

**AANA**  
AGENCE DE L'ALIMENTATION  
NOUVELLE-AQUITAINE



Salons professionnels  
Vins & spiritueux



## VINEXPO SHANGHAI \*

20 – 22 OCTOBRE 2021



REJOIGNEZ L'ESPACE  
NOUVELLE-AQUITAINE

Date limite d'inscription :

**30/07/2021**

Contact : Céline CAZEAUX  
c.cazeaux@aana.fr

### LES CHIFFRES 2019 (l'édition 2020 a été annulée suite à la crise sanitaire de la Covid-19)

- 260 exposants provenant de 40 régions différentes
- Environ 5 800 visiteurs sur 3 jours (dont 50% de la région Shanghai).
- 31 exposants sur 300 m<sup>2</sup> sur le Pavillon France
- RDV organisés par Vinexpo, les One to One Meetings.
- 100 % des exposants ont été très satisfaits ou satisfaits de leur participation.
- Accompagnement d'entreprises primo exportatrices en amont, pendant et après l'événement

#### \* Important :

*La participation via l'AANA s'entend sous réserve de la tenue effective de l'événement dans sa forme initiale et en considération des mesures nationales ou internationales liées à la crise sanitaire COVID19 ou à la situation politico-sociale locale.*

## Shanghai : Porte d'entrée de la Chine de l'Est

### LE MARCHÉ EN CHINE

- > Un **marché à fort potentiel** avec une offre française importante. Shanghai est la Capitale économique
- > Une véritable **expansion des circuits de distribution et de la vente en ligne** favorisent la consommation à domicile au-delà des grandes villes. De bonnes perspectives pour les années à venir.
- > Depuis septembre 2020, une croissance de la vente au détail de biens de consommation de 34,2 % en mars 2021.
- > Un regain d'activité motivé par l'actuel dynamisme lié à l'organisation de salons et opérations promotionnelles, confirmant ainsi l'intérêt opportun d'un positionnement de l'offre française sur le marché chinois.

#### > Les évolutions du marché chinois :

- une croissance de 18,3% de son PIB au cours du 1er trimestre de 2021, soit la plus forte augmentation trimestrielle notée depuis 1992.
- La consommation de vins importés se fait de plus en plus à domicile et dans les villes secondaires et tertiaires, notamment par le biais des ventes en ligne.
- Les importations chinoises de boissons alcoolisées, fortement affectées par la crise sanitaire durant le 1er semestre de 2020, se sont légèrement redressées au cours du 2ème semestre (-39% / -12,2% en valeur). La baisse annuelle est estimée à 23% en valeur et 30% en volume.
- Pour les spiritueux, forte progression d'importation des spiritueux français en valeur (+7,99 %) et en volume (+14,06 %) en 2019. La France garde son leadership avec le Cognac : 67 % de PDM en valeur et 37 % en volume.
- La France reste le premier exportateur de boissons alcoolisées sur le marché chinois à hauteur de 3,6 Mds EUR (-21%/2019), suivie par l'Australie et le Royaume-Uni.



## VINEXPO SHANGHAI 2021\* (2/2)

Date limite d'inscription : 30/07/2021

### UN POTENTIEL DE CROISSANCE SIGNIFICATIF

- Un **fort rebond** des exportations françaises de vins et spiritueux sur le marché chinois est noté au cours du 1er trimestre 2021, respectivement à hauteur de 23 % et 58 % en volume, et 59 % et 98 % en valeur.

- Les **vins de Bordeaux continuent de dominer les exportations de vins français** vers la Chine. Les trois principales régions productrices de vins exportées vers la Chine sont, en volume, Bordeaux (66 %), le Languedoc Roussillon (12 %), et la Vallée du Rhône (10 %), au 1er trimestre 2021.

- Les **vins australiens**, affectés par des droits de douanes plafonnés à 218,4 % et appliqués par les autorités chinoises depuis le 26 mars 2021 pour une durée maximale de 5 ans, ont subi **une chute sans précédent** en volume de 47 % en novembre et 73 % en décembre 2020.

Ce coup de massue a pour effet direct un changement de leadership ; l'Australie est conséquemment détrônée en valeur par la France (40 % de PDM en avril 2021) et par le Chili en volume (35 % de PDM en avril 2021).

- Sur le segment des **spiritueux**, la France conserve son leadership grâce à une augmentation de la valeur de ses exportations de cognacs au cours du 1er trimestre de 2021, enregistrée à 100,9 % et représentant 65 % de PDM. Cette croissance motive également celle de l'ensemble de la filière des spiritueux, estimée à 98 %.

- **L'E-commerce** poursuit sa **croissance exponentielle sur le segment des ventes de boissons alcoolisées** et occupe une place essentielle dans les stratégies d'activités nationales. Ce canal de distribution représente plus d'1/4 de la distribution des vins importés (en vol.), enregistrant une valeur de 20 milliards de RMB en 2020.

- Le vin dispose d'une réputation d'alcool « **bon pour la santé** » et de produit de luxe. C'est un produit toujours apprécié des nouvelles générations.

- La « **She Economy** » devient un moteur important de la croissance économique chinoise : l'industrie chinoise des vins de fruits et des vins effervescents accélère sa cadence de développement et propose un nombre croissant de produits répondant aux attentes des consommatrices chinoises.

- Les **jeunes consommateurs chinois** ont élargi leur appréciation à de nouveaux types de vin, y compris les effervescents et les vins blancs, aux dépens des vins rouges traditionnellement consommés.

- La **consommation** est toujours **marquée par une forte saisonnalité** (Nouvel An chinois, St-Valentin, etc).

- **Offre importante en vins français**, avec des secteurs de distribution développés (CHR, détaillants).

- **Forte présence des enseignes de distribution étrangères** et grand nombre de sociétés importatrices.

- Le **vin français** bénéficie localement d'une **bonne image**.