

## La Lettre d'Informations sur les Marchés Lointains

Avril - Juin 2002, N° 4

### Sommaire

- **Les produits cosmétiques en Chine...p.2**  
Un marché en pleine expansion. Nous retrouvons désormais des motivations d'achat comparables à celles qui prévalent à Hong Kong et à Taiwan.
- **Les produits Bio à Taiwan .....p.3**  
Un secteur aux débouchés intéressants pour les fabricants français dont la présence locale est très limitée. La demande des consommateurs taiwanais est pourtant très forte.
- **Quelques nouvelles de nos clients.....p.3**  
Retrouvez dans cette nouvelle rubrique des nouvelles de nos clients : FELIX MONGE (*Ameublement*) sur le marché américain et SPF DIANA (*Pet food*) sur l'Australie.
- **VIETNAM : de nouvelles opportunités .....p.4**  
Atteignant 7% en 2001 contre 5,5% en 2000, la croissance vietnamienne enregistre la deuxième croissance de la zone derrière la Chine.

### Actualités / News

<b>CLASSE EXPORT FACILITATEUR DU COMMERCE INTERNATIONAL PACA 15-16 MAI - BOURGOGNE 19-20 JUIN</b>	<b>A NOTER SUR VOS AGENDAS</b>
<p>Depuis 11 ans maintenant, Classe Export propose aux exportateurs un rendez-vous unique avec l'ensemble des interlocuteurs du commerce international : CCI, Missions économiques, Coface, Sociétés d'accompagnement, transporteurs, etc...</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Cette année encore, ALBATROS INTERNATIONAL se devait d'être présente sur ces salons. Nous vous invitons donc à venir nous rencontrer afin de concrétiser vos projets.</p> <p>Pour s'inscrire : Classe Export, tél : 04 72 59 10 10 Ou directement en ligne : <a href="http://www.classe-export.com">www.classe-export.com</a></p>	<p><u>Déplacements de nos bureaux</u></p> <p>Fin Juin - Jean-Philippe GRANGE, Sydney</p> <p><u>Interventions</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 16 mai - CACI Nantes : le marché américain</li> <li>• 15-16 mai : Classe Export PACA</li> <li>• 7 juin : CCI Lyon, "Les opportunités du marché australien" en collaboration avec la CCI Franco-Australienne</li> <li>• 19-20 Juin : Classe Export Bourgogne</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Pour plus d'informations :</b> <a href="mailto:info@albatros-international.com">info@albatros-international.com</a></p>

#### ALBATROS INTERNATIONAL - FRANCE

2, rue Robert Schuman - 44408 Rezé Cedex - Nantes - Tél : 02 40 32 83 83 - Fax : 02 51 70 38 47  
SARL au capital de 20 580 € - 423 786 599 RCS Nantes - APE : 741 G

E-mail : [info@albatros-international.com](mailto:info@albatros-international.com) / Site internet : [www.albatros-international.com](http://www.albatros-international.com)

# LES PRODUITS COSMETIQUES EN CHINE

## DE REELS POTENTIELS S'OUVRENT POUR LES ENTREPRISES FRANÇAISES

### UN MARCHÉ DISPARATE EN FORTE EVOLUTION

#### Un marché en développement de plus de 20% par an

Depuis plusieurs années, le marché des cosmétiques en Chine connaît une expansion régulière, supérieure à 20 % par an, conséquence de l'essor économique du pays, mais aussi de l'évolution rapide du comportement des consommateurs en milieu urbain.

**Nous retrouvons ainsi des motivations d'achat désormais comparables à celles qui prévalent à Hong Kong et à Taiwan.**

#### • **Les caractéristiques de la demande**

Bien que nous soyons bien en dessous des chiffres atteints dans les pays développés, la part moyenne consacrée aux dépenses de cosmétiques a beaucoup augmenté ces dernières années.

Les ventes sont en majorité concentrées sur les villes côtières, à plus fort pouvoir d'achat. **Il s'agira donc de concentrer sa prospection sur 1 ou 2 pôles de consommation, dans un premier temps.**

#### La distribution

#### • **Un positionnement des produits étrangers haut de gamme**

Du fait d'une taxation forte, **les produits étrangers sont automatiquement considérés "haut de gamme"**. Des moyens marketing importants permettront une augmentation rapide des ventes, les Chinois étant sensibles à ces appels.

Toutes les principales marques occidentales sont aujourd'hui présentes en Chine, avec des implantations commerciales et même industrielles.

#### • **Les circuits de distribution**

**Il faut obligatoirement passer par une société locale ou un agent chinois qui possède une licence d'import-export.**

Circuits à favoriser :

- Chaînes de boutiques spécialisées telles que WATSON'S (clientèle jeune, avide de nouveautés) ;
- Instituts de beauté (principalement sur Shanghai et Pékin) ;
- Grands magasins, galeries marchandes.

### LA PRATIQUE COMMERCIALE

#### Une réglementation contraignante qui nécessite un partenaire efficace

Les produits cosmétiques sont soumis à autorisation du Ministère de la Santé intitulée « Sanitary Approval of Imported Cosmetics ».

#### **Les droits d'enregistrement**

Les droits d'enregistrement s'élèvent à RMB 15,000~RMB 20,000 par produit, et ce quel que soit le conditionnement.

La procédure d'instruction peut durer 2 ans. Toutefois, la plupart des importateurs locaux déclare pouvoir obtenir le document en 6 mois si le dépôt de la demande leur est confié.

#### **L'étiquetage des produits cosmétiques**

Les produits nécessitent une estampille en chinois à coller ou imprimer sur l'emballage. Cette estampille comporte : la marque en chinois, nom du produit, conseils/mode d'emploi, composition, date limite de vente, pays d'origine, etc.....

L'estampille doit être visée par l'Administration du Commerce et de l'Industrie. Les droits à acquitter s'élèvent à RMB 2,000 par produit quel que soit le conditionnement. La procédure d'instruction est de 3 mois.

Votre partenaire peut également se charger du dépôt de la demande

#### Les droits de douanes

Nous retrouvons trois impositions :

- Droits de douane : 28%
- Taxe à la consommation : 30%
- TVA : 17%

#### Nos recommandations

- Une analyse fine des circuits de distribution possibles à travers le positionnement de vos produits,
- La prospection terrain de ces circuits pour mieux identifier vos meilleures "portes d'entrée du marché",
- La sélection du "bon partenaire" : nous retrouvons ainsi une nouvelle catégorie de petites sociétés qui sont les leaders de demain.

**Pour un diagnostic gratuit de votre marché : [chine@albatros-international.com](mailto:chine@albatros-international.com)**

## TAIWAN : LES ALIMENTS DE SANTE EN PLEIN BOOM

### Une évolution de la consommation favorable...

Plusieurs facteurs contribuent depuis quelques années à l'augmentation de la consommation des aliments de santé à Taiwan et notamment :

- L'augmentation du pouvoir d'achat,
- L'américanisation des habitudes alimentaires,
- Le vieillissement de la population,
- La croissance des dépenses en matière de santé,
- La multiplication des maladies chroniques.

### Les acteurs du marché

De nombreuses entreprises pharmaceutiques taiwanaises se sont lancées dans la production et/ou la distribution d'aliments de santé. En 2001, on recensait 80 fabricants et 300 importateurs.

Le marché est donc très compétitif et les distributeurs recherchent de nouveaux produits à lancer sur le marché.

Il existe ainsi de réelles opportunités pour les exportateurs français dont la présence locale est très limitée (Arkopharma, Thalion) et pour lesquels il sera important de mettre en avant l'image « France ».

### Les produits en vogue

Huit aliments de santé occupaient les premières places des ventes en 2001 :

- le Lin-Chih (sorte de champignon auquel les Chinois prêtent des pouvoirs pouvant prolonger la longévité et permettant de rester jeune);
- les Produits amincissants ;
- les Produits à base d'essence de poulet ;
- les Multi-vitamines & Minéraux ;
- les Poudres de lait diététique ;
- l'Huile de poisson ;
- les Produits à base d'extraits de plantes et d'herbes ;
- les Produits enrichis en calcium.

### ...qui offre des perspectives intéressantes aux produits français

- **La consommation d'aliments de santé devrait augmenter dans les années à venir : croissance du marché des personnes âgées, augmentation du budget consacré aux enfants, enrichissement de la population.**
- **La bonne image des produits français** que ce soit sur le plan culinaire (vins, spiritueux), sur le plan pharmaceutique (Rhodia, Pasteur Mérieux) ou au niveau des cosmétiques, et est très favorable au lancement de nouveaux aliments de santé.
- **Les produits phares :** Vitamines (dont les vitamines A pour la longévité), Multivitamines (pour les enfants notamment), Produits à base d'extraits de plantes, Aliments et boissons pour sportifs, Aliments à base de foie d'animal.
- **Entrée récente de Taiwan à l'OMC**

### Quelques nouvelles de nos clients

## QUELQUES NOUVELLES DE NOS CLIENTS

### FELIX MONGE



**Société spécialisée dans la fabrication de mobilier haut de gamme. Opérant notamment en France avec le réseau Roche-Bobo, la société souhaitait positionner plus largement ses collections sur le marché américain.**

Dans ce contexte, Félix Monge utilisa les services d'Albatros International pour faciliter son développement commercial. Dans un premier temps, Albatros International se chargea d'approcher les grands magasins et les revendeurs spécialisés dans lameublement haut de gamme, avant d'assurer la mise en place du réseau de vente de la société.

**Résultat :** *En l'absence de relais permanent aux Etats-Unis, la société Félix Monge s'appuya sur notre équipe américaine pour optimiser ses choix stratégiques et garantir le succès de son implantation commerciale. 8 mois après le début de nos actions, la société finalisait un accord de collaboration avec l'un des partenaires pressentis lui permettant de prendre pied rapidement sur le marché américain.*

### SPF DIANA, leader mondial de facteurs d'appétence



**SPF DIANA, filiale de Diana Ingrédients, est le leader mondial du marché des facteurs d'appétence à destination des fabricants de pet food.**

SPF Diana a utilisé les services d'Albatros International pour réaliser une étude d'approche commerciale. Forte des premiers développements réalisés, la société envisageait ensuite l'implantation d'un site de production. Albatros International a alors conseillé et accompagné la société dans la mise en oeuvre de son projet industriel.

**Résultats :** *Au bout de 12 mois, la société était présente industriellement et commercialement en Australie. Aujourd'hui encore, Albatros International assure la gestion et accompagne le développement commercial de SPF Australia.*

## VIETNAM : UN MARCHÉ AUX POTENTIELS INEXPLOITÉS



Atteignant 7% en 2001 contre 5,5% en 2000, la croissance vietnamienne enregistre la deuxième croissance de la zone derrière la Chine. L'année 2002 sera d'autant plus marquée par la mise en place effective de l'accord commercial avec les Etats-Unis qui devrait particulièrement stimuler son économie.

### L'industrie agricole et agroalimentaire

Le Vietnam se positionne aujourd'hui comme un acteur incontournable de la zone Asie pour son agriculture :

- 2ème exportateur mondial de riz, de café et de noix de cajou
- 3ème exportateur de poivre et le 4ème de manioc
- Une forte augmentation du secteur des produits de la mer

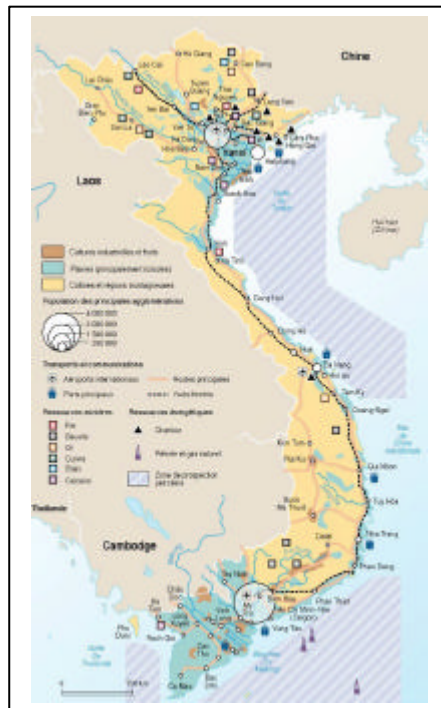
**Le développement des produits transformés génère une demande importante en équipements pour la récolte, la transformation et la conservation des produits agricoles et alimentaires.**

### L'électricité

- Un taux de croissance élevé en termes de valeur et de quantité (17% par an depuis 1994).
- Un marché d'équipements dominé par les produits importés et une production locale des équipements quasi-inexistante.
- Un secteur qui présente **de nombreux potentiels avec des niches de participation tant en aval (transmission et distribution) qu'en amont (construction des centrales génératrices), pour l'approvisionnement en équipements aussi bien que pour les investissements.**

### Ameublement et articles de décoration

- Une industrie concentrée à Ho Chi Minh (220 usines sur les 380 du pays),
- Des potentiels et des niches d'investissement tant à l'amont (investissements sur la transformation) qu'à l'aval (distribution de ces produits sur le marché local et export).
- **Des besoins en matière première et en équipements pour la production pour une forte capacité d'écoulement des produits de qualité.**



### L'aquaculture

- Le 3ème poste d'exportation
- Un milieu naturel avantageux : territoire maritime de 1 million km<sup>2</sup>, 3200 km de côte,
- Un secteur de pointe, en pleine expansion, qui connaît un taux de croissance moyen annuel de 15%.
- **Des potentiels générés par les besoins en facilités modernes (bateaux de pêche, chaînes de congélation, équipements de port de pêche...) et la forte capacité d'écoulement des produits de qualité.**

### Quelques brèves...

- **La France est le deuxième investisseur sur l'année 2001.** Elle reste le 1<sup>er</sup> investisseur européen depuis 1988.
- Depuis la réforme de l'économie (1<sup>er</sup> janvier 2000), plus de 26 000 entreprises privées ont été créées, contre 6 000 auparavant.
- **Tourisme** : ce secteur connaît un développement important ces dernières années. En 2002, Ho Chi Minh souhaite accueillir plus de 1,2 millions de touristes.
- **Habillement** : les exportations vers l'Europe augmentent rapidement. Les produits exportés sont principalement des pantalons (70,5%), des t-shirts et polos (51,7%).

Source : Openasia Vietnam

*Pour tous renseignements ou commentaires sur cette lettre ou les interventions en cours, Contactez-nous : ALBATROS FRANCE au 02 40 32 83 83.*

### ALBATROS INTERNATIONAL - FRANCE

2, rue Robert Schuman - 44408 Rezé Cedex - Nantes - Tél : 02 40 32 83 83 - Fax : 02 51 70 38 47

SARL au capital de 20 580 € - 423 786 599 RCS Nantes - APE : 741 G

E-mail : [info@albatros-international.com](mailto:info@albatros-international.com) - Site Internet : [www.albatros-international.com](http://www.albatros-international.com)