

CHAMPAGNE

Le marché chinois monte en puissance

La consommation progresse (+51,9 % en 2017) et la contrefaçon recule. Les Chinois se font à l'acidité du vin champenois même si les accords avec la cuisine épicée sont difficiles.

Les Chinois ont bu 1,975 million de bouteilles de champagne l'an passé. Certes la moyenne reste modeste pour ce pays de 1,395 milliard habitants, mais ce chiffre représente une progression de 51,9 % accompagnée d'un virage qualitatif. Les expéditions avaient connu un bond en 2012, son plus haut niveau à un peu plus de 2 millions de flacons mais, l'année suivante, la campagne anticorruption de Xi Jinping, nouveau président de la République de Chine, supprimant les cadeaux d'affaire, impactait particulièrement les vins (-15 % en 2013) et spiritueux. Avant, les consommateurs étaient surtout des expatriés. Désormais une clientèle chinoise de grandes villes commence à être formée au plaisir de la bulle champenoise. « Il y a maintenant des vrais amateurs. Ils connaissent les différents goûts des vins et veulent les déguster », témoigne Wang Wei, chef du bureau du Comité Champagne en Chine.

LE FAUX CHAMPAGNE DEVANT LES TRIBUNAUX
Le vague mousseux appelé indûment champagne, que l'on vendait dans les années 80, commence à être un vieux souvenir. « L'appellation étant désormais protégée, nous pouvons attaquer les contrefaçons devant les tribunaux », explique Wang Wei. S'ils apprécient le vin rouge, et notamment le bordeaux pour ses tanins ronds et savoureux, les Chinois affinent leur palais. « Quand ils découvrent la fraîcheur et l'acidité du



Champagne servi au bar du restaurant gastronomique français JinYue By Christophe Dufossé à Chengdu. J.B

champagne, ils adorent » assure la représentante du Comité Champagne. L'accord mets et vins n'est pourtant pas aisé constate Jérôme Deffes, chef du restaurant JinYue By Christophe Dufossé, à Chengdu. « La cuisine du Sichuan est particulièrement épicée. Il est donc difficile d'y associer un vin raffiné. Je suggère donc plutôt le champagne au dessert ». Le champagne, qui n'est pas à la portée de toutes les bourses avec des entrées de gamme à plus de 50 euros, est un produit de consommation statutaire constate Guillaume Séjourné, sous-chef du restaurant The Ocean by Oli-

vier Bellin à Hong Kong. « Pour les Chinois, le champagne est quelque chose d'assez convivial qui leur offre la possibilité de se donner un côté western (NDLR : occidental), c'est un produit de luxe qui permet d'étaler sa richesse », ajoute ce Français de 29, né à Soissons et qui a officié à Cormontreuil aux Délices des Papilles. Les consommateurs chinois, qui font des folies pour les sacs Louis Vuitton et les belles voitures allemandes, sont attirés par les champagnes de marque et sont sensibles au marketing. Guillaume Séjourné voit plutôt les Chinois déboucher du Moët &

Chandon ou du Krug à Hong Kong. Ce n'est pas forcément la tasse de thé de celui qui revient tous les ans en terres champenoises pour voir sa famille et parfaire son carnet de cave. « Ce que je préfère, ce sont les champagnes des petits viticulteurs que me conseillent mes amis qui font les vendanges ». Les Chinois n'ont pas accès à tels tuyaux, mais les vignerons et les petites maisons arrivent aussi à se faire une place dans les menus des restaurants, comme, par exemple, le champagne Jacques Picard de Berru servi volontiers au JinYue de Chengdu. ■ JULIEN BOUVILLÉ

EXPÉDITIONS VERS LA CHINE

1970	0 bouteille
1971	0 b ^{lle}
1972	0 b ^{lle}
1973	0 b ^{lle}
1974	0 b ^{lle}
1975	0 b ^{lle}
1976	684 b ^{lles}
1977	1 584 b ^{lles}
1978	2 538 b ^{lles}
1979	20 528 b ^{lles}
1980	5 578 b ^{lles}
1981	11 531 b ^{lles}
1982	11 650 b ^{lles}
1983	13 266 b ^{lles}
1984	4 287 b ^{lles}
1985	6 804 b ^{lles}
1986	9 766 b ^{lles}
1987	7 236 b ^{lles}
1988	14 347 b ^{lles}
1989	5 394 b ^{lles}
1990	1 972 b ^{lles}
1991	2 638 b ^{lles}
1992	2 382 b ^{lles}
1993	1 668 b ^{lles}
1994	8 837 b ^{lles}
1995	2 326 b ^{lles}
1996	7 577 b ^{lles}
1997	13 902 b ^{lles}
1998	8 162 b ^{lles}
1999	19 767 b ^{lles}
2000	21 643 b ^{lles}
2001	50 363 b ^{lles}
2002	27 891 b ^{lles}
2003	74 549 b ^{lles}
2004	269 147 b ^{lles}
2005	335 962 b ^{lles}
2006	504 603 b ^{lles}
2007	656 208 b ^{lles}
2008	896 896 b ^{lles}
2009	581 219 b ^{lles}
2010	1 103 763 b ^{lles}
2011	1 317 537 b ^{lles}
2012	2 000 199 b ^{lles}
2013	1 633 146 b ^{lles}
2014	1 622 618 b ^{lles}
2015	1 307 877 b ^{lles}
2016	1 302 065 b ^{lles}
2017	1 975 000 b ^{lles}

source CIVC

IMPLANTATION

Les aventures de Joseph Puzo

C'est à la demande - appuyée - d'un gros client qu'Axon Cable (Montmirail), spécialiste des câbles et connecteurs de pointe, implante une filiale de 60 collaborateurs en Chine, en 2000 à Shunde, dans la province de Guandong. La vie de cette usine située dans le delta de la Rivière des Perles n'a pas toujours été un long fleuve tranquille. D'abord, l'aventure faillit tourner court, l'unique client ayant cessé brutalement ses commandes dès 2001. Après avoir rebondi, de façon assez inespérée, la filiale du groupe français s'est retrouvée confrontée à d'étranges difficultés de rentabilité. « Au début je ne me suis pas trop inquiété, les premières années d'une filiale étant toujours difficiles », confie le président Joseph Puzo. Après un audit en 2009, le groupe découvre que le directeur local détournait une partie des ventes à son profit. Sans hésiter, le président licencie son cadre indélicat pour faute



Le président d'Axon Cable a tiré les leçons des péripéties rencontrées par sa filiale chinoise.

grave et dépose plainte. L'ex-directeur sera condamné à 6 ans de prison. « Dès que j'ai nommé un nouveau directeur, l'usine s'est mise à gagner de l'argent », explique M. Puzo. Ce dernier nomme aussi un nouveau commissaire aux comptes, de Honk Kong,

C'est d'ailleurs dans cette région administrative qu'Axon a implanté une holding qui détient à 100 % la filiale de Shunde. « On m'a conseillé de faire ce montage. C'est plus facile pour les transferts d'argent. Et cela permet de parler plus facilement avec les banques qui sont anglophones. Toute société française qui s'implante devrait faire comme ça », conseille Joseph Puzo. Ce dernier invite aussi ses congénères à prendre des mesures pour ne pas tomber dans le piège des bakchichs. Il partage à ce titre une précaution simple. « J'ai demandé à ce que personne ne paie quoi que ce soit en cash, même au restaurant, de façon à ce qu'on voie bien que l'on n'a pas d'argent liquide ». Ceci étant dit, tout se passe bien aujourd'hui pour le site de Shunde qui compte désormais près de 200 collaborateurs. Avec une rentabilité de 10 % nette après impôt, c'est même la filiale la plus rentable du groupe. ■ JULIEN BOUVILLÉ

LES AUTRES POINTS

À quand une liaison aérienne ?

Alors que Chengdu aura, en 2020, son deuxième aéroport international, l'idée d'une liaison directe avec le Grand Est a bien sûr été évoquée. Jean Rottner met en avant l'aéroport de Bâle-Mulhouse-Fribourg, au cœur d'une zone touristique européenne intéressante ou Vetry, qui est proche de Paris et bénéficie d'équipements frigorifiques pour le fret. Mais le président de région reste prudent. « Je pense que le fait que notre interlocuteur ait été le gouverneur nous place à un niveau de dialogue considérable. Mais cela va être long, il va falloir revenir, retisser des liens même s'ils sont déjà bons », juge-t-il. Rappelons qu'en 2012 une première ligne de fret Chengdu Vetry avait fait long feu.

Pas la seule région à coopérer

Le Grand Est n'arrive pas dans le Sichuan en territoire vierge en matière de coopération décentralisée. L'Occitanie a signé également un accord avec la province du Sichuan. Les régions françaises ne se tireraient-elles pas un peu la bourre ? « Il y a de la place pour tout le monde, mais dans la concurrence des régions il faut être là, il faut être actif, présent », répond Jean Rottner. Les Hauts-de-France sont par ailleurs en coopération avec la province du Zhejiang, sur la côte est, au sud de Shanghai.

Quel potentiel pour le tourisme ?

Le Sichuan a reçu 100 000 Français l'an passé et la France a reçu moins de 30 000 Sichunais. Tout reste donc à faire. Mais le Grand Est a bien conscience qu'il représente une destination secondaire après Paris. Le gouverneur du Sichuan a proposé que la région soit l'invitée d'honneur de son prochain grand salon touristique annuel.