



LE SECTEUR LAITIER CHINOIS :

Etat des lieux 10 ans après le scandale de la mélamine

26/09/2018

Jean-Marc Chaumet – Institut de l'Élevage

Une lettre de veille et d'analyse sur les productions animales en Chine

- **Chine_Abcis : 4 numéros par an**
(Abcis : société de conseil regroupant Idele, Ifip et Itavi)
- **Veille sur l'alimentation animale, les politiques agricoles et le commerce agricole.**
- **Focus sur les productions animales.**



Visiter les bœufs dans un supermarché haut de gamme à Shanghai.

Edito

Le Levée de l'embargo sur la viande française bovine : une première étape vers un marché en expansion

Début mars, la Chine a, après des années d'âpres négociations, levé partiellement l'embargo ESB imposé depuis 2001 pour la viandes bovine français. La décision s'appliquera aux viandes issues de bovins âgés de moins de 30 mois. Cette annonce intervient après celles concernant la viande étiopienne en septembre 2016 et irlandaise en février 2015.

La Chine cherche en effet à développer et diversifier ses approvisionnements en viande bovine pour satisfaire une demande que la production locale peine à fournir. Car cette viande n'entre pas dans la liste des aliments emblématiques de la culture chinoise. A côté de celles du porc, du soja, du riz et du blé, la consommation comme la production de cette viande ont longtemps été limitées pour des raisons économiques et sociologiques. La progression du niveau de vie, l'influence des cuisines étrangères et l'évolution de la société ont concouru à la hausse de la consommation, en dehors des zones traditionnelles.

Compte tenu d'une offre contrainte par de nombreuses limites, économiques comme techniques, cette dynamique de la demande a été à l'origine d'une flambée des cours et d'un afflux de viande bovine étrangère. Longtemps restée à l'écart du marché international de la viande bovine, la Chine en est devenue, au milieu des années 2010, le 1er importateur mondial, en tenant compte des flux illégaux, et donc le 2ème consommateur derrière les Etats-Unis. Relativement ouvert d'un point de vue tarifaire, le marché chinois de la viande bovine reste cependant entouré sur le plan sanitaire : seuls 11 pays ont l'autorisation officielle d'exporter en Chine continentale.

Si la levée de l'embargo est une bonne nouvelle, le chemin est encore long pour insérer de la viande française dans les assiettes chinoises. Les étapes laudit du système sanitaire français, signature de protocoles d'accord au niveau technique et gouvernemental, audit des abattoirs français candidats à l'exportation vers la Chine et publication des abattoirs agréés sur les sites internet des autorités chinoises) devraient prendre encore de nombreux mois, à moins qu'une volonté politique en Chine ne permette d'accélérer le calendrier.

Enfin, l'entrée de la viande sur le territoire chinois n'est pas le sésame que tant espèrent et la conquête du marché se révèle longue et semée d'embûches. La viande locale, encore largement majoritaire, se place en quasi-monopole sur les marchés de plein air et la restauration chinoise, la concurrence avec la viande importée prenant de l'importance dans les hypermarchés, la restauration occidentale, le e-commerce et la transformation. En outre, la compétition est rude entre les différentes viandes étrangères déjà autorisées. Elle se joue sur des critères comme le prix, la découpe, l'alimentation des animaux, la sécurité sanitaire... La viande australienne a été détrônée en 2016 par la viande brésilienne, moins chère. Mais elle reste la référence en termes de qualité et de communication. En outre, le scandale de la viande frelatée au Brésil révèle mis mes risque d'entacher profondément l'image du bœuf brésilien (comme du poulet d'ailleurs). Or on sait que les Chinois ont la mémoire longue, surtout les classes moyennes et supérieures qui restent les principaux consommateurs de bœuf.

La communication demeure en effet le facteur primordial pour les viandes haut de gamme sur le marché chinois. Le choix du consommateur local repose en effet, pour sa première expérience, sur le prix et sur les informations recueillies sur internet ou par le bouche-à-oreille.

La viande française doit ainsi prendre en compte tous ces facteurs pour percer un jour en Chine.

Pour plus d'information sur le marché chinois de la viande bovine, lire le Dossier Economie de l'Elevage n°473, « La viande bovine en Chine, un marché en expansion, mais... »

Sommaire

2

ALIMENTATION ANIMALE

Un secteur qui suit la stagnation des productions animales

8

SECTEUR PORCIN

Les importations chinoises vont-elles se poursuivre en 2017 ?

13

SECTEUR LAITIER

La Chine prévoit une augmentation des importations d'ici 2025, malgré la politique de reconquête du marché national

16

SECTEUR OVIN

La Chine, plus que jamais stratégique pour le marché mondial de la viande ovine



Le secteur laitier en Chine 10 ans après le scandale de la mélamine





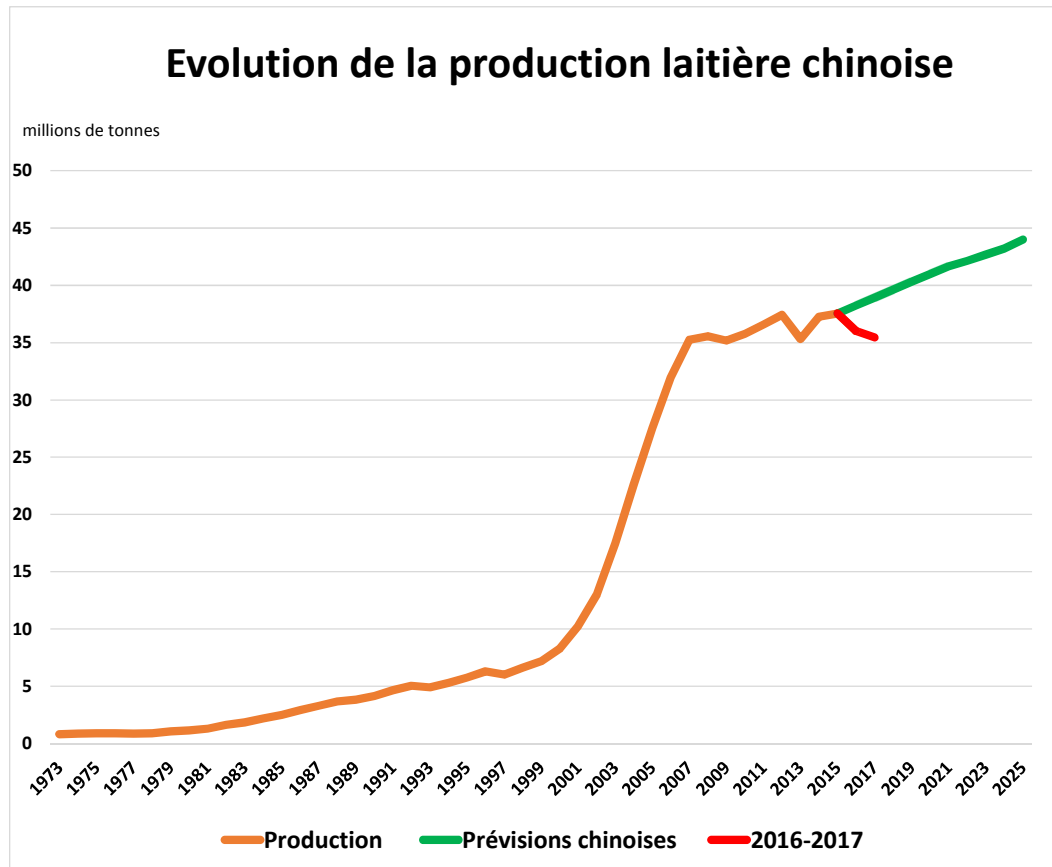
**1) Un amont qui souffre et un
aval qui respire**

**2) Le secteur des poudres de lait
infantile : un nouveau départ en
2018?**



1) Un amont qui souffre et un aval qui respire

Une production de lait de vache à la peine

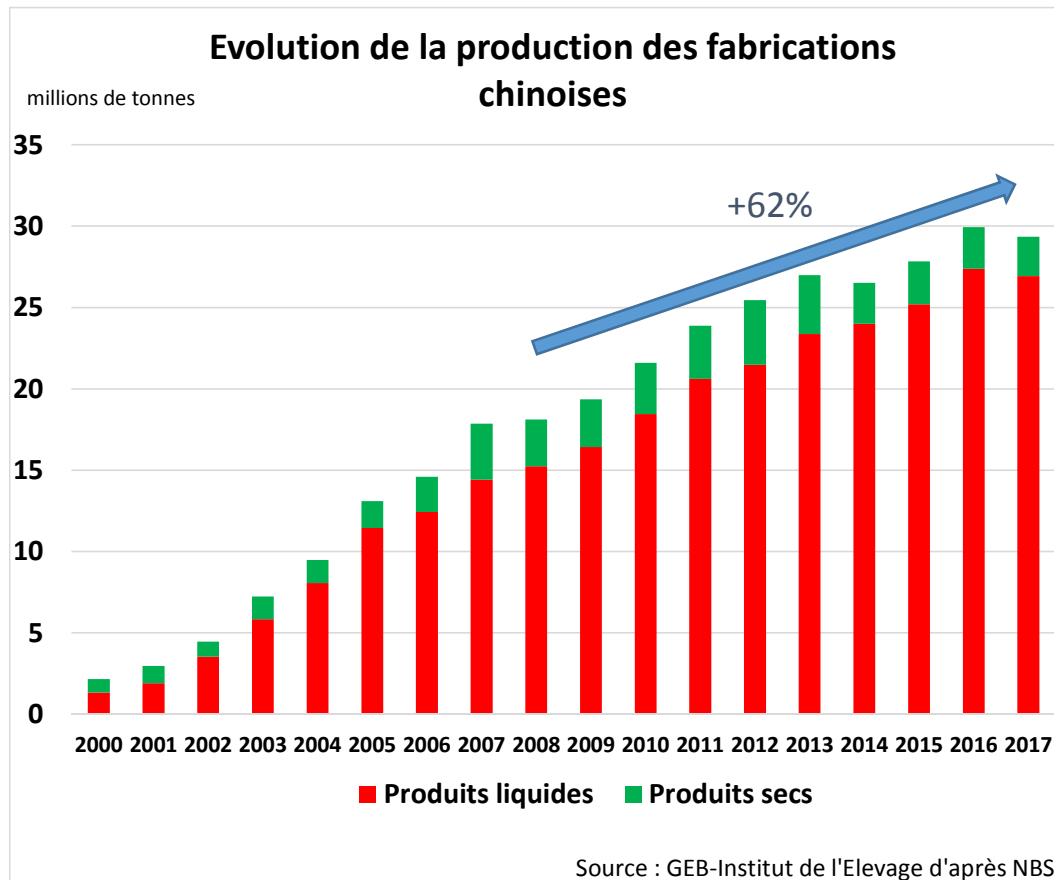


2008 : 35,5 millions de tonnes

Prévisions chinoises (2015) à :
2017 : 38,9 millions de tonnes
2025 : 44 millions de tonnes

Production réalisée
officiellement :
2017 : 35,45 millions de tonnes

Mais des fabrications industrielles en hausse tendancielle

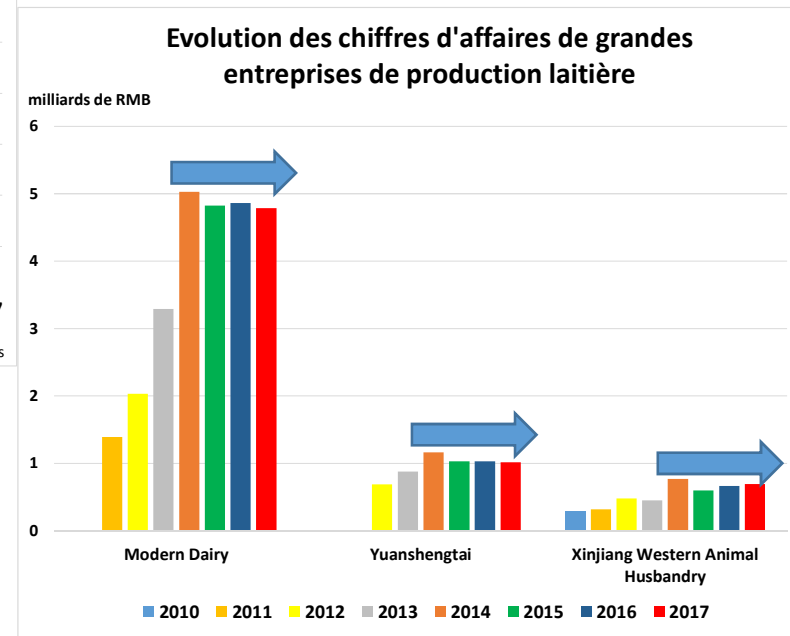
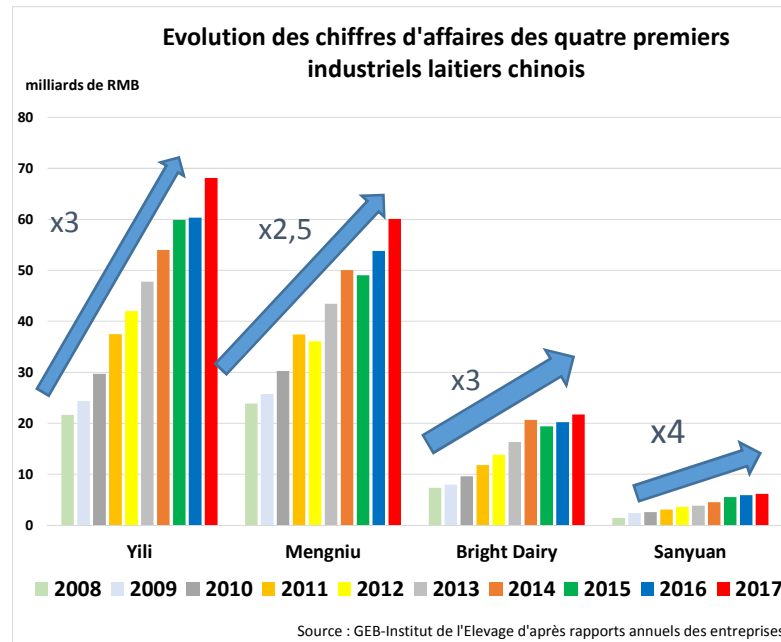


Entre 2008 et 2017 :

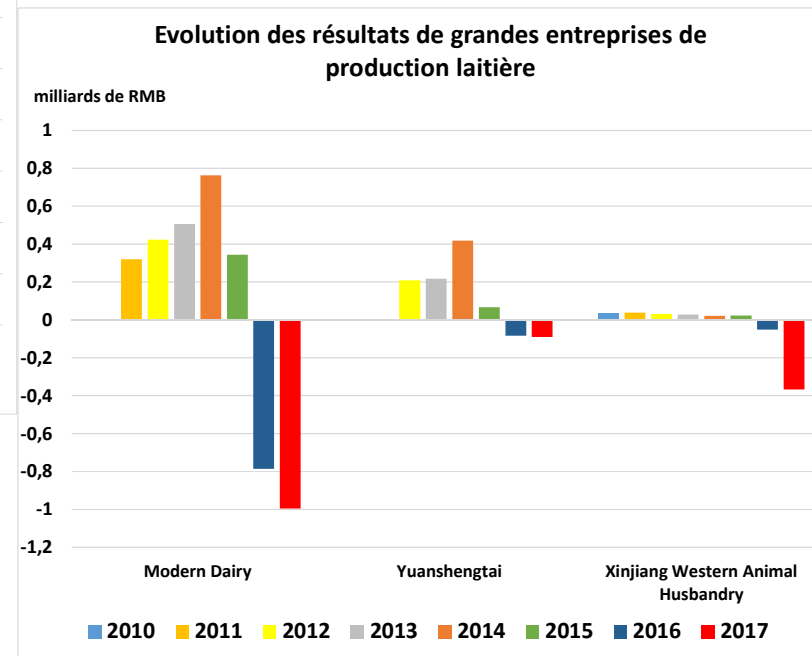
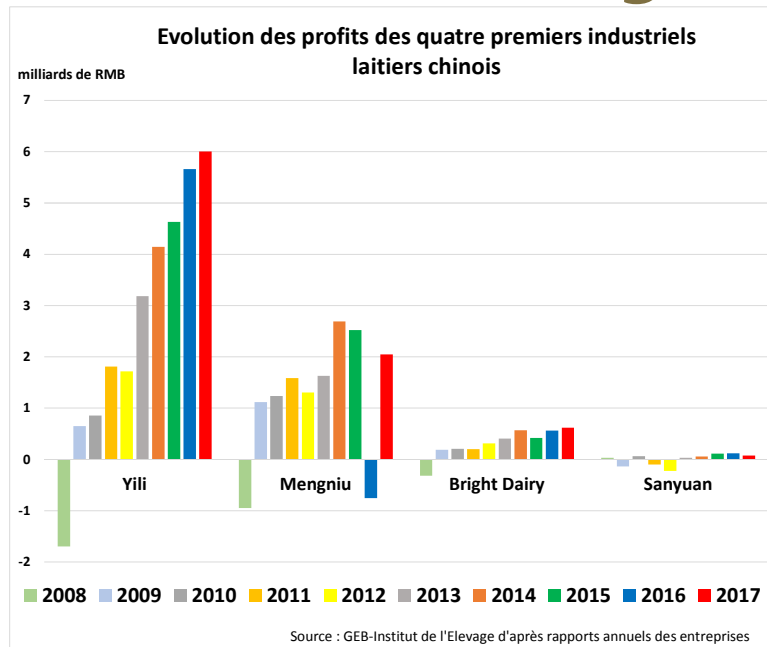
+76% en produits « liquides »

-15% en produits « secs »

Des transformateurs qui se portent plutôt bien



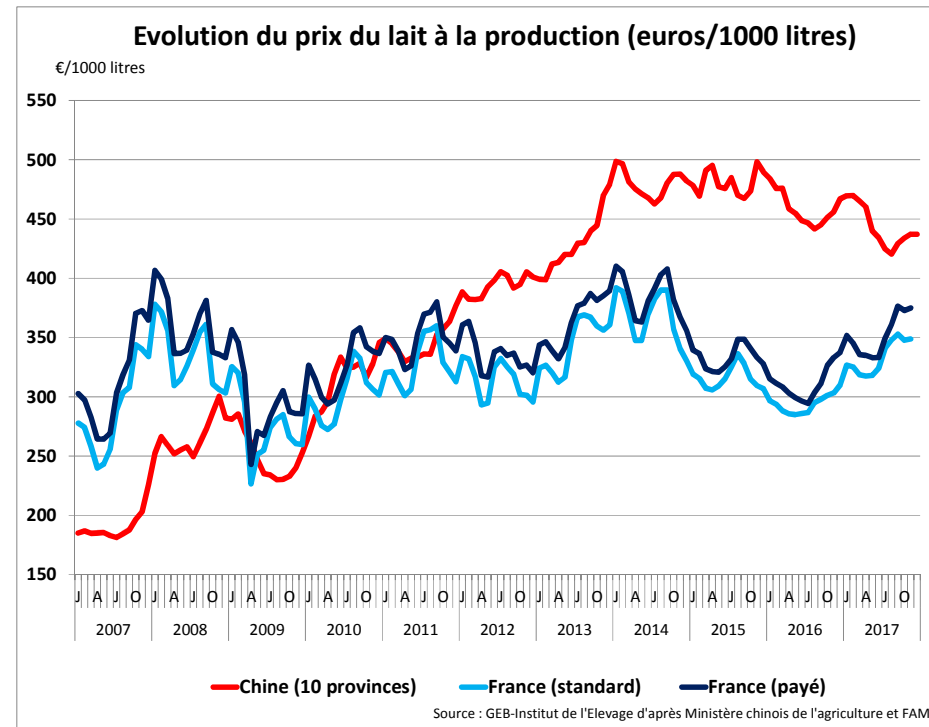
Des résultats économiques des fermes très dégradés depuis 2016



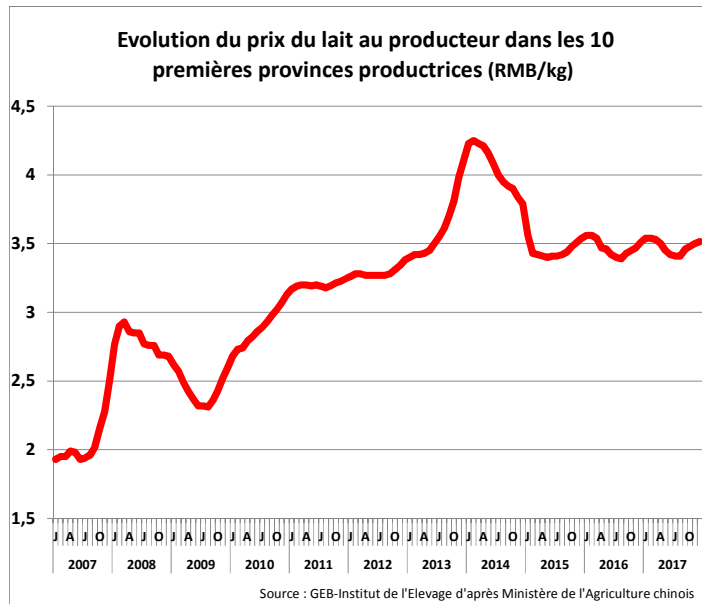
La double perte de compétitivité du lait chinois : des débouchés limités

- Un manque de confiance dans la production locale

- Un prix du lait local élevé, pour une valorisation restreinte (lait liquide, yaourts...) face aux produits importés



Des marges réduites en production laitière

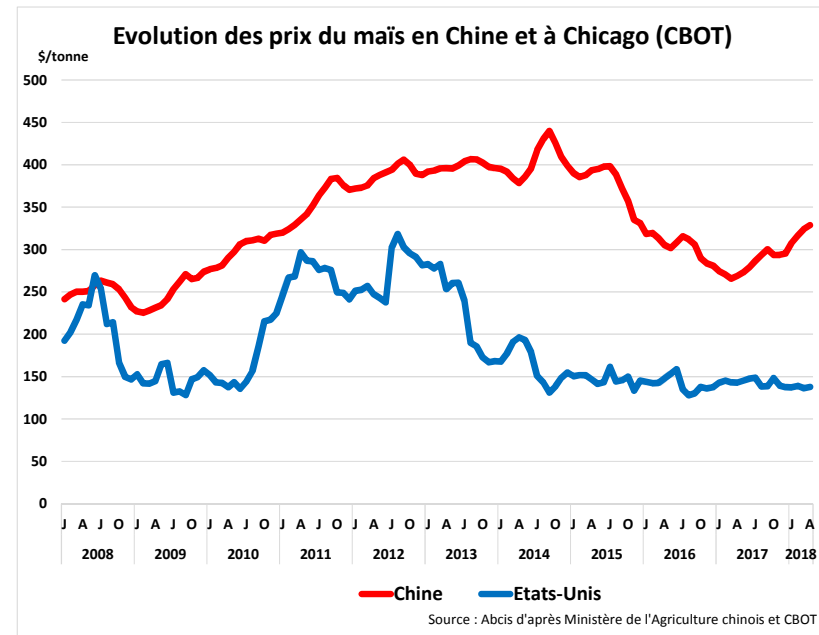


- Un prix du lait qui ne décolle pas depuis 2015

- **Des coûts de production élevés**

- alimentation animale (maïs, tourteau de soja)

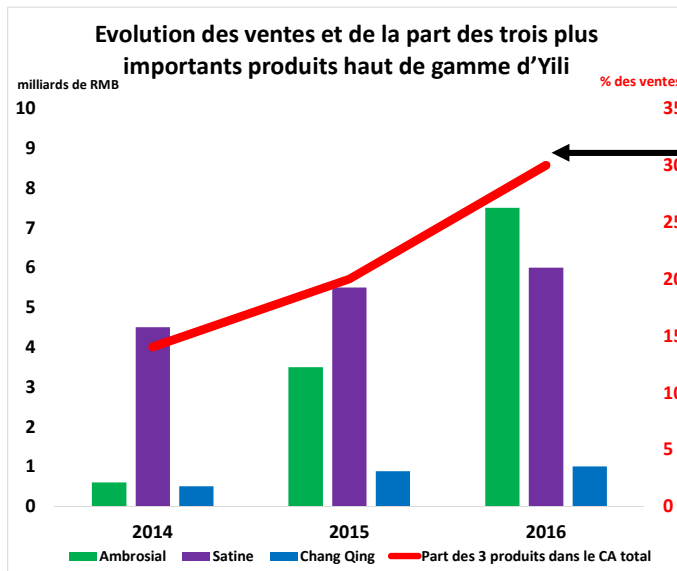
- coût du travail : +64% entre 2011 et 2016



Des marges élevées sur des volumes limités

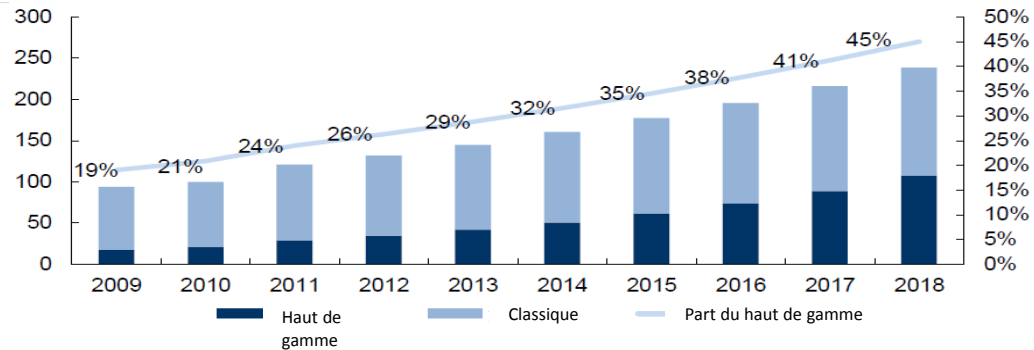
- **Les industriels chinois privilégient :**
 - **les produits haut de gamme**

Forte croissance des produits haut de gamme



La part des 3 produits phares dans les ventes de Yili est passée de 14% en 2014 à 30% en 2016

Perspective d'évolution de la part du haut de gamme dans les ventes de lait liquide de Shengmu



Des marges élevées sur des volumes limités

- **Les industriels chinois privilégient :**
 - **les produits haut de gamme**
 - **les produits frais :**
 - Laits liquides : forte croissance du lait pasteurisé
 - Produits fermentés frais : croissance en valeur +15%/an dans les années à venir
 - **certains produits à température ambiante :**
produits fermentés (+25%/an en valeur)

Politique de reconquête du marché national : réglementation

- **Une reprise en main de l'amont** : élimination des intermédiaires, concentration de la production
- **Une forte restructuration de l'aval poussée par les autorités** : renouvellement des licences de production des transformateurs pour se mettre en conformité avec les nouvelles normes nationales, favoriser l'apparition de grands groupes nationaux capables de rivaliser avec les géants mondiaux
- **Un renforcement de la législation** : lois sur la sécurité sanitaire des aliments de 2009 et 2015

Politique de reconquête du marché national : communication

- Différentiation : lancement de produits « adaptés aux consommateurs chinois »

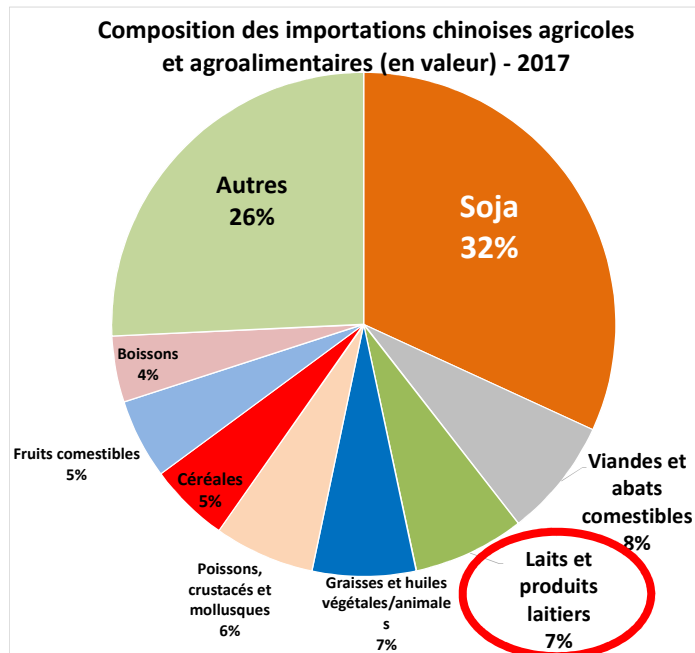


« Plus adapté à la constitution physique des bébés chinois »

- Promotion du lait liquide pasteurisé pour se différencier du lait UHT importé
- Large diffusion du résultat des tests de qualité :
 - 97,2% de conformité des poudres de lait infantiles en 2015
 - 99,5% de conformité des produits laitiers en 2015



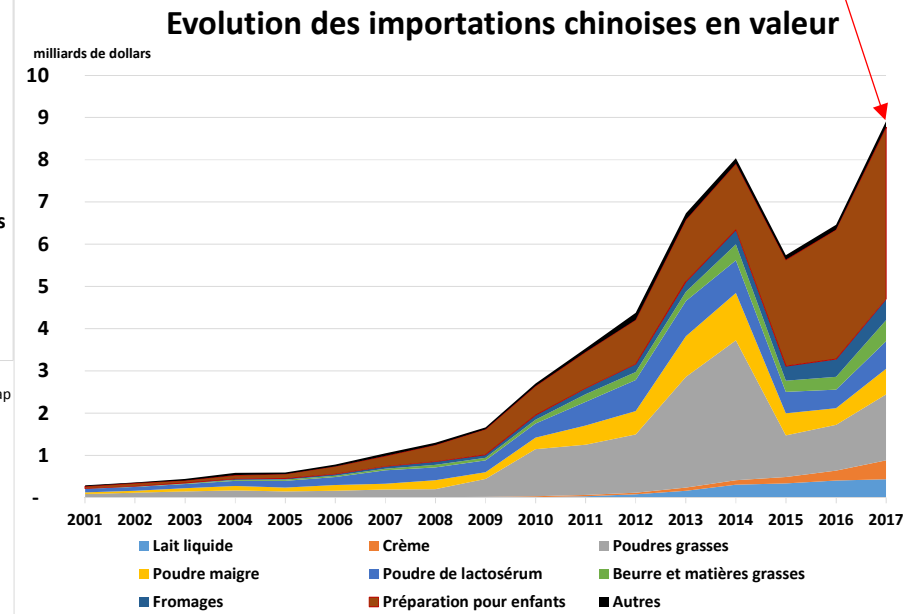
Les produits laitiers : 3^{ème} poste d'importation



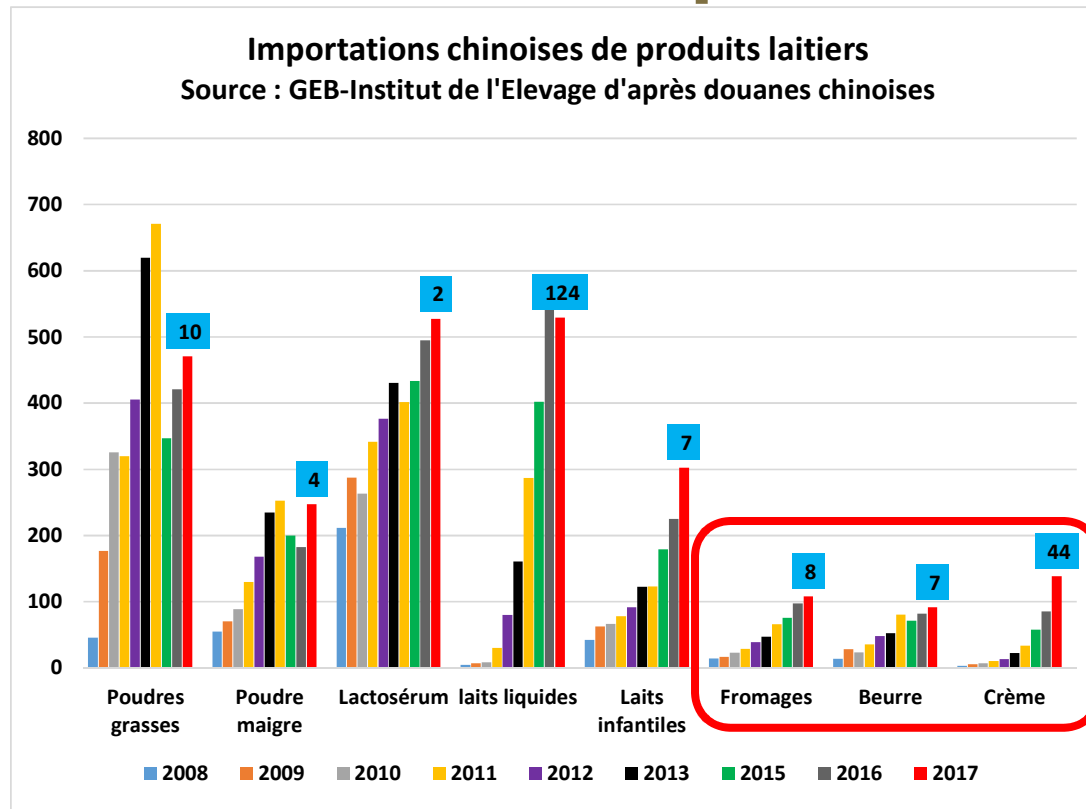
Source GEB-Institut de l'Élevage d'après Trademap



8,9 milliards de dollars
x 8,5/2007



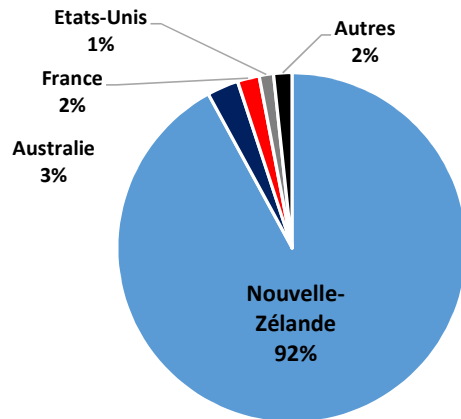
Des importations qui concernent tous les produits



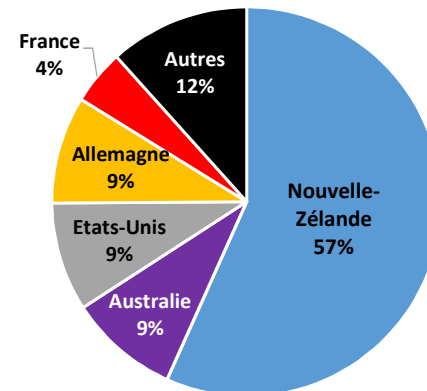
Multiplication des importations entre 2008 et 2017

Principaux fournisseurs de la Chine, par produits

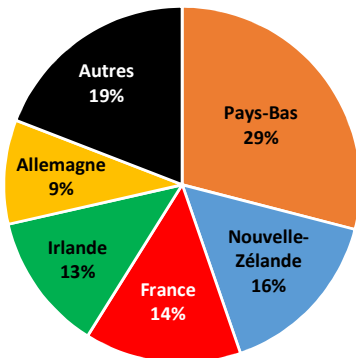
Poudres grasses



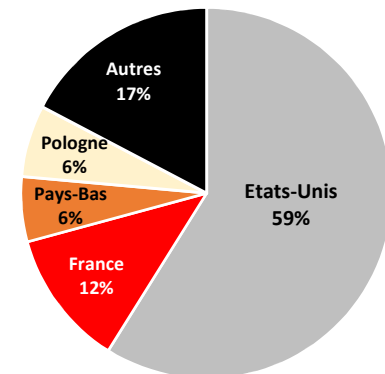
Poudre maigre



Poudres infantiles

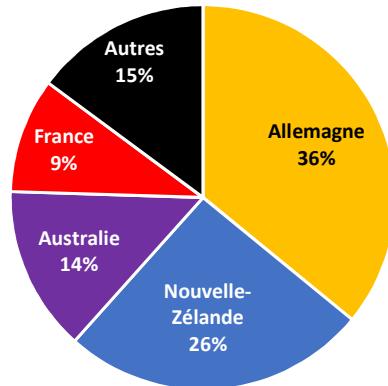


Poudre lactosérum

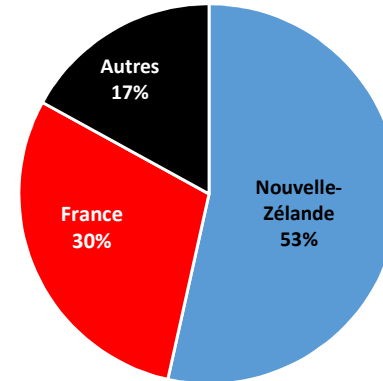


Principaux fournisseurs de la Chine, par produits

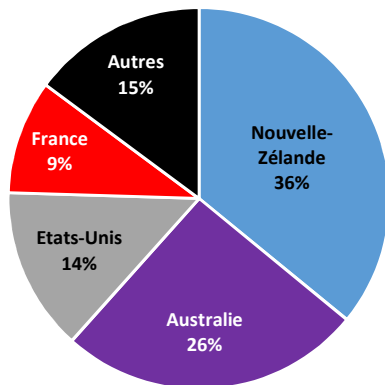
Lait liquide



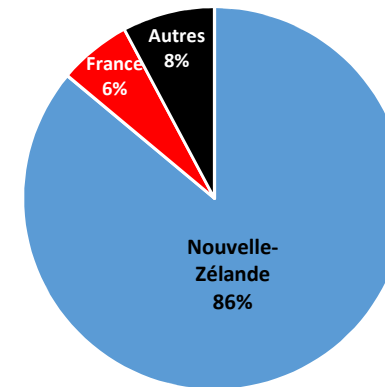
Crème



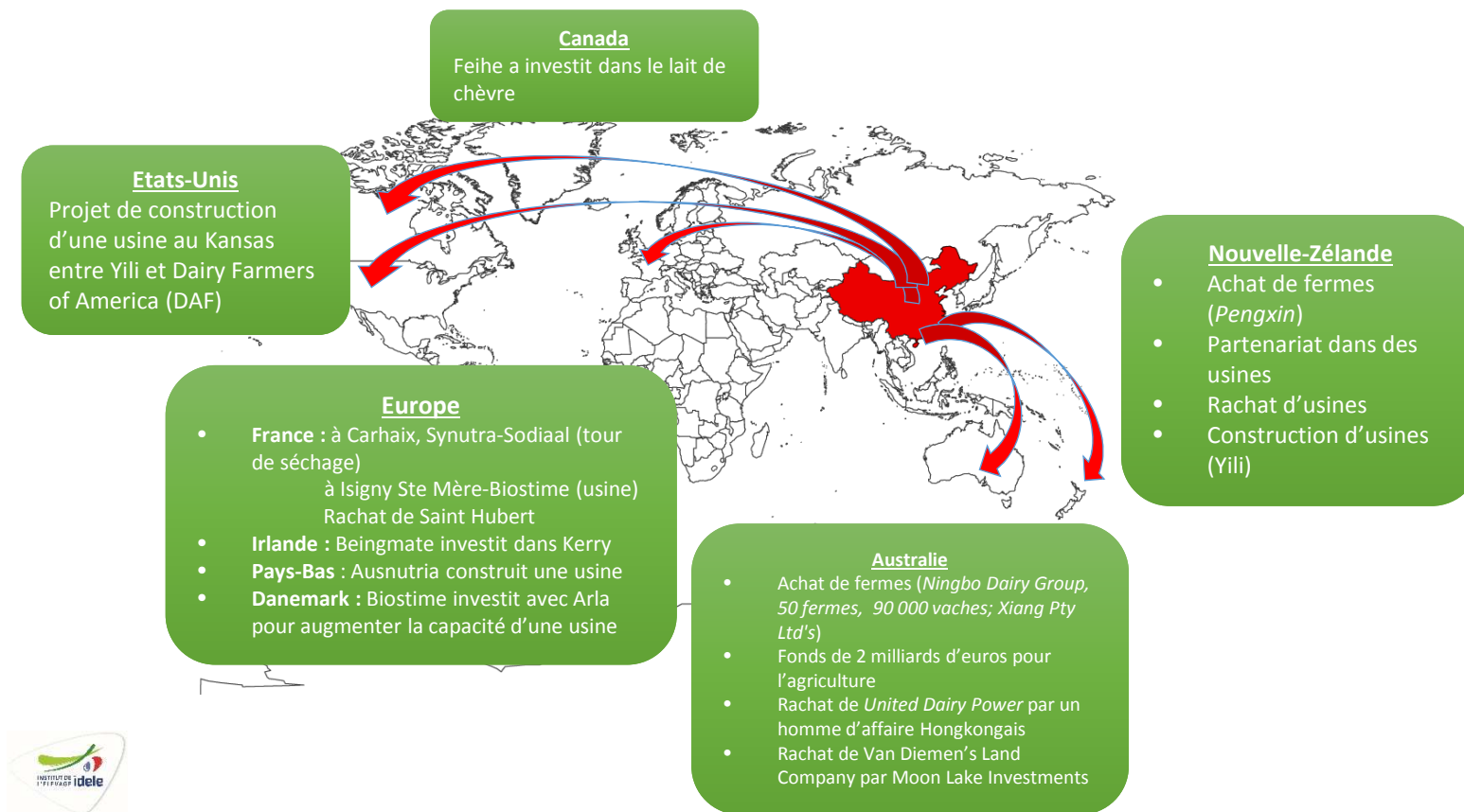
Fromages



Beurre



Les industriels chinois multiplient les investissements à l'étranger



Les industriels chinois multiplient les investissements à l'étranger

- **Ils veulent se battre avec les mêmes armes (lait collecté et transformé à l'étranger) que les entreprises étrangères**
- **Mais ils participent ainsi au cercle vicieux qui mine la production locale**



2) Le secteur des poudres de lait infantile : un nouveau départ en 2018 ?



Un marché guidé par les scandales à répétition

2003-2004	Dans la province de l'Anhui, 200 nourrissons hospitalisés et au moins 13 décédés , après ingestion de poudre de lait falsifiées (manque de protéines)
2005	Les poudres de lait Nestlé , fabriquées en Chine, sont montrées du doigt pour des teneur en iode fluctuantes
2008	Scandale de la mélatamine : 6 nourrissons décédés et 300 malades
2010	Des poudres de lait contaminées à la mélatamine vendues dans les provinces de Shaanxi et Shanxi
2012	Des poudres de lait de Yili contenant des teneurs en mercure trop élevées sont retirées du marché
2012	5 lots de poudres importées ne respectent pas les standards chinois + Hongqi Dairy sur liste noire
2013	Des poudres de lait de Mead Johnson sont accusées de rendre les consommateurs malades.
2013	Découverte d'une marque soit disant importée en réalité fabriquée en Chine
2013	De la poudre de lait falsifiée est vendue sur un des plus grand sites de vente en ligne, appartenant à Alibaba
2013	De la poudre de lait contrefaite portant le nom de Hero Nutrdefense est vendue à Suzhou
2015	42 contrôles de produits locaux révèlent des produits ne respectant pas les normes
2016	17 000 boîtes de poudres falsifiées sont vendues à Shanghai
2017	Une filiale de Xinjiang Western Animal Husbandry Co., Ltd. utilise des additifs périmés dans la fabrication de poudres de lait

Un suivi continu des problèmes à l'étranger

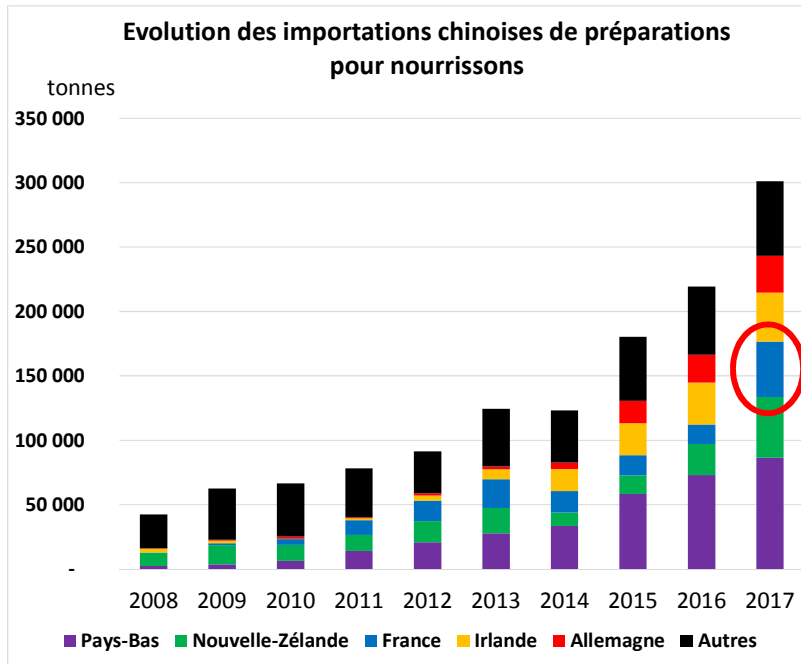
- Lactalis



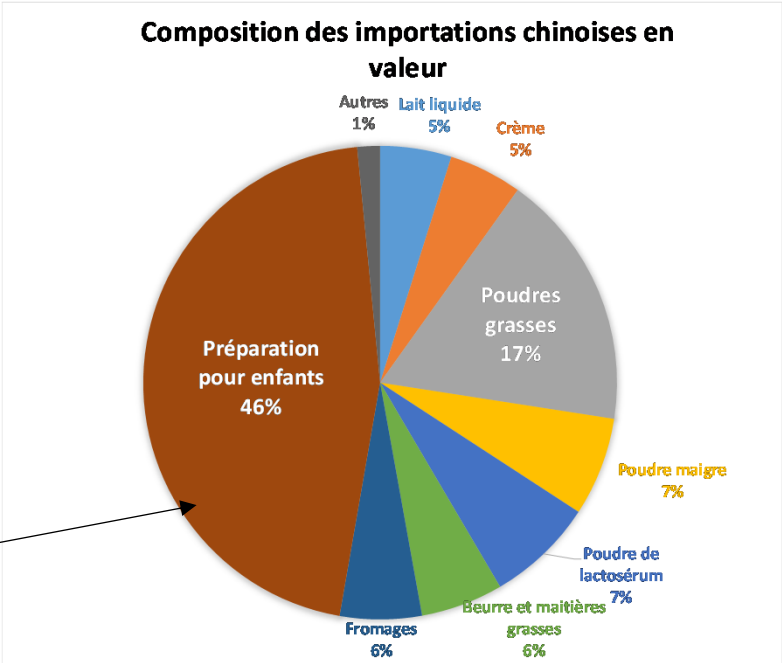
- Espagne (avril 2018)



Les préparations pour enfants : près de la moitié des importations en valeur



+ volumes en crossborder e-commerce (150 000 à 200 000 tonnes)



4 milliards de d'euros



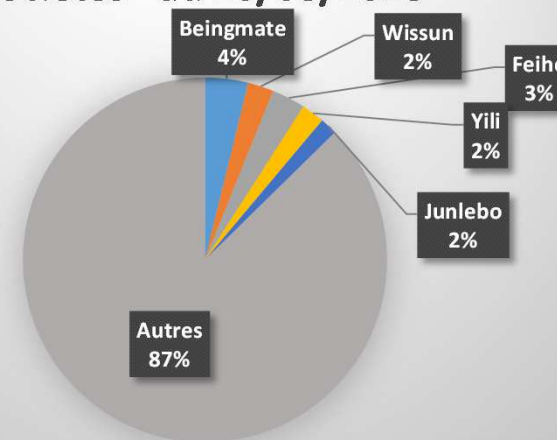
Une concentration accélérée du secteur : la nouvelle réglementation

- limitation à 3 le nombre de marques distribuées par une entreprise et à 9 le nombre de formules de lait infantile
- nécessité de la présence d'un centre de R&D + système de supervision de la qualité, le détenteur de la marque et de l'entreprise productrice doivent être identiques
- **Objectifs : assainir le marché des poudres de lait et rassurer les consommateurs**

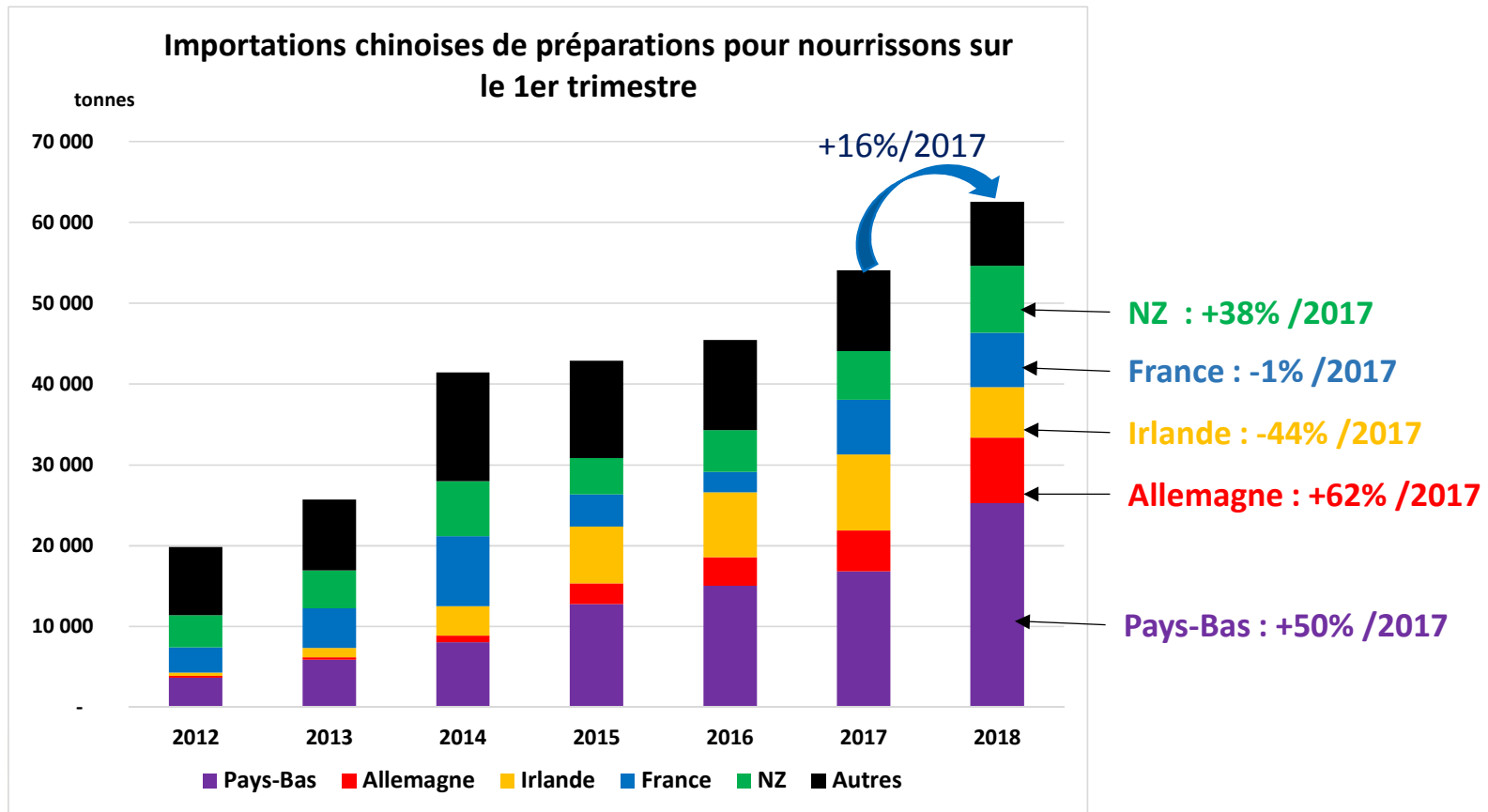
Mais le nombre de recettes approuvées est plus élevé qu'attendu: 1177 à début août 2018 dont :

- 22% de recettes issues d'entreprises basées à l'étranger (dont 27 recettes de 3 entreprises basées en France)
- 20% de recettes en poudres de lait de chèvre

Répartition des recettes selon les sociétés - au 10/08/2018



Des importations qui poursuivent sur leur lancée début 2018



Quelle tendance future pour la consommation de laits infantiles en volume ?

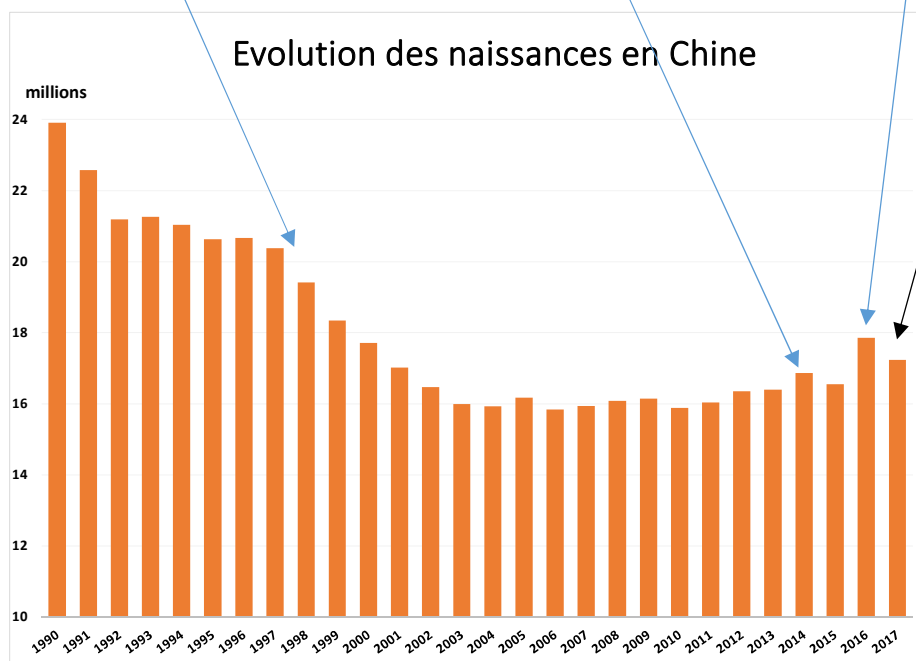


Une politique démographique favorable à la consommation de poudres de lait ?

1997 : couples composés de 2 enfants uniques sont autorisés à avoir un deuxième enfant

2013 : couples dont l'un des parents est enfant unique sont autorisés à avoir un deuxième enfant

2015 : fin de la politique de l'enfant unique



2017 : 17,23 millions de naissances (-3,5%/2016)

Combien de consommateurs dans les années à venir?

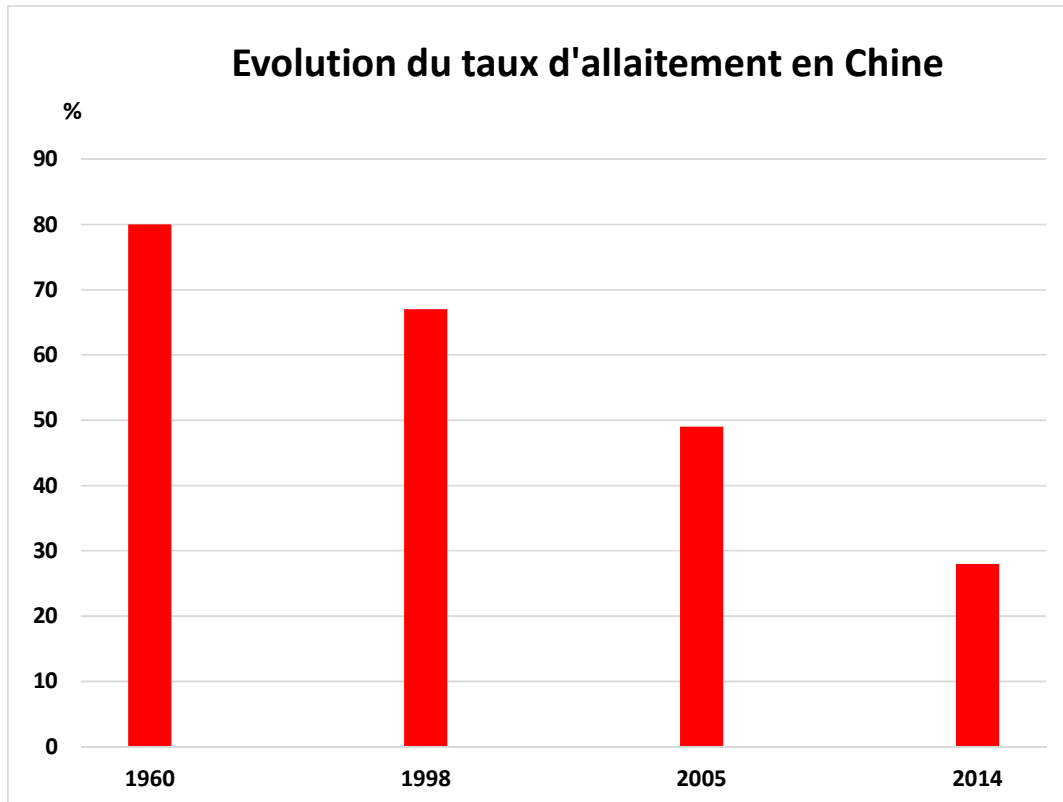
- Les autorités espèrent maintenir les naissances entre 17 et 20 millions/an
- **Mais plusieurs facteurs limitant :**
 - Le nombre de femmes en âge de procréer diminue
 - Le nombre de couples désirant un second enfant se réduit également
 - Le coût de l'éducation devient une charge importante

Un taux d'allaitement déjà très bas

Un taux deux fois plus important en campagne qu'en ville

Un taux d'emploi en hausse chez les femmes

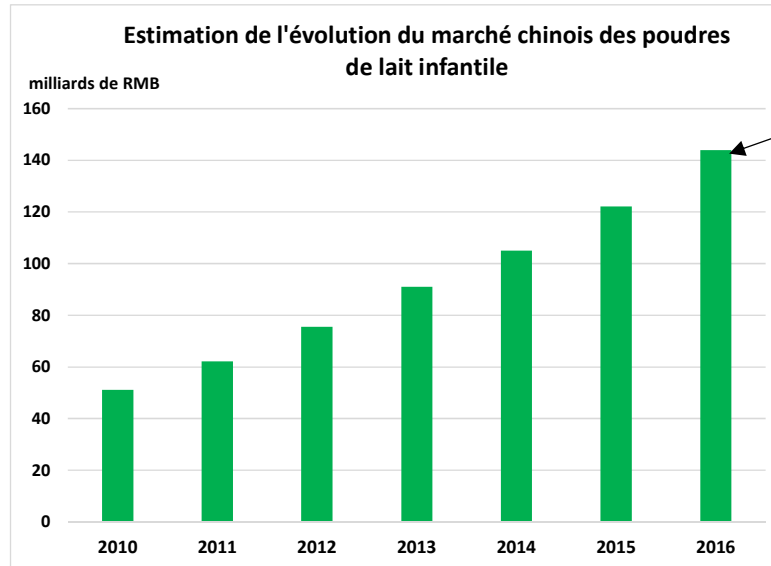
Des campagnes de publicité agressives



Quelle tendance pour l'évolution du marché des laits infantiles en valeur ?

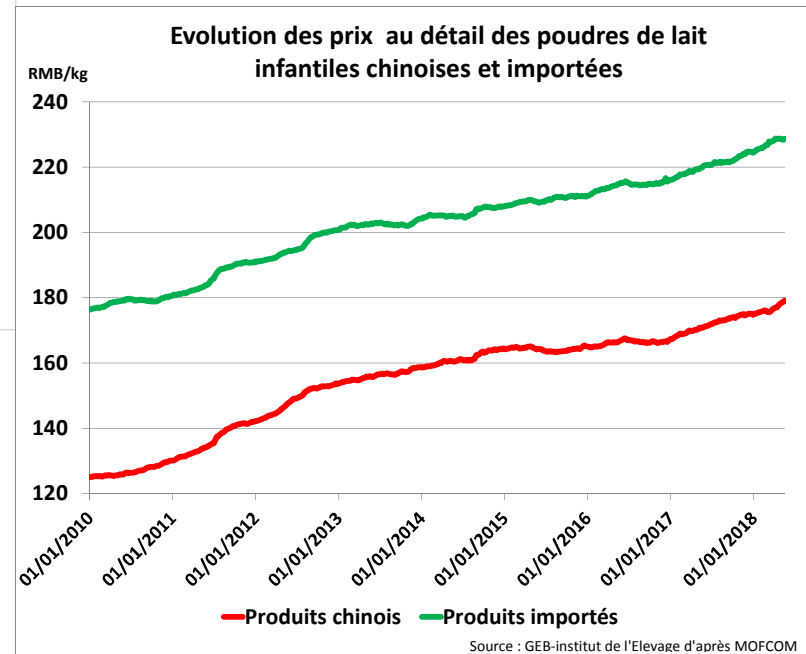


Un marché en croissance

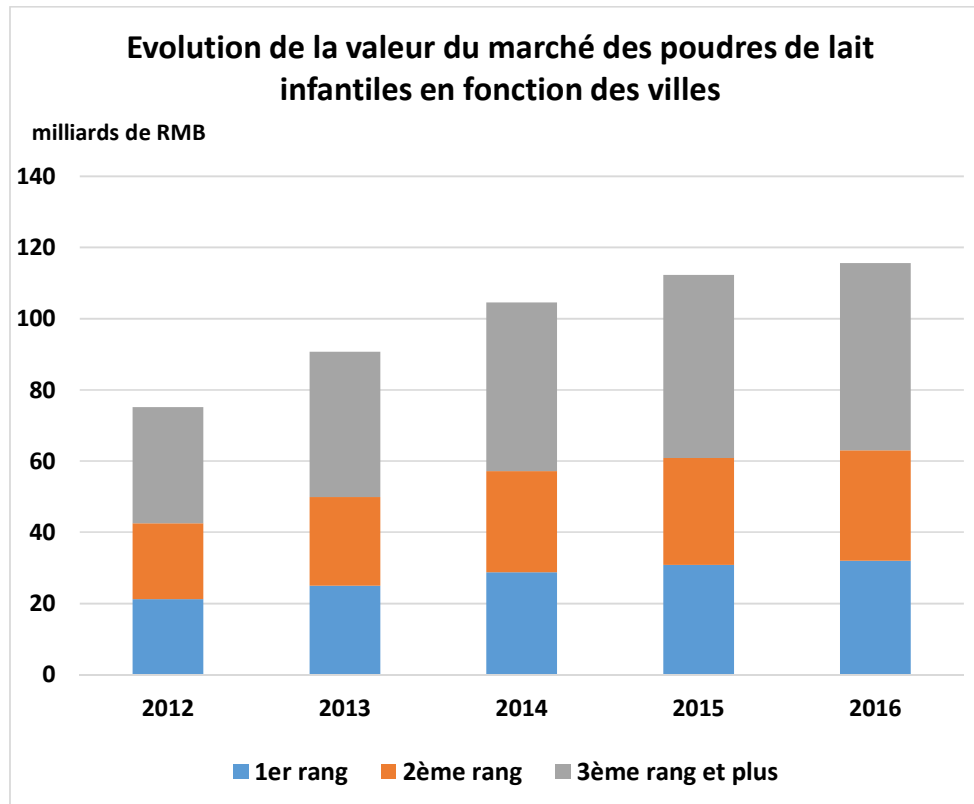


Source / GEB-Institut de l'Élevage d'après China Industry Information Network

19 milliards d'euros



La bataille pour le marché de l'intérieur



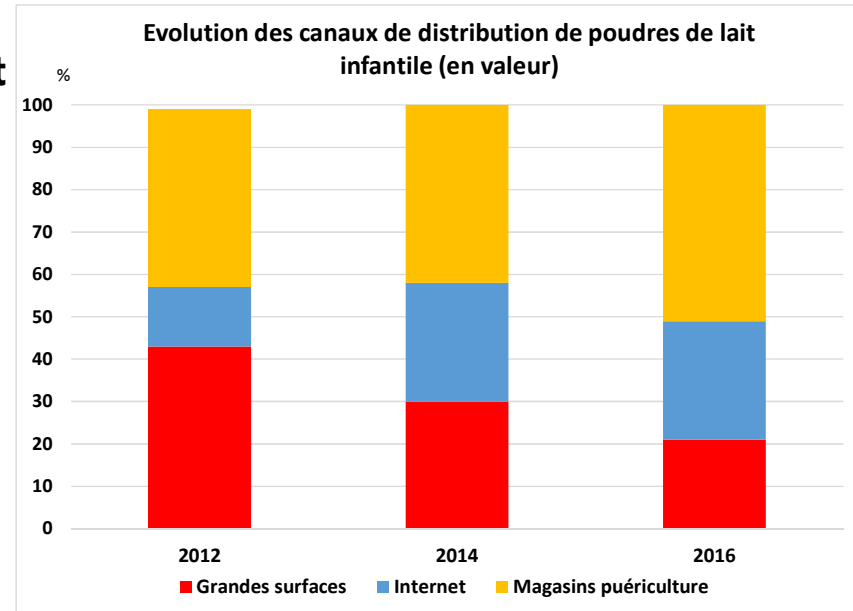
- **Les villes de 3^{ème} rang et plus consommeraient 60% des volumes de poudres de lait infantile**

- **Ces villes consomment encore majoritairement des produits locaux. Leur connaissance des produits importés est plus faible.**

- **Mais pression croissante des marques étrangères.**

Les magasins de puériculture en tête des ventes

- Depuis 2009, fort développement des magasins de puériculture
- **98 000 magasins en 2016 (+24%/2014)**



Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après Nielsen

- **2/3 des magasins dans les villes de rang 3 et 4 : les marques locales y sont majoritaires**

Internet : le canal commercial indispensable

Fin 2017 772 millions internautes (56% de la population mais 27% en milieu rural et 73% en ville).

97,5% utilisent un téléphone portable, loin devant les ordinateurs fixes (53%) ou portables (36%).

Achats sur internet : 7 000 milliards de RMB en 2017 (environ 1 000 milliards d'euros, +32%/2016) par 553 millions de Chinois dont 95% utilisent leur téléphone portable

>150 millions de consommateurs ont commandé des produits alimentaires par internet, à 97% à l'aide de leur téléphone portable.



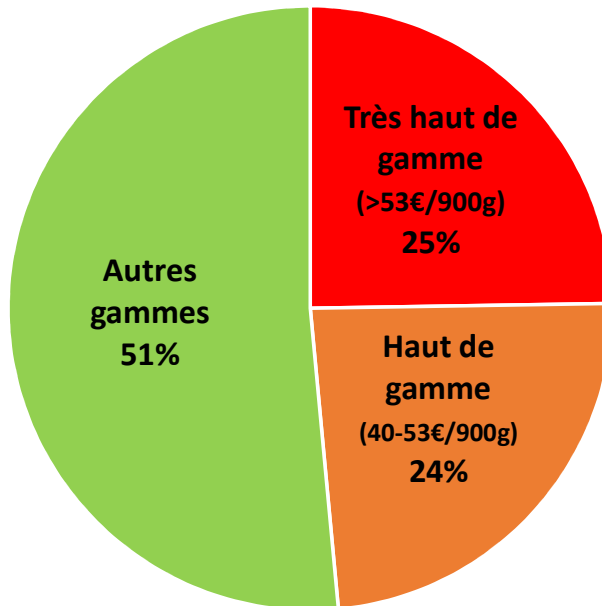
Les poudres importées majoritaires sur internet

- Environ 55% des ventes en valeur proviendraient des poudres importées
- Les marques étrangères seraient également en position de force
- Les grandes plateformes (Alibaba, Jindong) font la course en tête (devant les sites spécialisés de puériculture)
 - => début 2018, le site Jindong a signé un accord avec 15 marques pour distribuer 100 milliards de RMB (14 milliards d'euros) de poudres de lait d'ici 3 ans
- Une stratégie des marques parfois bien différenciée des autres canaux de vente



Les fabricants misent sur le haut de gamme

Répartition des ventes de poudres de lait infantiles par niveau de prix (2016)



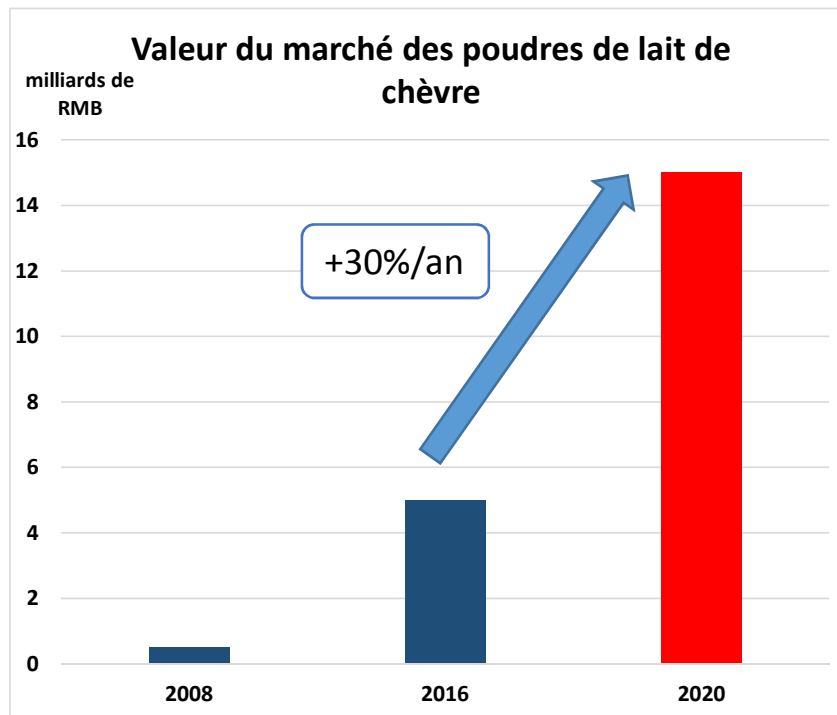
❑ **En 2016 :**

- **20% des poudres locales sont classées haut de gamme**
- **35% des poudres importées sont classées haut de gamme**

❑ **En 2017 :**

- **Feihe** : les ventes de haut de gamme ont progressé de 200%/2016 (+60% toutes gammes de poudres de lait confondues)
- **Junlebao** : x4/2016 pour le produit haut de gamme (x2/2016 toutes gammes de poudres de lait confondues)

La poudre de lait de chèvre : une croissance rapide



Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après 奶业新闻



Les chiffres d'affaires s'envolent :

- Ausnutria 2017 +43%/2016 tous produits confondus mais **+60% pour la poudre de lait de chèvre (Kabrita)**
- Shaanxi *Redstar* Meiling Dairy Co.,Ltd (spécialisée en lait de chèvre) : **+26% de CA/2016** et +92% de profits.
- Feihe investit au Canada

En 2018, suite à la nouvelle réglementation:

- 20% des formules sont au lait de chèvre (90% sont localisées en Chine)
- 1/3 des compagnies proposent au moins une formule au lait de chèvre
- Un marché de 2 milliards d'euros en 2020 ?

Poudres de lait biologique : un marché en devenir malgré une confiance relative

- 2007-2008 : premières poudres de lait BIO importées (Bellamy, Australie)
- Développement du marché après 2008
- **37% des mères chinoises seraient prêtes à payer plus cher pour des produits « plus verts » et « plus sûrs » : mais confiance toute relative des consommateurs dans la certification « BIO » chinoise + de nombreuses fraudes et problèmes sanitaires**
- **Un marché d'environ 5 milliards de RMB actuellement : <5% du marché des poudres de lait infantiles en Chine**
- Tous les grands fabricants proposent des poudres de lait BIO: Yashili, Sanyuan, Feihe, Arla, Shengmu, Wyeth, Abbott
- **Une croissance anticipée à 20%/an : des ventes à 10 milliards de RMB (1,36 milliard d'euros) en 2020 ?**





© Alex Kolokythas Photography



Merci pour votre attention !