

FR EN

Nous utilisons des cookies pour sécuriser votre connexion, faciliter votre navigation et réaliser des statistiques de visites. Pour obtenir plus d'information sur les cookies et comment vous y opposer, [visitez notre page de politique de cookies](#).

[Gérer mes cookies](#)REQUIS
SEULEMENT

ACCEPTER TOUT

ENVIRONNEMENT DES AFFAIRES

LE CONSOMMATEUR

Le profil du consommateur

Avec une population de près de 3,5 millions de personnes, l'Uruguay représente un marché petit mais actif. Le revenu par tête (25 440 UYU par mois en 2021 - Institut national des statistiques de l'Uruguay) et le niveau de dépenses figurent parmi les plus hauts des économies d'Amérique latine. Cependant, la croissance réelle du marché uruguayen s'est relâchée ces dernières années à cause du ralentissement économique du pays. Après quelques années de faible progression, la croissance économique est repartie et est de 3% en 2021 (FMI). Le profil des consommateurs est différent entre la population urbaine et la population rurale, principalement à cause des différences de salaire. Les citoyens ont un type de consommation similaire à celui des Européens, alors que la population vivant à l'intérieur du pays est moins exigeante et s'intéresse aux produits plus traditionnels. Cependant, les inégalités de revenus entre les populations urbaines et rurales ont diminué et la classe moyenne est en plein essor. L'âge médian de la population uruguayenne est de 35,5 ans (CIA World Factbook, 2020 est.). Les centres touristiques sont caractérisés par une consommation de luxe. Le consommateur moyen se caractérise par son comportement plutôt conservateur.

Le comportement de consommation

Les Uruguayens considèrent que le prix est le principal facteur de décision pour leurs achats. C'est particulièrement vrai pour les produits alimentaires, alors que pour les biens durables et les services, la qualité reste un critère central.

D'après une enquête Nielsen, 58% des Uruguayens disent avoir changé leurs habitudes de consommation ces dernières années, afin de faire des économies sur les dépenses du quotidien. Parmi eux, 55% recherchent activement les promotions et les bonnes affaires, alors que 48% disent n'acheter que ce qui est nécessaire (dernières données disponibles). Les consommateurs uruguayens comparent souvent différents canaux de distribution afin de trouver le plus adapté. Le e-commerce est encore peu développé en Uruguay, mais croît rapidement. Dans la plupart des cas, les consommateurs achètent en ligne parce que les prix sont plus intéressants ou bien parce que le produit en question n'est pas disponible dans les commerces locaux.

Les associations de consommateurs

[Organisme uruguayen de défense des consommateurs](#)
[Ligue pour la défense du consommateur de l'Uruguay](#)

IMPORTATION ET DISTRIBUTION

Les procédures d'importation

Seules les entreprises commerciales, les entreprises industrielles ou les particuliers figurant dans le registre des importateurs peuvent légalement importer des produits en Uruguay. Une facture pro-forma est requise pour lancer les procédures d'importation, et les importateurs doivent utiliser un agent pour gérer leurs entrées de douane. Les documents requis sont : facture commerciale, document de transport et certificat d'origine. Cependant, le pays peut exiger d'autres certificats en fonction du type de produit (code SH).

Le tarif extérieur commun s'applique ad valorem sur la valeur CIF des marchandises importées. Cependant, l'application du TEC peut être soumise à des exceptions en fonction du type de marchandise. Il est également à noter qu'une réexportation au sein du Mercosur ne donne pas droit à une exemption de droits : ainsi si vous exportez un produit en Uruguay, pour le revendre ensuite au Brésil, vous payerez les droits uruguayens, puis les droits brésiliens. Pour éviter cette situation, l'utilisation des zones franches est fortement recommandée.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur le [portail des douanes uruguayennes](#).

Les acteurs de la distribution

La législation fiscale de l'Uruguay a attiré de nombreux investissements qui ont favorisé l'essor du commerce de détail. L'activité de développement du commerce de détail en Uruguay a pris de l'ampleur lorsque le gouvernement a ouvert le marché aux supermarchés et hypermarchés en 2009. Selon les données d'Euromonitor, le marché des supermarchés et des grands magasins en Uruguay est composé de près de 30 000 magasins. De plus, les supermarchés petits et indépendants représentent 67 % des ventes, tandis que les 33 % restants correspondent aux grands supermarchés.

Les pionniers du marché sont les enseignes Disco SA et Ta-Ta SA qui ont rapidement investi le segment. Disco cible les zones à forte population et à faible revenu de Montevideo, tandis que Ta-Ta se concentre dans l'intérieur du pays où il fait face à moins de concurrence. Les plus petits concurrents incluent Supermercados Devoto Hnos SA, Tienda Inglesa et Multi Ahorro. Ayant dominé le secteur des supermarchés, Disco et Ta-Ta investissent désormais massivement dans les centres commerciaux afin de consolider leur contrôle du secteur de la distribution.

Les multinationales possèdent une importante partie des grandes chaînes de distribution. Le groupe Disco-Dévoto est le plus important car il possède les supermarchés DISCO (27 succursales), DEVOTO (25 succursales) ainsi que l'hypermarché Géant. En termes d'importance suivent le groupe Henderson & Cia avec la chaîne Tienda Inglesa (9 succursales), la chaîne Multi Ahorro (30 moyennes surfaces), la chaîne TA-TA (20 petites et moyenne surfaces), la chaîne El Dorado du groupe Polakof & Cia situé principalement dans l'intérieur du pays (40 succursales, supermarchés et magasins de proximité).

Le marché de détail non alimentaire est réparti entre plusieurs petits détaillants indépendants tels que Chic Parisien SA, leader du marché de l'habillement et de la chaussure (Parisien, Indian et DNK), et Coboe SA.

GÉRER UNE ENTREPRISE

Types d'entreprise

Sociedad Anonima ou S.A (société anonyme)

Nombre de partenaires et d'associés : Au moins 2 partenaires.

Capital minimum et/ou maximum : 923 403 UYU, 25% du capital doit être libéré au moment de la constitution.

Responsabilité des associés : La responsabilité est limitée au montant des apports.

Sociedad de Responsabilidad Limitada ou SRL (société à responsabilité limitée)

Nombre de partenaires et d'associés : Au moins 2 partenaires, maximum 50.

Capital minimum et/ou maximum : 20 531 UYU. Au moment de la constitution, les associés doivent apporter au moins 50 % de leur participation dans le capital social.

Responsabilité des associés : La responsabilité est limitée au montant des apports.

Sociedad Colectiva ou SC (société en nom collectif)

Nombre de partenaires et d'associés : 2 partenaires minimum.

Capital minimum et/ou maximum : Pas de capital minimum requis.

Responsabilité des associés : La responsabilité est illimitée pour tous les partenaires.

Sociedad en Commandita Simple ou SCS (société en commandite simple)

Nombre de partenaires et d'associés : 2 partenaires minimum.

Capital minimum et/ou maximum : Pas de capital minimum requis.

Responsabilité des associés : La responsabilité est limitée pour le commanditaire et illimitée pour le commandité.

Créer une entreprise	Uruguay	Latin America & Caribbean
Procédures (nombre)	5,0	8,0
Temps (jours)	6,5	25,2

Source : *Doing Business - Dernières données disponibles.*

Le coût du travail

Le salaire minimum

En 2021, le salaire minimum est de 17 930 UYU par mois selon les données du gouvernement uruguayen.

Le salaire moyen

En 2019, le salaire mensuel brut était de 34 746 UYU selon l'OIT (dernières données disponibles).

Les cotisations sociales

Les contributions sociales payées par l'employeur: 12,63% du salaire brut.

Les contributions sociales payées par l'employé: 18,1-23,1% du salaire brut selon les régimes et les secteurs.

La propriété intellectuelle

Les organismes nationaux compétents

La [Direction nationale de la propriété industrielle](#). L'Uruguay a adhéré à [la convention de Paris](#) pour la protection de la propriété industrielle et à la convention établie par [l'Organisation mondiale de la protection intellectuelle \(OMPI\)](#)

Les organismes régionaux compétents

Régulation régionale de la propriété intellectuelle dans le cadre de l'accord du [MERCOSUR](#).

Les accords internationaux

[Signataire des ADPIC](#) - Aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce

LES TAUX STANDARDS

Les taxes à la consommation

La nature de la taxe

Taxe sur la Valeur Ajoutée (TVA) - Impuesto al valor agregado (IVA)

Le taux standard

22%

Le taux réduit

Certains biens essentiels, médicaments, services hôteliers et touristiques, services de santé, première vente de biens immobiliers et services proposés par des hôtels en « haute saison » à des particuliers résidents sont soumis à un taux réduit de 10%.

Certains biens et services sont exemptés : devises étrangères, titres, obligations, actions et autres transactions financières, lait, livres, journaux, magazines, matériel éducatif, machines agricoles, eau et services fournis par des hôtels en "basse saison" à des particuliers résidents.

Les exportations de biens sont détaxées.

Le consommateur final peut bénéficier d'un taux réduit de 18% pour les transactions jusqu'à 16 000 UYU, et de 20% pour les opérations supérieures à cette valeur, lorsque le paiement est effectué par carte de débit ou par instrument de monnaie électronique.

Les autres taxes à la consommation

L'Uruguay applique une taxe de commercialisation : [IMESI \(en espagnol\)](#) (Impuesto Especifico Interno, Specific Internal Tax), applicable uniquement à la première vente. Selon le type de bien, il est calculé sur la base du prix de vente réel ou du prix officiel fixé par l'Etat. Les marchandises soumises aux taux les plus élevés sont les boissons alcoolisées (de 20,20% à 80%, selon le degré d'alcool), le tabac (de 28% à 70%), les lubrifiants (de 5% à 35%) et l'essence, le carburant et autres produits pétroliers (de 5% à 133%).

Les taxes sur les sociétés

Impôt sur les sociétés

25%

La taxation des plus-values

Les plus-values de cession sont imposées en tant que revenu ordinaire au taux d'imposition des sociétés de

25%.

Les plus-values de cession de titres du porteur sont soumis à un taux de 12%, applicable à un notional de 20% du coût de la transaction (20% de la valeur marchande des titres cédés, s'ils ne sont pas cotés).

Les déductions et les crédits d'impôt

Les dépenses documentées nécessaires pour obtenir et conserver un revenu brut imposable sont généralement déductibles.

Les amortissements (selon la méthode linéaire) sont déductibles à des taux variables en fonction de la nature de l'actif. D'autre part, le goodwill ne peut être déduit aux fins de l'impôt. Les frais de démarrage peuvent être amortis sur une période de trois à cinq ans (à déterminer par l'entreprise). Les frais d'intérêt et les créances irrécouvrables (pour les créances non recouvrées dans les 18 mois ou plus) sont généralement déductibles.

Les dons à des organismes de bienfaisance donnent lieu à des déductions à des taux variables selon l'organisme bénéficiaire. Les dons à certains types d'organismes (services éducatifs, santé, aide à la jeunesse) sont déductibles à hauteur de 25% du montant, le reste étant converti en crédit d'impôt.

Les amendes et pénalités payées ne sont pas déductibles des impôts. Les impôts sont généralement déductibles, à l'exception de l'impôt sur les sociétés et de l'impôt sur la fortune.

Les pertes fiscales peuvent être reportées sur une période maximale de cinq ans (jusqu'à 50% du revenu imposable net pour les exercices ouverts à compter du 1er janvier 2017), après ajustement pour l'inflation. Cependant, à partir de 2021, le plafond susmentionné a été éliminé. Le report des pertes n'est pas autorisé.

Les autres taxes sur les sociétés

Les employeurs sont tenus de retenir les charges sociales au nom de leurs employés à des taux variant de 18,1% à 23,1% (selon la situation familiale de l'employé). Les employeurs versent 12,625% du salaire.

Une taxe foncière est prélevée par les municipalités sur les biens immobiliers à des taux variables. Les droits de mutation sont payables à la fois par le vendeur (2%) et par l'acheteur (2%).

Toutes les entreprises sont soumises à un impôt sur la fortune de 1,5% (qui ne s'applique qu'aux biens et titres domiciliés en Uruguay). Au moment de leur constitution, les sociétés sont tenues de payer un impôt forfaitaire au taux de 1,5% sur la base d'un montant de référence actualisé chaque année (impôt ICOSA - 44 777 UYU en 2022). De plus, l'impôt est également dû annuellement pour les sociétés à la fin de chaque exercice au taux de 0,75% sur la base du même montant de référence.

Si une société ne distribue pas de revenu net imposable après trois exercices, ces montants sont traités comme une distribution réputée et sont soumis à un impôt sur les dividendes réputés de 7 %.

Les autres ressources utiles

[Administration générale des impôts \(DGI\)](#)

[Consultez le site Doing Business](#), pour obtenir un sommaire des impôts et des cotisations obligatoires.

Les conventions de non double imposition

Les pays avec lesquels une convention de non double imposition a été signée

Liste des conventions de double imposition

Les retenues à la source

Dividendes : 0 (société résidente)/7%, Intérêts : 0 (société résidente)/7% ou 12% (selon durée et devise du prêt)/25% (intérêts versés à un résident d'un paradis fiscal), Redevances : 0% (société résidente)/12 %/25% (redevances versées à un résident d'un paradis fiscal)
