou la raison sociale) ainsi que l'adresse du producteur et de l'importateur.

5.1.2.8 Mode d'emploi

Il est obligatoire dès que celui-ci est nécessaire pour une utilisation appropriée.

5.1.2.9 Marquage des lots

Il s'agit d'identifier le lot auquel appartient la denrée alimentaire.

5.1.2.10 Déclaration nutritionnelle

Selon le règlement INCO, une déclaration nutritionnelle est obligatoire à partir du 13 décembre 2016.

Les mentions obligatoires sont :

- La valeur énergétique.
- La quantité de matière grasses, d'acides gras saturés, de glucides, de sucres, de protéines et de sel.

S'il y a lieu, une déclaration indiquant que la teneur en sel est exclusivement due à la présence de sodium présent naturellement peut figurer à proximité immédiate de la déclaration nutritionnelle.

Les mentions facultatives sont :

- Acides gras mono-insaturés ;
- Acides gras polyinsaturés ;
- Polyols ;
- Amidon ;
- Fibres alimentaires ;
- Les vitamines ou sels minéraux énumérés à [l'annexe XIII du règlement INCO](#), partie A, point 1, et présents en quantité significative conformément à la partie A, point 2, de ladite annexe.

Calcul et méthode d'expression de la déclaration nutritionnelle :

- > La valeur énergétique et les quantités de nutriments visées sont exprimées pour 100 g ou 100 ml.
- > Outre que la forme citée ci-dessous les vitamines et les sels minéraux sont exprimés, pour 100 g ou 100 ml, en pourcentage des apports de référence fixés à [l'annexe XIII, partie A, point 1](#) du règlement INCO.

Pour avoir plus de détails sur le calcul des valeurs ainsi que les unités de mesures, il faut se référer aux articles 31,32 et 33 du [règlement INCO](#).

Mode de présentation :

Les mentions ci-dessus sont présentées :

- Conjointement et dans le même champ visuelle.
- Sous une forme claire.
- Dans l'ordre de présentation mentionnée dans la figure ci-dessous.
- Sous forme de tableau si la place le permet, avec alignement des chiffres. Si l'espace n'est pas suffisant, les mentions peuvent être présentées sous forme linéaire.



Ordre de présentation de la déclaration nutritionnelle

	Pour 100 g ou 100 ml
énergie	kJ/kcal
matières grasses	g
dont :	
-acides gras saturés	g
-acides gras mono-insaturés	g
-acides gras polyinsaturés	g
glucides	g
dont :	
-sucres	g
-polyols	g
-amidon	g
fibres alimentaires	g
protéines	g
sel	g
vitamines et sels minéraux	les unités figurant à l'annexe XIII, Part A, point 1 et % des apports de référence

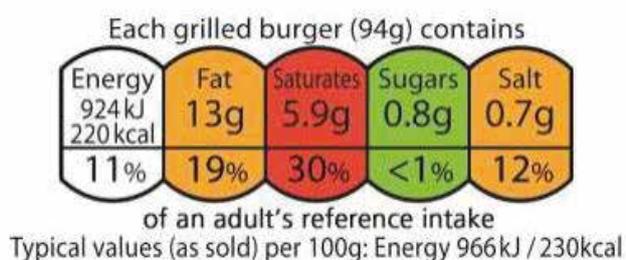
D'autres formes de présentation peuvent être utilisées (graphique, ou symboles en complément des mots ou chiffres) à condition qu'elles remplissent les exigences mentionnées dans l'article 35 du [règlement INCO](#).

Le logo FOP front-of-pack:

Bien qu'il n'existe pas une réglementation spécifique pour le logo FOP, plusieurs fabricants et détaillants l'utilise pour la déclaration nutritionnelle. Actuellement, ce logo apparaît sur environ 2/3 des aliments et des boissons préemballés au Royaume Uni.

Les couleurs utilisées pour ce logo sont rouge, ambre et vert. [Ici](#) un guide servant comme manuel d'utilisation de ce logo.

Exemple d'un logo FOP



Les allégations nutritionnelles et de santé : Elles sont régies par le règlement [\(CE\) n°1924/2006](#) modifié par le [règlement \(UE\) n° 1047/2012](#). Toute allégation doit respecter les exigences et les conditions d'utilisation mentionnées dans les règlements. Les allégations nutritionnelles autorisées sont citées dans le tableau ci-dessous :

Tableau 14 Les allégations nutritionnelles autorisées

Allégations nutritionnelles	Allégations nutritionnelles
Faible valeur énergétique	Source de protéines
Valeur énergétique réduite	Riche en protéines
Sans apport énergétique	Source de [nom des vitamines] et/ou [nom des minéraux]
Faible teneur en matières grasses	Riche en [nom des vitamines] et/ou en [nom des minéraux]
Sans matières grasses	Contient [nom du nutriment ou d'une autre substance]
Faible teneur en graisses saturées	Enrichi en [nom du nutriment]
Sans graisses saturées	Réduit en [nom du nutriment] (modifié dans le règlement n°1047/2012)
Faible teneur en sucres	Réduit en graisses saturées (modifié dans le règlement n°1047/2012)
Sans sucres	Réduit en sucre (modifié dans le règlement n°1047/2012)
Sans sucres ajoutés	Allégé/light
Pauvre en sodium ou en sel	Naturellement/naturel
Très pauvre en sodium ou en sel	Source d'acide gras oméga-3
Sans sodium ou sans sel	Riche en acide gras oméga-3
Sans sodium ou sel ajouté (modifié dans le règlement n°1047/2012)	Riche en graisses monoinsaturées
Source de fibres	Riche en graisses polyinsaturées
Riche en fibres	Riche en graisses insaturées

Les conditions d'utilisation de chaque allégation nutritionnelle sont énoncées dans l'annexe 1 du règlement (CE) n°1924/2006. Attention, certaines allégations ont été modifiées par le règlement (UE) n° 1047/2012.

En ce qui concerne les allégations de santé autorisées, elles sont consultables dans le registre des allégations nutritionnelles et de santé de l'Union européenne.



5.1.2.11 Autres mentions obligatoires

Certaines denrées alimentaires nécessitent des mentions obligatoires complémentaires dans l'étiquette. Elles sont énoncées dans [l'annexe III](#) du règlement INCO.

5.1.2.12 Étiquetage de certains produits alimentaires

Ci-dessous les règlements par nations qui concernent la composition et l'étiquetage des jus de fruits commercialisés :

- > Angleterre : [The Fruit Juices and Fruit Nectar 2013 n° 2775](#).
- > Irlande du Nord : [The fruits Juice and Fruit Nectar 2013 n° 253](#).
- > Les pays de Galles : [The fruits Juice and Fruit Nectar 2013 n° 2750](#).

5.1.3 Produits exemptés des mentions obligatoires

Dans le cas de denrées alimentaires vendues en vrac, les mentions d'étiquetage obligatoires doivent apparaître sur les documents commerciaux. Sur l'emballage doit figurer, la dénomination du produit, la date de durabilité ou de péremption, le nom du fabricant, et la présence d'allergène (le cas échéant).

5.1.4 Produits irradiés

Au Royaume Uni, les aliments irradiés sont réglementés par le [Food Standard Agency](#).

A noter que 7 catégories d'aliments irradiés peuvent être vendues sur le marché britannique. Ils sont :

- > Fruits légumes.
- > Céréales.
- > Bulbes et tubercules.
- > Herbes aromatiques séchées, épices et assaisonnements végétaux.
- > Poissons et crustacés.
- > Volailles.

Les aliments traités par rayonnement ionisant doivent porter l'une des mentions suivantes :

- > Irradiated
- > Treated with ionising radiation

5.1.5 Aliments biologiques

Pour importer des produits biologiques au Royaume Uni, veuillez suivre ce [guide](#). A noter que le Department for Environment, Food & Rural Affairs (Defra) est l'autorité responsable de ce secteur au Royaume Uni.

5.1.6 Aliments diététiques

Le [règlement \(UE\) n°609/2013](#) du Parlement européen est le texte adopté actuellement. Ce règlement concerne les denrées alimentaires destinées aux nourrissons et aux enfants en bas âge. Elles sont destinées à des fins médicales spéciales et les substituts de la ration journalière totale pour contrôle du poids.



Les produits énoncés dans le règlement 609/2013 doivent faire l'objet d'une notification aux autorités compétentes du pays et ce pour la mise sur le marché.

Les aliments qui n'entrent pas dans le champ d'application du règlement 609/2013 sont considérés soit comme des aliments ordinaires régis par le [règlement INCO](#) soit comme des aliments régis par le [règlement \(CE\) n° 1925/2006](#) concernant l'adjonction de vitamines, de minéraux et de certaines autres substances aux denrées alimentaires.

5.1.7 Exigences générales d'étiquetage pour les fruits frais (grenade)

La législation européenne fixe des normes de commercialisation (règlement de l'UE no 543/2011) générales et spécifiques pour la qualité minimale des fruits frais. La norme de commercialisation définit les caractéristiques des produits "Extra Class", Class I et Class II, la maturité minimale, les différentes tailles et les tolérances autorisées en matière de qualité et de taille.

Au fil des années, [les normes de commercialisation](#) se sont alignées sur les normes [CEE-ONU pour les fruits et légumes frais](#).

Selon les normes de commercialisation (règlement de l'UE n°543/2011), *"chaque colis doit porter en caractères groupés sur un même côté, lisibles, indélébiles et visibles de l'extérieur, les indications ci-après"* :

• **Identification**

Nom et adresse physique (par exemple : rue/ville/région/code postal et, si différent du pays d'origine, le pays) de l'emballeur et/ou de l'expéditeur.

Cette mention peut être remplacée :

- *Pour tous les emballages à l'exception des préemballages, par le code d'identification de l'emballeur et/ou de l'expéditeur, délivré ou reconnu par un service officiel, associé à la mention «emballeur et/ou expéditeur» (ou à une abréviation équivalente), le code d'identification est précédé du code ISO 3166 (alpha) pays/zone du pays de reconnaissance si ce n'est pas le pays d'origine,*
- *Pour les préemballages uniquement, par le nom et l'adresse d'un vendeur établi à l'intérieur de l'Union, associés à la mention «emballé pour :» ou à une mention équivalente.*
- *Dans ce cas, l'étiquetage doit également comprendre un code correspondant à l'emballeur et/ou à l'expéditeur. Le vendeur fournit toute information jugée nécessaire par l'organisme de contrôle sur la signification de ce code.*

• **Origine**

Nom complet du pays d'origine. Elle est rédigée dans une langue compréhensible par les consommateurs du pays de destination.

A noter qu'il n'est pas nécessaire de faire figurer les indications prévues au premier alinéa sur les colis lorsque ces derniers contiennent des emballages de vente visibles de l'extérieur et qui portent tous ces indications. Les colis doivent être exempts de tout marquage de nature à induire en erreur. Lorsque ces colis sont présentés en palette, ces indications doivent figurer sur une fiche placée visiblement au moins sur deux faces de la palette.

Plus d'informations sur les exigences pour l'étiquetage des produits frais dans l'UE, sont disponibles dans le guide ["Legal Requirements for Labels on Fruit & Vegetables"](#).



5.1.8 Autres exigences d'étiquetage

Les mises à jour sur les modifications d'étiquetage à appliquer à partir du 01 Janvier 2021 sont disponibles [ici](#). Ainsi, toutes les exigences détaillées d'étiquetage des produits alimentaires publiées par Food Standard Agency au Royaume Uni sont consultables [ici](#).

5.2 Emballage

5.2.1 Exigences de l'UE

Les emballages commercialisés au sein de l'UE doivent être conformes aux exigences générales, qui visent à protéger l'environnement, ainsi qu'aux dispositions spécifiques conçues pour éviter tout risque pour la santé des consommateurs.

La [directive 94/62/CE](#) du parlement européen et du conseil relative aux emballages et aux déchets d'emballages définit l'emballage comme étant « *tout produit constitué de matériaux de toute nature, destiné à contenir et à protéger des marchandises données, allant des matières premières aux produits finis, à permettre leur manutention et leur acheminement du producteur au consommateur ou à l'utilisateur, et à assurer leur présentation. Tous les articles «à jeter» utilisés aux mêmes fins doivent être considérés comme des emballages* ».

La définition de la notion d'«emballage» doit reposer, en outre, sur les critères exposés dans [l'article 3 de la directive](#). Les articles énumérés à [l'annexe I](#) sont des exemples illustrant l'application de ces critères.

> Exigences générales relatives aux emballages et aux déchets d'emballages :

Tous les emballages mis sur le marché européen doivent respecter les conditions de la composition et des limites de métaux lourds énoncés dans la [directive 94/62/CE](#) visant à minimiser l'impact des déchets d'emballages sur l'environnement.

Les principales exigences qui portent sur la composition et le caractère réutilisable et valorisable (notamment recyclable) des emballages sont énoncées dans [l'annexe II du règlement](#).

Le niveau de concentration des métaux lourds présents dans les emballages (la somme des niveaux de concentration en plomb, cadmium, mercure et chrome hexavalent) ne doit pas dépasser 100 ppm en poids.

Au Royaume Uni le Department for Environment Food & Rural Affairs (DEFRA) est le département responsable de la mise en oeuvre de la politique et des directives liées aux déchets d'emballage.

> Emballage en bois :

Les importations d'emballage en bois et autres produits végétaux peuvent être soumises à des mesures phytosanitaires établies par la [directive 2000/29/CE](#). L'obligation de répondre aux exigences de la norme NIMP n° 15 est imposée pour les emballages en bois.

Le marquage approprié est apposé soit sur l'emballage lui-même, soit sur l'étiquette y compris les matériaux d'emballage utilisés. La décision 97/129 / CE établit un système d'identification des matériaux d'emballage pour faciliter l'identification et la classification de ces matériaux.



> Règles spéciales pour les matériaux et objets destinés à entrer en contact avec des denrées alimentaires.

Tous les matériaux et les objets destinés à entrer en contact, directement ou indirectement, avec des denrées alimentaires, doivent être fabriqués de manière à assurer un niveau élevé de protection de la santé humaine et des intérêts des consommateurs. Le [règlement \(CE\) n°1935/2004](#) fixe les exigences générales s'appliquant aux matériaux et aux objets destinés à entrer en contact directement ou indirectement avec les denrées. [L'annexe I](#) du règlement (CE) n°1935/2004 mentionne la liste de groupes de matériaux et objets destinés à entrer en contact avec des denrées alimentaires susceptibles d'être soumis à des mesures spécifiques qui concernent les conditions particulières d'emploi, les critères de pureté...etc.

Le [règlement \(CE\) n° 2023/2006](#) établit les bonnes pratiques de fabrication pour les groupes de matériaux et objets énoncés dans l'annexe I du [règlement \(CE\) n°1935/2004](#).

> Matériaux et objets actifs/ matériaux et objets intelligents :

Selon le [règlement \(CE\) n°1935/2004](#), on entend par :

«Matériaux et objets actifs : les matériaux et objets destinés à prolonger la durée de conservation ou à maintenir ou améliorer l'état de denrées alimentaires emballées. Ils sont conçus de façon à incorporer délibérément des constituants qui libèrent ou absorbent des substances dans les denrées alimentaires emballées ou dans l'environnement des denrées alimentaires».

«Matériaux et objets intelligents: les matériaux et objets qui contrôlent l'état des denrées alimentaires emballées ou l'environnement des denrées alimentaires».

Les matériaux et objets actifs ainsi que les matériaux et les objets intelligents doivent suivre les exigences du [règlement \(CE\) n°1935/2004](#) et du [règlement \(CE\) n° 450/2009](#).

Selon les exigences générales, ils doivent être fabriqués selon les bonnes pratiques de fabrication pour qu'ils ne cèdent pas aux denrées alimentaires des constituants en une quantité susceptible de :

✓ Présenter un danger pour la santé humaine ;

Ou

✓ Entraîner une modification inacceptable de la composition des denrées ;

Ou

✓ Entraîner une altération des caractères organoleptiques de celles-ci.

> Emballage en papier et en carton

L'emballage en papier et en carton doit respecter les exigences de l'article 3 du [règlement \(CE\) n°1935/2004](#).

> Emballage en plastique

Les emballages en plastiques doivent respecter le [règlement \(UE\) n°10/2011](#) qui concerne les matériaux et objets en matière plastique destinés à entrer en contact avec des denrées alimentaires. Le règlement établit la liste des substances autorisées à être utilisées dans la fabrication des matières plastiques.



Il spécifie également les limites de migration spécifiques qui correspondent à la quantité maximale d'une substance autorisée dans les denrées alimentaires. Celles-ci sont établies par l'EFSA sur la base des données de toxicité de chaque substance spécifique. Pour garantir la qualité globale du plastique, la limite de migration globale est fixée à 10 mg/dm² de la surface destinée à entrer en contact des denrées alimentaires. En ce qui concerne les matériaux et objets destinés au contact des denrées pour nourrissons et les enfants de bas âge, la limite est de 60 mg/kg de simulant de denrée alimentaire.

Bisphénol A :

Un règlement européen publié en février 2018 au Journal officiel de l'UE, renforce les restrictions applicables au bisphénol A (BPA) dans les matériaux en contact avec les aliments. Il abaisse la limite de migration spécifique (LMS), qui est la quantité de matière plastique autorisée à migrer dans les aliments, de 0,6 à 0,05 milligrammes de BPA par kilogramme de denrées alimentaires (mg/kg).

> Matière plastique recyclés

Le règlement définit la composition des matériaux et objets en matière plastique : Une fois utilisés, ils peuvent être contaminés par d'autres substances. Par ailleurs, ils ne sont plus soumis au règlement (UE) n°10/2011 mais plutôt au [règlement \(CE\) n° 282/2008](#) relatif aux matériaux et aux objets en matière plastique recyclée destinés à entrer en contact avec des denrées alimentaires.

--> Plus d'informations sur la législation européenne pour l'emballage alimentaire ainsi que ses dernières modifications, sont disponibles sur [Food contact materials](#).

5.2.2 Exigences d'emballage au Royaume Uni

Au Royaume Uni, les matériaux et les objets destinés à entrer en contact avec des denrées alimentaires sont régis par la National 2012 Regulations. Cette dernière consolide la réglementation européenne. Le texte du règlement est disponible sur [Food Contact Material information](#) publié par le Food Standards Agency. Cette dernière met une adresse mail foodcontactmaterial@food.gov.uk pour toute demande d'information sur les exigences de l'emballage alimentaire.

5.3 Modèle d'emballage et d'étiquette des produits commercialisés au Royaume Uni

> Jus de grenade





> Sirop de grenade



> Tomates séchées conditionnées



6. APERÇU SUR LE MARCHÉ DE L'AGROALIMENTAIRE AU ROYAUME UNI

6.1 Circuits de distribution

Au Royaume Uni, le secteur de l'agroalimentaire demeure de plus en plus important. En outre, environ 450 000 personnes dans tout le Royaume-Uni occupent des emplois liés à la fabrication et à la vente d'aliments et de boissons.

Dans ce secteur, le Royaume-Uni dispose de canaux de vente et de distribution bien développés, allant des filiales qui vendent exclusivement leurs produits jusqu'aux sociétés commerciales indépendantes qui achètent et vendent pour leurs propres comptes. Entre ces deux extrêmes se trouvent des revendeurs indépendants, des agents de vente et des distributeurs de stockage, qui ont des relations contractuelles avec leurs fournisseurs. Par ailleurs, il existe 87 141 points de vente au Royaume-Uni, divisés en quatre secteurs :

- **Les hypermarchés**
 - **Les supermarchés** : Quatre chaînes de supermarchés, à savoir Tesco, Asda, Sainsbury et Morrisons, dominent la distribution alimentaire au Royaume-Uni, représentant 70% du marché. Les discounters Aldi et Lidl continuent de gagner des parts de marché. Les consommateurs font généralement leurs courses à la fois dans un supermarché et dans un discounter, recherchant ainsi les meilleures offres et les meilleurs prix.
 - **Supérettes de proximité**
 - **Canaux alternatifs** : Cette catégorie comprend un large éventail de points de vente principalement la vente en ligne qui devrait atteindre 16 milliards de livres sterling d'ici 2022, à mesure qu'Internet devient plus largement utilisé par les consommateurs britanniques.
- > En général, chaque chaîne de distribution se concentre sur des segments de marché spécifiques. Par exemple, Tesco cible le marché intermédiaire en fournissant des produits à la fois économiques et haut de gamme. Iceland, Aldi et Lidl sont tous des points de vente axés sur les prix.

Part de marché :

Le marché de la distribution au Royaume-Uni a été évalué à 184,5 milliards de livres sterling (239,8 milliards de dollars) en 2017, avec une augmentation de 0,3% par rapport à 2016. Les dépenses alimentaires représentent 9% des dépenses totales des ménages au Royaume-Uni, après le logement et le transport.

En 2019, la valeur totale du marché de la vente au détail des produits alimentaires s'élevait à environ 193,6 milliards de livres sterling (GBP) au Royaume-Uni. Parmi les cinq principaux canaux de vente, les supermarchés détenaient la plus grande part de marché avec 90 milliards de livres sterling. Les supermarchés avaient une valeur marchande plus de deux fois supérieure à celle du canal de proximité, le deuxième plus grand canal. Le canal des hypermarchés stagne depuis 2016 et tous les autres



canaux ont connu une croissance depuis lors. En effet, les discounters sont le canal qui va enregistrer le plus haut taux de croissance : ils devraient augmenter de 55% d'ici 2021, à 41,8 milliards de livres sterling.

De sa part, la vente en ligne est maintenant proposée par les chaînes de supermarchés britanniques - Tesco, Sainsbury, Asda, Waitrose et Morrisons. En dehors de ces distributeurs, le marché est principalement composé d'un large éventail de détaillants spécialisés de niche, dont beaucoup offrent des produits qui ne sont pas toujours disponibles dans les grands supermarchés.

La répartition des divers canaux de distribution figure dans le graphique suivant :

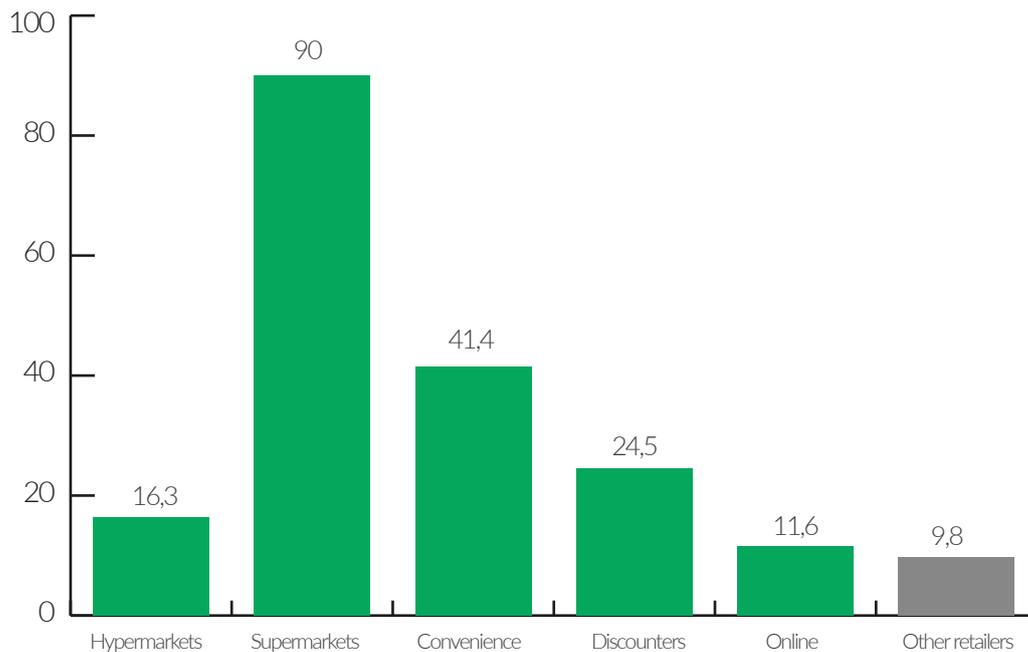


Figure 1 La répartition des divers canaux de distribution

Source : satista.com

La distribution au Royaume-Uni est dominée par Tesco, Asda, Sainsbury et Morrison. Ces quatre marques détenaient une part de marché cumulée de plus de 70% du marché alimentaire au Royaume-Uni. Les parts de marché des enseignes de distribution sont réparties comme suit (Kantar WorldPanel novembre 2017) :

- Tesco - 28% de part de marché
- Sainsbury's - 16,2% de part de marché
- Wal-Mart / ASDA - 15,3% de part de marché
- Morrison's - 10,4% de part de marché
- Aldi - 6,7% de part de marché
- Lidl - 5,1% de part de marché
- Islande - 2% de part de marché





6.2 Tendances des habitudes de consommation

Le Royaume-Uni est le neuvième plus grand marché biologique au monde en 2019, malgré une baisse par rapport à 2018 (septième position).

Au cours de la dernière décennie, la préférence du consommateur britannique s'est accrue pour les aliments "sains", pratiques et ethniques. En effet, 58 % des britanniques ont acheté des aliments biologiques en 2017. Cela représente une augmentation de 11 % par rapport à 2016. La part des consommateurs britanniques qui ont acheté des légumes biologiques par mois était de 64 %. Pour toutes les autres catégories de produits biologiques, la part était plus faible.

Par ailleurs, les ventes d'aliments et de boissons biologiques au Royaume-Uni ont augmenté de 4,5 % en 2018 pour atteindre le chiffre record de 2,45 milliards de livres sterling, grâce à une forte croissance des ventes en ligne, des livraisons à domicile...etc. Les ventes de ces produits dans les supermarchés ont de nouveau augmenté en 2019, avec une hausse de 2,5 %, dépassant le marché global d'aliments et boissons. Néanmoins, les ventes de produits non biologiques dans les supermarchés n'ont augmenté que de 0,2 % au cours de la même période.

Ainsi, le secteur a connu une croissance pour la huitième année consécutive et peut atteindre 2,5 milliards de livres sterling d'ici la fin 2020. On estime que 200 millions de livres sterling par mois seront consacrés à l'alimentation et aux boissons biologiques.

6.3 Potentiel des filières tunisiennes au Royaume Uni

Potentiel du marché de la grenade

Dans la région méditerranéenne, la grenade est un fruit commun pour les consommateurs, mais dans toute l'Europe on trouve des magasins locaux et des marchands ambulants qui ciblent principalement les consommateurs ethniques et traditionnels d'Asie centrale, du Moyen-Orient et de la Méditerranée. Ainsi, étant donné que le Royaume-Uni compte une importante communauté indienne, les commerçants ethniques de ces pays ont souvent mis en place des chaînes d'approvisionnement ayant un lien avec leur origine et des variétés locales spécifiques, d'où une augmentation très remarquable dans ses importations de grenade.

> Jus de grenade

Le jus de grenade est en passe de devenir l'un des jus de fruits les plus populaires du Royaume Uni suite à la récente découverte de ses bienfaits de ce fruit pour la santé. Ces derniers ont incité les consommateurs à se tourner vers ce produit. Le principal détaillant britannique, Tesco, a indiqué que les ventes de son jus de grenade ont augmenté de 300 % en 2016, et qu'il en vend maintenant 500 000 litres par semaine.



7. MENER SES AFFAIRES AU ROYAUME UNI

7.1 Faire appel à un agent ou un distributeur

La plupart des exportateurs vendent leurs produits par l'intermédiaire des distributeurs. Ces derniers positionnent les produits et les marques sur le marché par le biais de la publicité et de la promotion, contribuent au service après-vente et donnent ainsi une image positive sur les entreprises qui font des affaires au Royaume-Uni. Par contre, les agents commerciaux ne sont pas très présents au Royaume-Uni puisqu'ils ont tendance à être de petites entreprises et ne peuvent offrir qu'une couverture géographique limitée.

Les entreprises qui souhaitent recourir à des accords de distribution, de franchise et d'agence doivent s'assurer que les accords qu'elles mettent en place sont conformes à la législation de l'UE et des États membres. La directive 86/653/CEE du Conseil établit certaines normes minimales de protection des agents commerciaux européens indépendants concernant les droits et obligations du commettant et de ses agents, leurs rémunérations, ainsi que la conclusion et la résiliation d'un contrat d'agence.

Au Royaume Uni, la direction générale de la concurrence de la commission européenne applique la législation relative aux effets des "accords verticaux" sur la concurrence dans le marché intérieur, à l'exception des PME.

L'UE cherche aussi à lutter contre les retards de paiement. Le paiement des biens et services se fait dans un délai maximal de 30 jours suivant la date limite de paiement. Au-delà de cette période, la société peut percevoir des intérêts (à un taux de 8% supérieur au taux de la Banque centrale européenne) ainsi que 40€ de compensation pour le recouvrement des coûts. Concernant les transactions interentreprises, une période de 60 jours peut être négociée sous conditions.

Les agents et distributeurs des entreprises peuvent recourir au Médiateur européen lorsqu'ils sont victimes d'une gestion inefficace de la part d'une institution ou d'un organe de l'UE. Seuls les entreprises et autres organismes ayant leur siège social dans l'UE peuvent déposer une plainte auprès du Médiateur européen. En outre, SOLVIT, un réseau de centres nationaux, offre une assistance en ligne aux citoyens et aux entreprises qui rencontrent des problèmes de transactions à l'intérieur des frontières d'un seul marché.

7.2 Implantation

Plusieurs étapes doivent être prises en compte lors de l'établissement d'un bureau local au Royaume-Uni :

- Décider le statut juridique de la société.
- S'inscrire auprès de "companies house" : Les documents obligatoires tels que le "Memorandum of Association" et les "Articles of Association" doivent être déposés en ligne auprès de la Companies House. Le coût de cette procédure est de 30 £ (29 \$).
- Appliquer pour une Visa.



- Créer un compte bancaire britannique : Pour ouvrir un compte bancaire professionnel, il faut fournir les éléments suivants : Formulaire de demande pour les clients professionnels, mandat pour les sociétés enregistrées en vertu de la loi sur les sociétés, enregistrement de la société, identification et vérification de l'adresse, organigramme de la société, relevés bancaires et comptes vérifiés.
- S'inscrire au registre fiscal : Toute entreprise ayant une succursale ou un bureau au Royaume-Uni doit payer un impôt sur les sociétés du Royaume-Uni sur les bénéfices de l'entreprise. Ainsi, il faut s'inscrire à la TVA auprès de l'HM Revenue and Customs (HMRC) si le chiffre d'affaires imposable à la TVA de l'entreprise est supérieur à 85 000 £. La plupart des entreprises peuvent s'inscrire en ligne.
- S'inscrire au registre de paie : L'inscription se fait auprès de HMRC afin d'obtenir un identifiant pour PAYE Online (système de rémunération à la tâche).
- Recherche de propriété : Savoir si la société va louer ou acheter des locaux.
- Recrutement.
- Obtenir une assurance commerciale : La législation britannique exige qu'il faut être titulaire d'une assurance responsabilité civile de l'employeur et d'une assurance automobile commerciale.

7.3 Facteurs et techniques de vente

Le droit communautaire, mis en oeuvre par la législation nationale, régit l'exclusivité dans les contrats d'agence et de fourniture, les contrats d'achat et les conditions contractuelles. Les fabricants et les exportateurs sont généralement en mesure de désigner des représentants exclusifs et de déterminer les méthodes utilisées pour promouvoir la vente de leurs produits.

Cependant, les pratiques de vente qui suscitent des inquiétudes sur le plan réglementaire sont celles qui pourraient donner un avantage déloyal au fournisseur au détriment des concurrents ou des consommateurs.

7.4 Commerce électronique

Les consommateurs britanniques ont dépensé 233 milliards de dollars en ligne en 2018, avec une hausse de 18,2% par rapport à 2017. Le commerce électronique représente désormais plus d'un quart du marché total de la vente au détail au Royaume-Uni.

Les gens continuent à chercher en ligne les meilleures offres et les meilleurs prix, ce qui fait augmenter la proportion d'argent dépensée sur ce canal. Il existe maintenant une tendance qui consiste à examiner physiquement ou à essayer un produit en magasin, puis à rentrer chez lui pour l'acheter à un meilleur prix en ligne. Ainsi, le marketing sur les médias sociaux est devenu le canal par lequel les entreprises sont les plus susceptibles d'augmenter leurs investissements dans le commerce électronique au cours des deux prochaines années.

Commerce électronique domestique (B2C)

Pour effectuer un contrat B2C il faut suivre le règlement portant sur les contrats de consommation. Ces règlements définissent les droits des consommateurs lorsqu'ils effectuent des achats sur l'internet dans l'UE.

Commerce électronique B2B

Le commerce électronique interentreprises n'est pas aussi répandu que le commerce électronique B2C ou C2C au Royaume-Uni. Toutefois, des plates-formes du commerce électronique interentreprises



sont en train d'émerger et vont devenir un facilitateur des affaires au niveau national et international.

Services de commerce électronique

De nombreuses entreprises britanniques fournissent des services de commerce électronique pour créer et exploiter des plates-formes. Le secteur est bien desservi par ces entreprises étant donné que le Royaume-Uni est un leader mondial dans le domaine du commerce électronique.

Droits de propriété intellectuelle sur le commerce électronique

Le système juridique britannique offre un niveau élevé de protection des droits de propriété intellectuelle (DPI). L'Office de la propriété intellectuelle (IPO) est l'organisme officiel du gouvernement britannique responsable des droits de propriété intellectuelle, y compris les brevets, les dessins, les marques et les droits d'auteur.

Sites de commerce électronique populaires

Internet Retailing a récemment publié son Top 500 des détaillants en ligne au Royaume-Uni. Il répertorie six entreprises de la catégorie élite :

Amazon - Commerce électronique

Argos - La plupart des catégories sauf l'épicerie

Boots - Beauté, santé et pharmacie

Marks and Spencer - Épicerie, vêtements, articles ménagers

Screwfix - Outils et accessoires

Tesco - Produits d'épicerie, articles ménagers, matériel électrique et vêtements.

La liste complète des 500 premiers peut être consultée sur internetretailing.net.

Païement en ligne

La majorité des entreprises en ligne basées au Royaume-Uni permettent aux clients d'utiliser des cartes de crédit ou de débit. Visa et MasterCard sont presque universellement acceptés. De nombreux sites web utilisent Paypal ou d'autres services similaires. Les consommateurs britanniques sont de plus en plus conscients du problème du vol d'identité en ligne et n'effectuent généralement des transactions financières que sur des sites web sécurisés.

Commerce mobile

Les achats du commerce électronique effectués via un smartphone ont dépassé ceux effectués via des tablettes. En 2018, les ventes en ligne effectuées via un smartphone représentaient 50% de toutes les ventes du commerce électronique et valaient environ 23 milliards de dollars au Royaume-Uni. Il est prévu que les achats en ligne effectués via un smartphone représenteront environ 56% de toutes les ventes de commerce électronique d'ici 2021.

Marketing digital

La publicité générale est soumise à certaines restrictions. L'ASA est un organisme indépendant mis en place par le secteur de la publicité pour protéger les consommateurs et créer des conditions de concurrence équitables pour les annonceurs.





Médias sociaux

85% des adultes âgés de 18 ans ou plus accèdent aux sites de médias sociaux. Les services de médias sociaux populaires au Royaume-Uni comprennent :

Facebook 79%	Google+ 39%
Youtube 79%	Pinterest 36%
Twitter 47%	LinkedIn 33%
Instagram 41%	Snapchat 30%

7.5 Tarification

La stratégie de tarification au Royaume-Uni, doit prendre en compte :

- L'effet des taux de change sur vos bénéfices ;
- Si la tarification basée sur les coûts ou la valeur est meilleure pour les produits ou les services ;
- Ce que les entreprises britanniques facturent pour des produits et services similaires ;
- Comment les consommateurs britanniques apprécient le produit ou le service offert ;
- S'il y a une facturation à des prix différents pour différents clients ;
- Des concurrents britanniques ;

Il est possible de rechercher des articles ou des publicités dans la presse spécialisée ou les journaux pour connaître les concurrents britanniques ainsi que leurs prix. Il faut lire leurs informations marketing et vérifier leurs entrées dans les répertoires d'entreprises. Il est possible également d'obtenir une copie du rapport annuel pour les entreprises publiques.

Fixation des prix

Le droit de la concurrence de la CE et du Royaume-Uni interdit un accord entre un détaillant et un fournisseur en vertu duquel le détaillant accepte de revendre des biens ou des services à un prix au-dessus du maximum fixé par le fournisseur.

Les fournisseurs peuvent émettre des prix de détail recommandés non contraignants pour leurs produits ou imposer des prix maximums au-dessus desquels leurs détaillants ou distributeurs ne peuvent pas revendre les produits.

Prix à l'importation

Les prix à l'importation des produits en provenance d'États non membres de l'UE se composent généralement du : coût du produit + l'assurance + le fret + le droit + une TVA de 20% prélevée sur la valeur globale. La tarification doit inclure les coûts de stockage, de livraison, de vente et d'assistance locaux, ainsi que la marge pour les distributeurs, les grossistes et les détaillants.

7.6 Enregistrement des marques

L'enregistrement de la marque au Royaume Uni passe par 3 étapes, à savoir :

1. La vérification si la marque peut être considérée comme une marque commerciale : voir si la marque est déjà enregistrée par une autre entreprise.
2. La demande de l'enregistrement de la marque : elle se fait sur le site suivant : <https://trademarks.ipo.gov.uk/ipo-apply>. Il est primordial de fournir tous les détails de la marque pour compléter le formulaire.



3. La publication de la demande : un retour d'information sur la demande (un "rapport d'examen") dans un délai de 5 à 15 jours - Si l'examineur n'a pas d'objections, la demande sera publiée dans le journal des marques pendant deux mois, au cours desquels n'importe qui peut s'y opposer. La marque sera enregistrée une fois que les objections auront été résolues. L'entreprise aura ainsi un certificat de confirmation.

4. Réponde à toute objection : La société aura 2 mois pour résoudre les problèmes éventuels. Les étapes à suivre dans le cas de l'objection se trouvent dans le lien suivant : <https://www.gov.uk/how-to-register-a-trade-mark/after-you-apply>

Il est à noter que la procédure d'enregistrement prend environ 4 mois si personne ne s'y oppose. Les marques enregistrées ont une durée de vie de 10 ans.

7.7 Paiement

7.7.1 Moyen et condition de paiement

Au Royaume Uni, les paiements se font généralement sur un compte ouvert, par paiement anticipé, par lettre de crédit, par traite documentaire ou par envoi. Les acheteurs britanniques demandent généralement un crédit à 60, 90 ou 180 jours, selon les pratiques acceptées dans le secteur.

7.7.2 Fonctionnement du système bancaire

De nombreuses banques et institutions financières britanniques et étrangères sont basées à Londres. Il y a plus de banques étrangères qui ont des succursales et des filiales à Londres qu'à Wall Street.





8. VISA ET ORGANISME

La demande de visa au Royaume Uni se fait au sein de la TLS contact. Les procédures de l'obtention de la VISA d'affaire sont ;

- 1/ La création d'un compte sur le site : <https://www.visa4uk.fco.gov.uk/home/welcome>.
- 2/ La validation du compte.
- 3/ Le remplissage d'un formulaire de demande de visa.
- 4/ La fixation d'un rendez-vous.
- 5/ Le paiement des frais de visa en ligne ou au Centre de dépôt des demandes de visa (TLS Contact).
- 6/ A la réception des 2 emails de confirmation, il faut imprimer la demande de visa, la confirmation du rendez-vous et le reçu de paiement (Paiement en ligne).
- 7/ La visite du site de TLS Contact pour s'enregistrer (uk.tlscontact.com) et créer un autre compte.
- 8/ Ajout des documents imprimés les pièces demandées par l'ambassade pour chaque type de visa. Visitez ce lien pour plus d'informations <https://www.gov.uk/browse/visas-immigration>.

Les documents nécessaires pour un visa d'affaires sont :

- Document de voyage valide (passeport national ou autre document permettant au titulaire de voyager à l'étranger).
- Documents financiers montrant prouvant des fonds suffisants.
- Relevés bancaires.
- Livre de construction de la société.
- Confirmation de résidence légale.
- Documents d'enregistrement de l'entreprise confirmant le nom du propriétaire de l'entreprise et la date à laquelle l'entreprise a commencé ses activités.
- Activités commerciales : il s'agit des justificatifs prouvant le motif du voyage.

Les frais de visa d'affaire au Royaume Uni sont consultables [ici](#).



9. CONTACTS UTILES

FOOD STANDARD AGENCY (FSA)



Floors 6 and 7, Clive House 70 Petty France

London SW1H 9EX

Tel: +44 330 332 7149

E-mail : helpline@food.gov.uk

Web : <https://www.food.gov.uk/>

DEPARTEMENT FOR ENVIRONEMENT FOOD & RURAL AFFAIRS (DEFRA)



Department
for Environment
Food & Rural Affairs

Seacole Building 2 Marsham Street London SW1P 4DF United Kingdom

Tel: +44 20 7238 6951

Web: <https://www.gov.uk/>

ASSOCIATION OF PORT HEALTH AUTHORITIES (APHA)



4th Floor, Walbrook Wharf 78-83 Upper Thames Street London EC4R 3TD

Tel: + 44 1792 653523

E-mail : apha@porthealthassociation.co.uk

Web : <http://www.porthealthassociation.co.uk/>

H.M. CUSTOMS AND REVENUE (HMRC)



HM Revenue
& Customs

100 Parliament Street, Londres, SW1A 2BQ

E-mail : foi.request@hmrc.gov.uk

Web : <https://www.gov.uk/government/organisations/hm-revenue-customs>





10. SOURCES

https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/report/downloadreportbyfilename?filename=Retail%20Foods_London_United%20Kingdom_7-11-2019.pdf

<https://www.nordeatrade.com/en/explore-new-market/united-kingdom/distribution>

<https://www.statista.com/statistics/295656/grocery-retail-market-value-by-channel-in-the-united-kingdom-uk/#:~:text=In%202019%2C%20the%20total%20market,value%20with%2090%20billion%20pounds.>

<https://import-export.societegenerale.fr/fr/fiche-pays/royaume-uni/marche-distribution>

https://santandertrade.com/en/portal/analyse-markets/united-kingdom/distributing-a-product?actualiser_id_banque=oui&id_banque=237

<https://www.theguardian.com/business/2020/feb/05/organic-food-and-drink-sales-rise-to-245bn>

<https://www.statista.com/statistics/282379/organic-food-and-drink-sales-in-the-united-kingdom-uk-since-1999/>

<https://www.theguardian.com/business/2020/feb/05/organic-food-and-drink-sales-rise-to-245bn>

<https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/pomegranates/europe>

<https://www.beveragedaily.com/Article/2005/08/23/Health-benefits-drive-pomegranate-juice-sales-in-UK>

<https://www.trade.gov/ccg-landing-page>

GUIDE D'ACCÈS AU MARCHÉ BRITANNIQUE

Pour les produits **GRENADE -
TOMATE SÉCHÉE**



Ce document a été préparé dans le cadre du « Projet d'Accès aux Marchés pour les Produits Agroalimentaires et du Terroir – phase 2 (PAMPAT 2) », mis en oeuvre par l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI), avec un financement du Secrétariat d'Etat à l'Economie de la Confédération Suisse (SECO).

Le projet PAMPAT 2 sera mis en oeuvre entre 2020 et 2024 en étroite collaboration avec le Ministère de l'Économie, des Finances et de l'appui à l'Investissement, le Ministère de l'Industrie, de l'Énergie et des Mines, le Ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques et de la Pêche ainsi qu'avec l'APIA, le CEPEX, le GICA, le GIDATTES et le GIFRUITES.

Le projet PAMPAT 2 vise à valoriser et à faciliter l'accès aux marchés des produits de quatre filières : figue de barbarie/cactus, dérivés de dattes, tomates séchées, grenades. Une stratégie nationale de promotion des produits du terroir tunisiens sera développée et mise en oeuvre dans deux régions pilote. Le projet fournira également un appui pour l'organisation bisannuel du Concours Tunisien des Produits du Terroir.

Le projet PAMPAT 2 collabore avec le SIPPO (Swiss Import Promotion Programm) financé par SECO en ce qui concerne les activités de promotion de l'accès aux marchés.

Pour plus d'informations : www.pampat.tn

E-mail : pampattunis@unido.org