

## La gastronomie française du Sud Ouest s'installe dans le Jilin

*Bien loin du doux climat de nos campagnes landaises, l'entreprise Delpeyrat, numéro deux mondial du foie gras, a trouvé dans la province du Jilin la terre d'accueil idéale pour conquérir le marché chinois.*

*Quelques jours avant d'entamer une nouvelle visite en Chine, M. Thierry Blandinière, PDG du groupe, nous explique comment Delpeyrat a été amenée à se lancer dans cette aventure. Démarrée il y a trois ans, elle devrait d'ici peu aboutir sur la création d'une joint-venture avec l'entreprise Delai, filiale du groupe agroalimentaire Jifa.*

**CCIFC : Pouvez-vous nous donner quelques informations sur votre entreprise et nous expliquer comment vous avez été amené à travailler avec la Chine ?**

Thierry Blandinière : La société Delpeyrat est une société française dont le siège se situe dans la région des Landes à Mont de Marsan. Nous sommes en effet spécialisés dans la gastronomie du Sud Ouest avec une offre reposant sur trois piliers que sont le foie gras, les plats cuisinés et le jambon de Bayonne. Delpeyrat emploie à ce jour 1350 personnes, pour un chiffre d'affaires de 340 millions d'euros, dont 12% est réalisé grâce à l'exportation de foie gras en Europe, en Amérique du nord et en Asie.

Nous avons très vite identifié l'Asie comme étant une zone géographique à fort potentiel, notamment le Japon qui est un gros consommateur de foie gras. Cet engouement des Japonais pour le produit nous a conduits il y a trois ans à mener le raisonnement suivant : si la Chine peut consommer proportionnellement autant de foie gras que le Japon, cela vaut peut être la peine d'y réfléchir...

Nous avons alors entrepris une démarche de prospection commerciale en nous rendant dans un premier temps sur quelques salons, puis en ouvrant un bureau de représentation à Pékin. A ce stade, nous avons pour seul objectif de faciliter notre activité export. Puis, progressivement, la réalité des problèmes liés à l'exportation des produits crus en Chine nous a contraints à repenser notre stratégie d'approche du marché. Pour vendre en Chine il nous fallait indéniablement produire sur place.

Nos clients français tels que Carrefour, Accor ou Metro ont aussi joué un rôle d'incitateur car ils souhaitaient trouver une solution pour distribuer du foie gras en Chine. Nous avons donc pris conscience du potentiel que représentait le marché chinois, il nous fallait désormais trouver un accord pour y réaliser notre production localement.

C'est finalement l'ONUDI qui nous a informés qu'une entreprise chinoise productrice de foie gras du nom de Delai, basée à Changchun, cherchait à nouer des partenariats avec un leader français. Suite à cela, nous avons établi des contacts avec eux, plusieurs visites en France et en Chine ont suivi, jusqu'à aboutir à un accord.

***CCIFC : Votre présence dans la région du Jilin était donc fortuite et liée à la présence de cette société dans la province ?***

T.B : Non, pas tout à fait, car nous avons tout de même eu un choix à faire. D'autres entreprises chinoises ayant eu échos dans la presse locale de nos échanges avec Delai ont cherché à se rapprocher de nous. Il faut dire que nous nous sommes retrouvés dans un contexte politique très spécifique de soutien de la filière foie gras. 18 projets dans 18 provinces productrices de foie gras avaient été lancés il y a trois ans. Je me suis donc rendu dans différentes provinces pour rencontrer ces entreprises, 5 à 6 au total. Ces dernières présentaient des projets plus ou moins avancés selon les cas, or l'entreprise Delai avait déjà beaucoup investi au niveau industriel, de l'ordre de 35 millions d'euros, avec une filière parfaitement maîtrisée et une intégration complète de la génétique animale jusqu'au produit fini. Cette maîtrise est analogue à ce que l'on fait aujourd'hui en France. Delai disposait donc de gros moyens, avec un outil performant mais sans le savoir-faire nécessaire. Or Delpeyrat détenait ce savoir-faire, ce qui a permis de lancer un accord de partenariat reposant dans un premier temps sur un transfert de technologie. A long terme nous souhaitions que ce transfert aboutisse à la création d'une joint-venture et c'est d'ailleurs l'objet de mon prochain déplacement en Chine.

***CCIFC : Quels sont alors les atouts de cette province qui vous ont amenés à faire ce choix d'implantation ?***

T. B : Dans le domaine agricole, le Jilin présente de nombreux atouts. C'est tout d'abord une région à forte production céréalière (notamment le maïs) et animale. La production de volailles y est très développée. Aussi, culturellement parlant, y implanter des élevages d'oie à foie gras ou de canard à foie gras n'était pas insurmontable... En effet, cette filière s'appuie sur un savoir-faire au niveau de l'aliment en lui-même, en l'occurrence le maïs. Les compétences de la filière agricole avaient d'ailleurs été largement mises en avant par le gouverneur du Jilin. A vrai dire, cette province présente des points communs avec la région des Landes. On y retrouve les mêmes attributs en termes de production de maïs et de volailles. C'est une province qui est caractéristiquement proche de notre métier. Contrairement aux grandes villes, elle reste encore très rurale et la main d'œuvre y est donc très compétitive. Enfin elle possède en amont un bon réseau de producteurs.

Pour le reste, nous avons été surpris par la rapidité avec laquelle se développait la ville de Changchun, surtout en termes d'infrastructure. C'est une ville dynamique où la présence étrangère est surtout marquée par celle de nos voisins allemands.

***CCIFC : Vos relations avec les autorités locales semblent avoir été facilitées ?***

T. B : En effet, nous avons toujours été très bien accueillis par les autorités locales du Jilin. Encore une fois, notre projet rentrait dans le cadre d'une politique précise de valorisation du secteur. En trois ans nous avons tissé des liens privilégiés avec les représentants de la province. En septembre dernier, nous avons reçu à Mont de Marsan une délégation chinoise accompagnée du maire de Changchun. Son déplacement avait pour but de promouvoir la province du Jilin en France et il avait alors rendu visite à plusieurs entreprises dont Airbus et une société de vin à Bordeaux.

**CCIFC : Quels conseils donneriez-vous à une entreprise française souhaitant s'implanter en Chine ?**

T. B : Je pense que détenir une bonne connaissance du réseau politique de la région ou de la ville est un réel atout. En se lançant dans une collaboration directe avec un privé vous risquez forcément de faire face à plus de difficultés. Plus vous vous positionnez sur des programmes à dimension politique plus votre projet aura des chances d'aboutir. C'est une première étape. Ensuite, au niveau opérationnel, il faut apprendre à être très patient et fournir beaucoup d'énergie à l'élaboration d'un tel projet car c'est une culture très différente de la nôtre. Il faut aussi se positionner à moyen et long terme et ne pas espérer obtenir un retour rapide sur investissement. Nous en avons fait nous même l'expérience. Trois ans ont été nécessaires pour bien nous connaître avec notre partenaire, parfois notre collaboration avançait très vite parfois beaucoup moins. J'espère que mon prochain déplacement sera l'occasion d'aller un peu plus loin... Enfin, la communication est une variable importante. Il faut apprendre à simplifier au maximum sa communication et renvoyer une image rassurante à ses partenaires.

**CCIFC : L'apport de ce savoir-faire à la française en Chine ne risque-t-il pas à long terme d'amener dans nos assiettes françaises du foie gras made in china, de qualité similaire et à meilleur marché ? D'autre part ne craigniez vous pas d'être exposés à la contrefaçon de vos produits ?**

T.B : Bien entendu nous faisons attention. Pour répondre à votre première question, je dirais non sur le court terme. En effet, le potentiel local est tel qu'il faudrait atteindre des niveaux très élevés de production pour le dépasser... De plus il existe déjà des marchés à proximité comme le Japon ou Singapour, qui sont de grands consommateurs de foie gras. Par conséquent, sur le court terme, il n'y a aucune crainte à avoir de ce point de vue là, sur le long terme, je n'exclus rien... Mais c'est d'ailleurs la raison pour laquelle nous souhaitons travailler en joint-venture et pour nous épauler dans cette démarche nous avons fait appel à un cabinet d'avocat. C'est le seul moyen de nous maintenir dans ce processus et garder la maîtrise de la croissance. 50% de la production de foie gras fabriquée en Chine provient déjà de cette entreprise. A ce jour, notre principal objectif est de fabriquer en Chine pour vendre et livrer en Chine. Nous voulons pouvoir produire du foie gras cru de meilleure qualité pour la restauration et le distribuer sous la marque Delpeyrat. Quant au risque de contrefaçon, nous avons fait un dépôt de marque et de recettes pour nous protéger.

*Propos recueillis par Sophie Calvarin*