

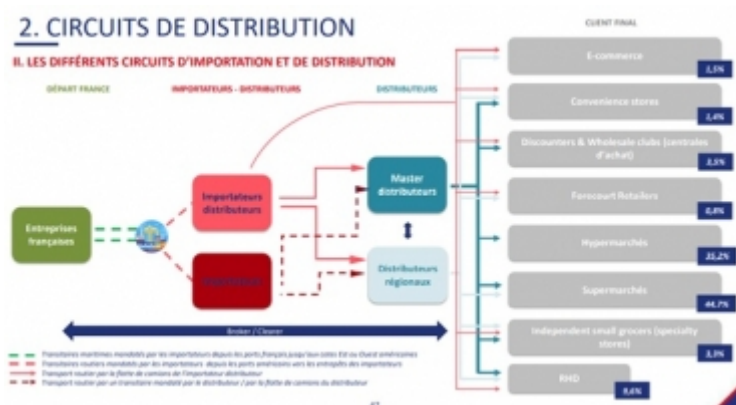
Exporter des produits finis français vers trois marchés stratégiques : États-Unis, Chine, Allemagne

17 mai 2022

[Business France](#) a réalisé pour [FranceAgriMer](#) une [étude](#), publiée en avril 2022, qui rassemble des éléments sur l'exportation de produits finis vers les [États-Unis](#), la [Chine](#) et l'[Allemagne](#). Elle est destinée en particulier aux entreprises agroalimentaires.

Dans la première partie, des informations macroéconomiques et des conseils stratégiques d'accès aux marchés sont donnés. Les habitudes de consommation et les principaux types d'opérateurs sont décrits : grossistes, distributeurs, restaurateurs hors-foyer (RHF). La position française dans le commerce agroalimentaire du pays importateur est mentionnée. Dans un second temps, l'analyse se concentre sur les chaînes de valeur les plus stratégiques pour la France : caractéristiques du marché en question (taille, concurrents internationaux, positionnement de l'offre française), circuits de distribution (figure ci-dessous), spécificités requises pour y accéder.

Les différents circuits d'importation et de distribution des produits laitiers aux États-Unis



Source : Business France

Des études de cas permettent l'analyse de la formation du prix d'un produit : emmental pour la RHF à New York, Brie à destination des grandes et moyennes surfaces en Allemagne, etc. Diverses hypothèses (figure ci-dessous) permettent aux opérateurs économiques d'envisager le positionnement tarifaire de leurs produits.

Hypothèses basse et haute de construction tarifaire pour un brie français de 250 g non AOP, disponible sur le canal e-commerce « Business to Consumer », livré à Shanghai

Construction tarifaire vers la Chine	Hypothèse basse : achat auprès d'un détaillant spécialisé sur une place de marché e-commerce (Tmall, JD.com)	Hypothèse haute : achat en ligne auprès d'un détaillant premium (Ole, City Super, BLT*, Epermarkt, etc.)
Prix départ en EUR (unité)	 2,00 €	 2,00 €
Transport (aérien) et assurance (Europe)	 1,50 €/unité	 1,50 €/unité
Droits de douane (valeur CIF) 12%	 0,36 €	 0,36 €
Frais accessoires (dédouanement, Tests PCR entreposage, transport local) 20%	 0,85 €	 0,85 €
TVA 13%	 0,39 €	 0,39 €
Coût importateur	 5,30 €	 5,30 €
Prix de cession (+30-40%*)	1,59 € (=6,89 €)	1,59 € (=6,89 €)
Prix e-commerce :		
• Flagship store sur marketplace (+40-50%*)	2,756 € (=9,65 €)	
• Canal en ligne détaillant premium (+40%* +10%)		2,756 € + 0,96 € (=10,61 €)
Facteur multiplicateur (EXW-Prix final)	x 4,82	x 5,30

Prix moyen au stade de la consommation finale
9,65 - 10,61 EUR TTC (67,55 - 74,27 RMB TTC) Le brie français non AOP se situe sur la gamme premium. Les détaillants généralistes proposent également un brie meilleur marché de grosse marque française ou autre danoise, hollandaise, chinoise, etc. Certains spécialistes proposent plusieurs références de brie français non AOP et/ou un brie AOP sur le créneau haut-de-gamme.

Source : Business France

Lecture : quand signalé par un *, le taux de référence utilisé est de 1 EUR équivalant à 7 RMB. Les résultats présentés ont été établis à partir de témoignages de professionnels du secteur sur le marché chinois, et à partir de relevés de prix.

Les produits laitiers ont été étudiés pour les trois pays. Aux États-Unis, le marché est quasi-stable mais évolue vers une plus forte consommation de fromages haut de gamme. L'attention portée à la provenance et à la qualité des produits se renforce. Les tendances portent sur le format *snacking* et les fromages artisanaux, ainsi que sur les alternatives véganes. En Chine, la consommation, bien plus faible que la moyenne mondiale, croît fortement mais est très inégalement répartie dans le pays. Les cafés, hôtels, restaurants et les boulangeries jouent un rôle moteur. L'attrait pour une alimentation dite « saine » et la hausse des revenus incitent à une diversification de la consommation (yaourts, fromage, crème). Enfin, bien que le marché allemand soit mature, la consommation de fromages y est très forte. Les marques de distributeur, les labels (agriculture biologique, élevages respectueux du bien-être animal) et la praticité des produits (tranches, tartinable) attirent l'attention des consommateurs.

Signalons enfin que deux webinaires de présentation des études peuvent être visionnés : l'un pour [la Chine et l'Allemagne](#), l'autre pour [les États-Unis](#).

Amandine Hourt, Centre d'études et de prospective

Source : [FranceAgriMer](#)