

MARCHÉ CHINOIS

Opportunités et risques pour les entreprises agro-alimentaires européennes

par Monsieur Yves Trégaro

Chef d’Unité

FranceAgriMer

avec la collaboration de

Monsieur François Cadudal

Chargé d’études

FranceAgriMer

M. Yves Trégaro remercie
M. Jean-Paul Simier (Bretagne Développement Innovation)
pour lui avoir suggéré de réfléchir à cette thématique,
l’Agence de développement pour la Normandie (ADN) pour lui avoir permis
de présenter certains éléments de réflexion lors des premiers AgroDays à Deauville le 21 avril 2016
et M. François Cadudal (FranceAgriMer) pour sa relecture attentive, ses suggestions et sa contribution.

*Les idées exprimées et les arguments avancés
ne reflètent pas systématiquement les positions de FranceAgriMer
et n’engagent en aucun cas sa responsabilité.*

Sommaire de l'article

INTRODUCTION

1. IMPORTANCE DE LA CHINE SUR LES MARCHÉS D'IMPORTATION ET NÉCESSITÉ D'UNE VEILLE ÉCONOMIQUE

2. LA CHINE : DES OPPORTUNITÉS POUR LES PRODUCTEURS ET LES INDUSTRIELS

2.1. INVESTISSEMENTS FRANÇAIS ET CHINOIS EN FRANCE

2.1.1. Investissements dans le secteur des produits laitiers

2.1.2. Investissements dans le secteur de la viande porcine et des abats de porc

2.2. INVESTISSEMENTS FRANÇAIS EN CHINE

2.2.1. Investissements dans le secteur des produits laitiers

2.2.2. Des investissements dans d'autres secteurs

3. LA CHINE : DES RISQUES POUR LES ENTREPRISES ÉTRANGÈRES

3.1. LES RESTRICTIONS À L'IMPORTATION

3.2. L'IMPLANTATION D'OUTILS INDUSTRIELS EN CHINE S'AVÈRE PARFOIS PÉRILLEUSE

4. INVESTISSEMENTS CHINOIS À L'ÉTRANGER DANS LE SECTEUR DES PRODUCTIONS ANIMALES

5. CONCLUSION

Liste des illustrations

GRAPHIQUE 1

CHINE : ÉVOLUTION DES IMPORTATIONS DE VIANDES ENTRE 2005 ET 2014

GRAPHIQUE 2

CHINE : ÉVOLUTION DES IMPORTATIONS DE PRODUITS LAITIERS ENTRE 2005 ET 2014

INTRODUCTION

Le 8 août 2014, suite au conflit en Crimée, la Russie a mis en place un embargo sur l’importation de nombreux produits européens, dont la viande porcine. Cet arrêt brutal des exportations communautaires vers la Russie a révélé au grand jour la forte dépendance de l’UE au marché russe de la viande de porc. En 2013, elles représentaient environ le quart des ventes communautaires sur pays tiers et l’équilibre offre – demande du marché européen des pièces, notamment des gras et des abats, a été perturbé durant plusieurs mois, jusqu’à ce que les exportateurs trouvent des marchés de substitution ¹ en volume, sinon en valeur. De même, l’industrie laitière a, elle aussi, dû réagir très vite : les exportations communautaires vers la Russie représentaient 12 % des ventes européennes sur pays tiers en 2013. Elle a suspendu la production de fromages ingrédients au profit de celles de beurre et de poudres commercialisables sur le marché international, notamment l’Asie, le Proche et le Moyen-Orient et l’Afrique.

Un an plus tard, en 2015, le ralentissement de l’économie chinoise et la baisse des importations chinoises de poudres de lait et de lactosérum ² ont, à leur tour, mis en exergue le lien fort entre exportations européennes et importations chinoises et ses enjeux pour l’économie européenne des produits laitiers ³. La demande asiatique, notamment chinoise, est en effet largement responsable de la croissance des échanges internationaux de produits laitiers ⁴ qui, en valeur, a atteint environ + 10 % par an entre 2000 et 2014. De 2013 à 2015, l’Asie a importé 43 % des volumes (exprimés en valeur) mis sur le marché international par les grands pays exportateurs ⁵. En 2015, elle a constitué le premier marché des produits laitiers européens sur pays tiers : 39 %, en valeur ; 18 % pour la Chine seule. Par comparaison, en 2008, année où a éclaté le scandale chinois de la mélamine

dans la poudre de lait infantile ⁶, le pourcentage était seulement de 18 % pour la région et 3 % pour la Chine.

Revers de la médaille, comme nous l’avons dit : la dépendance de l’Union européenne à la demande asiatique et notamment chinoise. Aujourd’hui, le ralentissement de la croissance économique à Pékin (+ 6,7 % en 2016 contre + 10,6 % en 2010 ⁷), la baisse de la valeur des actions sur la Bourse de Shanghai et la dévaluation du yuan inquiètent les entreprises internationales qui exportent vers la Chine ou qui y sont implantées. Néanmoins, le marché reste incontournable pour de nombreux industriels des produits animaux (en particulier, la viande et les abats de porc ou les produits laitiers) en raison de l’importance de sa population (1,364 milliard d’habitants en 2014, soit 19 % de la population mondiale), le développement de l’urbanisation (54 % des habitants en 2014, + 1 % par an) et des classes moyennes (environ le quart de la population). Les changements d’habitudes alimentaires sont sources d’opportunités pour les chaînes de restauration et, plus largement, toute l’industrie agro-alimentaire.

Dans ce contexte, nous allons nous demander quelle est la place de la Chine dans le jeu des acteurs internationaux. Offre-t-elle des opportunités qu’il ne faut pas laisser passer ou, au contraire, présente-t-elle des risques majeurs pour les entreprises européennes ? Notre point de vue se concentrera sur les enjeux du marché chinois des productions animales en termes d’échanges commerciaux entre l’Union européenne et la Chine comme d’implantation d’outils industriels en Chine et de rachats d’entreprises européennes ou américaines par des investisseurs chinois.

1. IMPORTANCE DE LA CHINE SUR LES MARCHÉS D’IMPORTATION ET NÉCESSITÉ D’UNE VEILLE ÉCONOMIQUE

En intégrant les volumes provenant de Hongkong, la part des importations chinoises dans les échanges internationaux est estimée à 16 % pour les viandes ⁸ et à 20 % pour les produits laitiers ⁹. La croissance a été relativement régulière pour les viandes : + 24 % par an entre 2005 et 2014. Par contre, elle n’a cru

1 - En 2015, les exportations européennes de viande de porc (3,2 Mt) ont été globalement équivalentes à celles de 2013. En 2014 et 2015, elles ont fortement progressé vers l’Asie, notamment la Chine et Hongkong qui ont représenté, à eux deux, 42 % des ventes communautaires sur pays tiers (32 % en 2013) et la Corée du Sud (7 % en 2015, 3 % en 2013).

2 - Du fait de la constitution de stocks élevés de poudres de lait et de lactosérum achetés à prix fort en 2014.

3 - Les difficultés actuelles du secteur laitier européen ne sont toutefois pas exclusivement dues à la Chine, mais à un ensemble de facteurs autant liés à l’offre qu’à la demande sur le marché mondial.

4 - SH 0401-0406, 170211, 170219, 190110, 3501 et 350220.

5 - Australie, Nouvelle-Zélande, Canada, États-Unis, Argentine, Uruguay et Union européenne.

6 - Pour une analyse détaillée de ce scandale qui a conduit à l’intoxication de 300 000 bébés et causé la mort de six d’entre eux, lire, dans ce dossier du *Déméter 2017*, l’article de M. Chaumet intitulé *La filière laitière chinoise : entre restructuration et pression des importations*.

7 - Prévision de la Banque mondiale de janvier 2016 (*Global Economic Prospects*).

8 - SH 02.

9 - SH 0401-0406, 170211, 170219, 190110, 3501 et 350220.

qu'à partir de 2008, après le scandale de la méla-mine, pour les produits laitiers : + 35 % par an entre 2008 et 2014.

Quoi qu'il en soit, les enjeux sont clairs pour les grands pays exportateurs, en particulier l'Union européenne, premier exportateur mondial de viande de porc (30 % en valeur et en volume des échanges internationaux) et les produits laitiers (40 % en volume et 25 % en valeur). Sachant que la consommation communautaire est relativement stable, les fluctuations de la demande chinoise affectent directement les prix de la viande porcine, du beurre et de la poudre de lait sur le marché européen et ce, d'autant plus fortement en l'absence de débouchés russes. La Chine est donc pourvoyeuse d'instabilité sur les marchés. En 2015, la situation a même été critique pour les filières laitière et porcine européennes du fait d'une offre communautaire conséquente qui a peiné à trouver place sur un marché international déjà abondamment approvisionné :

◆ Depuis 2012, en prévision de la suppression des quotas laitiers fixée au 1er avril 2015, les pays du nord de l'Europe (Allemagne, Danemark, Irlande,

Pays-Bas) ont développé leur cheptel de génisses afin de pouvoir, le moment venu, augmenter leur production de lait. Résultat : en 2014 et en 2015, l'Union européenne a produit 10,6 milliards de litres en plus, soit une hausse moyenne annuelle de + 3,5 %, alors même que la production des deux grands autres fournisseurs du marché mondial – la Nouvelle-Zélande et les États-Unis qui réalisent respectivement environ 30 % et 15 % des exportations en valeur – augmentait en raison de conditions climatiques favorables.

◆ Dans le secteur porcin, la production européenne augmente depuis deux ans sous l'impulsion de l'Espagne et de l'Allemagne : + 1,6 % en 2014 et + 2,2 % en 2015.

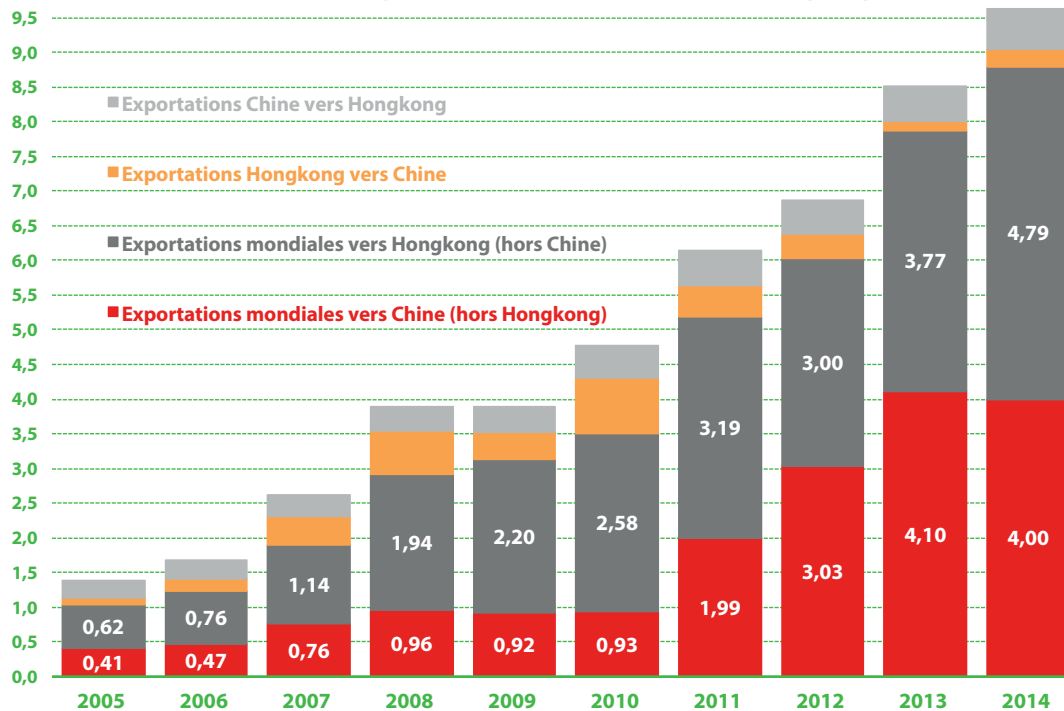
Ouverts depuis la fin des années deux mille, les liens entre les marchés communautaires et asiatiques n'ont cessé de se renforcer ces dernières années, notamment en 2014 et 2015 pour le secteur porcin. Ils contribuent à la volatilité des prix du lait et du porc payés aux producteurs compte tenu de l'équilibre instable entre l'offre européenne destinée au marché mondial et la demande asiatique. Certes, cette

Graphique 1

Chine : évolution des importations de viandes entre 2005 et 2014
(estimations en milliards d'€uros)

Source : FranceAgriMer d'après douanes

des principaux pays exportateurs, douanes Chine et Hongkong



volatilité n’est pas uniquement liée à la demande asiatique ¹⁰ et semble suffisamment installée pour être intégrée dans les stratégies d’entreprises. Mais prendre en compte, en permanence, l’évolution des économies et, par répercussion, de la demande dans les grands pays d’Asie – au premier rang desquels évidemment la Chine – reste incontournable pour comprendre et tenter de prévoir les fluctuations de prix, y compris sur le marché intra-communautaire. La capacité d’adaptation de la Chine à un contexte évolutif rend en effet difficile la construction de prévisions à partir de modèles économétriques. Même les prévisions à dix ans réalisées par des structures comme le ministère américain de l’Agriculture (USDA) sont prises en défaut lorsqu’elles sont finalement comparées aux réalités de marchés ¹¹.

2. LA CHINE : DES OPPORTUNITÉS POUR LES PRODUCTEURS ET LES INDUSTRIELS

Compte tenu des changements dans les modes de vie décrits plus haut, le marché chinois présente de vraies opportunités pour les entreprises. Il faut ajouter l’impact des scandales alimentaires qui secouent régulièrement le pays et conduisent les industriels de la deuxième transformation et les grands distributeurs à s’approvisionner en Amérique du Nord ou du Sud, en Europe, en Australie et en Nouvelle-Zélande. Il existe deux manières de vendre des produits aux acheteurs chinois :

- ◆ Soit les produits sont fabriqués dans les pays producteurs, puis exportés vers la Chine, éventuellement pour y être assemblés (deuxième transformation). La production peut être effectuée par les entreprises dans lesquelles des industriels chinois ont investi : par exemple, dans le secteur laitier, les coopératives *Isigny-Sainte-Mère*, *Maîtres Laitiers du Cotentin* ou *Sodiaal*. Les relations commerciales commencent souvent ainsi.

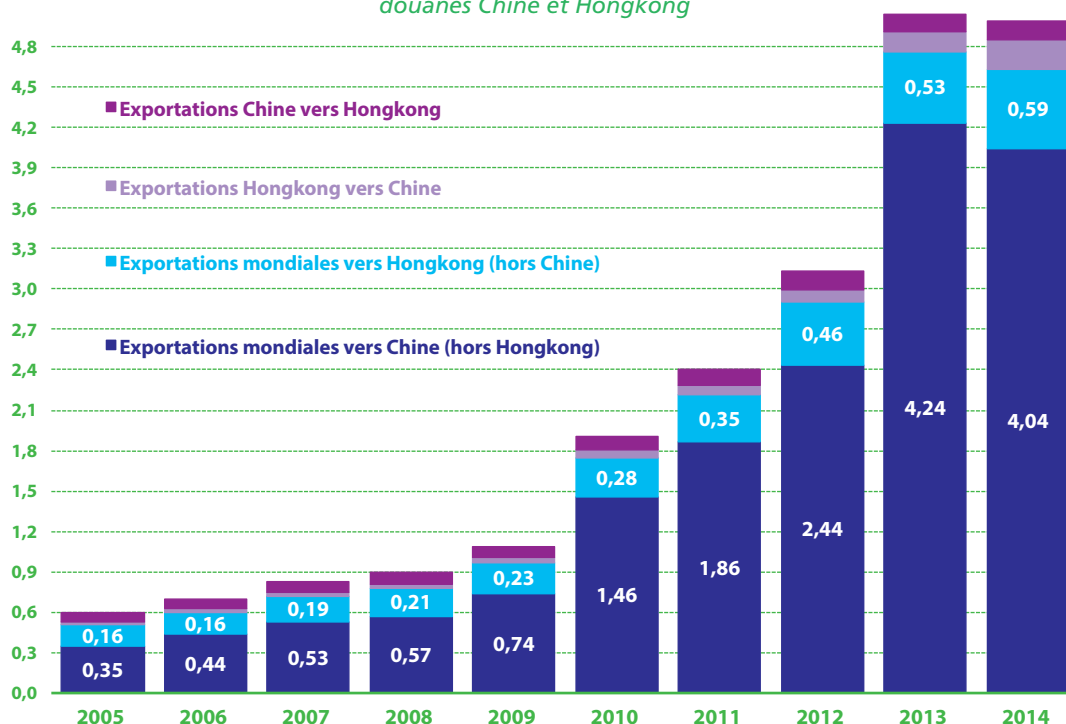
10 - Elle est apparue en 2006 pour les produits laitiers et depuis beaucoup plus longtemps pour la viande porcine (cycle du porc aux États-Unis, dans l’Union européenne et au Brésil).

11 - Sur ce point, voir l’article de ce dossier consacré à la production céréalière en Chine : en particulier les *Graphiques 9, 10 et 11* qui comparent les importations réelles de riz, de blé et de maïs de la Chine depuis 1996 / 1997 et les projections d’importations à dix ans et à trois ans publiées chaque année par l’USDA.

Graphique 2

Chine : évolution des importations de produits laitiers entre 2005 et 2014 (estimations en milliards d’euros)

Source : FranceAgriMer d’après douanes des principaux pays exportateurs, douanes Chine et Hongkong



- ◆ Soit les produits sont fabriqués sur place à partir de matières premières locales ou importées comme c'est le cas pour des groupes comme *Danone* ou *Euralis*.

2.1. Investissements français et chinois en France

2.1.1. Investissements dans le secteur des produits laitiers

Dans le secteur des produits laitiers, les investissements pour fabriquer des produits destinés au marché chinois ont été relativement importants ces dernières années. Ils sont, soit le fruit d'une collaboration entre entreprises françaises et chinoises (*Synutra / Sodiaal*, *Synutra / MLC* et *Biostime / Isigny-Sainte-Mère*), soit le fait d'une stratégie d'exportation vers la Chine d'entreprises françaises (*Sodiaal / Candia*, *Laïta*, ...). Les produits peuvent être des *commodités* comme les poudres de lait standard ou le lait UHT en brique, mais aussi des produits plus *techniques*, à meilleure valeur marchande, tels les poudres de lait infantile ou de lactosérum, le lactose et les isolats de protéines. En France, les investissements de *Synutra* se succèdent : deux tours de séchage de lait et lactosérum à Carhaix dans le Finistère, en partenariat avec *Sodiaal* en 2012¹², mises en production au premier trimestre 2016, une usine de lait infantile liquide avec la coopérative *Maîtres Laitiers du Cotentin* à Méautis dans la Manche et, à nouveau avec *Sodiaal*, une usine de production de briques de lait UHT à La Talaudière dans la Loire¹³, sans parler d'un projet de fromagerie à Carhaix¹⁴.

La coopérative *Isigny-Sainte-Mère* a, elle, engagé en 2013 un partenariat avec l'entreprise chinoise *Biostime* pour la production de boîtes de lait en poudre exportées vers Shanghai à partir du port du Havre¹⁵. En contrepartie, *Biostime* a pris une participation de 20 % à son capital. L'entreprise *SILL*, située à Plouvien dans le Finistère, a annoncé en juillet 2015 la construction d'une tour de séchage à Guipavas (zone de Lavallot), à proximité du port de Brest : elle doit lui permettre de produire 20 000 tonnes supplémentaires de poudre par an¹⁶ destinées au marché inter-

national, en particulier l'Asie. Enfin, en avril 2016, la coopérative laitière *Even*, dans le Finistère – partenaire des coopératives laitières *Terrena* et *Triskalia* dans *Laïta* – a annoncé la construction d'une tour de séchage¹⁷ (poudre de lait premium et infantile), d'une unité de déminéralisation du lactosérum et d'un atelier de mise en boîte pour le lait infantile sur le site de Créhen dans le Morbihan. Ces investissements s'insèrent dans la stratégie de développement des exportations, notamment sur l'Asie (Chine, Vietnam), l'Amérique du Sud et le Moyen-Orient. *Laïta* exporte des produits secs vers la Chine depuis 2009 via *Épi Ingrédients*¹⁸ et, depuis fin 2014 des produits frais (beurre et fromages) destinés à la restauration haut de gamme.

2.1.2. Investissements dans le secteur de la viande porcine et des abats de porc

La viande congelée et les abats¹⁹ sont quasiment les seuls produits exportés par la France vers la Chine : ils représentent respectivement 41 % et 50 % des exportations de produits porcins. Ces ventes représentent respectivement 55 % et 35 % des exportations françaises d'abats et de viande de porc sur payers. En moins d'une dizaine d'années, la Chine est devenue la destination-clé pour ces produits et joue même un rôle déterminant pour écouler certaines pièces comme le lard ou la poitrine. Ses achats sont indispensables à l'équilibre matière des outils industriels, notamment en 2015 et début 2016 marqué par un commerce soutenu au deuxième trimestre. Ces exportations sont essentiellement le fait des grands abattoirs de l'Ouest. Depuis 2012, l'interprofession porcine (*Inaporc*) a ouvert un bureau en Chine pour aider les entreprises françaises à y développer leur stratégie. Concernant la charcuterie, le groupe coopératif *Cooperl* a obtenu l'autorisation d'exporter en mars 2014. Deux mois plus tard, il a présenté ses produits au Salon de l'Alimentation de Shanghai et commercialise aujourd'hui du jambon cuit, via son entreprise *Brocéliande*, dans quelques points de vente de Shanghai et Pékin.

12 - Investissement de 90 millions d'euros pour *Synutra* et 10 millions d'euros pour *Sodiaal* pour un volume de 280 millions de litres de lait devant produire 30 000 tonnes de lactosérum et 100 000 tonnes de poudre de lait infantile.

13 - Investissement de 26 millions d'euros (60 millions de litres de lait par an).

14 - Investissement de 200 millions d'euros (150 000 tonnes de lait UHT).

15 - Investissement de 50 millions d'euros financés à 60 % par la coopérative et 40 % par *Biostime* (50 000 tonnes, dont le tiers pour *Biostime*).

16 - Investissement de 60 millions d'euros.

17 - Investissement de 40 millions d'euros (30 000 tonnes par an).

18 - 8 000 tonnes de poudres en 2014.

19 - Respectivement SH 020329 et SH 020649.

2.2. Investissements français en Chine

2.2.1. Investissements dans le secteur des produits laitiers

En 2013, *Danone* a scellé un partenariat avec l’entreprise d’État *Cofco*, elle-même actionnaire majoritaire de l’entreprise *Mengnui*. Cela a permis au groupe français de devenir actionnaire de *Mengnui* à hauteur de 4 %. Cette participation a été portée à 9,9 % en 2014 et elle devrait encore progresser dans les années qui viennent.

De cet accord est née une co-entreprise détenue à 51 % par *Mengnui* et 49 % par *Danone*. Simultanément, a été constituée une société commune de production de yaourts (80 % du capital détenus par *Mengnui* et 20 % par *Danone*). De plus, *Danone* a acquis en novembre 2014 le quart du capital de *Yashili*, spécialiste des poudres de lait infantile – dont *Mengnui / Cofco* détiennent 51 %. Parallèlement, *Yashili* a acheté, en décembre 2015, *Dumex*, filiale à 100 % de *Danone*, pour 150 millions d’euros²⁰. Enfin, en 2015, *Danone* a investi 240 millions d’euros à Cuijk aux Pays-Bas dans la construction d’une usine dédiée à la nutrition infantile dont 80 % des produits seront exportés et, pour une large partie, sur la Chine.

Le groupe américain *General Mills*, détenteur à 51 % de la marque française Yoplait²¹, s’est implanté en Chine en 2015. Il a construit une première usine de production de yaourts à Kunschan, près de Shanghai. Elle est approvisionnée à partir d’une cinquantaine de fermes sélectionnées. Le groupe compte s’appuyer sur le réseau *Haagen-Dazs* pour distribuer ses produits. Par ailleurs, le groupe coopératif *Sodiaal* a établi en 2015 un partenariat avec *Zhejiang International Business group* (ZIB) pour commercialiser des briques de lait UHT produit en France dans les épicereries, les grandes surfaces et sur Internet²².

2.2.2. Des investissements dans d’autres secteurs

La gastronomie française s’exporte en Chine comme dans tant d’autres pays. En voici deux illustrations : l’une concernant le foie gras, l’autre le tourteau.

Sachant qu’il est impossible d’importer du foie gras en Chine pour des raisons sanitaires, alors que la demande des restaurateurs est réelle, le groupe coopératif *Euralis* a choisi de s’implanter sur place en 2014. Le foie gras qu’il produit est vendu dans le circuit de la restauration sous la marque *Rougié*. Une usine d’abattage et de fabrication d’une capacité annuelle de 500 000 canards, soit 250 tonnes de foie gras²³, a été construite à Lianyungang, à mi-chemin en Shanghai et Pékin. Cet investissement fait suite à une première tentative menée de 2007 à 2012, dans le cadre d’une joint-venture, à Yanqing, au nord de Pékin : elle s’est arrêtée suite à une tempête de neige ayant détruit les installations d’une capacité de 60 000 canards par an.

Dans le secteur des crustacés, le leader français du tourteau, l’entreprise *Béganton*, a lancé depuis mars 2012 un réseau d’exportation de crabes vers Shanghai, Canton et Pékin. Ceux-ci partent par avion de Roissy, dans des caisses en polystyrène pleines de glace, pour être commercialisés trois jours plus tard.

3. LA CHINE : DES RISQUES POUR LES ENTREPRISES ÉTRANGÈRES

Tout comme l’exportation, l’implantation d’entreprises étrangères en Chine est semée d’embûches.

3.1. Les restrictions à l’importation

Du fait de l’importance des volumes commercialisés sur le marché chinois, les restrictions à l’importation peuvent avoir des répercussions majeures en termes d’équilibre offre – demande sur les marchés mondiaux.

Les services vétérinaires chinois ont à plusieurs reprises fermé leurs frontières aux importations de produits animaux en raison de problèmes sanitaires dans les pays exportateurs : viande de porc en provenance de Pologne en janvier 2014 suite à l’annonce d’un cas de peste porcine africaine ; œufs à couver, volailles vivantes, viande de volailles, œufs, produits à base de volailles et d’œufs en janvier 2015 en provenance des États-Unis après l’apparition de cas

20 - La marque *Dumex* s’est fortement dépréciée en 2013 suite à l’affaire de la fausse contamination *clostridium botulinum* touchant les poudres de lait destinées au marché chinois et produites par le groupe néo-zélandais *Fonterra* pour le compte de *Danone*.

21 - Le reste du capital (49 %) est détenu par *Sodiaal*.

22 - *Candia* détient 10 % du capital de la société d’un montant global de 7,2 millions d’euros.

23 - La capacité de l’usine peut être portée à 1 million de tonnes par an en 2020.

d'influenza aviaire ; viande de porc et produits transformés en provenance des États-Unis, du Canada et du Mexique entre mai et décembre 2009 en raison de grippe aviaire avérée.

En septembre 2010, les Chinois ont aussi mis en place une taxe sur le poulet américain de moins de treize semaines car ils estimaient les États-Unis coupables d'un dumping qui remettait en cause la pérennité de leur filière. Les Américains ayant porté l'affaire devant l'*Organe de règlement des différends* (ORD) de l'*Organisation mondiale du commerce* (OMC), celui-ci a donné tort à la Chine²⁴. Ce conflit avait été précédé d'un premier différend : en septembre 2009, l'ORD avait condamné les Américains pour avoir instauré, en 2004, un embargo sur le poulet chinois suite à l'épidémie de grippe aviaire.

3.2. L'implantation d'outils industriels en Chine s'avère parfois périlleuse

Plusieurs industriels français, de tailles différentes, ont tenté l'aventure en Chine. Le groupe *Danone* a été l'un des tout premiers. En 1996, il crée avec M. ZongQuinhou (*Hangzhou Wahaha Group*) une co-entreprise dans le secteur des eaux et boissons sucrées dont il détient 51 % des parts. La société comptera jusqu'à 39 entreprises officielles. Mais, en 2007, *Danone* décide de se désengager. Il se retire d'abord de la société *Shanghai Bright Dairy* dans laquelle il détenait 20 % du capital, puis, en 2009, cède ses parts de la co-entreprise *Danone – Wahaha* en raison d'un profond désaccord sur l'utilisation de la marque *Wahaha* par son partenaire. En revanche, il investit dans la nutrition infantile et médicale (rachet de *Namico*).

Spécialiste en génétique animale, le groupe *Grimaud* est implanté en Chine depuis 2000. Il rencontre des difficultés pour maintenir son activité aviaire (canards) implanté dans la région de Dongda, dans le sud-est de la Chine car les autorités tentent de récupérer les terres sur lesquelles il a implanté un élevage pour réaliser un projet de développement urbain. Par ailleurs, il s'est allié en 2014, via sa filiale *Choice Genetics* dont il détient 60 % du capital, avec l'entreprise chinoise *Hanswine*²⁵ à hauteur de 40 %. Enfin, il envisage d'investir en Chine dans un centre

24 - Taxe antidumping allant jusqu'à 105 % de la valeur du produit pour cinq ans. Pour une présentation détaillée de ce conflit, voir dans ce dossier l'article consacré à la production de volailles et d'œufs en Chine.

25 - Filiale du groupe alimentaire *Ningbo Teck-Bank*, cotée à la bourse de Shenzhen.

de recherche et d'y développer ses moyens de production de porcs à haut potentiel génétique.

Les scandales alimentaires relativement nombreux en Chine (lait à la mélamine en 2008, présence de substances non autorisées dans le lait en 2009 chez *Mengnui*, présence d'alfatoxime deux fois supérieure à la norme en 2009 dans du lait chez *Mengnui*, ...) sont susceptibles de nuire à l'image, voire à la crédibilité de la marque des multinationales qui y sont implantées. Les risques liés à l'achat de matières premières non conformes sont particulièrement cruciaux. Davantage que sur d'autres destinations, le choix de fournisseurs et de partenaires commerciaux au-dessus de tout soupçon est essentiel en Chine. *McDonald's*, *KFC* et *Pizza Hut* ont ainsi dû faire face à deux scandales alimentaires en moins de deux ans. Le premier, en 2012, était lié au taux excessif d'antibiotiques relevé dans de la viande de poulet mise en œuvre par ces enseignes. Le deuxième, en juillet 2014, faisait suite à un reportage de la télévision de Shanghai sur les activités de la filiale *Shanghai Husi Food Co Ltd* du groupe américain *OSI*. Les autorités sanitaires suspendent ses activités car elle est accusée d'avoir reconditionné et commercialisé des viandes dont la date de péremption était dépassée. Ses clients – *McDonald's* Chine, Hongkong et Japon, *KFC* et *Pizza Hut* – sont les victimes collatérales de la fraude. Le groupe *McDonald's* a beau rompre immédiatement son contrat et rechercher d'autres fournisseurs, son image est écornée non seulement en Chine, son troisième marché en termes de chiffre d'affaires, mais aussi au Japon, son deuxième marché, où *Shanghai Husi Food*.

4. INVESTISSEMENTS CHINOIS À L'ÉTRANGER DANS LE SECTEUR DES PRODUCTIONS ANIMALES

Face à une population croissante et à un potentiel limité de terres agricoles, la Chine a engagé une stratégie de sécurisation de ses approvisionnements sur plusieurs fronts : achats d'entreprises étrangères d'importance, prise de contrôle de *traders* internationaux en matières premières agricoles et achats ou location de terres à l'étranger (Asie, Afrique) avec baux de long terme.

Seuls les deux premiers aspects concernent le secteur des productions animales. En 2013, l'achat de *Smithfield Foods*, entreprise américaine spécialisée dans l'abattage de porcs, par *WH Group* pour 4,7 milliards d'euros a constitué une première acquisition d'importance dans le secteur des industries agro-alimentaires, plus particulièrement dans la production,

l'abattage et la transformation de viande de porc. Dans le commerce de matières premières pour partie destinée à l'alimentation animale (graines et produits issus de la trituration), l'entreprise d'État *Cofco* (*China National Cereals, Oil & Foodstuffs*) a fait l'acquisition de 51 % des groupes singapourien Noble pour 750 millions de dollars et néerlandais Nidera pour 3 milliards de dollars. Enfin, en février 2016, *ChemChina*, le champion chinois de la chimie, a déboursé 43 milliards de dollars pour s'emparer du géant suisse de l'agro-chimie, le groupe *Syngenta*.

5. CONCLUSION

La Chine, de par l'importance de ses besoins en matières premières destinées à l'alimentation ou aux industries agro-alimentaires, est l'un des pays les plus observés de la planète par les analystes de marché, les entreprises qui y sont implantées ou qui y exportent régulièrement. Le marché chinois est devenu incontournable pour nombre de grandes entreprises à la recherche de nouveaux consommateurs.

Mais cette situation prédominante peut aussi constituer un risque. Certaines entreprises peuvent devenir plus ou moins dépendantes du débouché chinois et être affectées par l'évolution du taux de change, de la conjoncture économique, de la réglementation sanitaire, des tensions politiques entre pays, ... En 2013,

par exemple, la mise en œuvre de la loi anti-corruption a eu un fort impact sur les ventes de Cognac (- 40 % entre 2012 et 2014) et nécessité une adaptation rapide (descente en gamme) par les exportateurs déterminés à soutenir leurs ventes (+ 15 % entre 2014 et 2015), ainsi que la recherche de nouveaux marchés (forte relance des ventes aux États-Unis).

À l'échelle internationale, les marchés en croissance et de taille importante sont peu nombreux. De ce fait, la concurrence y est forte entre la plupart des grands leaders. Dans le secteur laitier, le groupe scandinave *Arla Food* est ainsi devenu actionnaire minoritaire de *Mengnui*, à hauteur de 6 %, en 2012 pour 290 millions d'euros, le néo-zélandais *Fonterra* a pris en 2015 une participation minoritaire de 20 % dans l'entreprise *Beingmate*²⁶ qui lui a coûté 593 millions de dollars. *Fonterra* s'est allié en 2014 au laboratoire américain pour construire cinq fermes géantes de 3 200 vaches chacune, soit un investissement de 300 millions de dollars pour une production de 160 millions de litres de lait... Compte tenu du fait que de grandes entreprises ont ainsi déjà pris place sur le marché chinois, les futures opportunités seront probablement très disputées.

²⁶ - *Beingmate* est le troisième groupe laitier chinois, derrière *Mengnui / Yashili* et *Biostime* pour la production de poudre de lait. Il fournit des entreprises comme *McDonald's* et *Nestlé*.