vinetur

Plus de 10 000 visiteurs professionnels de 60 pays convergent vers Vinexpo Asia 2024

Le marché chinois des vins et spiritueux devrait croître de 19 % d'ici 2027

jeudi 30 mai 2024



Vinexpo Asia 2024 est revenu à Hong Kong en mai dernier après avoir fait ses débuts à Singapour l'année dernière. Pendant trois jours, du 28 au 30 mai, l'événement a attiré plus de 10 000 visiteurs professionnels de 60 pays, présentant 1 032 producteurs de vins et spiritueux de 35 pays au très animé Hong Kong Convention and Exhibition Centre (HKCEC).

Les discussions ont porté sur plusieurs thèmes essentiels, notamment la montée en puissance du baijiu, l'accent mis sur le marché chinois et l'influence de Hong Kong en tant que plaque tournante du commerce.

La domination du baijiu

L'un des temps forts de Vinexpo Asia a été la session intitulée "Status Spirits : Progrès perpétuel ou bulle sur le point d'éclater ?", animée par Luke Tegner, directeur de la consultance chez IWSR Drinks Market Analysis. Cette session s'est penchée sur le secteur des spiritueux super-premium, définis par IWSR comme des spiritueux dont le prix est supérieur à 100 dollars. Bien qu'il s'agisse d'un marché de niche, l'importance de ces spiritueux de grande valeur s'est considérablement accrue.

Entre 2017 et 2022, la part de marché de ces spiritueux haut de gamme a presque doublé, passant de 8 % à 15 % au niveau mondial. Le baijiu, une liqueur chinoise, représente 85 % de ce segment, évalué à 212 milliards de dollars. Alors que le volume des ventes de baijiu à bas prix diminue, la catégorie super-premium prospère, atteignant des prix extraordinaires. M. Tegner a insisté sur ce point, soulignant la remarquable performance du marché du baijiu, bien qu'il soit largement confiné à la Chine.

Toutefois, l'attrait du baijiu pour les jeunes consommateurs, moins attirés par les options moins chères, n'est pas certain. Les grandes marques s'appuient de plus en plus sur les plateformes numériques pour attirer ce groupe démographique. Par exemple, Luckin Coffee a vendu du café infusé au baijiu Kweichow Moutai pour une valeur de 100 millions de yuans (environ 10,9 millions de dollars) en une seule journée.

Les fortes ventes dans les segments de prix élevés devraient renforcer la présence du baijiu sur d'autres marchés, tels que les boutiques hors taxes. Outre le baijiu, d'autres spiritueux de statut, comme le whisky, font l'objet d'une demande importante en Asie, la région connaissant la plus forte croissance mondiale dans cette catégorie.

La Chine en point de mire

Avant l'événement, Rodolphe Lameyse, directeur général de Vinexposium, a souligné que la Chine était désormais le principal objectif de l'exposition de Hong Kong. Quant à la foire biennale de Singapour, elle s'adresse davantage aux marchés de l'Asie du Sud-Est. La nouveauté de cette année a été de renouer avec le marché chinois. L'Asie, et en particulier la Chine, est un marché crucial pour l'industrie, l'IWSR prévoyant une croissance de 19 % pour les vins et spiritueux d'ici à 2027.

Don St Pierre, cofondateur d'ASC Fine Wines et d'AdaptEdge, a réfuté l'idée que la Chine perdait de son importance. Hong Kong, qui sert de porte d'entrée à la région de la Grande Baie (GBA) avec ses 87 millions d'habitants, reste essentielle. La GBA est la région chinoise qui connaît la croissance la plus rapide, avec la population la plus jeune et la mieux éduquée du pays.

L'influence de Hong Kong

Philippe Chan, directeur général de YouGov Greater China, estime que Hong Kong occupe une position unique pour stimuler le développement du marché de la GBA. Jaime Martin Chocano, directeur général pour l'Asie du Nord chez Edrington, note que l'influence de Hong Kong et de Macao sur les achats de luxe en fait des lieux d'investissement idéaux en Chine. L'absence de droits de douane sur le vin maintient la pertinence du marché de Hong Kong, une grande partie du vin importé étant réexportée vers d'autres marchés asiatiques.

Mattieu Thibaut, directeur général de Corney and Barrow, s'est fait l'écho de ce sentiment, soulignant l'accessibilité de Hong Kong à la Chine et renforçant son statut de plaque tournante vitale pour les vins et spiritueux.

Présence australienne

Compte tenu de l'importance de la Chine, la présence d'exposants australiens à Vinexpo Asia était attendue. Les droits de douane sur le vin australien en Chine ont été levés le 29 mars, ce qui a incité de nombreux producteurs à s'inscrire à la foire de Hong Kong. Des acteurs majeurs comme Yalumba étaient présents, principalement pour rencontrer leur importateur, ASC Fine Wines, en personne pour la première fois depuis des années. Cependant, tous les producteurs n'étaient pas concentrés sur la Chine. Handpicked Wines, de Tasmanie, a cherché à nouer des relations avec des importateurs de Corée du Sud et du Japon, et a rencontré des distributeurs de Thaïlande et d'autres marchés d'Asie du Sud-Est, ce qui témoigne de l'attrait de la foire au-delà de la Chine.

Représentation française

Sans surprise, Vinexposium a assuré une forte présence française, les exposants français représentant un tiers du total. La France est l'un des principaux fournisseurs de vin importé en Chine en termes de volume, ce qui fait de Hong Kong une plaque tournante essentielle pour le commerce entre les deux pays.

L'ambassadeur de France en Chine, Bertrand Lortholary, a assisté à la cérémonie d'ouverture, soulignant le pouvoir du vin à construire des ponts. Toutefois, l'avenir est incertain, car des rumeurs circulent selon lesquelles la Chine pourrait cibler les exportations de vin de l'UE à la suite d'enquêtes antisubventions menées par l'UE sur des entreprises chinoises. Cela pourrait mettre en péril les 800 millions de dollars d'échanges de vin entre l'UE et la Chine, affectant les principaux exportateurs comme la France, l'Italie, l'Espagne, l'Allemagne et le Portugal, la France étant à l'origine de près de la moitié de ces exportations.

Malgré ces difficultés, le fait que 2024 soit l'année officielle du tourisme entre la France et la Chine souligne l'importance de Hong Kong en tant qu'étape cruciale dans le parcours commercial entre les deux nations, un sentiment partagé par Vinexpo Asia 2024.