



**AMBASSADE DE FRANCE À SINGAPOUR
SERVICE ÉCONOMIQUE RÉGIONAL**

Note

Enjeux et opportunités du secteur agricole et agroalimentaire à Singapour

Résumé

Singapour a importé en 2019 plus de 11 Md EUR de produits agricoles et agroalimentaires dont plus de 1 Md EUR de France. Ce marché est dynamique, + 3 % par an, ouvert (absence de taxes douanières et respect de la réglementation internationale) et constitue une porte d'entrée intéressante vers les pays de l'ASEAN et plus globalement de l'Asie. Sa plateforme logistique et ses capacités de transformation agroalimentaires ont permis à Singapour de (ré)-exporter plus qu'il n'a importé en valeur en 2019.

Les opportunités d'affaires sont nombreuses pour les entreprises françaises. Le pouvoir d'achat élevé correspond bien aux produits français de qualité. La volonté de faire de Singapour un hub agroalimentaire offre également de nombreuses possibilités de partenariats notamment en termes de recherche développement. La présence d'une industrie agroalimentaire significative, l'importance de la restauration collective, et la volonté de développer la production aquacole et horticole offre un marché non négligeable pour les producteurs d'équipements, d'ingrédients et d'intrants.

Le marché des produits alimentaires à Singapour

Singapour est une cité Etat peuplée de 5,6 M d'habitants. Troisième pays le plus riche de la planète, derrière le Koweït et le Qatar, Singapour doit sa richesse à sa position de hub commercial tant pour le trafic maritime que aérien. Singapour importe chaque année pour près de 11 Md EUR de produits alimentaires. Les importations concernent tous les produits. En valeur, les principaux postes d'importation sont les boissons, notamment alcoolisées (près de 2.5 Md EUR) les préparations alimentaires (près de 2 Md EUR), les fruits et légumes (près de 1 Md EUR) et les produits laitiers (près de 1 Md EUR également). Suivent le tabac, les produits de la mer, les viandes compris entre 700 et 800 K EUR.

Singapour compte plusieurs marchés bien différenciés, le commerce au détail, la restauration collective notamment les hôtels et restaurants de luxe, l'industrie de transformation et les réexportations. Le commerce au détail et la restauration collective représente chacun un chiffre d'affaires (CA) de près de 5 Md EUR, l'industrie agroalimentaire est également relativement développée avec un CA de 4 Md EUR. Le total des exportations/réexportations de Singapour est en montant équivalent à celui des importations, soit 11 Md EUR.

Les trois principales évolutions notées sur le marché de Singapour sont :

- Une attention croissante portée à la durabilité des produits et des comportements incluant notamment une réduction de la consommation de viandes, de l'utilisation des plastiques et du gaspillage alimentaire et un développement des produits à base des protéines dites alternatives, d'origine végétales ou cellulaires.
- Un intérêt de plus en plus marqué pour les produits « sains », pour des informations sur la composition et l'origine des produits, pour des produits frais, et si possible produits localement, pour des alternatives aux sucres et aux protéines animales.
- Un développement du « digital », automatisation des processus de fabrication et de gestion, analyse des comportements des consommateurs, développement des applications mobiles, du E-commerce et de la livraison à domicile.

Les Enjeux pour Singapour

- **Diversifier son approvisionnement**

Singapour est un marché relativement facile d'accès, qui respecte et applique les réglementations sanitaires et phytosanitaires internationales. Singapour a également signé une vingtaine d'accords de libre-échange. L'accord de libre-échange avec l'Union européenne signé en octobre 2018 est mis en œuvre depuis novembre 2019.

- **Produire plus localement**

Le Gouvernement de Singapour a lancé en avril 2019, l'initiative 30 / 30. L'objectif poursuivi est de produire 30 % de ses besoins nutritionnels d'ici 2030. On estime que Singapour produit actuellement moins de 10 % de ses besoins nutritionnels

Les secteurs prioritaires de développement identifiés sont l'agriculture urbaine (horticulture), l'aquaculture, et les nouveaux aliments. Parmi les nouveaux aliments les plus recherchés, les alternatives aux protéines animales, d'origine végétale ou cellulaire, et les aliments modifiés pour diminuer ou résoudre les problèmes posés par le vieillissement de la population et les maladies chroniques telles que le diabète en forte augmentation à Singapour.

Pour mettre en œuvre cette initiative, le gouvernement s'appuie principalement sur la Singapore Food Agency (SFA), une nouvelle agence créée en avril 2019, spécialisée dans la sécurité alimentaire et regroupant trois départements situés auparavant au sein des ministères du développement national, de l'environnement et de la santé. La SFA est directement rattachée au ministre de l'environnement et des ressources en eau, M. Zulkifli MASAGOS

- **Produire plus à l'étranger**

Du fait des fortes contraintes locales en termes de production, pression foncière et cout élevé de la main d'œuvre, Singapour a développé ses productions et investissements à l'étranger dans le domaine agro-alimentaire. Les trois intervenants majeurs sont TEMASEK, OLAM et WILMAR.

- TEMASEK est l'un des deux principaux fonds souverains de Singapour. Il possède plus de 300 Md EUR d'investissements dans le monde. Au cours des trois dernières années TEMASEK a investi plus de 5 Md EUR dans le domaine agroalimentaire, prenant des parts dans des sociétés comme « Impossible Foods » ou en France CELVA et INNOVAFEED ou encore à Singapour dans OLAM dont il est l'actionnaire majoritaire.
- OLAM est l'un des principaux producteurs agricoles mondiaux. Pesant 30 Md EUR de chiffre d'affaires annuels, OLAM est présent dans 60 pays, possède de nombreuses plantations agroforestières et anime un réseau de près de 5 millions de petits producteurs.
- WILMAR International est engagée notamment dans la production et la commercialisation d'[huile de palme](#), de [sucre](#) et d'engrais. L'entreprise pèse près de 50 Md EUR de chiffres d'affaires et est présente dans 20 pays.

Les opportunités d'affaires pour la France

La France exporte 1,3 Md EUR de produits agroalimentaires vers Singapour. Elle en est le deuxième fournisseur, derrière la Malaisie, et devant la Chine, l'Inde et l'Australie.

Près de 90 % de ses exportations sont des boissons et principalement des spiritueux (750 K EUR) et des vins (400 K EUR), largement réexportées vers les pays de la région notamment le Vietnam, la Malaisie et la Thaïlande. La part de marché de la France pour les boissons approche les 50 % et continue à croître.

La part de marché de la France pour les autres produits alimentaires est beaucoup plus faible, près de 2 %. Elle est un peu plus élevée, 5 %, pour les produits laitiers et les produits de la mer qui connaissent une forte croissance.

- **Diversifier ses exportations alimentaires en s'appuyant sur les nouvelles tendances**

La France doit chercher à diversifier ses exportations alimentaires sur Singapour. Elle pourrait répondre davantage à la demande en produits à forte valeur ajoutée et à haute valeur nutritionnelle. La reconnaissance et la protection des indications géographiques dans le cadre de l'accord de libre-échange entre l'Union Européenne

et Singapour pourrait permettre à la France de faire valoir ses produits sous signes de qualité, produits biologiques inclus.

Les opportunités d'affaires concernent en particulier tous les produits gourmets, les fruits et légumes biologiques, les produits laitiers, les viandes fraîches, la charcuterie, les confiseries. Les opportunités d'affaires concernent également tous les aliments « bons » pour la santé, les aliments diététiques ou fonctionnels notamment.

- **Développer de nouvelles technologies (Agtech et Foodtech)**

En dépit de sa production agroalimentaire et de ses ressources foncières limitées, Singapour se positionne rapidement en tant que plaque tournante de l'AgriFoodTech en Asie-Pacifique. Sa stabilité politique et financière, son ouverture régionale, ses infrastructures portuaires et aéroportuaires, son système d'enseignement supérieur et de recherche (A*STAR), l'existence d'un écosystème start-up déjà développé et largement soutenu par une agence publique spécialisée ESG, et de nombreux fonds d'investissements et incubateurs finançant déjà plus de 4 000 start-up essentiellement financières, et le soutien du gouvernement, font de Singapour un terrain attrayant et une rampe de lancement intéressante pour les AgriFoodTech, notamment françaises qui souhaitent bénéficier de financements, se développer et accéder aux marchés de l'Asie du Sud-Est.

- **Développer ses exportations d'équipements et d'intrants**

L'objectif 30 / 30 du gouvernement lancé en avril 2019 de produire 30 % de ses besoins nutritionnels d'ici 2030 implique un développement important des productions aquacoles et horticoles hors sol, ouvrant ainsi un marché important pour les fournisseurs d'équipements et d'intrants aquacoles et horticoles (hydroponie et aquaponie).