

Présentation SOPEXA
12 octobre 2016

Evolution de la distribution des produits imports en Chine



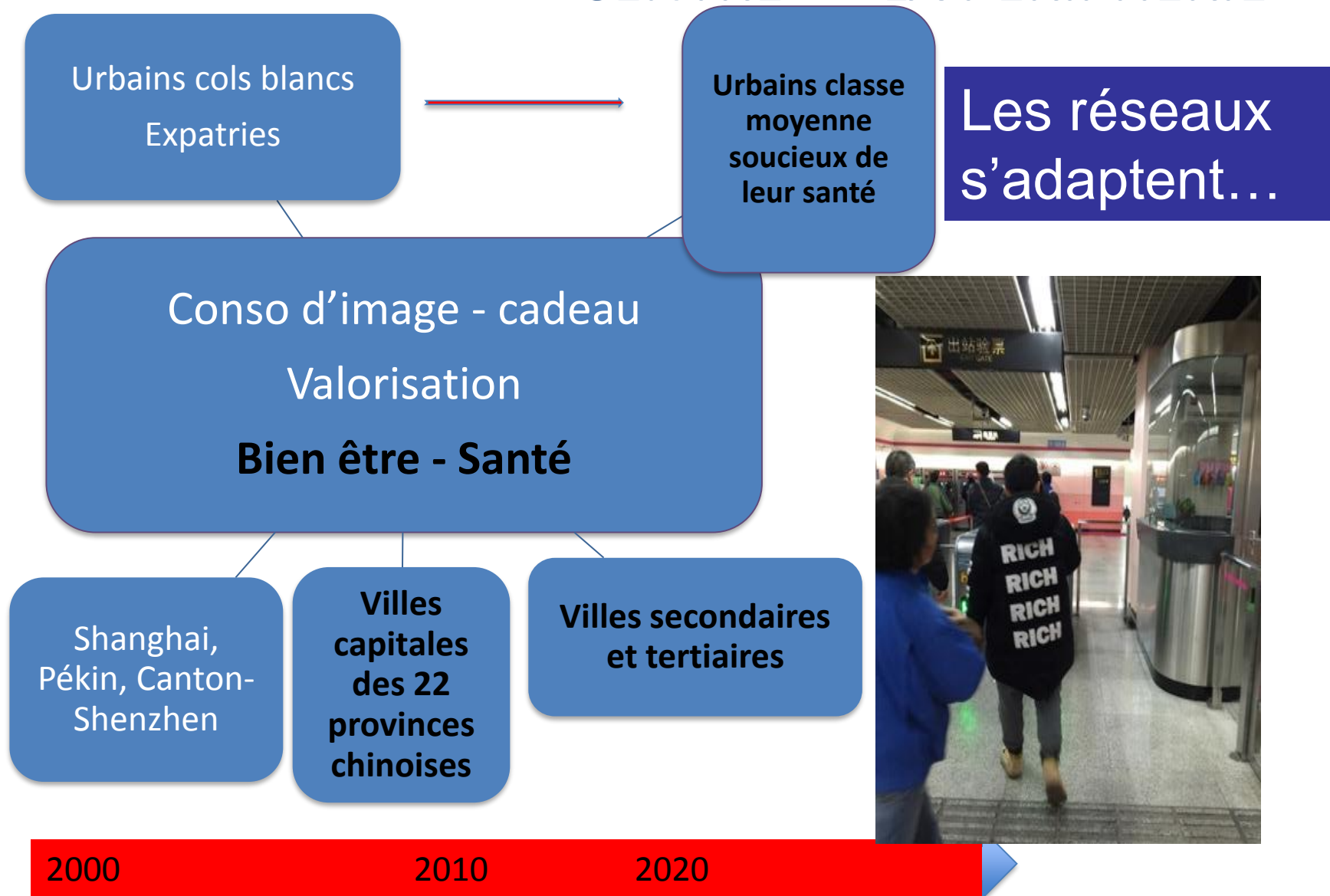
Département Agrotech Chine Hélène Hovasse

SOMMAIRE

- ❖ Panorama de la distribution
- ❖ e. commerce
- ❖ Éclairage par typologie de produit
- ❖ Comment distribuer ses produits ?

PERSPECTIVES : HORS DOMICILE => DOMICILE

CENTRE => LA PERIPHERIE



ORGANISATION DE LA DISTRIBUTION ET PERSPECTIVES

1995

- GD sino-étrangère
 - Carrefour, Auchan, Wall mart
- Hotellerie sino-étrangère
 - Sofitel, Hilton, Sheraton..

2000

- GD chinoise
 - Bailian, BHG
- Hotellerie chinoise
 - Jinjiang, Fosun

2010

- centres commerciaux, CVS, boulpat
- ventes en ligne
 - Alibaba, JD, YHD

2015

- Investissement chinois à l'étranger
- transborder e commerce
- Investissements conjoints GD et e.commerce
- Wal-mart et YHD
 - RT mart et Feiniu



FETES CHINOISES ET PICS DE CONSOMMATION



très forte
saisonnalité au
moment des
fêtes

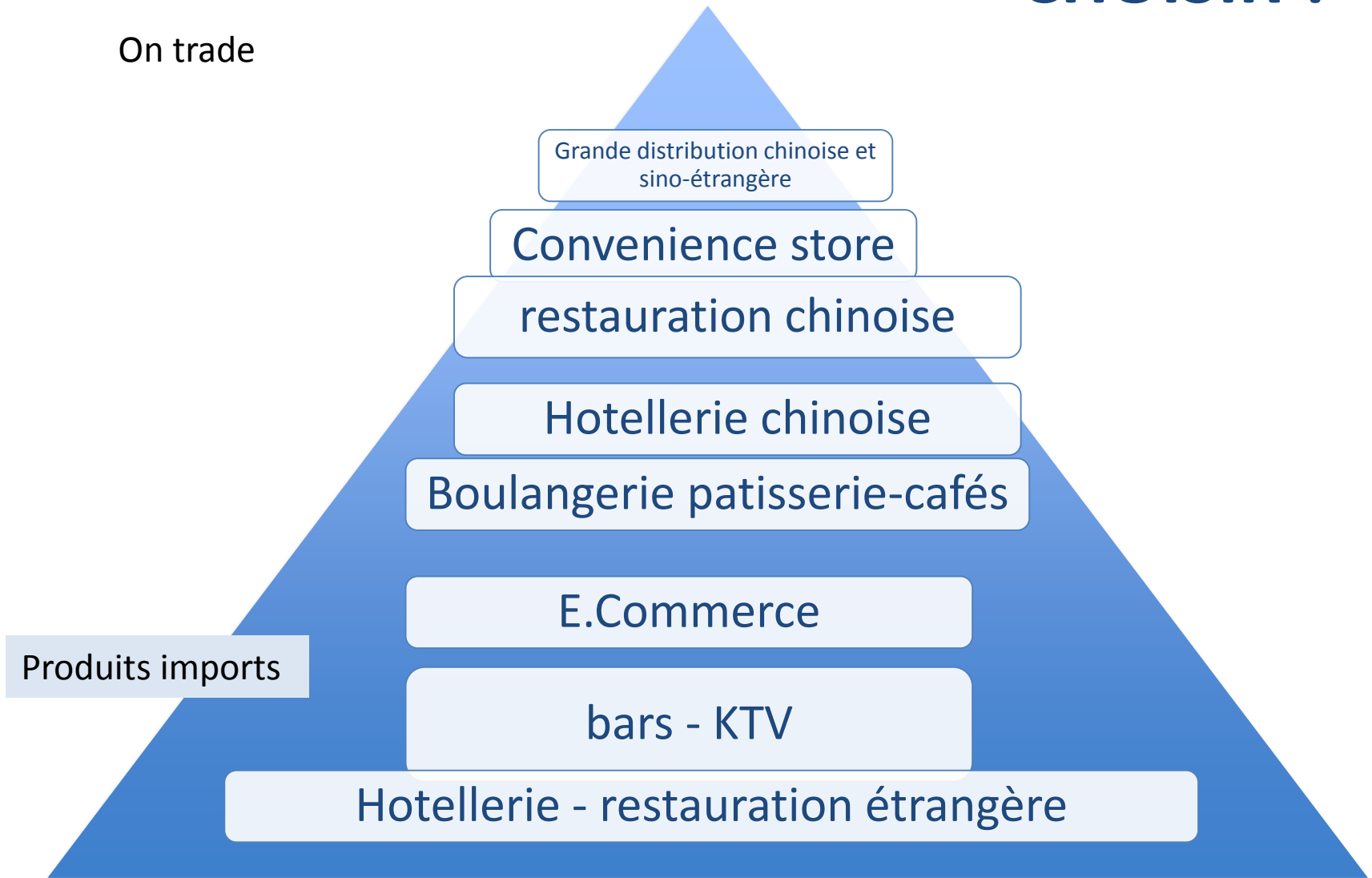
Relance de la
consommation /
vacances et essor
du tourisme

LES RESEAUX DE LA RESTAURATION



QUELS RESEAUX DE RESTAURATION CHOISIR ?

On trade



PRINCIPAUX GROUPES HOTELLERIE ET DE RESTAURATION



QUELS RESEAUX DE DETAILLANTS CHOISIR?

Produits chinois

Distribution traditionnelle

Grande distribution chinoise

Hôtellerie-restauration
étrangère

Convenience store

Grande distribution sino-
étrangère

Brasseries occidentales - bars

Boulangerie pâtisserie-cafés

E. Commerce

Produit sino-étrangers

Magasins spécialisés /
gourmets / cavistes outlets

Produits importés

LES PRINCIPALES ENSEIGNE DE DISTRIBUTION HAUT DE GAMME

Enseigne	Nombre de points de vente en Chine
OLÉ (groupe Vanguard)	36
BHG Market Place	121
ITO YOKADO	12
CITYSHOP	15
FRESH MART 久光百货超市	4
MARK & SPENCER	10
ISETAN	5

 **ItoYokado**



MARKS &
SPENCER

 ISETAN

LES PRINCIPALES ENSEIGNES DE DISTRIBUTION

Walmart 

 PARKSON 百盛

 大潤發
RT-MART

 Auchan

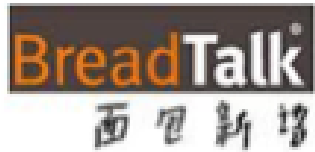
 METRO
麦德龙

 乐购
TESCO

 LOTUS
卜蜂莲花



LES ENSEIGNES DE BOULANGERIE – PATISSERIE



INCLURE LES VENTES EN LIGNE DANS SA STRATEGIE de DISTRIBUTION

Online to offline

On trade – off trade

- **Vigilance sur les prix dans les réseaux de vente en ligne**
- **Cohérence entre ses distributeurs**



transactions online : 500 milliards EUR en 2015 +40%

Ventes par mobile + 130%

pdm : 55% 2015 à 70% en 2020

entre 7 à 10% des ventes de détail

43% du e. commerce mondial

Alimentaire en 4ème position

Le 11.11:

91 mrds CNY en 2015

52 milliards CNY en 2014

35 milliards en 2013

19 milliards en 2012

juste Alibaba ;-)



en 2015 :

21 mrds de colis livrés

60 000 "boites aux lettres" installées

SITE IMPORTATEUR VS PURE PLAYER



ALIBABA, TMALL ET LES MAGASINS

www.tmall.com

天猫 TMALL.COM

天猫 TMALL.COM

西诺迪斯食品专营店

描述 服务 物流

4.8 ↑ 4.8 ↑ 4.8 ↑

搜天猫

搜本店



SINODIS
西诺迪斯
Good Food, Good Living



全场满
200元
立免运费
* 免邮规则请见购前须知

本店所有商品



首页

微淘主页

百吉福奶酪

品牌故事

食谱连连看

购前须知

1996
SINODIS
西诺迪斯
GOOD FOOD - GOOD LIVING

天猫店全场10元优惠券来啦!!

赶快添加sinodisfood，并在微信消息框内输入：优惠券

DISCOVER A WORLD OF FLAVOR



NOUVEAUX CONCEPTS, NOUVEAUX FORMATS :

Tuangou, Daigou代购 1,4%, 团购 & *Transborder e commerce* 6%



快乐生活，快乐购！

LE TRANSBORDER ECOMMERCE

- Le montant limite par commande pour taxe préférentielle 2 000 ¥

Une plateforme logistique qui assure la livraison express bas coût et le service de dédouanement ;

Les operateurs express

UPS, Fedex, TNT, Shunfeng, China post, EMS, etc.,

Livraison sous 8 jours

Système de paiement local (Alipay, UnionPay) et le service de rapatriement des fonds aux vendeurs.

- Le montant limite par individu par an : 20 000 ¥

Les produits sont stockés en Chine

en zones franches (villes pilotes)

Depuis 2012: Tianjin, Shanghai, Hangzhou, Ningbo, Zhengzhou, Guangzhou, Shenzhen, Chongqing, Fuzhou et Pingtan

Livraison de 3 à 5 jours

PRODUITS BEBE ET MAMAN, NURTRITION, BEAUTE ET MODE ACCESSOIRES MAIS AUSSI TOUT LE RESTE



Les produits transfrontaliers sont moins chers qu'en Chine
 Tarifs import préférentiels
 Contrôles souples qui varient selon les ports d'entrée.

Les plateformes ont jusqu'à mai 2017 pour se mettre aux normes réglementaires (contrôles sanitaires, et étiquetage en chinois)

Ubérisation : concurrence déloyale vis-a-vis des acteurs traditionnels du marché local qui se sont acquittés des droits et taxes, qui contribuent à l'économie locale (magasins, employés, loyers, taxes..) et qui paient leurs impôts en Chine.



FOCUS : Boissons alcoolisées, Vins et spiritueux



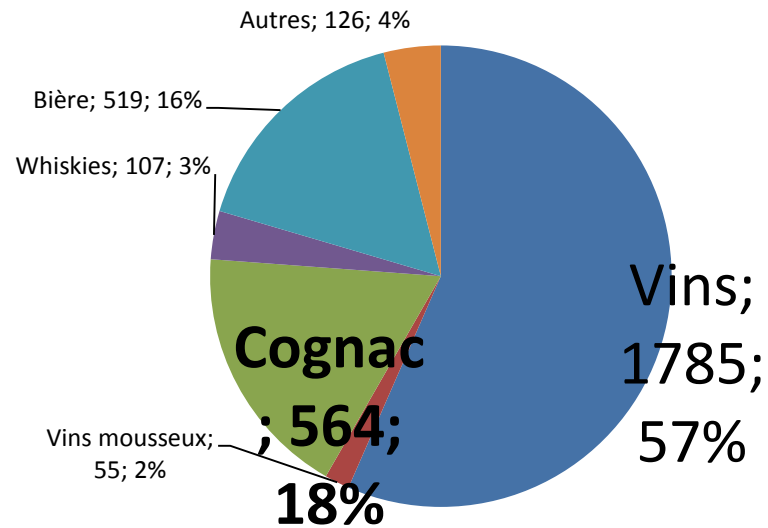
Dynasty Fine Wines Group Limited

LE VIN EN CHINE, UN ALCOOL PARMIS D'AUTRES

Consommation de boissons alcoolisées :

- 5% à 6% : vins locaux et importés
- 43%, alcools blancs - Baijiu
- 21% les alcools jaunes – Huangjiu
- 30% la bière - Pijiu.

IMPORTATION D'ALCOOLS OCCIDENTAUX EN CHINE,



Autres : principalement Boissons fermentées (cidre etc.) 28 M EUR, Vodka, 13 M EUR et Rhum, 5 M EUR. Téquila : 4 M EUR et Gin : 3 M EUR.

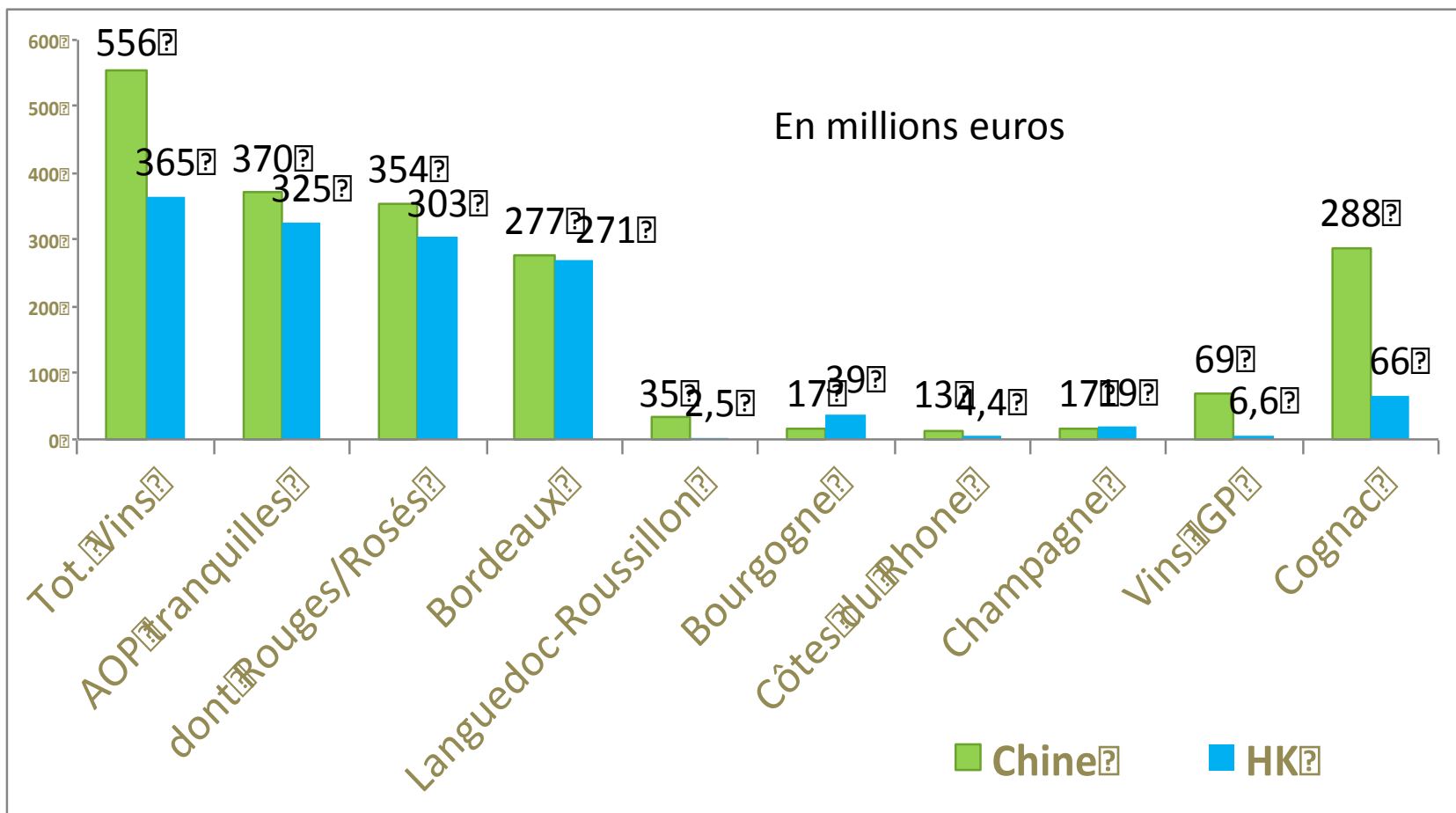


LA CHINE EST 7^{ème} PRODUCTEUR MONDIAL DE VINS



- 8 provinces totalisent 80% de la production nationale
- 5 sociétés réalisent 70% de la production : Changyu, Dynasty, Weilong, Great Wall, Dragon Seal
- 70% de la production = raisins de table

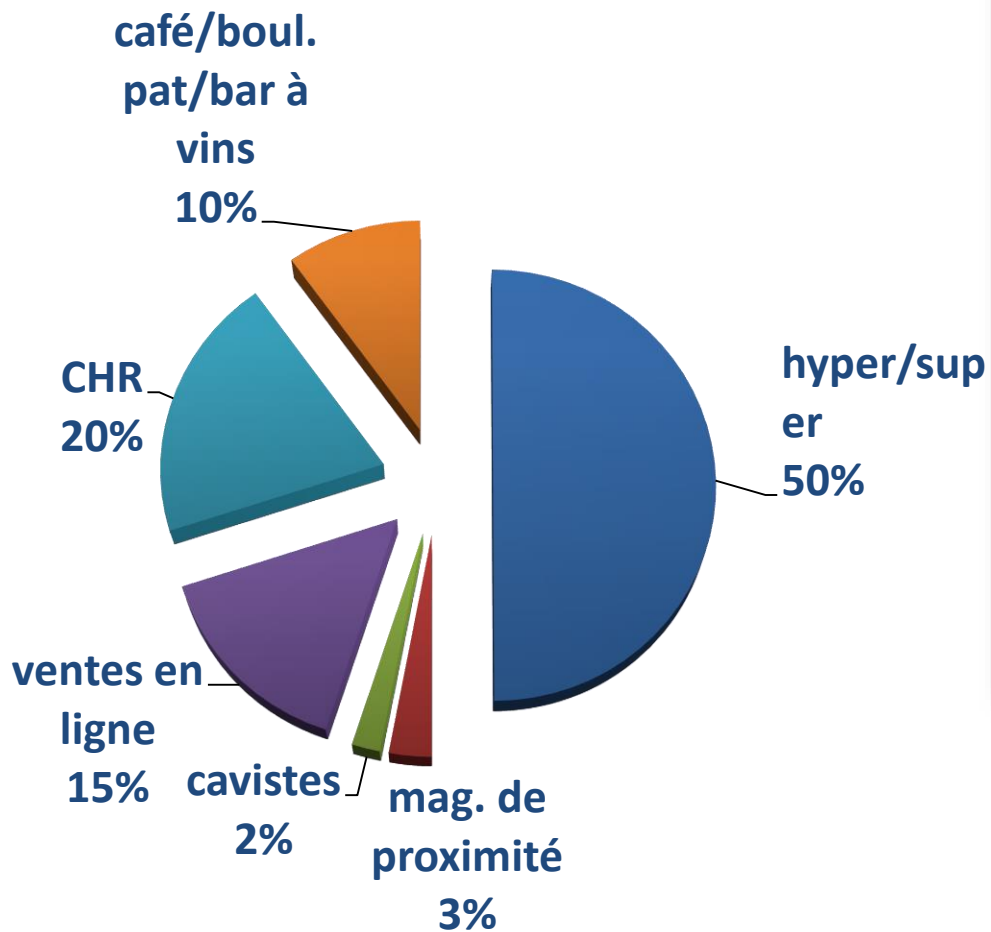
EXPORTATIONS FRANCAIS DES VINS ET SPIRITUEUX 2015



Source : douanes françaises

ILLUSTRATION DISTRIBUTION DES VINS IMPORTES

Distribution des vins et produits importés à Shanghai par circuit



ACCES AU MARCHÉ NIVEAU RÉGLEMENTAIRE

- ✓ Dépôts de marques / contrefaçons
- ✓ Normes en certains produits (analyses) :
 - Additifs : sucre ...
 - Métaux : Fe – suppression Mg
 - Phtalates : **RESOLU (fév. 2016)**

Lexique des marques de vins (MoFCOM) :

- ✓ Non obligatoire
- ✓ Mais référence au 1^{er} sept. 2015

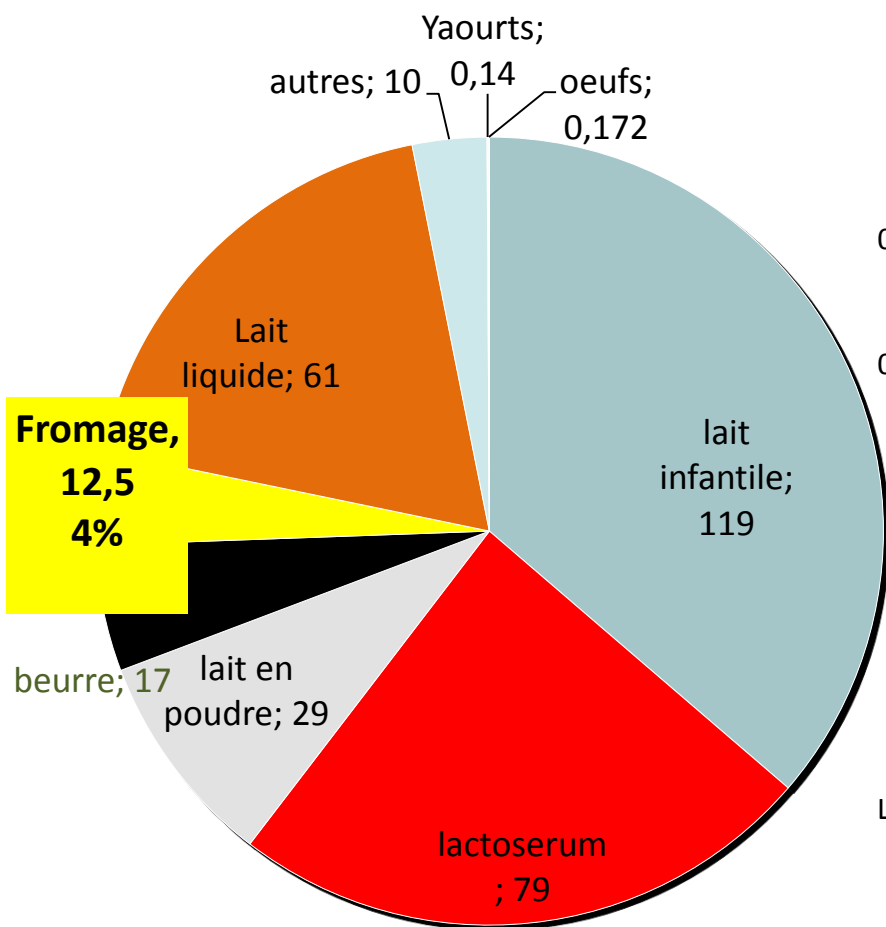
Traçabilité et fiabilisation des exportations :
Procédures et accords douaniers

FOCUS : Produits importés laitiers



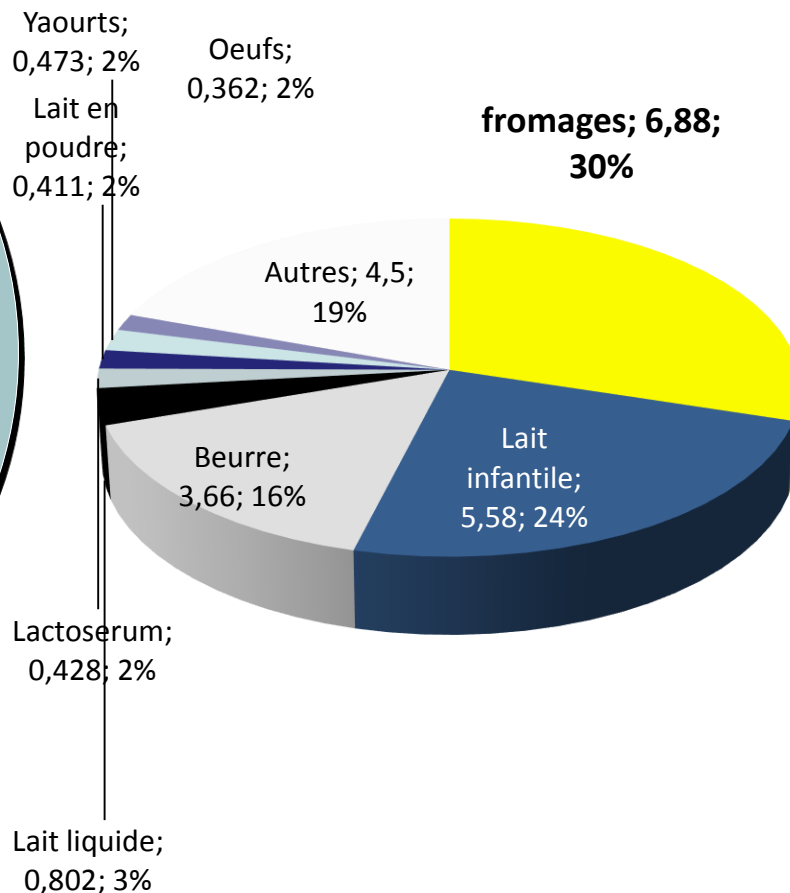
HONG KONG ET CHINE : DEUX MARCHES BIEN DIFFERENTS ET COMPLEMENTAIRES

Produits laitiers Chine 2015



Source GTA milliers d'euros

Produits laitiers Hong Kong 2015



PRODUITS LAITIERS



LE POIDS DES GROUPES TAIWANAIS



LA GUERRE DES PRIX SUR LE LAIT LIQUIDE UHT ET INFANTILE



DES VENTES EN LIGNE MIROBOLANTES

30 containers de lait UHT,
vendu en 53 minutes 25
secondes



MARCHE ET REGLEMENTAIRE

Produits laitiers (245 entreprises frses agrées hors lait infantile) :

- ✓ Ouvert
- ✓ analyse lourde
- ✓ Système de **pré-listing**
- ✓ Nouvelles formes d'enregistrement (+ complètes)

Fromages :

- ✓ Ouvert
- ✓ **Normes restrictives** levure & moisissures (évolution 2017)

Lait infantile

- ✓ Ouvert (mais des contrôles en CIQs)
- ✓ Nouvelles conditions d'export depuis 2014
- ✓ **7 établts. Agréés**
- ✓ Visite préalable quasi **systematique**
- ✓ 4 nouveaux établts. à agréer

- ▶ **FROMAGE : LA FRANCE EST en 4^{ème} POSITION AVEC 4% DE PART DE MARCHE +5%**
– Monde + 22%
- ▶ **BEURRE : LA FRANCE EST en 2^{ème} POSITION**
- ▶ **CREME : LA FRANCE EST en 2^{ème} POSITION**



FOCUS : Produits gourmets,
huîtres et biscuits



HUITRE : LA FRANCE EST 1^{ER} FOURNISSEUR DEPUIS 2013

FACILE SUR LE PLAN REGLEMENTAIRE

Huîtres :

- ✓ Ouvert
- ✓ Certificat / pas de difficultés particulières
- ✓ Système de **pré-listing**
- ✓ Agrément à venir ? Liste des établissements ?
- ✓ Visite du CNCA (nov. 2015)
- ✓ Blocage CIQ par méconnaissance des règles
- ✓ Transmission dossier 2015
- ✓ Possibilité de mission d'audit si plus d'une entreprise

En 2015 , +80%

Import : 20 millions d'euros. Part de la France 73%

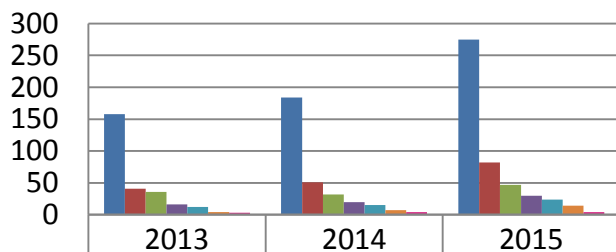
2000 tonnes d'huîtres, Part de la France : 67%

BISCUITS : LA FRANCE EST EN 15^{ème} POSITION

Code douanier : 190531

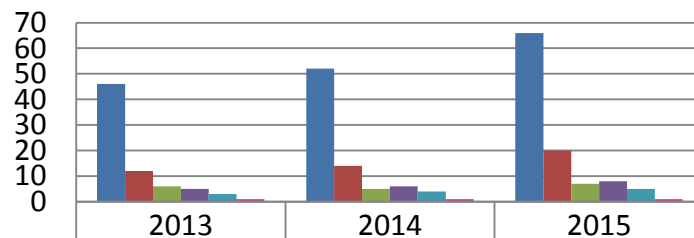
Droit de douane : 15%

importation de biscuits en Chine
En millions d'euros



	2013	2014	2015
Monde	158	184	275
Indonésie	41	51	82
Danemark	36	32	47
Malaisie	16	20	30
Corée du Sud	12	15	24
Japon	4	7	14
France	3	4	4

importation de biscuits en Chine
en milliers de tonnes



	2013	2014	2015
Monde	46	52	66
Indonésie	12	14	20
Danemark	6	5	7
Malaisie	5	6	8
Corée du Sud	3	4	5
Japon	1	1	1
France	1	1	1

En 2015, 275 millions d'euros de biscuits importés.

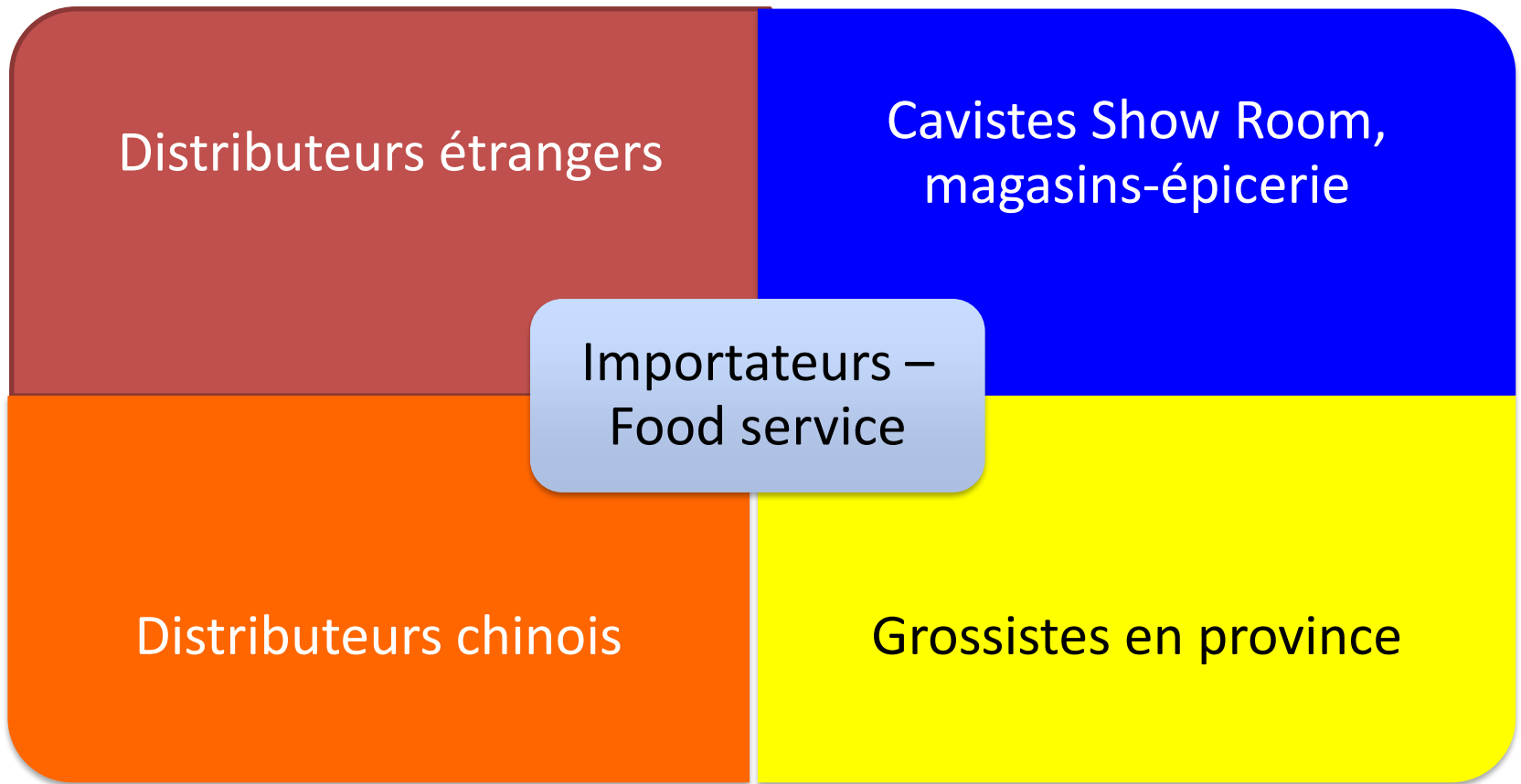
1^{er} : Indonésie

15^{ème} : France

COMMENT DISTRIBUER SES PRODUITS EN CHINE ?

- ❖ Connaître son marché
- ❖ Trouver un ou plusieurs importateurs
- ❖ Connaître les contraintes

L'IMPORTATEUR, CLE D'ENTREE SUR LE MARCHE CHINOIS



LE CHOIX D'UN IMPORTATEUR ET/OU D'UN AGENT

Professionalisation

- ▶ S'occupent des formalités,
- ▶ Stockent en zone franche ou non,
- ▶ Possèdent ou non leur propre magasin, on et off line
- ▶ Revendent
 - ▶ à la distribution organisée
 - ▶ à des grossistes (Province)
 - ▶ aux réseaux CHR
 - ▶ aux réseaux de ventes en ligne
 - ▶ Ont leur propre entrepôt de transborder e commerce



S'INFORMER EN CONTINU SUR LES QUESTIONS REGLEMENTAIRES

Veille hebdomadaire réglementaire
Chine

- Hotline réglementaire
- Veilles et alertes : appui à la certification
- Ateliers réglementaires et interventions
- Echo réglementaire
- Synthèses réglementaires (couple produit/pays)
:
<http://export.businessfrance.fr/001B1504489A+reglementation-des-produits-alimentaires-en-chine-2015-2016.html>
ying.li@businessfrance.fr

Patience



CHOIX D'UN NOM EN CHINOIS, D'UNE CATEGORIE

Se servir du et des glossaires existants



Patience

Déposez votre nom et marque en français et en chinois avant de venir en Chine.
: c'est la règle du premier déposant qui s'applique

Voir Ying.li@businessfrance.fr

Choisir un nom chinois qui restera accolé au nom français

Retraduire les contre-étiquettes

CONTRE-ETIQUETAGE : REGLEMENTAIRE ET MARKETING

**布拉妈妈圣米歇尔法式
焦糖奶油味饼干**

原产国：法国
 配料：小麦粉，奶油，白砂糖，5.4%咸奶油焦糖片（白砂糖，葡萄糖浆，诺曼底奶油，3.7%咸奶油，脱脂乳粉，1.4%盖朗德海盐，焦糖（葡萄糖浆，果葡糖浆，水）），鸡蛋，0.6%咸奶油焦糖（葡萄糖浆，白砂糖，11%奶油，水，稀奶油，1.4%盖朗德海盐），0.4%食用香精，食用盐，0.01%焦糖（葡萄糖浆，白砂糖，水）。

致敏物质：可能含有微量大豆，芝麻和坚果。
 生产日期：2015年06月03日 保质期（至）：2016年06月03日
 贮藏方法：置于阴凉干燥处，避免阳光直射。
 生产商：Biscuiterie La Mère Poulard
 进口商：上海雍天国际贸易有限公司
 地址：上海市虹口区四平路494弄12号8座1楼101室
 电话：021-34688137

营养成分表

项目	每100g	NRV%
能量	2089kJ	25%
蛋白质	5.8g	10%
脂肪	22.4g	37%
—饱和脂肪	16.0g	80%
碳水化合物	69.0g	23%
—糖	23.8g	
钠	140mg	7%

扫描二维码
 扫描添加官方微信
 yourself-intl
 更多惊喜等着您！

法国LA MERE POULARD
 布拉妈妈100%原装进口

净含量:125克

Après ouverture, consommer de préférence avant date. Use quickly once opened.

A conserver à l'abri de l'humidité. Keep dry and cool.

www.biscuiterie-mere-poulard.com



CALCUL DU PRIX OU DE LA MARGE ET LOGISTIQUE

Transport

Transport, portuaires et documents : 1450 EUR/conteneur

+

Taxes

Droits de Douane

Fromage 12 % Beurre 10% Lait 15% Vins 14%

TVA : 17% *calculée après droits de douane*

- **Taxe à la consommation** : **0%** *calculée sur le prix TTC hors alcool*
- **10% pour les alcools**

+

Frais de stockage et transport en Chine

LES MOYENS DE PAIEMENT : TROIS SOLUTIONS

- Paiement d'avance
- Lettre de crédit irrévocable et confirmée
- Garantie de l'acheteur via Coface ou Gipac ou autre

Prudence

PROGRAMME COLLECTIF FRANCE EN CHINE ET HONGKONG

Venir en Chine

Présence

Janvier février mars

- Chengdu Tangjiuhui
- Tastin'Wuhan
- Tastin'Shenzhen

Avril mai Juin

- Chongqing Cae élevage
- Pékin Top Wine
- Tastin'Nanjing
- Tastin'Canton
- Shanghai Bakery et Fête du Pain
- Hong Kong French Gourmay
- Shanghai SIAL
- Hong Kong Vinexpo 2018

Juillet Aout Septembre

- Qingdao Sitevinitech

Octobre Novembre
Décembre

- Shanghai Prowine
- Shanghai FHC
- Wuhan fête le vin de Bordeaux ; Festival des vins d'Aquitaine

Revenir en Chine
Suivre son marché
Participer
Négocier



LE
FRENCH
GourMAY
法國
五月



COMMUNIQUER VIA DES ACTIONS PRESSE



Perséverance

LES BONNES PRATIQUES POUR BIEN DISTRIBUER SES PRODUITS

Opportunités générales pour les produits importés de France Recommandations

- Augmenter les budgets promotions afin de développer les ventes on et *off trade* et aller dans les villes secondaires
 - Adapter les conditionnements pour les cadeaux.
 - Prévoir les moyens permettant un suivi au plus près de son marché en raison de la cascade d'intermédiaires et des changements rapides.
- Enregistrer sa marque en français et en chinois soi-même
 - Choisir un importateur très professionnel qui connaît la réglementation
 - Se tenir au courant des changements réglementaires : s'abonner à notre veille réglementaire France Agrimer.
 - Travailler son réseau local sur la durée, venir et revenir souvent, recruter dès les premières commandes : un VIE par exemple
 - Investir en communication : Créer un univers autour du produit et accompagner le consommateur dans sa découverte, Réaliser une documentation technique en chinois
 - Être vigilant sur les prix dans les réseaux de vente en ligne et veiller à être cohérent entre ses distributeurs/clients.

L'EQUIPE BUSINESS FRANCE AGROTECH CHINE HONGKONG A VOTRE SERVICE

Prenom.nom@businessfrance.fr



À Shanghai

Hélène HOVASSE (chef de pôle), Marie ZHANG (conseillère export), WANG Wei, Loïc CARER, LI Kaidong, Antoine Oustrin et CHEN Cheng

À Pékin

Laure ELSAESSER (conseillère export), Sisi WANG, Juliette Caron, LI Ying (conseillère export réglementaire), DU Song, Juliette Caron

À Chengdu

Alexandre EA (conseiller export), LI Bin, Timothée FABRE,

À Wuhan

SHE Ji, SHI Yue

À Canton

Bertrand QUEVREMONT (conseiller export), LI Yujun, Julie ASSEDO

À Hong Kong

Antoine MEUNIER, (conseiller export), Guillaume RABOUTET, Kai Ian (Yandy) WONG

QUI SOMMES NOUS ?

- Business France est l'agence nationale au service de l'internationalisation de l'économie française. Elle est chargée du développement international des entreprises et de leurs exportations, ainsi que de la prospection et de l'accueil des investissements internationaux en France.
- Elle promeut l'attractivité et l'image économique de la France, de ses entreprises et de ses territoires. Elle gère et développe le V.I.E (Volontariat International en Entreprise).
- Créée le 1^{er} janvier 2015, Business France est issue de la fusion d'UBIFRANCE et de l'AFII (Agence française pour les investissements internationaux).
- Business France dispose de 1 500 collaborateurs situés en France et dans 70 pays. Elle s'appuie sur un réseau de partenaires publics et privés. Pour plus d'informations : www.businessfrance.fr

Implantation
dans 70
pays

1500
collaborateurs

96 % de
clients
exportateurs
satisfaits

Plus de 600 VIE en CHINE et
Hong Kong

Plus de 15 000 prestations
de mise en contact de PME
et ETI avec des partenaires
commerciaux étrangers





Immédiateté

Investissement

Image histoire

Prudence
Patience
Présence
Persévérance

谢谢

Merci



Pour plus d'informations : www.businessfrance.fr