



Secteur Agroalimentaire

Veille
trimestrielle
du marché chinois

Avril – Juin
2010

TENDANCES DU MARCHÉ

Les produits actuellement demandés par le marché sont :

- le lait et les produits laitiers ;
- les viennoiseries ;
- les biscuits ;
- le chocolat ;
- les condiments (moutardes, huiles, vinaigres) à bon rapport/qualité prix ;
- les pâtes alimentaires ;
- les vins et spiritueux dont le Champagne ;
- l'eau minérale et les boissons non alcoolisées (sodas, jus de fruits).

ZOOM SUR QUELQUES GRANDES ENTREPRISES DU SECTEUR

CARREFOUR : Fin 2009, le numéro 2 mondial de la distribution a inauguré ses 149^{ème} et 150^{ème} hypermarchés à Pékin et Chengdu.

COCA COLA : Après avoir tenté sans succès de racheter le chinois HUIYUAN JUICE GROUP Ltd. en septembre 2008, le géant américain de la boisson, présent en Chine depuis trois décennies, a redéfini sa stratégie de croissance dans l'Empire du Milieu en s'axant avant tout sur le développement de ses ressources existantes. Ainsi COCA-COLA envisage pour les 10 prochaines années de doubler le nombre de ses usines d'embouteillage en Chine, et d'y tripler son chiffre d'affaires. Ce projet s'inscrit dans celui que

Vos contacts

Région Champagne-Ardenne
Direction du développement
économique
Didier EXBRAYAT
Tél : 03 26 70 31 42
dexbrayat@cr-champagne-ardenne.fr

Energie 7 International
Peggy MINTOFF
Tél : 05 57 71 90 89
peggy.mintoff@energie7.com

la compagnie américaine a baptisé « Vision 2020 » qui envisage d'atteindre les 200 milliards d'USD d'ici 2020.

CHATEAU DE RICHELIEU : La holding chinoise A&A International, située à Hong Kong et spécialisée dans le luxe, a pris une participation majoritaire dans le Château Richelieu, l'un des plus anciens vignobles d'appellation bordelaise, situé à Fronsac en Gironde. Créée par Charlemagne en 769, cette propriété exploitant près de 15 ha de vignes, exporte 90% de sa production à l'étranger. Son nouvel actionnaire envisage d'ici 2010 d'ouvrir à Pékin un bar à vins où seront servis Château Richelieu et La Favorite de Richelieu, une cuvée spéciale qui devrait être exclusivement réservée au marché chinois.

DANONE : Les deux grands groupes alimentaires, DANONE et WAHHAHA, ont annoncé en septembre 2009 avoir mis fin aux litiges qui les opposaient depuis plus de deux ans en concluant un accord à l'amiable au terme duquel DANONE a décidé de céder à son homologue chinois les 51% qu'il détenait dans la co-entreprise. Dans un communiqué de presse, le PDG du groupe français, Franck RIBOUD, a souligné que DANONE "avait un engagement de longue date en Chine, où il est présent depuis 1987 et souhaitait accélérer la réussite de leurs activités chinoises conformément à leur mission qui est d'apporter la santé à travers l'alimentation au plus grand nombre de personnes".

DOMAINES BARON DE ROTHSCHILD : Déjà présents au Chili et en Argentine, les DOMAINES BARON DE ROTHSCHILD ont décidé de développer un vignoble en partenariat avec le groupe public chinois CITIC dans la péninsule de Penglai, à l'est de la Chine. Cette région du Shandong, surnommée le « Bordelais chinois », qui jouit d'une tradition viticole ancienne, s'est révélée la plus prometteuse pour la production d'un grand cru, tant d'un point de vue climatique que géologique. Sa terre de premier choix permettra la plantation en coteaux d'un vignoble de 25 hectares.

EURALIS : A la demande de ses clients restaurateurs que le leader mondial ne pouvait plus fournir en foie gras cru en raison de la législation chinoise qui interdit l'importation de produits crus carnés, EURALIS a décidé d'implanter il y a près de 2 ans sa propre ferme d'élevage de canards au pied de la Grande Muraille, à 80 km au nord de Pékin.

Veille trimestrielle du marché chinois

Avril – Juin
2010

Vos contacts

Région Champagne-Ardenne
Direction du développement
économique
Didier EXBRAYAT
Tél : 03 26 70 31 42
dexbrayat@cr-champagne-ardenne.fr

Energie 7 International
Peggy MINTOFF
Tél : 05 57 71 90 89
peggy.mintoff@energie7.com

Veille trimestrielle du marché chinois

Avril – Juin
2010

Aujourd'hui, 100.000 canards y sont élevés, gavés et abattus chaque année pour fournir un marché qui est encore à ses balbutiements mais très prometteur car les Chinois adorent le foie gras, mais le consomment uniquement chaud : escalopé, cuit à la vapeur ou poché dans un bouillon.

FAUCHON : La célèbre épicerie de luxe française, a ouvert son premier magasin de 2200 m² en juin 2007 à Pékin, au cœur du Centre commercial de Dawang Lu dédié entièrement aux grandes marques de luxe. Dans sa démarche, le groupe a décidé de s'allier au géant chinois de la distribution BEIJING HUALIAN GROUP. La législation chinoise ne permettant pas au traiteur français de se développer en franchise, FAUCHON a choisi de se mettre en joint-venture avec son partenaire chinois dans laquelle l'épicerie française reste minoritaire. Dans son partenariat, FAUCHON apporte son savoir-faire et une assistance aux équipes pékinoises et BEIJING HUALIAN GROUP investit dans la réalisation des magasins.

LVMH : Au travers de MOËT HENNESSY, le groupe français a hésité à racheter un fabricant d'alcool de riz en 2007, mais y exporte déjà à foison cognacs, whiskies et champagnes.

MAXIM'S : Présent en Chine depuis 27 années, la célèbre enseigne MAXIM'S après avoir lancé des restaurants, un café et vendu des chocolats sous sa marque, a choisi de miser désormais sur le marché chinois du champagne. Pour ce faire, MAXIM'S a organisé une soirée de dégustation dans son restaurant de Pékin afin de faire connaître son champagne auprès des médias et des acteurs du marché. D'autres manifestations doivent suivre sur Shanghai, Shenzhen, et Canton. MAXIM'S n'envisage pas pour le moment d'ouvrir des boutiques en son nom, mais plutôt des corners dans ses principaux partners stores.

MC DONALD'S : Implanté en Chine depuis 1990, avec un premier restaurant à Shenzhen, Mc DONALD'S en possède désormais près de 1100, et prévoit de doubler ce chiffre d'ici 2013. Le géant du fast-food américain emploie désormais en Chine 60.0000 personnes et prévoit d'en créer 10.000 nouveaux emplois uniquement sur l'année 2010.

POL ROGER : La célèbre maison de champagne familiale POL ROGER, qui n'avait alors pas encore poussé la porte du marché chinois, a décidé de se lancer à l'assaut de l'Empire du Milieu et notamment de faire confiance à SUMMERGATE

Vos contacts

Région Champagne-Ardenne
Direction du développement
économique
Didier EXBRAYAT
Tél : 03 26 70 31 42
dexbrayat@cr-champagne-ardenne.fr

Energie 7 International
Peggy MINTOFF
Tél : 05 57 71 90 89
peggy.mintoff@energie7.com

FINE WINES pour y importer, promouvoir et distribuer ses vins. Cette société chinoise créée en 1999 n'importe et ne commercialise en Chine que des grands vins mondialement connus comme LAFITE, ANTINORI, HUGEL, CATENA ou encore RIDGE.

LES SALONS DU SECTEUR

- 20-23 janvier 2010 : Salon du Chocolat, Shanghai
- 12-15 mai 2010 : Bakery China, Salon de la Restauration hors foyer et de l'hôtellerie haut de gamme
- 19-25 mai 2010 : SIAL China, Salon international de l'alimentation, Shanghai
- 25-27 mai 2010 : VINEXPO, Salon des vins et spiritueux, Hong Kong
- 1-3 juin 2010 : Top Wine China, Salon des vins, Pékin
- 1-4 octobre 2010 : VIV China, Salon de l'élevage intensif, Pékin
- Novembre 2010 : Hong Kong International Wine and Spirit Fair, Hong Kong
- 11-13 novembre 2010 : Food and Hotel China 2010, Salon des produits agroalimentaires, Shanghai

ACTUALITES DU SECTEUR

Juin 2010

LE BIO PREND SON ENVOL EN CHINE

Poussé par les scandales alimentaires (lait frelaté, haricots toxiques, poires dangereuses...), le bio séduit de plus en plus de Chinois. Même si son coût reste élevé (en moyenne 5 fois plus cher que les légumes ordinaires), le marché est aujourd'hui estimé à plus de 590 millions d'euros avec des perspectives de croissance de près de 20 à 30% par an sur les 5 prochaines années. Conscients du potentiel mais aussi du bienfait pour l'environnement, nombre de petits agriculteurs chinois ont choisi de se convertir au bio. Un véritable challenge dans un pays où air, sol et eau sont largement pollués et où il faut nourrir près d'1,3 milliards d'habitants.

Veille trimestrielle du marché chinois

Avril – Juin
2010

Vos contacts

Région Champagne-Ardenne
Direction du développement
économique
Didier EXBRAYAT
Tél : 03 26 70 31 42
dexbrayat@cr-champagne-ardenne.fr

Energie 7 International
Peggy MINTOFF
Tél : 05 57 71 90 89
peggy.mintoff@energie7.com

Veille trimestrielle du marché chinois

Avril – Juin
2010

HEINZ RACHETE LE CHINOIS FOODSTAR

Le numéro 1 mondial du Ketchup vient de racheter l'un des premiers fabricants chinois de sauce soja et de tofu fermenté, FOODSTAR. Cette acquisition pour un montant de 165 millions d'USD avec une clause d'indexation sur les bénéfices futurs en 2014, offre à HEINZ une solide plateforme sur le marché de la sauce soja en Chine, un marché en pleine expansion, qui se développe au rythme annuel de 7 à 8%, et qui est évalué à près de 2 milliards d'USD. Avec cet achat, la firme américaine anticipe un chiffre d'affaires en Chine de 300 millions d'USD.

SINOFERT OUVRE SON 1^{er} SUPERMARCHÉ AGRICOLE

La plus grande compagnie d'engrais chinoise, SINOFERT, qui produit chaque année près de 10 millions de tonnes d'engrais, et compte plus de 2000 centres de distribution, vient d'ouvrir son 1^{er} supermarché agricole à Pingdu, dans la Province du Shandong, dans l'est de la Chine. Ce supermarché doit permettre aux agriculteurs d'acheter toutes sortes de matériaux agricoles, comme des engrais, des pesticides, des graines mais aussi des machines, et leur faciliter l'obtention de prêts et de services financiers et technologiques. SINOFERT envisage d'ouvrir une centaine de supermarchés de ce type d'ici à 2012.

UNE NOUVELLE CAMPAGNE SUR LA SECURITE DES PRODUITS DE LA VIANDE

Le Ministère du Commerce chinois a lancé une nouvelle campagne de sécurité à l'encontre de la viande insalubre. Les 6 prochains mois, les autorités locales vont renforcer les contrôles, tous les abattoirs non agréés seront fermés et les personnes ne respectant les règles de sécurité alimentaire seront sévèrement punies.

Mai 2010

UN NOUVEAU MAGASIN POUR CARREFOUR

CARREFOUR qui compte aujourd'hui 158 supermarchés en Chine continentale va prochainement ouvrir son premier supermarché à Taiyuan dans la province du Shanxi, dans le nord de la Chine.

Vos contacts

Région Champagne-Ardenne
Direction du développement
économique
Didier EXBRAYAT
Tél : 03 26 70 31 42
dexbrayat@cr-champagne-ardenne.fr

Energie 7 International
Peggy MINTOFF
Tél : 05 57 71 90 89
peggy.mintoff@energie7.com

OUVERTURE DE LA 1^{ère} UNIVERSITE DU HAMBURGER DE CHINE

MC DONALD'S vient d'ouvrir une Université du Hamburger à Shanghai. Septième du genre au niveau mondial, cette université quelque peu atypique permettra à la chaîne américaine de former ses futurs dirigeants aux techniques de management, soit près de 5.000 personnes d'ici 5 ans. MC DONALD'S compte aujourd'hui près de 60 000 employés en Chine répartis dans 1.100 restaurants. Présent dans l'Empire du Milieu depuis 20 ans, son objectif est de doubler ses succursales d'ici 5 ans.

Avril 2010

NOUVELLES REGLES SUR LES ADDITIFS ALIMENTAIRES

Depuis le 22 avril 2010, 6 nouvelles mesures dans l'emploi d'additifs alimentaires en Chine sont entrées en vigueur.

Sont désormais interdits les additifs alimentaires visant à induire en erreur les consommateurs sur le contenu et la qualité des aliments ou à contrefaire leur contenu ; tout comme les additifs masquant la décomposition ou la mauvaise qualité de la nourriture.

Il est également obligatoire de n'utiliser que la dose minimum d'additifs alimentaires nécessaires et interdit d'utiliser ceux réduisant la valeur nutritive des aliments.

Le Ministère chinois de la Santé publique n'approuvera par ailleurs les nouveaux additifs que s'ils s'avèrent nécessaires à la production des aliments et sans danger.

Enfin, les additifs déjà approuvés vont faire preuve de nouvelles recherches et d'une réévaluation par le Ministère.

CHINE: 1er MARCHE ASIATIQUE POUR LES VINS

Actuel 8^{ème} consommateur de vin dans le monde, et 10^{ème} producteur mondial, la Chine est aujourd'hui le 1^{er} marché asiatique pour les vins, devant le Japon et la Corée.

Même si les Chinois consomment encore majoritairement du vin produit localement, on estime que d'ici 2013 la part des vins importés (90%) pourrait atteindre près de 16%, et que les Chinois pourraient consommer près de 1,26 milliard de bouteilles. L'Empire du Milieu pourrait bien alors décrocher la 7^{ème} place de consommateur de vin dans le monde.

Veille trimestrielle du marché chinois

Avril – Juin
2010

Vos contacts

Région Champagne-Ardenne
Direction du développement
économique
Didier EXBRAYAT
Tél : 03 26 70 31 42
dexbrayat@cr-champagne-ardenne.fr

Energie 7 International
Peggy MINTOFF
Tél : 05 57 71 90 89
peggy.mintoff@energie7.com

Veille trimestrielle du marché chinois

Avril – Juin
2010

UN SITE INTERNET DEDIE AUX FROMAGERS CHINOIS

L'Université de Sciences et de Technologie de Tianjin et DSM Food Specialties viennent de lancer un site Internet, www.cheeseinstitute.com, dédié aux fromagers chinois qui pourront retrouver en ligne les dernières publications concernant les recherches sur les fromages, les méthodes de fabrication, et l'ensemble des fromages que l'on peut trouver dans le monde.

Objectif premier de ce site : augmenter la production de fromages en Chine. A ce jour, 90% des fromages consommés en Chine sont importés.

H. MOUNIER TRACE SON SILLON EN CHINE

La maison de négoce H. MOUNIER affiche une santé de fer. Son dernier Cognac, L'Héritage du Prince, connaît un réel succès depuis son lancement, et la Chine qui est son plus gros marché ne jure plus que par sa gamme Prince Hubert de Polignac.

STARBUCKS FAIT DU MARCHE CHINOIS UNE PRIORITE

Après avoir ouvert son 1^{er} magasin en Chine en 1999, le géant du café STARBUCKS, détient actuellement dans l'Empire du Milieu plus de 350 magasins et envisage d'en ouvrir des milliers d'autres. En effet, la Chine est amenée à devenir très rapidement le 2^{ème} marché du groupe américain.

+79% DE BENEFICES EN 2009 POUR TSINGTAO BREWERY

L'un des plus grands producteurs chinois de bière, le groupe TSINGTAO BREWERY, a enregistré une hausse de 79% de ses bénéfices en 2009 (183 millions d'USD). Le groupe attribue ces bons chiffres à une augmentation de ses ventes et une réduction de ses coûts, notamment de l'orge importée.

Mars 2010

WAL-MART VA SE RENFORCER SUR LE MARCHE CHINOIS

Le géant de la distribution américain WAL-MART, qui dispose actuellement de 282 magasins en Chine, envisage d'y

Vos contacts

Région Champagne-Ardenne
Direction du développement
économique
Didier EXBRAYAT
Tél : 03 26 70 31 42
dexbrayat@cr-champagne-ardenne.fr

Energie 7 International
Peggy MINTOFF
Tél : 05 57 71 90 89
peggy.mintoff@energie7.com

renforcer son implantation ces prochaines années, en lançant notamment une activité de vente en ligne.

LA CHINE ENVISAGE D'AMELIORER SON SYSTEME DE SECURITE ALIMENTAIRE

Suite au dernier incident qui s'est produit dans la Province du Hainan - découverte d'un pesticide dans 3,5 tonnes de doliques (haricots) -, et ce un an après l'affaire du lait mélaminé, les autorités chinoises ont décidé d'intensifier les tests de sécurité alimentaire et inspections, en particulier pour les produits laitiers et tous les aliments à risque de manière générale.

MC DONALD'S VEUT DOUBLER LE NOMBRE DE SES RESTAURANTS EN CHINE

MC DONALD'S envisage de doubler le nombre de ses restaurants en Chine d'ici fin 2013. Le groupe américain espère ouvrir cette année entre 150 et 175 fast-foods, puis 200 les deux années suivantes. Ainsi le nombre de points de vente de MC DONALD'S devrait passer de 1.100 à 2.000 dans les 4 prochaines années.

CHINE : 1^{er} CLIENT DES VINS DE BORDEAUX (HORS UNION EUROPEENNE)

Selon le Comité Interprofessionnel du Vin de Bordeaux (CIVB), la Chine est désormais le 1^{er} client des Vins de Bordeaux (hors Union Européenne), les Etats-Unis et le Japon ayant respectivement pris les 2^{ème} et 3^{ème} au classement (hors Union Européenne). La Chine a en effet importé en 2009 près de 137.000 hectolitres (+97% par rapport à 2008) de Vins de Bordeaux pour un chiffre d'affaires de 74 millions d'€ (+40% par rapport à 2008).

Février 2010

NESTLE CHOISIT D'INVESTIR EN CHINE

Conscient que sa croissance est désormais tirée par les pays émergents, le leader de l'alimentaire NESTLE a décidé d'ouvrir en 2009 une nouvelle usine de bouillons MAGGI en Chine, où sont déjà établis trois de ses centres de R&D. L'objectif premier de NESTLE est de familiariser ses futurs clients avec ses marques afin de pénétrer à terme les zones rurales. NESTLE emploie aujourd'hui 13.000 collaborateurs

Veille trimestrielle du marché chinois

Avril – Juin
2010

Vos contacts

Région Champagne-Ardenne
Direction du développement
économique
Didier EXBRAYAT
Tél : 03 26 70 31 42
dexbrayat@cr-champagne-ardenne.fr

Energie 7 International
Peggy MINTOFF
Tél : 05 57 71 90 89
peggy.mintoff@energie7.com

en Chine et y dispose de 20 usines qui produisent plus de 98% des produits vendus localement.

LE COGNAC DESORMAIS PROTEGE DE LA CONTREFAÇON EN CHINE

Le cognac est depuis peu le 1^{er} produit étranger à bénéficier d'un label dont l'indication géographique a été reconnue par les autorités chinoises.

Impulsée en 1995 par l'Union Européenne et l'AGSQIQ (Administration Générale de la Supervision, de la Qualité, de l'Inspection et de la Quarantaine), cette nouvelle reconnaissance liant un produit à un territoire, à l'image des appellations françaises d'origine contrôlée, a été mise en place afin de pouvoir lutter efficacement contre la contrefaçon, mais aussi contre les produits frelatés.

A terme, le roquefort, les pruneaux d'Agen, ou encore le Comté, ainsi qu'une dizaine de produits chinois tel que le thé Long Jing qui a été le premier produit reconnu, devraient également bénéficier de ce label.

LES RESTAURANTS GASTRONOMIQUES POUSSENT COMME DES CHAMPIGNONS EN CHINE

Chaque année, la population aisée chinoise augmente de 60 millions d'individus en moyenne, soit l'équivalent de la population française. Le Ministère chinois a donc choisi de développer de grandes enseignes gastronomiques dans un secteur qui emploie aujourd'hui 20 millions de personnes, et qui reste encore dominé par les petits moyens établissements. Selon les autorités locales, d'ici à 2013, l'industrie de la restauration chinoise devrait progresser chaque année en moyenne de 18% pour atteindre un volume de ventes de 330 milliards de yuans d'ici à 3 ans.

LES CHINOIS SE CONVERTISSENT AU FOIE GRAS

Le foie gras est de plus en plus présents sur les cartes des hôtels cinq étoiles et des restaurants gastronomiques chinois. Si la Chine n'autorise pas l'importation de foie gras cru ou mi-cuit, certaines entreprises comme le groupe français EURALIS ont fait le choix de s'implanter et fabriquer le foie gras sur place afin de répondre à la demande des grands chefs étoilés.

Même si la production de foie gras en Chine (1 millier de tonnes) se situe encore loin de celle de la France (20.000 tonnes), elle progresse tout de même de près de 30% chaque année !

Veille trimestrielle du marché chinois

Avril – Juin
2010

Vos contacts

Région Champagne-Ardenne
Direction du développement
économique
Didier EXBRAYAT
Tél : 03 26 70 31 42
dexbrayat@cr-champagne-ardenne.fr

Energie 7 International
Peggy MINTOFF
Tél : 05 57 71 90 89
peggy.mintoff@energie7.com

Veille trimestrielle du marché chinois

Avril – Juin
2010

LE VIN : UN MARCHÉ PROMETTEUR EN CHINE

Même si la Chine ne consomme actuellement que 0,5 litre de vin par habitant et par an, et même si le marché reste dominé par les ventes de vins locaux, les vins importés ont vu leurs ventes s'envoler, avec une progression de 308,4% entre 2004 et 2008, et un chiffre d'affaires représentant plus 40% du total du secteur. La France reste le 1^{er} fournisseur de vin, suivie de l'Australie.

Les vins étrangers sont essentiellement consommés par les femmes, les jeunes et les familles de classe moyenne, notamment dans les grandes agglomérations à l'image de Pékin, Shanghai et Canton qui occupent les 3 premières places pour la consommation de vin.

Janvier 2010

LA JEUNE GENERATION CHINOISE SUCCOMBE AU CHOCOLAT



A l'occasion du Salon du Chocolat qui s'est tenu à Shanghai en janvier dernier, de nombreux chocolatiers français ont pu exposer aux Chinois leurs diverses créations et savoir-faire en ce domaine. Même si la population traditionnelle chinoise consomme encore peu de chocolat, les jeunes Chinois succombe de plus en plus à ce nouveau met apparenté au luxe, mais restant accessible pour leur porte-monnaie. Certains chocolatiers voient déjà en la Chine un marché aussi prometteur voire davantage que l'était (et l'est encore) le Japon. A l'image du chocolatier parisien Jean-Paul HEVIN qui dispose déjà de 3 boutiques à Hong Kong, et d'une boutique à Shanghai, et qui voit depuis quelques temps ses commandes s'envoler.

LES VERTUS DU THE VERT

Depuis 5000 ans, les Chinois consomment du thé vert, source selon leur médecine traditionnelle de longévité et de santé. Riche en antioxydants (vitamine C, minéraux, polyphénols), le thé vert aiderait à prévenir des cancers et à

Vos contacts

Région Champagne-Ardenne
Direction du développement
économique
Didier EXBRAYAT
Tél : 03 26 70 31 42
dexbrayat@cr-champagne-ardenne.fr

Energie 7 International
Peggy MINTOFF
Tél : 05 57 71 90 89
peggy.mintoff@energie7.com

lutter contre les troubles du métabolisme des graisses et des glucides ; il est également riche en fluor et faible en calories.

Veille trimestrielle du marché chinois

Avril – Juin
2010

Vos contacts

Région Champagne-Ardenne
Direction du développement
économique
Didier EXBRAYAT
Tél : 03 26 70 31 42
dexbrayat@cr-champagne-ardenne.fr

Energie 7 International
Peggy MINTOFF
Tél : 05 57 71 90 89
peggy.mintoff@energie7.com