

Numéro spécial : PRODUITS BIOLOGIQUES

La Chine a mis en marche sa révolution verte. Elle multiplie les actions via l'établissement de lois et de réglementations en faveur de la protection de l'environnement : économie du recyclage, énergies renouvelables, lutte contre la pollution... De même, le Bio commence à entrer dans les pratiques de production chinoises. Face aux discours tantôt sceptiques, tantôt plus optimistes, il est intéressant de comprendre où en est la Chine vis-à-vis de cette démarche à la fois écologique, économique et politique. Acheter, consommer ou exporter des produits bio en Chine continentale et à Taiwan? Ce numéro de France-Chine Express propose quelques éléments de compréhension à travers des études et des témoignages de professionnels.

Informations générales

- **Etat des lieux du marché chinois des produits biologiques** p. 2
Historique de l'évolution du secteur, caractéristiques du marché intérieur, gestion de la production, démarche de certification... Ce document propose un état des lieux non exhaustif du marché chinois des produits biologiques.
- **La longue marche des produits biologiques en Chine** p. 5
Pierre Adrien, Fondateur d'Agrologistics, présente les problématiques de la production biologique chinoise. Il évoque les difficultés liées au manque de formation des agriculteurs, au comportement du consommateur, à la qualité de la traçabilité et de la certification, etc.
- **Contrôle et surveillance des produits issus de l'agriculture biologique à Taiwan** p. 8
Les spécialistes d'UGGC&Associés détaillent les principes de la loi définissant l'application du label « produits biologiques » et la réglementation liées à l'importation de ces produits à Taiwan.

Témoignages

- **La ferme des produits bio** p. 9
Créée par une ancienne représentante du Ministère de l'Agriculture chinois, l'Organic Farm est l'une des quelques fermes biologiques situées dans la banlieue de Pékin.
- **La Chine, palais des thés biologiques** p. 11
Première denrée à obtenir le label « biologique » en Chine, le thé est le produit phare de l'exportation bio chinoise. Le Palais des Thés, célèbre enseigne française de distribution de thés, propose une gamme bio majoritairement originaire de Chine.
- **A Shanghai, les Japonais passent leur commande BIO chez un Français** p. 12
Bébémamie, enseigne créée par un Français basé à Shanghai, propose chaque jour, à une clientèle japonaise des plus fidèles, crêpes et salades à base de produits biologiques et des yaourts naturels.
- **Shanghai Trio, la mode éthique et chic** p. 14
En 1996, le groupe 3 Suisses International s'implante en Chine pour distribuer son catalogue et ouvrir un bureau d'achat. 3 ans plus tard, l'enseigne spécialisée dans la vente à distance lance son premier site marchand alors que le monde de l'Internet chinois n'est encore qu'aux prémices de l'ère e-commerce.

Publications

- **Publication de la CCIFC : A la Table des Chinois. Connexions, mai-juin 2009** p. 15
- **Publications des Missions Economiques de Chine** p. 16

■ Etat des lieux du marché chinois des produits biologiques

I. Evolution du marché des produits biologiques en Chine

1.1 Ouverture du marché chinois aux produits bio

Le marché chinois des produits biologiques a connu un développement record ces dix dernières années. Avec près d'un quart de la population mondiale à nourrir et seulement 7% des terres arables au monde, le Ministère de l'Agriculture chinois (MOA) était, pendant plusieurs années, peu enclin aux principes de la production biologique. Plusieurs facteurs vont cependant pousser les autorités chinoises à revoir leur jugement jusqu'à faire du pays l'un des plus importants producteurs de produits organiques. Premièrement, l'éclatement de scandales alimentaires et de pollutions sévères, a terni un peu plus fortement l'image du « made in China ». Deuxièmement, le gouvernement chinois ne comptait pas passer à côté des opportunités commerciales qui émergeaient soudainement de ce nouveau marché international. Avec une surface totale de 2.3 millions d'hectares réservés à l'agriculture biologique, la Chine arrive en 2ème place des pays producteurs de bio derrière l'Australie (12.3 millions d'ha).

1.2 L'export

Jusqu'en 1999, plus de 95% des produits issus de l'agriculture biologique sont destinés à l'export. Les produits de meilleure qualité sont vendus au Japon ou en Corée, le reste est destiné au marché américain, européen et du Sud-Est asiatique. La Chine exporte principalement du riz, du soja, des légumes et du thé biologique. Entre 2003 et 2006, les exportations de produits bio ont plus que doublés, passant d'un montant total de 142 à 350 millions USD sur la période. Les produits exportés sont majoritairement crus, l'industrie de transformation étant encore très peu avancée.

1.3 Le marché intérieur

Le marché de consommation des aliments biologiques reste très restreint et en est encore à ses balbutiements. Ce constat s'explique par :

- Le manque d'information des consommateurs. Les consommateurs chinois soit n'ont aucune connaissance de ces produits, soit confondent les différents labels verts présents en Chine.

- Le niveau de vie de la population. Le marché des produits biologiques est un marché de niche. La consommation se limite aux principaux grands centres urbains du pays : Pékin, Shanghai et Canton. La classe moyenne émergente, plus aisée et plus sensible aux nouveaux modes de consommation, représente actuellement la principale cible de marché. Les expatriés constituent également une bonne part des consommateurs de produits biologiques. Ces derniers vont se fournir dans les supermarchés internationaux où les produits ne sont souvent pas labellisés à la certification chinoise mais uniquement par leur pays d'origine (ex : Jenny Lou, Cityshop).

- Les consommateurs informés et aux salaires élevés sont de plus en plus sensibles aux questions de sécurité alimentaire et cherchent à consommer moins d'aliments d'une salubrité douteuse. Cependant, il est à noter qu'en général, l'utilisation de produits chimiques dans l'agriculture n'inquiète pas les consommateurs chinois au point de les faire adopter les aliments dits biologiques. D'autant plus que la plupart des consommateurs chinois estiment que des aliments produits de façon plus sûre répondent bien à cette demande pour un tarif plus avantageux.

- Le marché des produits bio touche essentiellement les produits agro-alimentaires mais aussi le secteur de la cosmétique et du textile.

1.4 Les zones de production

Les zones d'agriculture biologique sont principalement concentrées dans les cinq provinces du Nord de la Chine (Mongolie intérieure, Heilongjiang, Jilin et Liaoning) ainsi que dans six régions du Sud et de l'Est (Jiangsu, Jiangxi, Fujian, Shandong, Hubei, Yunnan).

II – La gestion de la production biologique

2.1 Les exploitations agricoles bio

Les exploitations biologiques sont généralement de petite taille avec une capacité de production limitée. La plupart des entreprises n'ont pas les moyens d'investir suffisamment pour développer davantage leur base de production biologique ou pour préparer leurs produits pour le marché du point de vue de la transformation et du conditionnement.

Il existe trois types d'exploitations :

- Les fermes d'Etat : elles sont principalement tournées vers le marché domestique. La production biologique ne constitue qu'une infime partie de leur production globale.
- Les sociétés privées chinoises : elles se consacrent en majorité à la production biologique tout en maintenant parallèlement une agriculture conventionnelle.
- Les sociétés privées internationales : elles ont initialement été créées pour cibler le marché international et les grandes agglomérations chinoises telles que Shanghai et Pékin, où se trouvent les consommateurs les plus sensibilisés au bio.

2.2 Les réseaux de distribution

- Les supermarchés et les magasins spécialisés présents dans les grands centres urbains. Ils constituent le principal lieu d'achat pour les consommateurs individuels. Les réseaux de la grande distribution sont alimentés via des ventes directes avec les producteurs. Carrefour fut le premier hypermarché à avoir proposé la vente de produits organiques en Chine.
- Les organisations publiques et gouvernementales. Ce segment est particulièrement important pour l'achat de « cadeaux d'affaires ». Ce réseau est alimenté principalement via la vente directe, ou via certains distributeurs spécialisés. Les sociétés qui fournissent ces organisations d'Etat se consacrent généralement uniquement à ce segment de marché.
- Les ventes directes et ventes en ligne/VIP. Ces deux types de ventes restent assez marginaux. Ils participent à une stratégie de communication globale des entreprises qui souhaitent améliorer leur visibilité et leur crédibilité auprès des consommateurs.

2.3 Aides financières

Le gouvernement central n'a pas mis en place un soutien financier spécifique pour soutenir la filière bio. Les aides sont généralement attribuées localement en fonction des provinces et des zones concernées. Ainsi, il n'est pas rare que les autorités locales prennent à leur charge les frais de certification. Les pouvoirs locaux sont particulièrement concernés par le devenir de ces exploitations car elles sont créatrices d'emplois stables et véhiculent une image plus responsable de la localité.

III – La certification

3.1 Les différents labels verts en Chine

- Le label « Wugonghai » ou « produits agricoles sans nocivité ». Ce label concerne les productions agricoles non transformées. Créée en 2001, cette norme est constituée autour de garanties basiques centrées sur le produit final : limite de certains éléments chimiques dans le produit final (métaux...), limite des résidus dans le produit final, apparence du produit (longueur du pétiole, goût, maladies, zones abîmées, pourritures, taille...)



Informations générales

- Le label « Lüsse shipin » ou produits verts. Le concept de label vert a été développé dès le début des années 1990 par le MOA avec la création du China Green Food Development Center (CGFDC), organisme dépendant du MOA. Celui-ci est chargé de la création des normes ainsi que de la certification des entreprises. A la différence du label « produit sans nocivité », le label vert certifie également des produits alimentaires ayant subi une transformation secondaire. Il est principalement accordé à des entreprises agroalimentaires. Le label comprend en fait deux niveaux notés A et AA. Le niveau A apporte des garanties sur la protection de l'environnement (sol, air, eau), le mode de production (pesticides, engrais, médicaments vétérinaires, alimentation animale, additifs), le produit final (résidus, métaux, composition, aspect, qualité nutritionnelle). Il correspond dans la pratique à la quasi-totalité des produits certifiés (97%). Le niveau AA est quant à lui très proche d'un label d'agriculture biologique.



- Le label biologique « Youji shipin ». La labellisation biologique a été introduite en Chine par des certificateurs étrangers et à destination des marchés export. Cette labellisation a rapidement été suivie par des initiatives locales. En plus des deux labels précédemment présentés, développés par le MOA et fondés sur des normes locales bénéficiant d'une faible reconnaissance internationale, s'est développé dès le début des années quatre vingt-dix, le concept d'agriculture biologique au sens international du terme. Principales différences avec les deux labels précédents, les intrants chimiques sont proscrits et une période de conversion est obligatoire (en moyenne 2 à 3 ans).



Le premier produit certifié en 1990, un thé de la province du Zhejiang, était destiné à l'export. Cette certification a été réalisée, sous l'impulsion d'un importateur des Pays-Bas, le SKAL, organisme certificateur des Pays-Bas.

3.2 Les agences de certification chinoise

- OFDC : La création du premier certificateur chinois a été réalisée à l'initiative de l'Administration d'Etat pour la protection de l'environnement. Ce centre, aujourd'hui appelé Organic Food Development Center (OFDC) a été établi en 1994. Il a été accrédité en 2002 par l'International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM).

- OTRDC : Le second centre certificateur, Organic Tea Research and Development Center (OTRDC), a été créé en mars 1999. Il s'agit à l'origine d'une branche de l'OFDC spécialisée dans la certification du thé.

- COFCC : le China Organic Food Certification Center, créé en 2002 par le MOA, reprend le concept du label vert AA qui avait mal fonctionné pour cause de confusion avec le label vert A aux contraintes de production bien moins contraignantes.

On estime que ces 3 agences (sur 26 agences de certifications chinoises) détiennent à elles seules plus de 70% du marché de la certification en Chine.

3.3 Les agences étrangères

Les certificateurs étrangers se sont lancés dans la course dès 1995, à commencer par l'organisme américain OCIA (Organic Crop Improvement Association). Il a été successivement suivi par Ecocert (France), BCS (Allemagne), IMO (Suisse) JONA (Japon) respectivement présents à Pékin, Changsha, Nankin et Shanghai. Ils travaillent essentiellement pour l'exportation et suivent les standards des pays vers lesquels ils exportent. Depuis 2003, les certificateurs étrangers doivent établir une joint venture (JV) avec un certificateur local s'ils veulent pouvoir poursuivre leur activité. ECOCERT est arrivé en Chine en 1998. Il développe tout d'abord un partenariat avec la China Agricultural University (CAU). En 2006, il crée une JV avec CNAS (certificateur chinois) et devient l'unique agence étrangère à obtenir l'autorisation nécessaire afin de certifier des produits destinés au marché domestique.

3.4 La procédure de certification

La majorité des pays importateurs de produits biologiques venant de Chine ne reconnaissent pas le label chinois. Les produits dédiés à l'export doivent donc faire l'objet d'une certification auprès des organismes étrangers cités ci-dessus.

En réponse à cette restriction, les agences de certifications internationales ainsi que les produits étrangers importés en Chine doivent également faire l'objet d'un certain nombre de contrôles. Ainsi les labels bio étrangers ne sont pas reconnus par les autorités chinoises. Les produits importés doivent suivre la procédure de certification des labels bio chinois. La procédure de certification exige que soit examiné non seulement les produits finis mais aussi les matières premières ayant permis de faire ces produits finis, ainsi que le site de production. Les coûts de ces démarches s'élèvent en moyenne à 50 000 RMB. Ainsi la plupart des entreprises étrangères exportatrices choisissent de ne pas se soumettre à la certification chinoise et travaillent via des réseaux de distribution visant une clientèle majoritairement expatriée. Cependant, la certification d'origine restant visible sur le packaging de la plupart des produits bio importés, certains labels étrangers comme AB ou USDA commencent à se faire connaître parmi les consommateurs chinois les plus avertis.

IV - Salons en Chine

1. 2009 green food & organic food exposition 北京国际绿色、有机食品展览会 <http://www.gnfexpo.com.cn/>. Du 14 au 19 mai 2009 à Pékin. 9ème édition
2. BioFach China 2009 中国国际有机食品博览会. <http://www.biofachchina.com/bio-cn.asp>. Du 27 au 29 mai 2009 à Shanghai.
3. EcoDesignFair fall 2009. <http://www.ecodesignfair.cn/>. Le 17 octobre 2009 à Shanghai. 4ème édition

Par Sophie Calvarin

Sources:

- EU-China Trade Project, Organic Agriculture in China, current situation and challenges, Mai 2008
<http://www.euchinawto.org>
- Hintergrundinformationen, Organic Food "Made in China", Eva Sternfeld, 11 août 2009
<http://orgprints.org/15979>
- Pesticides and Environment Health Trends in China, Yang Yang, Février 2007
- Mission Economique de Pékin, Les labels qualités des produits agroalimentaires en Chine, Juillet 2008

■ La longue marche des produits biologiques en Chine

Entretien avec Pierre ADRIEN, Fondateur et Directeur Général de l'entreprise Agrologistics.

Agrologistics , créée en 2002, propose des services de conseils aux entreprises du secteur agricole et développe une activité de distribution de machines et d'équipements destinés à l'agriculture. Son fondateur, Pierre Adrien, spécialiste du développement rural, travaille depuis plus d'une dizaine d'années sur les questions liées à l'organisation des productions agricoles et à la sécurité alimentaire en Chine. Il fait état, à travers quelques pistes de réflexion, de la situation et des perspectives de développement d'un secteur complexe et sensible aux opportunités néanmoins avérées.

La Chine peut et doit peut-être devenir un pays de production sous label de qualité

L'agriculture biologique est une activité porteuse d'avenir, particulièrement dans un pays comme la Chine, où les terres agricoles sont rares et extrêmement morcelées. Hormis dans les provinces du nord-est (Liaoning, Jilin, Heilongjiang) et dans la région du Xinjiang, les possibilités de grande culture mécanisée sont très rares, les terres de Chine sont généralement petites, difficiles et chères à exploiter. En revanche, la Chine dispose d'un réservoir de main d'œuvre important qui lui permet d'investir dans des cultures contraignantes mais à forte valeur ajoutée. La mise à profit de cette situation constitue certainement un axe de développement intéressant.

Informations générales

En quelques années la Chine s'est faite une place parmi les pays producteurs en agriculture biologique, notamment grâce à ses productions de thés, de fruits et de légumes. La Chine pourrait devenir un grand pays de production bio, si elle parvient à relever les défis que cela implique en termes de technologie agricole, de protection de l'environnement, et de crédibilité des systèmes réglementaires.

La révolution agricole chinoise n'a pas encore eu lieu

La formation des agriculteurs est un élément primordial de l'émergence d'une agriculture de qualité, rentable, respectueuse de l'environnement et du consommateur. Les paysans chinois peuvent être de bons praticiens, mais ils ne disposent généralement pas du savoir et des méthodes qui feraient d'eux des agriculteurs, et leur statut dévalorisé freine l'évolution de leur métier. La Chine n'a pas encore opéré cette transition qui, du monde paysan, fait émerger une agriculture contemporaine et les agriculteurs qui en sont les acteurs. Dans une pratique agricole contemporaine, l'agriculteur doit être chef d'entreprise, maîtriser nombre de techniques dans des domaines variés, assumer des décisions et des risques complexes, être en prise directe avec le monde extérieur à son exploitation.

Bien des gens ont une vision simpliste de l'agriculture et plus encore de l'agriculture biologique. L'agriculture a beau être une industrie plurimillénaire, elle est aussi une industrie de pointe. Les matériels, matériaux et techniques utilisés par l'agriculture sont parmi les plus avancés, y compris pour le bio.

Faire du neuf avec du vieux

Le développement de la filière bio pousse à repenser la commercialisation des produits agricoles. En Europe, une attention croissante se porte sur la problématique de l'adéquation entre l'organisation des marchés et la réalité du vivant. L'esprit et l'organisation du secteur Bio favorise un retour aux circuits courts, c'est un axe « moderne » de développement. Il faut recréer du lien entre consommateurs et agriculteurs, par delà la mécanique des marchés, pour encourager le développement d'une agriculture, et d'une consommation, durables et responsables. En Chine, la modernité s'incarne aujourd'hui dans le supermarché et la grande distribution. Or il est très difficile de mettre en adéquation les besoins de la grande distribution qui sont de l'ordre de l'industriel et du flux calibré, quand l'agriculture repose sur le vivant et donc, par essence, sur l'incertain. Pour autant, les agglomérations chinoises génèrent des 'micro-bassins' de consommation relativement homogènes et de dimensions considérables. Des villes comme Pékin ou Shanghai présentent des quartiers pouvant avoir 400 à 500 milles habitants, mais dans lesquels un commerce en circuit court est économiquement possible et très favorisé par la tradition sociale chinoise. Le modèle du marché villageois et paysan n'est pas une panacée, mais il conserve toute sa pertinence.

Un enjeu majeur, la traçabilité

Durant les premières années de développement de l'agriculture sous label en Chine, les principes et les exigences de la labellisation ont été traitées, pour le moins, sommairement. Le lien entre le produit labellisé, le lieu et les conditions de sa production étaient, et son encore, trop flou. Les exigences environnementales se résumaient souvent à : « Il n'y a pas d'activité industrielle visible dans la zone de production, la région est assez pauvre et isolée... Alors on peut y faire du bio. ». En fait, c'est souvent dans les régions les plus pauvres que sont achetés les engrais et les pesticides bon marché, possiblement contrefaits, et présentant des risques de pollution élevés et durables. C'est aussi dans ces régions que les pollutions générées par les petites unités industrielles sont le plus difficiles à prévenir et à combattre. C'est aussi dans ces régions que la pression économique et l'absence de traçabilité encourage le plus la fraude.

Aujourd'hui, la pollution des sols et des eaux, la possible présence de polluants dans les produits agroalimentaires, les dangers que représente la non-traçabilité des produits, sont des réalités criantes, le gouvernement chinois tente de faire face, la route est encore longue.

La mise en application (juin 2009) de la nouvelle loi régissant la sécurité des produits alimentaires marque un tournant. Cette loi ne concerne pas spécifiquement les productions sous label, mais l'obligation de traçabilité qu'elle impose, pour tous les produits agro-alimentaires, comme pour les intrants agricoles, ne peut qu'améliorer le fonctionnement de la filière bio. Au-delà de la responsabilité des entreprises et des organes de contrôle dont les fonctions sont redéfinies, la loi établit la responsabilité des personnes, et c'est là un changement de ton essentiel. Cette loi qui indique clairement une volonté de mise en transparence ne sera appliquée que graduellement, mais le ton est donné. Le gouvernement central souhaite diminuer un flou qui ne bénéficie qu'aux acteurs les moins scrupuleux du secteur, implique souvent les autorités locales chargées de les contrôler, et donne de la Chine une image exécrationnelle.

Une certification aux normes ?

En Chine, trois labels coexistent sur le marché des produits alimentaires de meilleure qualité environnementale. Les labels «Wu Gonghai» (sans nuisance publique) et «Lüse Shipin» (aliment vert) sont typiquement chinois, le second est divisé en deux gradations qualitatives, A et AA ce qui ne simplifie pas les choses. Le label «Youji shipin» (Organic Food) est issue d'une collaboration internationale ancienne, il est proche des standards européens.

Quoi qu'il en soit, hormis pour la norme «Wu Gonghai» qui est certainement appelée à disparaître, ces normes, pour peu qu'elles soient correctement mise en œuvre, offrent un bon niveau de protection de l'environnement et du consommateur. Le réel défi auquel fait face la filière est la garantie de la bonne application de ces normes, question de confiance, question de survie de ces labels.

En matière de contrôle et de certification, la Chine connaît des situations difficiles à gérer. Il est fréquent que la démarche de labellisation soit initiée et financée par les autorités locales, pour des raisons plus politiques que commerciales ou environnementales. Dans ces cas de certifications collectives, les fermiers ne sont pas toujours suffisamment formés et surtout pas suffisamment impliqués dans la démarche. Les responsabilités sont communes donc diluées, tout est donc possible. Les exploitants commercialisant leurs propres produits offrent de meilleures garanties mais le savoir-faire et la rigueur, parfois, manquent. Certains de ces exploitants sont très impliqués dans leur travail, d'autres se contentent d'acheter à l'extérieur tout ou partie des produits qu'ils commercialisent. La fraude à l'étiquette n'est pas rare, elle est payante, et les risques encourus sont faibles.

Pour ce qui est de l'indépendance et de l'éthique des certificateurs, les situations sont diverses. Dans la pratique sociale chinoise, les relations professionnelles et personnelles sont imbriquées, l'arrangement est toujours préféré à l'affrontement, les pressions économiques sont importantes de part et d'autre, les risques de dérives sont nombreux, même en l'absence d'une malhonnêteté pure et simple qui, elle aussi, existe.

Quelles opportunités pour l'expertise étrangère ?

La confiance et le partage de valeurs sont des enjeux centraux dans le développement de la filière bio. Les différents scandales alimentaires qui ont secoués la Chine ces dernières années, ont très sérieusement mis à mal la crédibilité des producteurs chinois, à l'étranger mais surtout en Chine. Les entreprises européennes ont certainement des atouts en Chine où elles bénéficient d'une image positive, d'une confiance, a priori, de la part des consommateurs chinois.

Il y a très certainement des marchés pour les produits bio européens. Les entreprises de ce secteur qui sont généralement des PME doivent réfléchir en termes de gammes de produits et travailler ensemble, ce qui est la meilleure façon de partager les coûts et les coups. La Chine est un ensemble de marchés assez complexe, il faut savoir trouver le conseil adapté, travailler en partenariat, ne pas écouter les sirènes et conserver son autonomie. La joint venture avec un partenaire local n'est pas nécessairement la meilleure stratégie dans ce secteur, l'alliance de PME pour l'export est certainement préférable. Les entreprises françaises pensent parfois, à tort, qu'il est nécessaire d'adapter leurs produits à la Chine ou de créer des produits sur mesure pour le goût chinois. Dans le secteur agroalimentaire, la France est vecteur d'une image de caractère et de terroir. Les professionnels du bio sont porteurs de ces valeurs, ils doivent conserver et faire partager leur histoire, le goût et la texture de leurs produits. Les consommateurs chinois sont sensibles à l'origine humaine des choses.

En conclusion

La qualité du bio et de l'alimentation dépend beaucoup de la qualité du consommateur. Le pouvoir de consommer est, dans une société de consommation, 'Le' pouvoir de l'individu. Ce pouvoir doit être utilisé. Il faut faire l'effort de s'informer réellement et d'utiliser son pouvoir d'achat pour approuver ou sanctionner les produits et les démarches. Être un consommateur engagé demande un réel effort, mais c'est le plus sûr moyen de participer au développement d'une offre de qualité. Une agriculture biologique de qualité exige beaucoup de travail, une vraie prise de risque, pour un résultat qui n'est pas toujours rémunérateur. L'engagement du consommateur est finalement le maillon central d'une chaîne de réussite, dans laquelle l'effort est rémunéré, à juste titre.

Propos recueillis par Sophie Calvarin

Source : CCIFC

■ Contrôle et surveillance des produits issus de l'agriculture biologique à Taiwan

Par UGGC & Associés – Taiwan

En matière de produits biologiques à Taiwan, seuls les produits agricoles sont aujourd'hui sous le contrôle et la surveillance du gouvernement taïwanais. Le terme « produit agricole » signifie tout produit qui est fabriqué, traité/transformé, ou commercialisé par les industriels en utilisant des ressources naturelles, matériaux et technologies agricoles, y compris l'agriculture, l'exploitation des forêts, la pêche, et les biens animaux (article 1 de « Agricultural Production and Certification Act » qu'on nommera désormais dans la suite de cet article « APCA »).

Le terme « produit biologique agricole » signifie :

(1) tout produit cultivé, traité et conditionné sur le marché local conformément aux lois en vigueur édictées par l'autorité centrale compétente, et certifié en vertu de cette loi, ou (2) tout produit agricole importé (paragraphe 2 de l'article 3 de l'APCA)

Dans le cas où des produits issus de l'agriculture biologique seraient destinés à être importés à Taiwan, aucune réglementation douanière particulière n'est applicable car il n'y a pas de classification ou de définition pour les produits définis comme « biologiques » dans le code douanier taïwanais (ou connu sous le nom de « Standard Classification of Commodities of the Republic of China »). Par conséquent, lorsque ce type de produit est destiné à être importé à Taiwan, l'importateur doit seulement vérifier le code douanier correspondant à leur type (par exemple, produits animaux, végétaux...)

Une attention particulière doit être accordée à l'examen d'importation des produits issus de l'agriculture biologique. Selon l'article 6 de l'APCA, les produits agricoles importés et ceux issus de leur transformation doivent être certifiés par les organismes accrédités à cet effet par les institutions/organisations nationales ou internationales reconnues par l'autorité centrale compétente, et doivent faire l'objet d'une validation par cette dernière avant d'être commercialisés sous le terme de « produits biologiques ». Cependant, l'autorité centrale taïwanaise définit les conditions de demande de certification, les procédures d'examen, les exigences en matière d'étiquetage, ainsi que toute réglementation administrative pour l'importation de produits biologiques agricoles et leurs dérivés.

Aux termes d'une note administrative publiée en 2009 par le Conseil de l'Agriculture, Yuan Exécutif, seuls 20 pays au total, jusqu'à présent, sont accrédités par les autorités taïwanaises, à savoir l'Angleterre, la France, l'Autriche, le Danemark, la Finlande, les Pays-Bas, l'Allemagne, l'Italie, la Nouvelle Zélande, l'Australie, La Suède, le Luxembourg, la Grèce, l'Espagne, l'Irlande, la Belgique, le Portugal, les Etats-Unis, Le Canada et la Suisse. Les produits agricoles cultivés, transformés et conditionnés dans les 20 pays cités précédemment, et définis comme « produits biologiques », peuvent être importés à Taiwan sous certaines conditions. Pour ce qui concerne toutefois les produits issus d'élevage animal, seuls ceux qui ont été cultivés, transformés et conditionnés aux Etats-Unis, au Canada, en Nouvelle-Zélande et en Australie ont le droit d'être importés sous certaines conditions.

Il apparaît donc que les produits issus de l'agriculture biologique, cultivés, transformés et conditionnés dans des pays autres que ceux mentionnés dans la liste citée ci-dessus (comme pour la Chine par exemple) sont strictement interdits à l'importation à Taiwan. Cependant, il s'avère en pratique que des produits non listés peuvent être importés légalement à Taiwan, en tant que produit biologique, par l'intermédiaire d'un pays accrédité. Ces pratiques créent un large espace gris pour ces produits qui sont normalement interdits à l'importation à Taiwan. Par crainte de manque de contrôle et de surveillance, le Conseil de l'Agriculture a déclaré vouloir interdire avec sévérité ce genre d'importation.

Source : UGGC&Associés - CCIFT

■ La ferme des produits bio

Dans la ferme de Mme Chen, pas un seul bourdonnement de moteur ne vient perturber le chant naturel d'une campagne qui s'écoute vivre. Le long des cultures maraîchères, quelques chapeaux se redressent, puis s'inclinent, au rythme du ramassage des récoltes. Et l'on mange, devant le visiteur perplexe, radies et tomates fraîchement cueillis...

La « Beijing Organic Food Co., Ltd », connue sous la marque « Organic Farm » a vu le jour en 2000. Après avoir travaillé plusieurs années au Ministère de l'Agriculture, et spécifiquement sur des projets de productions sous label, Mme Chen décide d'établir sa société pour produire, importer et distribuer des produits biologiques sur le marché chinois. Organic Farm dispose aujourd'hui de six fermes à Pékin et Shanghai, ainsi que dans les provinces du Shandong, du Yunnan et du Guangdong. Ces fermes produisent près de 70 variétés de fruits et légumes frais pour une surface cultivée totale de 66 hectares. A Pékin, la ferme située dans le district de Changping, produit 4000 tonnes de légumes biologiques par an. Sous les serres tunnel sont cultivées tomates cerises, concombres, poivrons rouges, piments, aubergines... « Afin de diversifier notre offre et de proposer une gamme complète de produits bio, la ferme a développé des partenariats avec plusieurs autres fermes biologiques » explique Klaus Griesbach, consultant pour l'Organic Farm. M. Griesbach, expert en agriculture biologique, était responsable dans les années 70 du développement d'un réseau de boutiques de produits bio en Allemagne. Depuis 4 ans, il apporte son expertise en marketing et pour l'importation de produits européens labellisés bio. La gamme de produits importés est relativement complète : barres céréalières, chocolats, jus de fruits frais, vins, mais aussi cosmétiques bio, détergents ou alimentation pour nouveaux nés. Ces produits viennent majoritairement d'Allemagne mais aussi de Suisse ou d'Italie.

« Distribuer des produits biologiques en Chine est une démarche très difficile pour les entreprises étrangères. La réglementation chinoise ne reconnaît pas les labels étrangers. Le produit importé doit donc faire l'objet d'une certification chinoise. Cette certification n'est pas facile à obtenir car il faut pouvoir donner un maximum d'informations sur le produit. De notre côté, nous ne traitons pas directement avec les producteurs étrangers. Nous passons par un importateur chinois. Une démarche indispensable aux vues des petites quantités dont nous avons besoin. »

Une intégration verticale

De la production à la vente, l'Organic Farm contrôle chaque étape de l'acheminement de ses produits. Tout est pensé pour faciliter l'accès des aliments biologiques à leurs plus fidèles clients, notamment via la création d'un service de livraison à domicile. « Plus de 90% de notre production se retrouve sur les étalages des enseignes étrangères de la grande distribution telles que Carrefour, Wal Mart, Metro ou encore Jusco. Nous disposons également de nos propres boutiques, entièrement consacrées au bio, via les concepts des Organic Farm Food Hall et Organic Farm Sweet Shop. Enfin, cette année, nous avons mis en place un service de livraison à domicile. Nous assurons nos livraisons 3 jours par semaine à Pékin et 2 fois par semaine à Shanghai. »

Sous un hangar, une vingtaine d'employés en uniforme emballe sous cellophane des légumes aux dimensions parfaites en très petite quantité ; deux ou trois produits par barquette. Plus surprenant, quelques femmes s'appliquent à nettoyer chaque oignon pour ne leur laisser qu'une apparence lisse et brillante. « Les consommateurs ont malheureusement tendance à penser qu'un aliment est bon lorsqu'il est beau. Le bio, ce n'est pas ça. Un légume est naturellement attaqué et déformé. Mais nous sommes obligés de nous adapter aux exigences du marché. Nous sélectionnons nos plus beaux légumes pour la grande distribution, les moins conformes seront vendus à d'autres distributeurs. » Commente M. Griesbach. En effet, dans la plupart des supermarchés, les produits frais bio ou sous label de qualité sont emballés en petite quantité sous un film plastique afin d'être différenciés des produits courants. Les consommateurs reconnaissent alors ces produits frais ainsi conditionnés comme étant biologiques ou de meilleure qualité.

Des procédés techniques entre tradition et modernité

Beaucoup diront que l'agriculture traditionnelle chinoise est finalement le terreau de l'agriculture biologique moderne. Mme Li, directrice générale de l'Organic Farm en fait partie : « Ici nous essayons d'allier pratiques traditionnelles chinoises et mécanismes modernes ». Elle fait notamment allusion au système d'efficacité énergétique utilisée pour maintenir divers degrés de chaleur dans les cultures maraîchères sous abris serres. Auparavant rabaisées manuellement sur le toit des serres, des couvertures isolantes sont désormais déployées mécaniquement. L'intérieur des serres est ainsi plus ou moins isolé de manière à cultiver tout au long de l'année certains légumes.

Grâce à cette technique d'isolation et un mur intérieur fait de brique et de terre, les serres peuvent conserver une température de 10 degrés lorsque la température extérieure descend sous la barre de zéro. En termes de lutte biologique, la ferme a opté pour des techniques comme les pièges à phéromone ou l'utilisation d'insectes entomophages. Par ailleurs, l'Organic Farm assure la diversité biologique de ses sols via des cultures et une activité diversifiées : culture en champs et en serres mais aussi élevage d'animaux. Les quelques chèvres élevées ont ainsi un rôle avant tout de « productrices » pour le compostage, mêlant déjections animales et légumes de la ferme non commercialisables. Enfin, bien consciente des contradictions auxquelles ce secteur fait souvent face, Mme Li explique que la politique de l'Organic Farm tend vers une distribution de plus en plus locale et saisonnière. Celle-ci est rendue possible grâce à l'ouverture de plusieurs fermes en Chine, permettant de limiter les temps de transports entre les différents points de vente.

Un secteur difficile et souvent remis en question

Les produits issus de l'agriculture biologique sont encore peu connus des Chinois et surtout ne s'adressent qu'à une certaine tranche de la population. « Les personnes âgées sont assez sensibilisées à cette technique car elles leur rappellent une époque où les scandales alimentaires n'avaient jamais vu le jour et où l'utilisation de produits chimiques étaient encore inexistante. La politique de l'enfant unique attire aussi des couples avisés qui souhaitent donner ce qu'il y a de meilleur à leur progéniture. » explique M. Griesbach. Quant à Mme Li, elle souligne le manque de confiance des Chinois pour cette agriculture qui se dit respectueuse de la nature et du vivant. « La corruption et la tricherie entachent énormément l'image du secteur en Chine. Partout où il y a de l'argent à se faire, la corruption se développe. Les consommateurs en ont conscience. Les produits bio supportent en moyenne une augmentation de prix allant de 10 à 50% de plus que les produits issus de l'agriculture conventionnelle. Les consommateurs n'ont aucune notion des difficultés rencontrées par une ferme bio et pensent que ces marges de prix profitent avant tout aux producteurs. »

Méfiance et manque de consommateurs, aides locales insuffisantes, certifications onéreuses, résultat des récoltes incertaines... Autant de facteurs qui limitent le nombre des vocations pour le biologique chez les professionnels de l'agroalimentaire et plus particulièrement chez les producteurs.

Quel avenir pour le bio en Chine ?

Pas plus que cela n'arrivera en Europe, il y a peu à espérer que la Chine ne consacre un jour jusqu'à 10% de ses terres cultivables à l'agriculture biologique.

En Chine comme en Europe, il y a peu de chance de voir l'agriculture biologique s'étendre sur plus de 10% des terres cultivables. «Finalement, il faut que le secteur tende vers une production moins gourmande en pesticides et en fertilisants chimiques. C'est le principe même du Green Food. L'agriculture biologique ne pourra pas être une alternative crédible et fiable à la production conventionnelle. » Conclut M. Griesbach.

L'avenir de l'agriculture biologique en Chine se dessine peut être à travers l'activité de cette ferme. Une pratique encore relativement isolée, certainement imparfaite mais non négligeable. Une activité qui s'adapte à l'air de son temps car, pour survivre, elle ne peut complètement rejeter les contraintes de la modernité et de la consommation de masse, au risque d'y laisser sa part d'idéal. Une activité qui se développe au fur et à mesure que les comportements changent et qui cherche à sensibiliser le consommateur sur une attitude plus responsable vis à vis de son propre corps et de son environnement. Car, comme le dit l'expression populaire « on est ce que l'on mange ».

Par Sophie Calvarin

Source : CCIFC

■ La Chine, palais des thés biologiques

Le Palais des Thés, société française créée par François Xavier Delmas, propose depuis plus de 20 ans une sélection de thés de haute qualité. Ce passionné de thés a pour volonté de démocratiser le thé et de faire découvrir aux Occidentaux la richesse gastronomique et culturelle de cette boisson. La première boutique parisienne ouvre début 1987. Depuis, 18 autres ont vu le jour entre la France, la Belgique, la Norvège, l'Irlande ou le Japon. Désireux de proposer un choix de thés hors des gammes classiques présentes dans le commerce, la politique du fondateur sera de s'approvisionner directement à la source, dans les pays producteurs. Chaque année, les équipes passent ainsi plusieurs mois dans les plantations asiatiques pour y sélectionner les meilleurs thés et partager le quotidien et les traditions des cultivateurs. Une démarche éco-responsable qui a fait la réputation de la société. Le Palais des Thés compare la dégustation du thé à celle d'un grand cru que l'on se doit d'apprendre à en apprécier, connaître et décrypter toutes les saveurs et les bienfaits. Une Ecole du Thé a d'ailleurs été créée à cet effet il y a un an à Paris.

Les thés bio de Chine

La Chine, terre d'origine du thé, occupe une place centrale dans la démarche d'achat de la société. En 2007/2008, sur les 400 tonnes de thés vendues par la société, 32% provenaient de Chine, 18% du Japon, 9% d'Inde et 4% de Taiwan. Le souci qualitatif et environnemental a conduit naturellement le Palais des Thés à développer une gamme de thés issus de l'agriculture biologique, tous certifiés par le label français AB. 6 thés sont originaires de Chine sur les 8 composant l'offre de thés bio de la société. Il s'agit des thés suivants :

- thé Noir du Yunnan de Mai,
- thé vert Yuncui Impérial du Jiangsu,
- thé vert gunpowder du Jiangsu,
- thé semi-fermenté Wu Long Fu Lian du Zhejiang,
- thé noir Lapsang Souchong Xu Xing Shan du Zhejiang
- thé vert Grand jasmin Dao Ren Mao Feng également originaire du Zhejiang.

La certification du thé biologique

Au niveau de la certification, le Palais des Thés travaille pour la partie importation avec l'organisme certificateur suisse IMO (Institut für Markotologie) spécialisé dans la certification de thés. Accrédité par le gouvernement helvétique et reconnu par l'Union Européenne, l'IMO contrôle un grand nombre de plantations de thé dans le monde.

En Chine comme ailleurs, la certification d'une plantation est un processus qui s'articule autour d'un cahier des charges très précis selon des critères comme suit :

- pratiquer la rotation des cultures,
- n'utiliser que des graines biologiques certifiées,
- observer une période de transition de 2 ans pour les cultures annuelles et de 3 ans pour les cultures pérennes. Pendant cette période, la plantation va être en voie de conversion biologique,
- étiqueter dûment à chaque étape de la production (récolte, transport, stockage, transformation, exportation) les produits avec l'une des deux mentions « issus de l'agriculture biologique » ou « en voie de conversion biologique »,
- se soumettre à une inspection annuelle de l'organisme certificateur (...)

A l'issue de la période de conversion et dès lors qu'elle a respecté le cahier des charges, la plantation obtient le certificat qui va lui permettre d'exporter vers l'Europe sous la mention " Thé issu de l'agriculture biologique ". Ce certificat va accompagner la marchandise tout au long de son voyage et pourra être exigé à tout instant par l'organisme certificateur, les pouvoirs publics ou même le consommateur.

La réglementation liée à l'importation de thé bio

Cependant, une fois le thé certifié en Chine, l'importateur doit également se soumettre à une certification du pays où le produit sera commercialisé. Les importateurs doivent ainsi se soumettre à différents contrôles et se faire certifier non plus comme producteurs mais comme opérateurs biologiques. Cela dans le but d'attester de la conformité entre le produit acheté et le produit vendu. L'importateur se doit donc de mettre en place un système de contrôle qualité qui lui permette de suivre exactement le parcours de son produit à chaque étape de la chaîne logistique : transport du thé en provenance d'un pays extérieur à l'Union européenne, dédouanement, entreposage des caisses de thé dans leur emballage d'origine, reconditionnement du thé en plus petites quantités, distribution du thé dans son réseau de vente...

Ici, le rôle de l'organisme certificateur est double : examiner, d'une part, les rapports d'inspection fournis par la plantation ou son intermédiaire ; contrôler, d'autre part, l'efficacité du dispositif de traçabilité des produits mis en place par l'importateur. Ces mesures de traçabilité sont complétées par un grand nombre d'obligations, notamment en terme d'étiquetage, qui permettent à la fois aux consommateurs et aux autorités concernées de remonter la filière du produit en question.

Le Label AB

Il existe en France un cadre réglementaire qui complète et renforce le cadre juridique européen, et que représente le label AB. Celui-ci est attribué par le Ministère de l'agriculture et de la pêche, qui a défini un certain nombre de points de contrôle supplémentaires. Pour être certifié " AB ", les produits végétaux, qu'ils soient transformés ou non, doivent contenir au moins 95% d'ingrédients biologiques et obtenir la certification d'un organisme agréé sur le territoire français. Ceux-ci sont actuellement au nombre de six : Ecocert SARL, Certipaq, Qualité-France, Acclave, Agrocet et Ulase et sont seuls habilités à délivrer le label AB. Le Palais des Thés a choisi de travailler avec Certipaq, un organisme à but non lucratif reconnu depuis de longues années dans le domaine du contrôle qualité des filières agricoles. Acteur historique dans le domaine du Label Rouge, Certipaq est venu plus récemment à la certification agro-biologique.

Le Palais des Thés, évocation du sens gustatif ou d'un lieu mythique de retraite impériale ? Un nom qui semble définitivement s'inscrire dans une tradition chinoise millénaire. Son fondateur n'exclut pas la possibilité d'un développement commercial du Palais des Thés en Chine. En effet, qui mieux que le consommateur chinois sauraient en apprécier toutes les saveurs ?

Par Sophie Calvarin

Source: Le Palais des Thés

■ A Shanghai, les Japonais passent leur commande BIO chez un Français

En Chine, certaines vocations naissent par le pur fruit du hasard et des rencontres que l'on y fait. Philippe Jallet et sa femme Han O en sont un exemple parfait. Venu étudier le chinois à Shanghai en 2000, Philippe Jallet est alors très sollicité par ses camarades Japonais pour faire des yaourts maisons, dont ils sont très friands. D'une commande entre amis de 15 personnes, ce restaurateur en herbe se retrouve à livrer, un an plus tard, une centaine de clients japonais. Après une formation en France sur la préparation du véritable yaourt, sans additifs, sans sucre ni conservateurs, Philippe Jallet décide de se lancer dans une production professionnelle. Quelques mois plus tard, Bébémamie voit le jour, une crêperie à base de produits biologiques et proposant la livraison de ces fameux yaourts.

France-Chine Express : Quelle est la structure juridique de votre société et les particularités de votre production ?

Philippe Jallet : Ma société est une entreprise 100% chinoise montée avec un partenaire. Implanter une entreprise enregistrée à capitaux étrangers aurait été impossible. Notre activité de production de yaourt est extrêmement contrôlée et notre usine fait déjà l'objet de nombreuses visites. Les autorités compétentes veulent nous imposer l'intégration d'additifs : conservateurs, gélatine, émulsifiants etc. afin de donner à notre produit une composition telle que vous la trouvez dans les supermarchés. Or notre yaourt est un produit pur, fabriqué uniquement à base de lait australien et de ferments lactiques bulgares. Les additifs sont parfaitement exclus.

FCE : La communauté japonaise est-elle toujours votre unique clientèle ?

P.J. : Notre clientèle est à 70% japonaise et nous servons également beaucoup de Coréens. Le Japon est un pays que je connais très bien pour y avoir vécu pendant plus de 10 ans. Quant à ma femme, elle est française d'origine coréenne. Tout naturellement, nous n'avons pas cherché à cibler la communauté chinoise. Notre communication ne s'appuie que sur du bouche à oreilles et les clients de notre crêperie sont également consommateurs de nos yaourts. Aujourd'hui nous disposons d'une clientèle de 4500 personnes à Shanghai et à Suzhou. Nous y assurons un système de livraison hebdomadaire.

FCE : Suite à votre activité de fabrication et livraison de yaourts, comment vous est venu l'envie d'ouvrir un restaurant ?

P.J. : Personnellement, je n'étais pas un grand amateur de crêpes. Ce sont nos clients japonais qui, une fois de plus, nous ont encouragés à lancer ce projet. La crêpe est un produit très connu et apprécié au Japon. Aujourd'hui notre restaurant propose crêpes et salades composées grâce au travail de 4 crêpières qui ont toutes été formées par notre ancien crêpier, originaire de Bretagne.

FCE : Où vous fournissez-vous en produits biologiques ?

P.J. : Nous travaillons avec une entreprise japonaise, VEGERABE. Son directeur a investi dans plusieurs fermes biologiques en Chine. C'est un homme très influent. Il a monté sa propre production de salades, tomates, courgettes, basilic et fines herbes. Toutes les graines viennent d'Europe et les cultures sont irriguées uniquement à l'eau potable. L'entreprise fournit les restaurants 5 étoiles de Shanghai et les restaurants japonais. Par ailleurs, nous achetons nos œufs via une deuxième entreprise japonaise.

FCE : Pourquoi ne pas avoir choisi d'acheter vos produits dans des fermes d'agriculture biologique chinoises ?

P.J. : J'ai tout d'abord prospecté dans les fermes chinoises bio, mais lors de mes différents déplacements je n'ai rien trouvé qui me semblait concluant. Certaines fermes dites bio ne le sont pas, même parmi les plus connues. J'ai accompagné en juin dernier une délégation qui se rendait dans le Jiangsu, pour visiter une ferme d'agriculture biologique. Cette ferme maraîchère de 15ha cultive des tomates et des courgettes réservées à l'export. En l'occurrence il s'agissait bien de culture biologique mais ces exploitations sont encore très rares. Selon moi, beaucoup des restaurants qui surfent sur le concept bio ne font que du marketing. Je reste encore très sceptique sur la réalité du bio en Chine.

FCE : Avez-vous des projets de développement ?

P.J. : J'ai pour projet d'implanter une société de fabrication de yaourt au Japon. C'est une nouvelle demande de mes clients. Les autorités japonaises mettent en place des incitations fiscales en faveur des sociétés qui n'utilisent aucun produit chimique dans leur processus de fabrication. Cette logique est complètement l'inverse de ce qui se pratique en Chine. Les Japonais ont une vraie sensibilité pour les produits de qualité et respectueux de l'environnement. A contrario, le lobby des grands groupes industriels chinois freinent souvent cette volonté de produire mieux et autrement.

Propos recueillis par Sophie Calvarin

Source: CCIFC

■ Shanghai Trio, la mode éthique et chic

Il était une fois, trois françaises installées à Shanghai à la recherche de « belles choses ». De cette volonté, née en 1998 Shanghai Trio, une société confectionnant accessoires et vêtements inspirés du savoir-faire artisanal chinois. Mélange de matières innovantes, de tissus précieux ou rustiques et de couleurs subtiles, Shanghai Trio redessine les objets du quotidien. En 2002, l'atelier de cette petite entreprise éco-responsable voit le jour dans une zone industrielle de Shanghai. Conjuguer activité de production et durabilité devient alors un combat quotidien mené par Virginie Fournier, dernier membre du trio originel.

France-Chine Express : Quel lien l'entreprise Shanghai Trio entretient-elle avec le secteur du bio?

Virginie Fournier : Nous utilisons dans la confection de nos produits des fibres naturelles comme le bambou ou le coton organique et nous coopérons avec une association basée dans le Gansu pour l'achat de la laine de yak, traitée de manière biologique, mais ne faisant pas encore l'objet d'une certification. Cette association, Norlha, développe divers projets en Asie (Népal, Tibet, Inde) dans le domaine de l'éducation, la santé et la conservation culturelle. Nous achetons également notre fibre de bambou dans le Gansu et le coton organique dans la région de Hangzhou. Travailler des matières biologiques et naturelles est une démarche englobant un ensemble de valeurs. Nous avons ainsi voulu baser toute l'organisation de notre entreprise et notre management sur des valeurs équitables. Au départ les équipes chinoises ne comprenaient pas cette démarche d'achat et de production en très petite quantité. Elles n'avaient pas vraiment confiance en la crédibilité de notre activité. Finalement la crise aura eu pour effet de provoquer cette prise de conscience qu'il est nécessaire de produire autrement. Mais cette résolution est un combat permanent.

FCE : Quelles sont ces valeurs que vous essayez de transmettre au sein de votre entreprise?

V.F. : Nous appliquons au maximum une démarche écologique à notre fonctionnement interne et notre production. Cela va de nos déplacements professionnels, au packaging de nos produits en passant par le recyclage de nos propres chutes pour en faire des sacs écologiques. Il nous arrive également d'acheter dans les stocks des usines.

FCE : Comment procédez-vous pour trouver vos matières premières et ces savoir-faire ?

V.F. : Nous avons rencontré la plupart de nos partenaires à travers les salons professionnels. Les salons locaux recèlent de merveilles artisanales. Le reste est le fruit de rencontres fortuites. Nous nous appuyons également beaucoup sur notre réseau relationnel.

FCE : Où peut-on se procurer ces merveilles ?

V.F. : Nos produits sont distribués en Chine et à Paris. Notre siège se trouve à Shanghai et nous disposons d'une branche à Paris. Notre histoire a bel et bien commencé en Chine. Nos premières ventes ont eu lieu en 1999 dans des hôtels 5 étoiles : au grand Hyatt de Shanghai, au Garden Hotel ou au Ritz Carlton. Autant de lieux prestigieux qui nous ont apporté une belle visibilité. Nous avons ouvert notre première et unique boutique à Shanghai en 2002 et nous sommes désormais présents à Pékin dans l'optique d'y implanter également un point de vente. En France nous distribuons via les salons professionnels. C'est une bonne manière d'atteindre un maximum de clients. Ce qui est intéressant par ailleurs, c'est l'interaction positive qui émerge de nos deux implantations. La France enrichit la Chine comme la Chine enrichit la France. Certains métiers comme le modélisme, le graphisme ou la communication sont plus avancés en France. En revanche la Chine offre des savoir-faire qui ont complètement disparu d'Europe. Des postes ont donc pu être créés en France grâce à notre aventure chinoise.

FCE : Quelle est votre cible de marché ?

V.F. : Au départ nous ne visions qu'une clientèle occidentale. Nous ne connaissions pas le marché chinois. Mais de plus en plus nous voyons une clientèle chinoise acheter nos vêtements et accessoires. L'ouverture de la boutique avait d'ailleurs attiré dans un premier temps beaucoup de clients d'origine asiatique : Japonais, Hongkongais, Singapouriens etc. Désormais la communauté chinoise est elle aussi au rendez-vous.

FCE : L'intérêt de votre clientèle pour des produits économiquement plus responsables est-il réel ?

V.F. : Nos clients commencent petit à petit à s'intéresser aux valeurs véhiculées par Shanghai Trio et aux préoccupations d'ordre écologique. Notre manière de faire suscite la curiosité et on nous interroge de plus en plus sur notre mode de production. Ce qui n'était pas le cas il y a encore 3 ou 4 ans.

Témoignages

FCE : D'autres sociétés étrangères se sont elles lancées dans ce créneau de marché à Shanghai ?

V.F. : Les entreprises anglo-saxonnes ou nordiques sont particulièrement avancées sur les activités éco-responsables. Un réseau nommé « Nest » a ainsi été créé à Shanghai par une Danoise. Ce réseau regroupe plusieurs sociétés étrangères concernées par cette problématique. L'objectif de Nest est de montrer qu'il est possible de produire d'une manière différente en Chine.

FCE : Avez-vous des projets de développement ?

V.F. : L'ouverture d'une boutique à Pékin dans un premier temps. Par ailleurs nous sommes des chasseurs de trésors et d'histoire... Nous espérons continuer à retrouver des métiers d'art chinois : la broderie de tissus, la sérigraphie etc. Nous poussons nos recherches toujours plus loin tout en gardant cette ligne ethnique et chic. Cette activité est pour nous un combat positif que nous souhaitons développer durablement.

Propos recueillis par Sophie Calvarin

Source: CCIFC

Publications

■ Publications de la CCIFC : Connexions N° 50, A la table des Chinois, mai-juin 2009.

Depuis le 1er juin, une nouvelle loi sur la sécurité sanitaire alimentaire est entrée en vigueur, l'occasion pour Connexions de revenir sur l'alimentation des Chinois aux côtés de grands acteurs français du secteur en Chine.

Retrouvez l'assiette chinoise sous tous ses aspects : depuis les plus traditionnels, histoire de l'alimentation, gastronomie, rapport médecine santé, manières et art de la table, jusqu'aux plus contemporains avec des portraits en action de nouveaux gourmets et de jeunes urbains, un point sur la cuisine familiale, un retour sur l'explosion des chaînes de restauration rapide ou de la restauration collective.

Découvrez quelques grandes tendances prometteuses : l'éveil au « bio », l'engouement pour les produits importés et l'essor des hypermarchés.

Nous vous proposons le portrait d'une Chine à table dans son contexte (production dispersée et logistique complexe) ainsi qu'un état des lieux des échanges commerciaux franco-chinois. Enfin, deux grands secteurs d'excellence française sont passés à la loupe : la boulangerie/viennoiserie et le vin.

Focus : Culture française en Chine

La place et le rôle de la culture française en Chine à travers une interview du Conseiller coopération et action culturelle à l'ambassade de France en Chine, un retour sur l'édition 2009 du Festival Croisements et une présentation du réseau des Alliances françaises en Chine, un cas unique sur le territoire chinois.

et aussi...

Régions Jumelles : spécial Shenzhen

"Un modèle précurseur de l'économie chinoise de 2020" par Alain Berder, chef de la Mission économique de Canton, suivi de portraits et témoignages d'entreprises françaises implantées.

Article consacré au Bio p. 62-63 de ce numéro



■ Publications des Missions Economiques de Chine

Guide Répertoire et Fiche de synthèse

- Guide Répertoire : **Comment vendre des produits alimentaires dans les circuits de la distribution en Chine (hors Hong Kong) ?** Mission Economique de Shanghai, 2008.

Une partie de ce guide répertoire est consacré à la vente de produits bio en Chine.

Fiche de synthèse : **Les labels qualités des produits agroalimentaires en Chine.** Mission Economique de Pékin, juillet 2008.

Après avoir atteint une relative autosuffisance, l'enjeu majeur des filières agro-alimentaires chinoises est dorénavant de proposer des produits sûrs au consommateur.