



Les Missions Economiques Grande Chine (Pékin, Shanghai, Canton, Chengdu, Hong Kong et Taipei) au service des entreprises, c'est une équipe biculturelle de 134 personnes pour favoriser le développement à l'export des entreprises françaises sur les marchés du monde chinois. Elles font partie du dispositif français d'appui au commerce extérieur, composé de 156 missions économiques dans 113 pays et de l'Agence UBIFRANCE.

www.missioneco.org/chine

A LA UNE

SOMMAIRE

Infos écos	p. 3
Télex.....	p. 5
Retour sur...	
Joilliers français à l'assaut de l'Empire du Milieu.....	p. 5
Participation française sur le salon « Chic 2008 » à Pékin.....	p. 6
Les journées techniques « Offshore and Onshore Oil & Gas Advances Technologies.....	p. 6
Opportunités	
Le marché des vins et spiritueux en Chine.....	p. 7
Les produits cosmétiques en Chine.....	p. 8
Ouvrir un point de vente à Pékin	p. 9
Forum Capital Investissements à Shenzhen.....	p. 8
Agenda	
Rendez-vous.....	p. 10
Nos publications	p. 10
Développez vos marchés.....	p. 11
Vos contacts	p. 12

Une question ou une remarque sur le travail des Missions économiques de Chine ? Nous vous répondons sur pekin@missioneco.org



Le programme économique du nouveau Président : quelles opportunités commerciales à Taïwan ?

L'élection présidentielle du 22 mars a conduit à une alternance politique, incarnée par M. Ma Ying-Jeou, qui avait construit sa campagne sur la relance de l'économie. Non que la situation taïwanaise soit mauvaise : au contraire, avec une croissance de 4,1 % entre 2000 et 2007, tous les fondamentaux apparaissent excellents : l'inflation est maîtrisée, le chômage s'est réduit à 3,9 %, le budget a fini en équilibre dès 2006, la balance des comptes courants est excédentaire, la devise s'apprécie. Par ailleurs, Taïwan a confirmé, ces dernières années, son rôle de tout premier plan dans l'électronique, s'appuyant sur son internationalisation accrue : ses investissements hors de l'île sont particulièrement notables, notamment en Chine et au Vietnam, où Taïwan occupe la première place.

Toutefois, la consommation a peu contribué à cette croissance et la stagnation des revenus de la majorité de la population a contribué à l'élection d'un candidat considéré comme à même de relancer la demande intérieure. Deux éléments de son programme méritent notamment d'être soulignés. Le premier, c'est la relance de l'investissement public : alors qu'il s'était réduit de 6,1% du PIB en 1991 à 3,6% en 2006, M. Ma compte y consacrer 133 Mds USD en 8 ans. Les secteurs visés sont les transports (ferroviaire, urbain, maritime, aérien), l'industrie de haute technologie, les ressources humaines et la qualité de vie (qui va du loisir à l'assainissement, en passant par le tourisme). Le second, c'est la libéralisation des relations économiques avec la Chine, notamment par la mise en place de liaisons aériennes directes et le souhait d'accueillir un million de touristes chinois par an. Cette libéralisation relancerait la consommation : d'une part, cet afflux touristique accroîtrait le PIB de 2 points environ ; d'autre part, le retour des familles expatriées sur l'île, facilité par le fait que le conjoint pourrait les retrouver le week-end, grâce aux liaisons directes, y ramènerait des personnes à fort potentiel de consommation.

Ces évolutions créeront des opportunités pour les entreprises étrangères : dans la distribution, où les entreprises françaises sont bien implantées, comme, en amont, pour les exportateurs de produits alimentaires et de biens de consommation. Mais c'est, au-delà, un nombre bien plus large de domaines qui bénéficierait de ce programme, car ces évolutions auront un effet d'entraînement sur l'ensemble de l'économie. En fait, tous les secteurs où Taïwan dispose d'une compétence reconnue (électronique) ou, à l'inverse, a besoin d'expertise (environnement), sont concernés et devraient retenir l'attention.

Il est donc temps de s'intéresser à l'évolution du marché taïwanais et aux opportunités commerciales qui s'y présenteront. La Mission économique de Taipei accompagne ce mouvement : début juin, des rencontres d'acheteurs sont prévues dans le domaine de l'électronique à l'occasion du salon *Computex* (3-7 juin 2008), l'un des plus importants au monde dans le secteur informatique, où la Mission et Ubifrance organiseront la présence des opérateurs français ; et au mois d'octobre 2008, dans le domaine de l'électronique appliquée à la santé, secteur en développement où Taïwan est bien placé.

D'autres opportunités, pour plus modestes qu'elles apparaissent, n'en sont pas moins porteuses : ainsi, les opérateurs français du tourisme auraient avantage à s'intéresser à un secteur qui devrait se développer fortement, et où il importe de proposer et de faire valoir dès maintenant leur expertise.

Mission économique de Taipei - François Blanc

Infos écros

Chine continentale

- ❖ **Révision à la hausse de la croissance du PIB en 2006 et en 2007.** S'appuyant sur les résultats de l'industrie des services, le Bureau National des Statistiques a révisé la croissance du PIB à 11,6 % en 2006 (contre 11,1 %) et 11,9 % en 2007 (11,4 %).
- ❖ **Mais révision à la baisse des prévisions de croissance pour 2008.** La Banque mondiale et la Banque Asiatique de Développement ont abaissé leur prévision de croissance à 9,4 % (contre 9,6 %) et 10 % (contre 10,5 %) respectivement. Au 1^{er} trimestre 2008, la croissance du PIB s'est établie à 10,6 %, en baisse sensible par rapport à au 4^{ème} trimestre 2007 (+11,2 %) mais au-dessus des prévisions des analystes. La valeur ajoutée industrielle a progressé de 17,8 % en mars contre 15,4 % en janvier-février.
- ❖ **Accentuation des pressions inflationnistes en mars.** En mars l'indice des prix à la consommation progresse de 8,3 %, en léger ralentissement par rapport à février (+8,7 %). L'indice des prix à la production atteint un plus haut à 8,8 %.
- ❖ **La demande interne reste soutenue.** Les dépenses d'investissement sont en hausse de 24,6 % sur 3 mois au niveau national. Les ventes de détail ont accéléré à 21,5 % en mars contre 20,2 % en janvier-février.
- ❖ **Baisse de l'excédent commercial au 1^{er} trimestre.** L'excédent commercial a atteint 13,41 Mds USD en mars marquant un rebond par rapport à février. L'excédent du 1^{er} trimestre enregistre néanmoins une baisse de 11 % à 41,4 Mds USD (contre 46,5 Mds USD en 2007).
- ❖ **Le yuan atteint un niveau record contre le dollar.** Le 10 avril, le yuan a, pour la première fois, franchi la barre symbolique des 7 yuans pour un dollar. Le rythme de l'appréciation a cependant nettement décéléré au cours du mois d'avril.
- ❖ **La Chine signe un accord de libre échange avec la Nouvelle-Zélande et négocie avec l'Australie.** Le 7 avril, la Chine a signé un accord de libre échange avec la Nouvelle-Zélande, le 1^{er} du genre avec un pays développé. A la suite de la visite du Premier ministre australien Kevin Rudd, l'Australie et la Chine ont aussi décidé de lancer des négociations en vue de la signature d'un accord de libre-échange.

adrien.guillemain@missioneco.org

Hong Kong

- ❖ **Prévisions 2008.** Les estimations du gouvernement prévoient un taux de croissance du PIB compris entre 4 et 5 %, en retrait par rapport aux années précédentes (7% en 2006, 6,3% en 2007), mais largement au dessus de la moyenne des dix dernières années (3,8%).
- ❖ La balance des paiements d'Hong Kong a dégagé, pour le quatrième trimestre 2007, **un excédent de près de 10 Mds de USD**, en progression de 17,5% en variation annuelle.
- ❖ **Hong Kong a conforté sa place de 11^{ème} puissance commerciale mondiale et 3^{ème} en Asie, derrière la Chine et le Japon**, avec 714 Mds USD d'exportations et importations en 2007, en hausse de 10% en glissement annuel.
- ❖ **La consommation privée a progressé de 10% en variation annuelle** au cours du quatrième trimestre 2007, notamment grâce à l'amélioration continue du marché du travail et aux perspectives favorables, mesurées par les enquêtes de tendance.
- ❖ **Niveau d'inflation élevé en février.** Le taux d'inflation mensuel a atteint 6,3% contre 3,2% en janvier et enregistre ainsi sa plus forte variation depuis plus de 10 ans. Les prévisions officielles d'inflation tablent toutefois sur 3,4% pour l'année 2008. Cette prévision semble toutefois d'ores et déjà obsolète.
- ❖ Le marché du travail ne cesse de s'améliorer, avec un taux de chômage en constante diminution depuis 2003. **Au premier trimestre 2008, le taux de chômage a atteint 3,4%**, son niveau le plus bas depuis 1998. Parallèlement, les salaires continuent d'augmenter.

- ❖ En 2007/2008, **l'excédent budgétaire a atteint un nouveau record à 115 Mds HKD** (de l'ordre de 7 points de PIB), lié à une nette sous estimation de la croissance du PIB dans le projet de budget 2007, à un rendement fiscal très supérieur aux prévisions, notamment de la taxe sur les transactions boursières (+200%), de la taxe sur les transactions immobilières (+50%), de l'impôt sur les sociétés (+15%) et de l'impôt sur le revenu (+20%). Le budget pour 2007/2008 est ainsi très redistributif.
- ❖ **La Bourse de Hong Kong amorce son redressement** après avoir enregistré ses plus lourdes pertes trimestrielles depuis 2001, en hausse de 13% depuis les fêtes de Pâques.
- ❖ **Faillite de la compagnie aérienne Oasis Hong Kong Airlines.** La jeune compagnie hongkongaise, la première low-cost long-courrier, qui n'opérait que depuis dix-huit mois, a suspendu tous ses vols le 9 avril et a été placée en liquidation. Depuis son lancement, la compagnie avait perdu 1 Mds HKD soit 128 Ms USD.

cesar.seigneurgens@misioneco.org

Taiwan

- ❖ La *Financial Supervisory Commission* compte autoriser les **banques et les assureurs chinois à ouvrir des bureaux de représentation** à Taïwan dès le mois de mai, dans le cadre des efforts d'amélioration des relations Chine-Taïwan.
- ❖ La forte croissance des importations (+ 37,3 %, soit 24,08 Mds USD) et la croissance modérée des exportations (+ 22,8 %, soit 24,25 Mds USD) **ont entraîné une contraction de l'excédent commercial au mois de mars (- 92,4 %, soit 170 M USD)**. Ainsi, son niveau s'est dégradé de 2,9 Mds USD, passant de 6,3 Mds USD au premier trimestre 2007 à 3,4 Mds USD pour la même période en 2008).
- ❖ Le Conseil des ministres a approuvé l'amendement à la loi sur les douanes permettant de **réduire à zéro les droits de douanes appliqués à huit produits agricoles**. Cette mesure, d'un coût estimé à 1 Md TWD, vise à combattre la forte hausse des prix des produits alimentaires.
- ❖ **Le TWD s'est stabilisé depuis la fin mars aux alentours de 30 TWD pour 1 USD.** Les craintes concernant l'économie américaine, la baisse du taux directeur américain à un niveau inférieur au taux taïwanais (3,5 %) ainsi que l'afflux de capitaux vers l'île, ont affecté la devise américaine qui s'est dépréciée de 7 % par rapport au dollar taïwanais.
- ❖ Les **pertes du secteur financier liées aux investissements** dans les crédits hypothécaires à risque et les produits structurés d'investissement (SIV) ont été revues à la hausse : elles atteignent 31,3 Mds TWD en février (24,9 Mds TWD en janvier). Ces réévaluations confortent les doutes des spécialistes du secteur, qui estiment que ces pertes sont sous-évaluées. L'exposition du secteur s'est toutefois réduite à 71,2 Mds TWD (de 75 Md TWD en janvier) pour les crédits hypothécaires à risque et 19,3 Mds TWD (21,2 Mds TWD en janvier) pour les SIV.
- ❖ Les **réserves en devises** ont atteint 286,9 Mds USD fin mars (277,8 Mds USD fin février), du fait de l'appréciation en USD des réserves détenues en EUR et autres devises, ainsi que des entrées de capitaux étrangers et des gains obtenus par la gestion des réserves en devises.
- ❖ **L'inflation s'est accélérée au mois de mars** : elle atteint + 3,96 % par rapport à mars 2007, du fait d'une hausse des prix des produits alimentaires. Les prix de gros ont augmenté plus fortement (+ 7,15 %), et particulièrement les prix du pétrole à l'importation (+ 65,5 % par rapport à mars 2007).
- ❖ **Le taux de chômage demeure stable** (+ 3,9 % en mars).

priscille.aeschlimann@missioneco.org

Télex

- Le constructeur **PSA** a annoncé, fin avril, la mise en place d'un centre de Recherche et Développement en région de Shanghai. Cet investissement de 150 M USD devrait permettre au groupe PSA d'accélérer son expansion sur le marché chinois. PSA prévoit d'atteindre un millions d'unités vendues en Chine d'ici 2015. Ce nouveau centre R&D suit la tendance des autres constructeurs étrangers, qui cherchent à localiser leur centre de développement en Chine pour s'assurer une présence future au sein du deuxième marché mondial.

Retour sur...

Vingt deux artistes joailliers français à l'assaut de l'Empire du Milieu

Mission économique de Pékin :

yann.francioli@missioneco.org



Organisateurs de l'exposition Trésors de Paris: Mme Martine Floc'hlay et ses collaborateurs chinois

L'exposition « TrésOrs de Paris » a permis à vingt deux artistes joailliers français d'exposer leurs créations et leur savoir-faire pour la première fois en Chine, à un public représentant la nouvelle élite chinoise. Un tel regroupement français sur le marché chinois de la création joaillière de luxe était une avant première.

Pour cette première édition, qui s'est tenue du 12 au 16 mars 2008, l'exposition TOP « TrésOrs de Paris » s'est déroulée en trois temps, avec l'organisation d'une exposition sur trois jours dans la galerie marchande du grand magasin haut de gamme de Pékin le *Beijing Lufthansa Center* et de deux soirées «Exposition-vente et défilé » dans les deux prestigieux clubs d'affaires privés de Pékin, le *Chang'an Club* et l'*American Club*.



Défilé des joailliers français à Pékin: Parmi les 22 créateurs exposés, seule la marque Philippe Tournaire est déjà commercialisée sur le marché chinois.

L'exposition « TrésOrs de Paris » a notamment bénéficié du soutien de l'Ambassade de France et la Mission économique en Chine, ainsi que de l'accréditation Coface. L'événement était orchestrée par Mme Martine Floc'hlay, directrice de la société *Miss Marple* (professionnelle de la communication et de l'organisation d'événements), et relayée à Pékin par ses collaborateurs: l'agence chinoise *Sun Communication* ; la société *Ditta* ; et l'importateur *China National Arts& Craft (group) Corp*.

Liste des exposants: Antoine Camus, Antoine Chapoutot, Daniela Baumgartner, David Bachet, BJ d'Englemont, Agop Castany, Didier Capdeboscq, Jean Christophe, Philippe Comoy, Hélène Courtaigne Delalande, Germaine Esteban, Eric Humbert, Frank Jaïs, Loris, Dominique Muller, Caroline Maily, Frank Montialoux, Céline Renault, Remy joaillier, Philippe Tournaire, Thierry Vendome, Sophie Thobie.



Exposition dans le magasin Yansha

Pour contacter l'organisateur en France: société Miss Marple, Mme Martine Floc'hlay mflochlay@wanadoo.fr – Tél : +33 (0)6 84 86 01 61.

Participation française sur le salon «CHIC 2008» à Pékin

Mission économique de Pékin :

yann.francioli@missioneco.org

karine.xie@missioneco.org



www.chiconline.com.cn

Organisateurs du salon à Pékin :

- China National Garment Association
- China Council for the Promotion of International Trade (CCPIT TEX)
- China World Trade Center Co, Ltd

Superficie: 110 000 m²

Visiteurs : plus de 100 000

Medias/presse : plus de 100

Exposants: plus de 1 000 marques de prêt-à-porter venant de 23 pays et régions du monde : Chine, Italie, France, Allemagne, USA, Canada, Angleterre, Suisse, Pologne, Belgique, Espagne, Grèce, Danemark, Australie, New Zélande, Japon, Corée, Inde, Pakistan, Thaïlande, Hong Kong, Macao, Taiwan etc.

La 16^{ème} édition du salon international de l'habillement et des accessoires de mode de Pékin «CHIC 2008» s'est tenue du 28 au 31 mars dernier dans le nouveau centre international d'exposition, le *New China International Exhibition Center*, situé dans une zone excentrée de la ville, près de l'aéroport de la capitale.

Cette édition était la première manifestation organisée dans ce nouveau centre d'exposition pékinois encore partiellement en cours de construction, provoquant ainsi quelques désordres le jour de son inauguration (chemins d'accès au centre difficiles; embouteillages denses ; environnement peu accueillant ; parkings mal définis ; etc.).

Plus d'une vingtaine de sociétés françaises de prêt-à-porter féminin et d'accessoires de mode étaient cependant au rendez-vous pour exposer leurs collections et tenter une nouvelle expérience collective en Chine, enmenées par les organisateurs de salons professionnels français, WHO'S NEXT (*laboratoire des tendances de mode et de prêt-à-porter*) et PREMIÈRE CLASSE (*salon international des créateurs d'accessoires de mode*). Les exposants ont bénéficié des conseils de la mission économique française de Pékin et des services de la fédération professionnelle chinoise *China Fashion Association*. Les entreprises éligibles avaient également le soutien en France du Défi (Comité de Développement de Promotion de l'Habillement).

Comme pour l'édition 2007, S.E.M l'Ambassadeur et Madame LADSOUS sont venus rencontrer les exposants français sur leur stand. Une réception de bienvenue à la résidence de l'Ambassade de France à également été organisée en leur honneur.

Pour vous aider à l'export, contacter la ME de Pékin.

Les journées techniques « Offshore and Onshore Oil & Gas Advanced Technologies »

Mission Économique de Pékin :

philippe.marrec@missioneco.org

michel.li@missioneco.org



Journées Techniques – grande salle de réunion dans le nouveau centre international d'expositions de Pékin



Ouverture par M. Hubert TESTARD, Ministre conseiller, Chef des services

Suite au grand succès des journées techniques à Pékin en 2007, la **Mission Economique de Pékin et le GEP** (Groupement Français Entreprises Parapétrolières et Paragazières) ont organisé, en coopération avec la **CPEIA** (Association chinoise des fabricants d'équipements pétroliers), la seconde édition des journées techniques sur les thèmes des technologies avancées de l'industrie pétrolière et gazière amont et aval.

Les journées techniques se sont déroulées les **8 et 9 avril 2008** dans le nouveau centre international d'expositions de Chine en marge de l'exposition **CIPPE 2008** (China International Petroleum & Petrochemical Technology and Equipment Exhibition). Un séminaire s'est tenu le 8 avril dans la grande salle de conférence, suivi de rendez-vous individuels sur les stands du pavillon français Ubifrance le 9 avril. Au total, plus de 150 personnes, dirigeants, ingénieurs de diverses sociétés et entités chinoises (sociétés pétrolières et gazières, instituts de recherche, constructeurs et fournisseurs d'équipements) ont assisté aux présentations données par **9 sociétés françaises** parmi lesquelles figuraient **3 grands groupes** : TOTAL, RHODIA et TECHNIP.

Dans la continuité du succès des exposés de l'année dernière sur le thème de l'exploration et la production d'hydrocarbures offshore et



Intervention de M. Claude BOUTY,
Vice-président du GEP

onshore, les participants chinois ont cette année montré leur intérêt sur les thèmes du raffinage, de la pétrochimie, et sur la démarche QHSE (Qualité de l'Hygiène de la Sécurité et de l'Environnement) en entreprise.

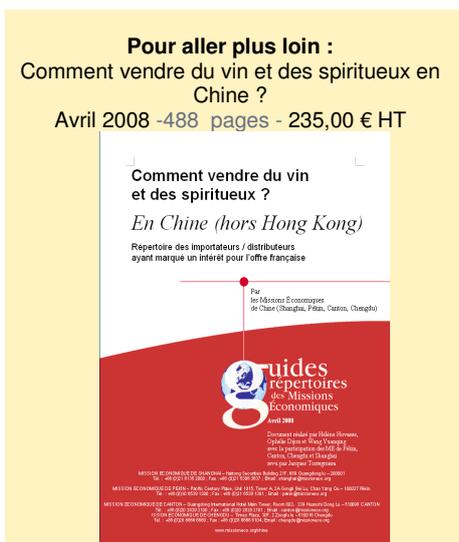
Total a mis l'accent sur la problématique de la sécurité et de l'environnement, Rhodia a exposé son savoir-faire en matière d'amélioration du taux de récupération du pétrole dans les réservoirs et Technip a présenté sa maîtrise de l'ensemble des technologies requises pour la mise en place d'un projet GNL en offshore. Les interventions de Principia, Ponticelli, Cls, S2M, Courbis et Wvc ont complété cette journée d'échanges franco-chinois.

Opportunités

Le marché des vins et spiritueux en Chine

Mission économique de Shanghai :

helene.hovasse@missioneco.org
amandine.ferre@missioneco.org



Ce guide-répertoire, cru 2008, remet à jour les informations générales et chiffrées sur le marché chinois et ses principaux opérateurs. Parmi les 131 entreprises qui recherchent des vins et 39 entreprises des spiritueux (+31% par rapport au guide 2007) : Pour les vins, 47 opérateurs sont situés dans la région de Shanghai, 8 dans celle de Chengdu, 37 dans celle de Pékin et 39 dans celle de Canton. Par rapport à la version 2007, notons la suppression d'une vingtaine de fiches d'entreprises ayant présenté des défauts de paiement ou fait faillite et l'apparition d'une quarantaine de nouveaux opérateurs. de Shanghai, Canton, Pékin et Chengde. Ce guide-répertoire est attendu : c'est l'ouvrage de référence indispensable pour toute société française souhaitant trouver des nouveaux clients en Chine.

Alors que les exportations françaises de vins vers la Chine (hors Hong Kong) ont augmenté de 61% en volume et de 112% en valeur en 2007, marquant un nouveau record de croissance, celles de cognac ne faiblissent pas avec des croissances de 109% (valeur) et 32% (volume).

- La Chine est le 5ème marché du cognac dans le monde juste après la France. Le cognac représente 68% des importations chinoises de spiritueux en valeur loin devant le whisky (valeur d'expéditions en 2007: 155 M EUR, volume : 27 000 hl).

- La Chine est devenue le 13ème client de la France pour les vins en volume en 2007 (en gagnant 3 places par rapport au classement 2006) et 12ème en valeur. Les exportations françaises de vins s'élèvent à 73 M EUR, sur un marché en fort développement constitué en valeur à 78% de vins AOC. En 2007, notre pays reste le premier fournisseur de vins (vrac et bouteilles) de la Chine (un tiers du total des importations chinoises), suivi par le Chili (19%) et l'Italie (8% des importations en valeur).

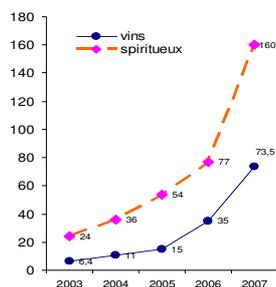
La nouvelle édition du Guide-répertoire montre les grandes tendances du marché chinois (hors Hong Kong) :

- une montée en gamme ;
- une diversification de gamme : la part relative des importateurs qui recherchent des vins de Bordeaux baisse au profit de vins plus nouveaux sur le marché chinois ;
- une implantation régionalisée des importateurs : les débouchés restent régionaux, les importateurs réussissent mieux là où ils sont implantés.

Les Missions économiques de Chine ont également visité et répertorié 62 magasins de vins et spiritueux, non seulement dans les grands centres urbains mais également dans certaines villes secondaires, preuve s'il en était besoin du dynamisme du marché des vins.

Les importateurs nous ont fait part de leur souhait d'avoir plus d'information sur le marché français qui pourrait s'exprimer à travers deux types d'actions, essentielles à la pérennisation des ventes de vin français en Chine, des actions de promotion sous forme d'appui à la vente, essentiellement dans les restaurants et hôtels (lire en complément le guide-répertoire « Comment vendre à la restauration hors domicile en

Evolution des exportations françaises
(en M EUR)



Sources : Douanes françaises, ME Ubifrance

Chine » avec 90 fiches) accompagnée d'actions de formation, auprès de leur force de vente. En effet, la part des ventes de détail augmente rapidement dès lors que les produits sont suffisamment attractifs et explicites dans les magasins.

Le marché des produits cosmétiques en Chine

Mission économique de Shanghai :
marie-chantal.piques@missioneco.org
camille.martin@missioneco.org

Pour aller plus loin :
« le marché des produits cosmétiques en Chine »,
Avril 2008 - 219 pages - 235,00 € HT

Le marché des produits cosmétiques en Chine
Répertoire des opérateurs professionnels ayant marqué un intérêt pour les produits français

Par les Missions Économiques de Chine : Shanghai, Canton, Chengde & Pkin

guides répertoires des Missions Économiques

MAI 2008

Document édité par Marie-Hélène et Marie-Cécile FUGÈRE, avec la collaboration de CHAO JIANG, YAO QUN, CAROLINE PETER, et du Réseau Économique de Chine.

Rédigé par CAMILLE MARTIN

Responsable de l'édition : YVES-ÉTIENNE LAFITE, Directeur Général de la Mission Économique de France à Shanghai, Canton, Pékin et Chengde.

Ce guide répertoire de 219 pages est un document de référence pour pénétrer le marché chinois ou pour mieux s'y développer.

Vous y trouverez, segment par segment, un panorama complet sur l'état des lieux du marché et la position de la concurrence, une présentation détaillée des nouveaux secteurs porteurs ainsi que toutes les informations indispensables pour accéder à ce marché (homologation des produits, régime des taxes, circuit de distribution, etc.)

Vous y trouverez également des informations sur les produits français ou sur les types de coopération recherchés par plus de soixante-dix opérateurs chinois qui ont répondu récemment à un questionnaire des missions économiques de Shanghai, Canton, Pékin et Chengde.

Le marché des produits cosmétiques constitue le secteur le plus dynamique des biens de consommation en Chine. Alors que ceux-ci ont enregistré une croissance annuelle moyenne de 12,6 % entre 2001 et 2006, la vente des produits cosmétiques a cru en moyenne de 19,8% pendant la même période.

Les chiffres sont encore bien plus impressionnants en évolution du montant des ventes au cours des vingt cinq dernières années. En 1982, les cosmétiques représentaient un marché d'environ 2 M EUR, aujourd'hui ils en représentent plus de 6 Mds !

Mais la caractéristique plus remarquable du marché est ailleurs. C'est le seul segment d'activité en Chine où les entreprises étrangères ont pu se tailler la part du lion. On estime en effet qu'elles détiennent près de 80% du marché cosmétique. L'Oréal arrive en position n°3 derrière Procter & Gamble (USA) et Unilever (GB). Les deux plus grands chinois Beijing Dabao et Shanghai Jahwa arrivent respectivement en position 4 et 5.

Les entreprises étrangères ayant le plus investi en Chine sont originaires des Etats-Unis, de la France, du Japon, de la Corée et d'Allemagne.

Les Français sont particulièrement bien positionnés sur le segment haut de gamme. Leur cible majeure reste les classes aisées à « moyennes aisées » des milieux urbains les plus développés et devrait le rester pour leur permettre le maintien de cette avance sur un marché où ne se rencontre pas encore la concurrence locale.

Les opérateurs domestiques se sont engouffrés sur le segment des soins de la peau, qui attire en premier lieu le consommateur chinois, mais en se développant essentiellement sur le bas ou bas-moyen de gamme. C'est sans doute le secteur qui connaît la croissance la plus florissante (2,5 Mds EUR en 2006) mais dans des conditions concurrentielles devenues redoutables pour les produits de grande consommation, puisque l'on y trouve plus d'un millier de marques locales.

Le même phénomène devrait bientôt se développer sur le marché des produits de maquillage, à peu près inexistant il y a quelques années et devenu brusquement un marché porteur sur lequel les étrangers enregistrent aujourd'hui d'excellents résultats, comme il se reproduira sur chacun des segments où des produits nouveaux seront introduits par les marques notoires.

Dans l'esprit de tous les Chinois, l'image de la France est d'abord liée à celle des cosmétiques et des parfums et on lui accorde toujours le

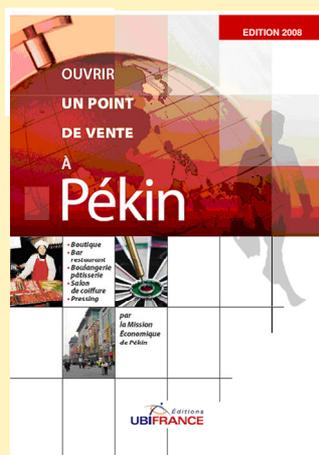
bénéfice de la qualité et de l'innovation. L'apparition de grandes marques françaises de cosmétiques dans une nouvelle ville chinoise constitue d'ailleurs un précieux indicateur du niveau de développement atteint. Elles précèdent toujours la venue des enseignes de la mode ou des plaisirs gourmets et annoncent le basculement prochain d'une zone dans la société de la « petite prospérité ».

C'est donc en anticipant sur les nouvelles tendances de consommation (soins du corps, soins du visage multi fonctions, produits « sportifs », enfants, produits solaires, etc.) et en se maintenant sur les créneaux haut de gamme à moyen haut de gamme que les entreprises françaises pourront continuer leur progression en Chine et s'y développer dans des conditions optimales.

Ouvrir un point de vente à Pékin

Mission économique de Pékin :
sylvain.mazingue@missioneco.org

« Ouvrir un point de vente à Pékin »,
Juin 2008 - 219 pages - 63,00 € TTC



A l'approche des Jeux Olympiques, Pékin, propulsée sur le devant de la scène internationale, se modernise et accueille toujours plus de sociétés et d'investisseurs étrangers. La capitale de l'Empire du Milieu bénéficie d'atouts majeurs : la proximité du pouvoir de décision politique ; un marché moins mûr que celui de Canton et Shanghai, notamment dans les services où « tout reste à faire ». Avec la libéralisation du secteur de la distribution et la clarification du cadre réglementaire, il est temps de se lancer sur ce marché de 15 millions d'habitants, aux habitudes de consommation en pleine évolution. Mais aussi impressionnant et rapide que soit son développement, il serait imprudent d'y voir un eldorado de tous les possibles. Le secret d'une implantation pérenne ? L'investissement doit avoir été minutieusement préparé et accompagné.

Ce guide donne la marche à suivre pour réussir l'ouverture d'un point de vente à Pékin, à partir d'expériences vécues, en matière de budget minimum requis, coûts comparés selon les quartiers, précautions juridiques, gestion du personnel, visas et erreurs à ne pas commettre. Un répertoire de contacts utiles complète l'ouvrage : centres commerciaux, et grands magasins, administrations locales, agences immobilières spécialisées, et nombre d'adresses pour vous accompagner dans votre démarche.

Forum Capital Investissement à Shenzhen

La Mission Économique de Canton et Ubifrance organisent avec le soutien de l'Association Française des Investisseurs en Capital (AFIC) et des Bureaux des sciences et techniques de Shenzhen et de Canton un Forum Franco Chinois de l'Innovation et du Capital Investissement qui aura lieu à Shenzhen les 26 et 27 mai. Il permettra aux investisseurs en capital français de rencontrer des sociétés innovantes chinoises désireuses de développer leur activité en Chine et sur le marché international. Contact à la ME de Canton : alain.berder@missioneco.org.

Agenda

Rendez-vous

Salons, séminaires et colloques

Pavillon français à l'occasion d'ACHEMASIA'2007,

exposition et congrès international du génie chimique et des biotechnologies

14 au 18 mai 2007 - Chine, Pékin

Organisateur : UBIFRANCE - Service Biotechnologies Santé Chimie Matériaux

Pavillon français à l'occasion de CHINAPLAS'2007, 1er salon dédié à la plasturgie en Asie

21 au 24 mai 2007 - Chine, Guangzho

Organisateur : UBIFRANCE - Service Biotechnologies Santé Chimie Matériaux

TIC : Rencontres sino-européennes des PME innovantes à l'occasion de ChinICT'2007

24 et 25 mai 2007 - Chine, Pékin

Organisateur : TEMPO2 LLC

Chine, Russie, ASEAN, MERCOSUR, Pays du Golfe, Maghreb : quelles réglementations pour vos produits cosmétiques ?

7 juin 2007 - France, Paris

Organisateur : UBIFRANCE

"La ville en projets" : présentation en Chine du savoir-faire français en architecture

7 et 8 juin 2007 - Chine, Pékin

Organisateur : UBIFRANCE - Service Habitat Tourisme Hotellerie Loisirs

Rencontres du Monde Gazier Shanghai/GasExpo 2007

20 au 23 juin 2007 - Chine, Shanghai

Organisateur : CHINERGAZ

Pavillon français à l'occasion de CIEPEC'2007, salon de l'environnement

21 au 24 juin 2007 - Chine, Pékin

Organisateur : UBIFRANCE - Service Energie Environnement

Mission collective d'approche stratégique du marché aéronautique en Chine

1er au 7 juillet 2007 - Chine, Pékin et Tianjin

Organisateur : NATEXIS PRAMEX

Matériaux de construction et économies d'énergie dans le BTP en Chine : séminaire itinérant

2 au 10 juillet 2007 - Chine, Shanghai, Shenzhen, Canton, Chongqing.

Organisateur : ME de CANTON

Industrie textile : rencontres d'acheteurs chinois

9 au 13 juillet 2007 - Chine, Shanghai

Organisateur : TISSLAINE

Nos publications

Les Guides et Etudes

NOUVEAU

- Publicité et stimulation des ventes en Chine

ME de Shanghai

- Comment vendre du vin et des spiritueux ? en Chine (hors Hong Kong), Répertoire des importateurs/distributeurs ayant marqué un intérêt pour l'offre française

ME de Shanghai

- Le marché des produits cosmétiques en Chine - Répertoire des opérateurs professionnels ayant marqué un intérêt pour les produits français

ME de Shanghai

- Le marché de l'environnement en Chine - Répertoire des acteurs ayant marqué un intérêt pour l'offre française

ME de Pékin

Les Fiches de synthèse

NOUVEAU

- 04/2008 ▶ Publicité et stimulation des ventes en Chine
- 03/2008 ▶ La province de l'Anhui
- 03/2008 ▶ La province du Jiangsu
- 03/2008 ▶ La province du Zhejiang
- 03/2008 ▶ Le marché de l'environnement en Chine
- 03/2008 ▶ Le commerce extérieur de la Chine en 2007

Les Abonnements

- ▶ Revue financière Grande Chine
- ▶ Note de conjoncture Chine
- ▶ Lettre de Chine
- ▶ Lettre de Taiwan

Commandez ces ouvrages et les autres publications des ME Grande Chine sur
www.ubifrance.fr/info_marches/librairie.asp

Développez vos marchés : Les outils et services de notre réseau Information marchés

A noter :

Les produits d'UBIFRANCE et des Missions Economiques sont éligibles à l'assurance prospection et peuvent être intégrés, pour les PME, dans l'assiette du crédit d'impôt-export.

- Un catalogue de **près de 80 publications** sur la région Grande Chine dont une cinquantaine de guides répertoires, des lettres d'information sur les marchés, ainsi que des études, par secteur d'activité et région.
- Un programme de **séminaires** en France.
- Des **experts réglementaires et juridiques** d'UBIFRANCE accessibles en direct par téléphone avec la Hotline UBIFRANCE.
- Des **Projets sur financement** et Appels d'Offre consultables sur la base de données UBIFRANCE.
- Des **analyses de marché, études ou veilles**: des prestations personnalisées selon vos projets.
- Des outils pour communiquer dans la presse chinoise et sur Internet, grâce au **bureau de presse** d'Ubifrance (contact Chine : vhein.ftpo@ubifrance.fr)



- **Firmafrance** : le portail des entreprises exportatrices françaises, présent sur les principaux moteurs de recherche, connecté aux sites professionnels référents dans le monde et s'appuyant sur des campagnes publicitaires ciblées par pays ou par secteur. Cliquer [ici](#) pour en savoir plus.

Prospection et accompagnement

- **Des Tests sur l'Offre** : les Missions Economiques vous proposent en amont de tester le potentiel de vos produits auprès de contacts qualifiés afin de valider votre démarche commerciale - Prestation à partir de 550 €. HT.
- **Des Missions de prospection** : les Missions Economiques vous organisent un programme de rendez-vous sur mesure.
- **Des salons et rencontres à l'étranger** : Le programme des Séminaires, salons et événements organisés par UBIFRANCE, les Missions Economiques ou des opérateurs labellisés est sur www.ubifrance.fr/agenda.

V.I.E.

- Le Volontariat International en Entreprise (V.I.E) permet aux entreprises françaises de confier à un jeune, homme ou femme, jusqu'à 28 ans, une mission professionnelle à l'étranger durant une période modulable de 6 à 24 mois.
 - Des candidats motivés, pour une formule au coût attractif : des indemnités exonérées de charges sociales et d'impôts en France. A titre indicatif, le coût annuel moyen pour un V.I.E à Shanghai s'élève à 22.534 EUR.
- Site: <http://www.ubifrance.fr/vie/volontariat-international-entreprise.asp>

Vos contacts locaux

Pékin

Tél : (86 10) 6539 1300, pekin@missioneco.org

Canton

Tél : (86 20) 2829 2100, canton@missioneco.org

Hong Kong

Tél : (852) 2158 3777, hongkong@missioneco.org

Shanghai

Tél : (86 21) 6135 2000, shanghai@missioneco.org

Chengdu

Tél : (86 28) 6666 6060, chengdu@missioneco.org

Taipei

Tél : (886 2) 2713 3552, taipei@missioneco.org

Copyright

Tous droits de reproduction réservés, sauf autorisation expresse de la Mission Economique de PEKIN (adresser les demandes à pekin@missioneco.org).

Clause de non-responsabilité

La ME s'efforce de diffuser des informations exactes et à jour, et corrigera, dans la mesure du possible, les erreurs qui lui seront signalées. Toutefois, elle ne peut en aucun cas être tenue responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication qui ne vise pas à délivrer des conseils personnalisés qui supposent l'étude et l'analyse de cas particuliers.



Editeur : Mission Économique

Adresse : Pacific Century Place, Unit 1015, tower A, 2A Gong Ti Bei Lu, Chaoyang district, Beijing, 100027

www.missioneco.org/chine

Rédactrice:

sandra.remy@missioneco.org

Revue par : elsa.oo-thomson@missioneco.org

Date de parution : 14 mai 2008

ISSN : Portail Marchés Extérieurs - 1638-1610

Abonnement : En ligne <http://www.diffusion.missioneco.org/>