

DOSSIER  
CHINE

PRODUITS  
LACTIERS

N° 492  
Octobre 2018  
18 €

# Économie de l'élevage



## La filière laitière chinoise, 10 ans après le scandale de la mélamine.

- La croissance fulgurante de la production stoppée net en 2008
- Vers une montée en gamme et une diversification de l'offre
- Poudres de lait infantiles : sous surveillance !
- Une production freinée par une double perte de compétitivité
- La transformation face à une double compétition
- Des importations destinées à progresser encore

## LES DOSSIERS ÉCONOMIE DE L'ÉLEVAGE

sont une publication mensuelle du Département Économie de l'Institut de l'Élevage. Ils traitent de l'analyse des marchés du lait et des viandes, de l'évolution des structures et des résultats des exploitations d'élevage, de perspectives démographiques, territoriales ou de filières... en France, en UE ou dans les principaux pays concurrents ou partenaires.

### RÉDACTEURS :

Département Économie de l'Institut de l'Élevage : Jean-Marc CHAUMET.

### RÉVISION :

Département Économie de l'Institut de l'Élevage : Philippe CHOTTEAU, Gérard YOU.

## REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier tout spécialement les équipes de BusinessFrance Chine, pôle agroalimentaire, pour l'organisation de la mission effectuée en octobre 2016 et l'accompagnement lors de nos visites dans le Heilongjiang et la Mongolie Intérieure, ainsi qu'à Pékin et Shanghai.

Nos vifs remerciements s'adressent également aux organismes et sociétés rencontrés lors de la mission et au cours de ces dernières années :

- **Les entreprises de la filière laitière** : Sodial, le Centre de formation de Nestlé, Feihe, Yili, Mengniu, Shengmu, Sanyuan, New Hope, Bright Dairy, Virbac
- **Les éleveurs laitiers rencontrés**
- **Les importateurs** : Sinodis, Foodgears, Angliss.
- **Les distributeurs** : Carrefour, City Shop, Yihaodian
- **L'administration chinoise** : le bureau de l'élevage provincial du Heilongjiang et le bureau de l'élevage du district de Shuangcheng,
- **La recherche** : l'Université agricole BaYi du Heilongjiang, l'Université Agricole du Nord-Est, le Centre de Recherche sur l'Économie rurale du Ministère de l'Agriculture chinois, l'Académie chinoise des sciences sociales,
- **Le service agricole de la Mission Economique** près l'Ambassade de France en Chine et le Conseil agroalimentaire France Chine.

### FINANCEURS :

Ministère de l'Agriculture - Confédération Nationale de l'Élevage - FranceAgrimer

# La filière laitière chinoise 10 ans après le scandale de la mélamine

Après une croissance fulgurante au cours des années 2000, la production laitière chinoise a été stoppée net en 2008 par le scandale de la mélamine qui ébranla tout le secteur laitier. Dix ans plus tard, les séquelles sont encore visibles et la filière laitière n'est toujours pas en ordre de marche.

Face à la défiance des consommateurs chinois à l'égard de certains produits laitiers nationaux, le gouvernement chinois a repris en main le secteur avec l'objectif de relancer la production, de rassurer les consommateurs et de reconquérir les parts de marché perdues. Le maillon production a subi une restructuration profonde au profit d'exploitations laitières de très grande taille, souvent intégrées verticalement, censées garantir la sécurité sanitaire et accroître rapidement la production nationale. La transformation a aussi profondément changé et vu émerger des *global players*.

Si cette restructuration a permis de rationaliser les deux maillons de la filière, celle-ci se retrouve déséquilibrée. L'amont laitier souffre de coûts de production élevés (foncier, alimentation animale) qui le rend peu compétitif face aux importations. Les grands élevages de plusieurs milliers de vaches tardent à devenir rentables et les petits élevages familiaux arrêtent par milliers chaque année faute de perspectives. La production laitière n'a ainsi pas progressé en 10 ans et reste proche des 30 millions de tonnes.

À l'inverse, les transformateurs laitiers ont pu en partie profiter de la hausse de la consommation à travers le développement des produits haut de gamme et l'innovation. Les deux grands leaders laitiers nationaux, *Yili* et *Mengniu*, ont accru leur domination sur le secteur, poussant les entreprises de moindre envergure à investir d'autres segments de marché (lait pasteurisé, lait de chèvre, lait de Yak) pour échapper à une confrontation directe. Enfin, les grands transformateurs chinois se sont aussi développés en investissant à l'étranger pour approvisionner le marché chinois en produits laitiers étiquetés « importés ». Mais cette stratégie accentue le cercle vicieux dans lequel les importations croissantes freinent le développement de la filière chinoise et tirent les importations pour satisfaire la demande croissante.

Car la consommation chinoise de produits laitiers ne cesse de progresser, en volume et plus encore en valeur. Si elle est encore faible (30 kg de lait/hab./an), elle se diversifie vers les produits fermentés qui connaissent une croissance fulgurante. Ainsi, le marché chinois des produits laitiers devrait devenir le premier marché mondial en 2022, devant celui des États-Unis.

Cette croissance de la demande devrait profiter en grande partie aux laits étrangers, l'écart grandissant entre production et consommation devant vraisemblablement être comblé par des importations, notamment de beurre et crème et de fromages. Devenu 1<sup>er</sup> importateur mondial de produits laitier en 2011, la Chine ne peut se passer de ces achats sur le marché international. Les marchés internationaux des produits laitiers continueront donc, au cours des prochaines années, de dépendre toujours plus de la demande chinoise mais aussi des décisions des autorités chinoises.

## SOMMAIRE

**2/** LA CROISSANCE FULGURANTE DE LA PRODUCTION STOPPÉE NET EN 2008

**4/** VERS UNE MONTÉE EN GAMME ET UNE DIVERSIFICATION DE L'OFFRE

**14/** LES POUDRES DE LAIT INFANTILES SOUS SURVEILLANCE !

**20/** UNE PRODUCTION FREINÉE PAR UNE DOUBLE PERTE DE COMPÉTITIVITÉ

**34/** LA TRANSFORMATION FACE À UNE DOUBLE COMPÉTITION

**48/** DES IMPORTATIONS DESTINÉES À PROGRESSER ENCORE

1

# LA CROISSANCE FULGURANTE DE LA PRODUCTION, STOPPÉE NET EN 2008

Le lait n'est pas un produit emblématique de l'alimentation chinoise. Connus depuis 1 500 ans, les produits laitiers, de chèvre, de chameau et de cheval, mais également de bovins étaient surtout consommés dans les parties ouest (Tibet) et sud (Yunnan) de l'Empire, souvent sous forme fermentée. Le lait appartenait à la pharmacopée traditionnelle et était réservé aux nourrissons, aux personnes âgées et à la cour impériale.

Après une croissance fulgurante au cours des années 2000, le secteur laitier chinois ne s'est toujours pas remis du scandale du lait à la mélamine qui a éclaté en 2008. Il a stoppé net la croissance de la production et mis à jour les failles du développement de la filière.



## Une production récente qui a explosé dans les années 2000

Lors de l'installation du pouvoir communiste en Chine en 1949, le pays ne comptait officiellement que 120 000 vaches laitières produisant 200 000 tonnes de lait. Au cours de la période maoïste, la production laitière fut contrôlée et sa consommation seulement autorisée, avec une carte de rationnement, pour les résidents des grandes villes ayant un besoin spécifique physique (nourrissons, sportifs, invalides) ou « intellectuel » (cadres de haut-rang). Ainsi, entre la prise de pouvoir de Mao Zedong et l'avènement des politiques de réformes et d'ouverture lancées par Deng Xiaoping en 1979, la production et le cheptel laitiers ont été officiellement multipliés par 5, mais l'augmentation de la population de près de 80% dans le même temps a limité la hausse des disponibilités par habitant, à 9 kg/hab./an.

Pour des raisons nutritionnelles, mais également de croissance économique, les autorités chinoises ont dès le début des années 1980 poussé le développement de la production et la transformation laitiers. La production laitière était considérée comme un moyen d'augmenter les revenus des ruraux, de permettre l'émergence d'une nouvelle industrie pourvoyeuse d'emplois, mais également d'améliorer l'alimentation des citoyens. Ainsi, les autorités ont encouragé la production laitière par l'offre de prêts de long terme bonifiés pour l'achat de vaches, d'aliments pour animaux à des prix encadrés... Les entreprises de transformation ne furent pas oubliées avec des réductions fiscales. Les fermes laitières périurbaines et les usines de transformation se développèrent pour livrer du lait pasteurisé à des citadins au pouvoir d'achat en hausse. Mais, jusqu'au début des années 90, le prix d'achat du lait au producteur était fixé par les autorités, qui tardaient à l'ajuster en fonction de l'augmentation du coût des intrants, ce qui freina le développement de la production.

Néanmoins, entre 1979 et 1999, le cheptel laitier fut multiplié par 8 et la production laitière par 7, pour dépasser les 7 millions de tonnes.

C'est au début du XXI<sup>e</sup> siècle que le secteur laitier connut sa période de croissance la plus spectaculaire. Les soutiens à la production laitière augmentèrent et la consommation fut fortement encouragée par les autorités chinoises dans leurs recommandations nutritionnelles mais également à travers des initiatives comme l'offre de lait à prix coûtant dans les écoles. Le secteur laitier bénéficia également de la hausse des revenus, du développement de la grande distribution et de l'arrivée en Chine de la technologie UHT. La volonté politique de guider l'agriculture vers une forme industrielle a favorisé l'émergence d'entreprises, dénommées « têtes de dragon » (龙头企业), avec pour rôle d'organiser et d'orienter l'évolution des filières, remplaçant ainsi le vide créé par l'abandon de la production coopérative et le retrait de l'État socialiste des campagnes. Ces entreprises ont dû créer des produits et des marchés pour les produits laitiers, mais également encadrer et stimuler les éleveurs laitiers.

### Bond de la production entre 2000 et 2008

Ces politiques ont porté leurs fruits, la production laitière passant de 8,3 millions de tonnes en 2000 à 30 millions de tonnes en 2008, d'après les données officielles chinoises, hissant la Chine au rang de 4<sup>ème</sup> producteur mondial, derrière l'Union européenne, l'Inde et les États-Unis. Le cheptel laitier a, au cours de la même période, été multiplié par 2,5 progressant de 4,9 à 12,3 millions de femelles dont environ 8 millions de vaches laitières, sur un cheptel bovin total d'environ 100 millions de têtes. Le rendement moyen national par vache est, quant à lui, passé de 2 600 kg/an à 4 500 kg/an.

La croissance de la production laitière dans les années 2000 s'est accompagnée d'un mouvement de relocalisation géographique des zones périurbaines vers des provinces de l'intérieur, comme la Mongolie Intérieure, le Heilongjiang ou le Henan. Plusieurs facteurs l'expliquent :

- La croissance économique, qui à travers l'expansion des villes et l'augmentation des salaires, a repoussé les fermes périurbaines de plus en plus loin,
- La volonté du gouvernement central, à partir de 1998, de développer les régions intérieures laissées pour compte de la croissance économique,

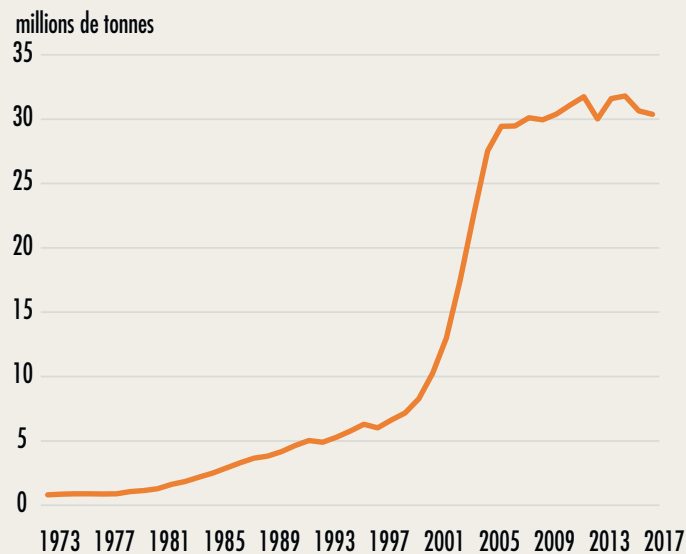
- Le développement de la technologie UHT qui permet d'allonger la durée de vie du lait liquide et donc d'allonger les circuits de distribution en localisant les fermes et les usines loin des centres de consommation,

- La proximité géographique des nouvelles régions productrices avec les productions de maïs et de soja, bases de l'alimentation des vaches dans les fermes laitières modernisées.

Les exploitations pastorales, situées dans le nord et le nord-ouest du pays, souvent le fait de minorités ethniques, et dont la part d'autoconsommation reste encore élevée, ont fortement régressé depuis le début des années 1980, notamment dans le Heilongjiang et en Mongolie Intérieure.

## Une crise sanitaire qui marque le début de la crise laitière

### ÉVOLUTION DE LA PRODUCTION ET DU CHEPTEL LAITIERS CHINOIS



En novembre 2018, le service statistiques chinois a révisé à la baisse la production laitière chinoise pour les années comprises entre 2006 et 2017.  
Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après *China Statistical Yearbook*

Si les résultats ont été au rendez-vous jusqu'en 2008, le développement de la filière s'est révélé déséquilibré. L'accent des autorités a porté sur l'aval de la filière, laissant des millions de nouveaux éleveurs découvrir la production laitière et organiser une filière dont la structure qui a été en partie à l'origine de la crise de la mélamine. La hausse des prix en 2007 et la rude bataille que se livraient les transformateurs pour capter le lait ont en effet incité des éleveurs et des collecteurs, avec la complicité de certaines entreprises à « mouiller » le lait et, pire, à ajouter de la mélamine dans le but de « tromper » les mesures en protéines. Cette fraude criminelle a pu se développer en raison de la structure de la filière laitière en Chine qui multiplie les intermédiaires : les petits éleveurs font traire leurs vaches par des collecteurs, indépendants ou appartenant à des grands groupes laitiers possédant des salles de traite, qui transfèrent ensuite le lait aux usines de transformation qui le vendent aux distributeurs, magasins ou supermarchés.

Le scandale, qui a causé la mort de 6 nourrissons et touché au total près de 300 000 bébés, a créé un choc auprès des consommateurs et des autorités et ses conséquences sont encore palpables aujourd'hui. Ce scandale a porté un coup rude à la production laitière en Chine qui est entrée en crise et n'a quasiment plus progressé depuis 2008.

### DÉCOUPAGE ADMINISTRATIF DE LA CHINE



Source : ABCIS - Carte réalisée avec Cartes & Données ©Artique

### Le scandale de la mélamine, révélateur des faiblesses de la filière laitière

En septembre 2008 éclate un énième scandale alimentaire en Chine. Les médias nationaux, mais également ceux du monde entier, ont rapporté l'intoxication par de la mélamine de 300 000 enfants en bas âge, souffrant de calculs rénaux. Six seraient morts de cet empoisonnement.

La mélamine<sup>1</sup>, un produit chimique riche en azote normalement utilisé sous forme de résine dans la fabrication de plastique et de colles (formica en particulier), aurait été sciemment ajoutée à du lait « mouillé » dans le but de relever le taux d'azote lors des contrôles.

Une seule entreprise laitière était d'abord concernée, *Sanlu*, puis les trois plus grandes entreprises du pays (*Yili*, *Mengniu*, et *Bright Dairy*), et finalement 22 entreprises.

Ce scandale a permis de mettre en évidence des lacunes récurrentes des Autorités : l'inertie des Pouvoirs Publics, qui n'ont pas pris les mesures adéquates pour tenter d'enrayer une pratique courante ; le rôle ambigu des autorités locales qui ont pour mission de protéger la santé des consommateurs, mais pour lesquelles les entreprises représentent un enjeu économique ; l'intérêt politique qui passe parfois avant la sécurité des citoyens, comme la volonté de ne pas entacher la bonne tenue des jeux olympiques qui se tenaient un mois plus tôt.

<sup>1</sup> Il faut préciser que la mélamine peut être trouvée en des quantités infimes, notamment dans les produits alimentaires, car cette molécule est présente dans les emballages. La limite tolérée par l'Union européenne est de 2,5 mg/kg = 2,5 ppm.

2

# VERS UNE MONTÉE EN GAMME ET UNE DIVERSIFICATION DE L'OFFRE

La consommation de produits laitiers a décollé dans les années 2000, tirée par le développement économique du pays et une politique volontariste des pouvoirs publics. Elle demeure néanmoins faible, 1/3 de la moyenne mondiale, et centrée sur les laits liquides et les produits fermentés.

La hausse de la consommation en volume dans les zones au pouvoir d'achat le plus élevé tend à ralentir voire à stagner pour certains produits.

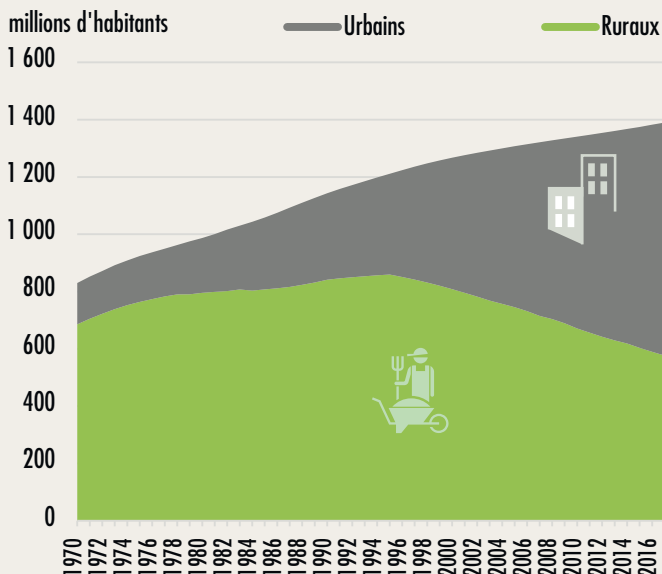
Les zones de l'intérieur du pays et les campagnes tirent la consommation en volume, mais également en valeur. Le marché chinois des produits laitiers devrait dépasser en valeur celui des États-Unis en 2022 et devenir le premier marché mondial.



## Forte croissance de la consommation depuis 2000

La consommation chinoise de lait est estimée à 30 kg éq lait/hab/an en 2017, soit le 1/3 de la moyenne mondiale et un peu plus de 10% de la moyenne française. Pourtant, elle aurait été, d'après les données officielles chinoises, multipliée par 6 en 18 ans, tirée par le développement économique du pays et une politique volontariste des Pouvoirs Publics.

### ÉVOLUTION DE LA POPULATION URBAINE ET RURALE CHINOISE



Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après *China Statistical Yearbook*

Pour des raisons nutritionnelles et de santé, mais également de croissance économique, les autorités chinoises ont en effet, dès les années 1980, poussé le développement de la production et la transformation laitières. La production laitière était en effet considérée comme un moyen d'améliorer la santé des citoyens en augmentant la très basse consommation des produits laitiers. L'amélioration de la « qualité physique<sup>1</sup> » des citoyens chinois était ainsi mentionnée dans tous les documents de politique laitière. Sur le plan économique, l'objectif était de créer un nouveau marché permettant d'accroître les revenus des agriculteurs produisant du lait et de favoriser l'émergence d'une nouvelle industrie pourvoyeuse d'emplois. La politique se résumait ainsi : « la ville boit un verre de lait supplémentaire, une famille rurale s'enrichit » (城市多喝一杯奶, 农村致富一家人). La consommation fût fortement encouragée par les autorités chinoises dans leurs recommandations nutritionnelles, mais également à travers des initiatives comme l'offre de lait à prix coûtant dans les écoles.

Cette volonté politique s'est appuyée sur plusieurs facteurs qui ont favorisé la croissance de la consommation. L'augmentation des revenus représente le 1<sup>er</sup> d'entre eux.

La croissance économique élevée qu'a connue la Chine au cours des années 2000 suite à son entrée dans l'OMC s'est répercutée sur les revenus. En moyenne, les revenus, ruraux comme urbains, ont été multipliés par 5, inflation déduite entre 2000 et 2017.

L'urbanisation a également joué un rôle majeur. La population urbaine s'élève officiellement en 2017 à 58% de la population totale, soit 813 millions de personnes. Entre 2012 et 2017, 100 millions de ruraux sont devenus des résidents urbains permanents.

<sup>1</sup> La qualité physique (身体素质) est une mesure composite des attributs physiques de la population, comprenant entre autres la taille et le poids moyens, le taux de croissance des jeunes, le taux de mortalité infantile, la proportion de personnes handicapées, la proportion de malades, l'espérance de vie.



Rayon de produits laitiers frais dans un supermarché en Chine.

Les revenus sont plus élevés en ville qu'en milieu rural, mais ce saut économique n'est pas généralisable à tous les nouveaux urbains. Certains migrants, non régularisés, doivent au contraire faire face à des dépenses plus importantes (alimentation, scolarité..) sans que leur emploi, souvent dans le bâtiment ou la restauration, ne leur permette une hausse de revenu équivalente. L'arrivée en ville a également comme conséquence une modification de l'environnement alimentaire poussant à la consommation. Les publicités sont omniprésentes, les recommandations alimentaires des autorités plus visibles et les équipements de la chaîne du froid en voie de généralisation.

L'évolution de la structure des ménages, dont la taille diminue, a aussi joué un rôle dans l'augmentation de la consommation individuelle. À revenu constant, des études chinoises ont montré que la diminution de la taille des ménages entraînait une baisse de la demande en produits de base, notamment de riz, et une hausse de la consommation de produits animaux.

Enfin, la distribution en ville s'est rapidement développée. L'apparition dans les années 2000 de chaînes de grande distribution avec la croissance des supermarchés dans les villes de 1<sup>er</sup> et de 2<sup>ème</sup> rang ont contribué à la progression des ventes de produits laitiers. La généralisation de la production de lait UHT par les deux entreprises leaders chinoises, *Yili* et *Mengniu*, au détriment du lait pasteurisé, a en outre rendu accessible le lait dans les régions. Les rayons de produits laitiers des grandes surfaces chinoises se sont développés au point d'atteindre des tailles comparables aux rayons français.

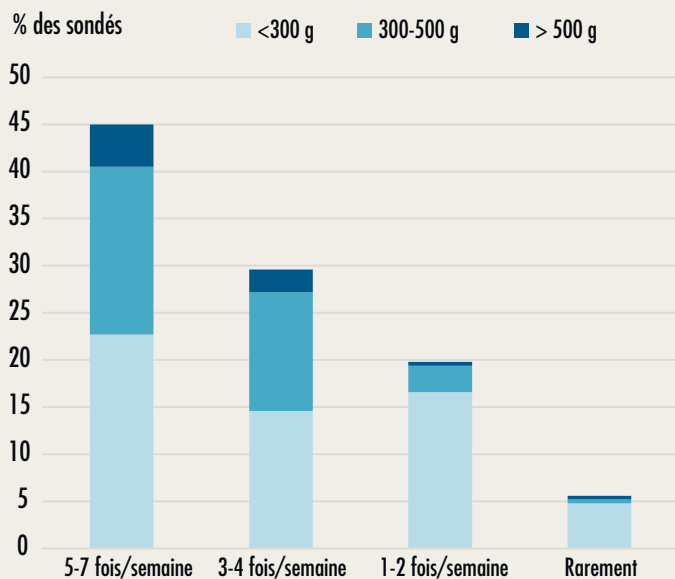
Plus récemment, le *e-commerce*, en lien avec la livraison à domicile, a simplifié l'acte d'achat. Les urbains pressés utilisent leur téléphone portable dans les transports en commun ou les embouteillages pour commander tout ou partie de leur repas qui leur sera livré dans la journée. En 2017, la Chine comptait plus de 770 millions d'internautes, soit 56% de la population. Les 3/4 des utilisateurs résident cependant dans les zones urbaines. Plus de 300 millions de Chinois utiliseraient internet pour commander des produits alimentaires. 97% d'entre eux utilisent leur téléphone portable et les applications telles qu'*Alipay* ou *Wechat* qui ont révolutionné les modes de paiements. De nombreux magasins physiques permettent également le paiement à l'aide de ces applications, limitant l'utilisation d'argent liquide. Le succès d'un produit dépend désormais en partie du mode de paiement disponible pour l'acheter.

Les rapprochements entre géants laitiers et sites de *e-commerce* sont en cours. Ainsi, *Mengniu* s'est rapproché d'*Alibaba*, qui se classerait 2<sup>ème</sup> pour les ventes de produits laitiers, derrière *JD.com* qui a contracté avec *Yili*.

Les ventes sur internet seraient dominées par les poudres, infantiles et pour adultes, avec plus de 2/3 du chiffre d'affaires ; les produits de grande consommation (lait liquides, produits fermentés) ne comptant que pour 1/3.

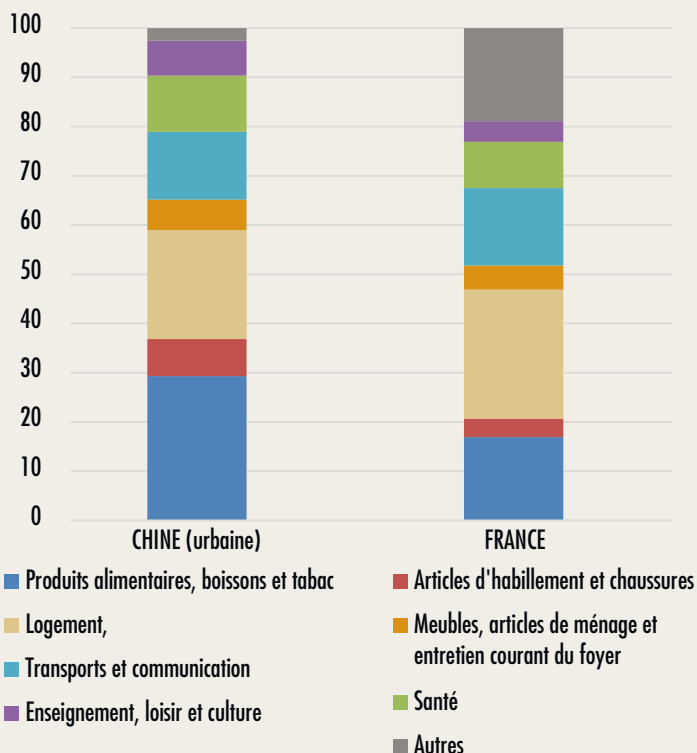
## 2 VERS UNE MONTÉE EN GAMME ET UNE DIVERSIFICATION DE L'OFFRE

### FRÉQUENCE DE CONSOMMATION DE PRODUITS LAITIERS ET NIVEAU DE CONSOMMATION PAR JOUR



Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après Enquête sur les habitudes de consommation des Chinois en 2017

### RÉPARTITION DES DÉPENSES DES MÉNAGES EN CHINE URBAINE ET EN FRANCE (2016)



Source : GEB - Institut de l'Élevage, d'après INSEE et China Statistical Yearbook

### Malgré tout une consommation modeste freinée par la confiance dans les produits et les habitudes alimentaires

Face aux facteurs de croissance de la consommation, la médiocre opinion des consommateurs chinois vis-à-vis de la qualité sanitaire de leurs produits laitiers demeure un frein. Les premiers facteurs de craintes cités portent sur la sécurité sanitaire des produits, la qualité du lait utilisé ainsi que la présence d'hormones dans les produits finaux. Ils viennent loin devant des préoccupations nutritionnelles : prise de poids ou intolérance au lactose, alors que près de 50% de la population aurait des difficultés à digérer ce sucre.

Les autres raisons de la faible consommation résident dans la méconnaissance des produits laitiers ainsi que dans des habitudes alimentaires ancestrales.

Au final, moins d'un quart des Chinois attendrait la recommandation nutritionnelle (300 g d'équivalent lait par jour, soit 110 kg/an), selon des études réalisées sur les habitudes de consommation en 2017 et 2018. Ces travaux montrent également une fréquence de consommation inférieure à 5 fois/semaine pour plus de la moitié des sondés.

La consommation est encore largement celle des enfants et des personnes âgées. Les Chinois entre 25 et 65 ans en consomment moins fréquemment. Contraints par un budget de plus en plus serré, les couples urbains réservent en priorité les produits laitiers à leur enfant ou à leurs parents. Le poids des produits alimentaires et du tabac pèse lourd dans les dépenses des ménages urbains (29% contre 17% pour les ménages français dans leur ensemble). La part du logement est en progression rapide et rogne sur la capacité des ménages urbains à développer leur consommation de produits de la vie courante. En 2016, le logement accaparait ainsi 22% des dépenses des urbains chinois, contre 26% en France. Les dépenses de santé, sans système performant de sécurité sociale et d'éducation, souvent payante, sont également plus élevées qu'en France.

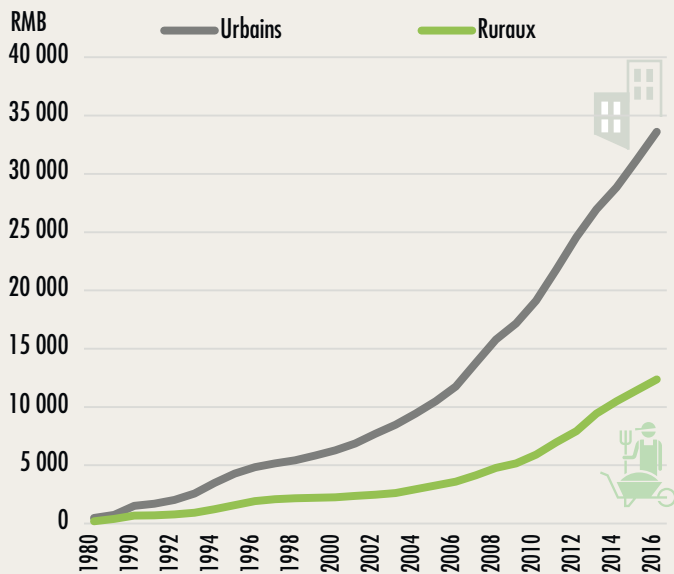
### Des écarts entre ville et campagne

La consommation moyenne cache des écarts importants entre ville et campagne. Les différences de revenu, de circuits de distribution et de développement de la chaîne du froid se répercutent sur les niveaux de consommation.

En 2016, la consommation de produits laitiers par les ruraux aurait été 3 fois inférieure en volume à celle des urbains, avec un peu plus de 6 kg de produits laitiers par an. Pourtant cet écart s'est fortement réduit depuis 2000, où il était de 1 à 10. La consommation de produits laitiers en milieu rural a en effet été multipliée par 6, partant d'un très bas niveau, tandis que celle des urbains progressait de 40% en volume, mais bien plus en valeur.



## ÉVOLUTION DES REVENUS RURAUX ET URBAINS EN CHINE



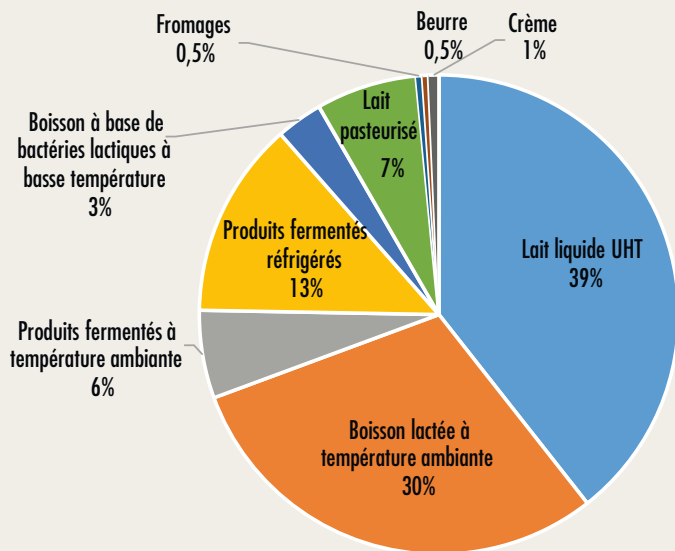
Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après Enquête sur les habitudes de consommation des Chinois en 2017

L'écart de revenu explique en grande partie la différence de consommation des produits laitiers. Il ne cesse en effet de s'accroître entre les deux composantes de la population chinoise aux dépens des ruraux, dont près de la moitié du revenu est désormais non agricole (salaires des ouvriers des entreprises rurales ou des migrants principalement). Le différentiel entre les revenus urbains et ruraux, même en léger recul, reste aux alentours de 1 à 3. Les données officielles évaluent le revenu moyen des ruraux à 13 400 RMB/an/pers. en 2017, soit un peu plus de 1 700 €. Ce faible montant limite de fait les achats de produits laitiers, surtout quand ils sont haut de gamme ou importés.

Des écarts existent également entre le Nord, lieu de la production laitière et de consommation importante de lait, notamment sous forme liquide, et le Sud-Ouest où la consommation de produits laitiers est récente. Les habitants des villes de la côte sont également des consommateurs importants de produits laitiers, compte tenu de leur pouvoir d'achat plus élevé que dans le reste du pays.

## Une consommation qui se diversifie lentement

### ESTIMATION DE LA RÉPARTITION EN VOLUME DE LA CONSOMMATION DE PRODUITS LAITIERS EN CHINE (2017)



Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après BOABC et sources diverses

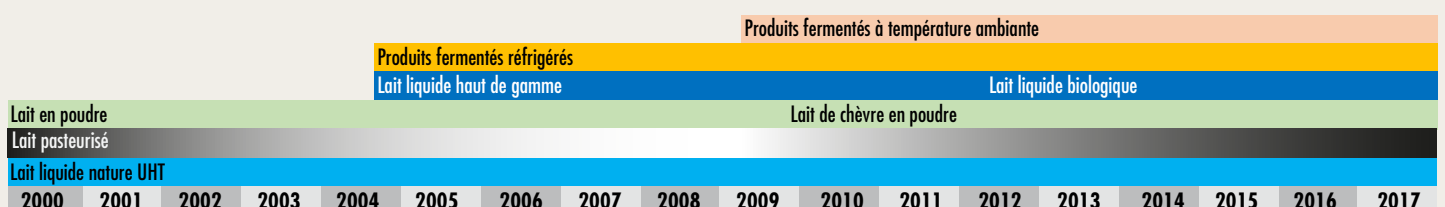
La consommation chinoise de produits laitiers reste centrée sur le lait liquide, les yaourts et produits fermentés, ainsi que sur les boissons lactées qui, regroupées sous l'expression « produits liquides », représentent 90% des fabrications chinoises. Les produits dits « secs » selon la nomenclature chinoise (poudres de lait, fromages, beurre, glaces...) ne dépassent pas 10% des fabrications chinoises.

Le lait liquide, UHT et pasteurisé, représenterait en effet près de la moitié des volumes de produits laitiers consommés dans le pays. En ajoutant les boissons lactées, les liquides engloberaient plus des ¾ des volumes, tandis que les produits fermentés compteraient pour un peu moins de 20% des volumes. La consommation de fromages et de beurre reste encore très confidentielle, à l'exception des fromages industriels entrant dans la composition des hamburgers ou des pizzas.

Les études sur les habitudes alimentaires montrent que 70% des sondés consomment du lait liquide ou des produits fermentés, mais que seuls 8% d'entre eux consomment du fromage. La connaissance des produits est également très inégale. Si près de 90% connaissent le lait liquide et près de 80% les produits fermentés, ils ne sont que 60% en ce qui concerne le fromage et 40% pour la crème.

Si les boissons liquides et les produits fermentés restent donc ultra-majoritaires, une diversification a eu lieu au sein de ces catégories, permettant la montée en puissance de produits tels que le lait conditionné pasteurisé, les produits fermentés à température ambiante, les poudres infantiles au lait de chèvre...

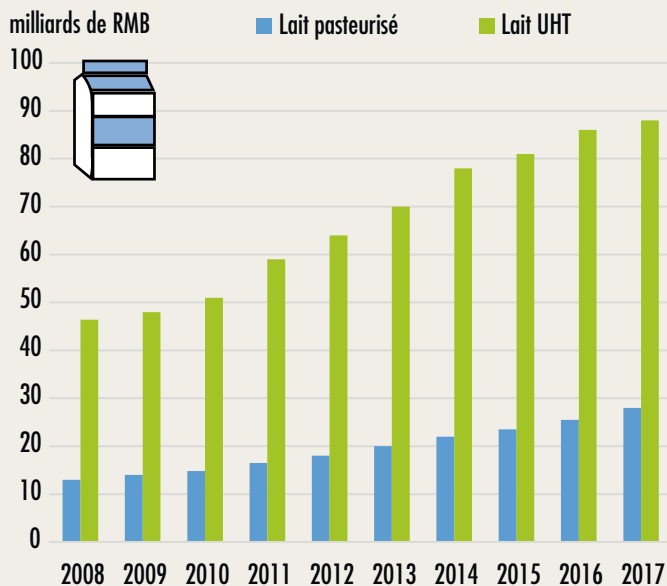
## LA MONTÉE EN PUISSANCE DES DIFFÉRENTS TYPES DE PRODUITS LAITIERS SUR LE MARCHÉ CHINOIS



Source : GEB - Institut de l'Élevage, d'après <https://zhuanlan.zhihu.com/p/29403917>

## VERS UNE MONTÉE EN GAMME ET UNE DIVERSIFICATION DE L'OFFRE

### ÉVOLUTION DES VENTES DE LAIT LIQUIDE EN CHINE



Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après www.chyxx.com



Sachets de lait liquide de la société Yili.

### Le lait liquide : un marché tiré par le haut de gamme et le lait pasteurisé

Les données chinoises montrent une consommation moyenne de lait liquide supérieure à 10 kg/an/hab. en moyenne et jusqu'à 20 kg/an/hab. pour les hauts revenus. Si les données de production sont partielles, on peut estimer que le lait liquide (UHT et pasteurisé) représente la moitié des fabrications chinoises, avec environ 15 millions de tonnes en 2017. Le lait UHT se taille la part du lion avec environ 80% des fabrications de lait liquide. Cette prédominance résulte d'une généralisation de la technologie UHT dans les années 2000, permettant aux grandes entreprises naissantes, notamment Yili et Mengniu, de développer leur production dans le nord du pays et d'approvisionner les villes et régions du Sud, malgré le manque de chaîne du froid. En 2015, le lait liquide UHT représentait 42% du chiffre d'affaires du n°2 chinois du secteur, *Mengniu*, devant les produits fermentés (23%).

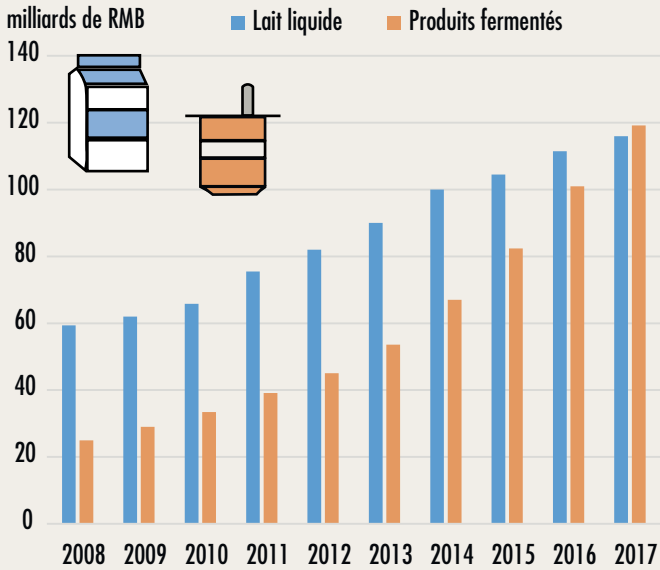
Mais le marché du lait liquide UHT commence à être saturé, en volume comme en valeur, notamment dans les zones urbaines. Après avoir enregistré des taux de croissance annuels autour des 10%/an en valeur entre 2011 et 2014, ceux-ci sont retombés à 4% en 2016 puis 2% en 2017, pour approcher les 90 milliards de RMB (près de 12 milliards d'euros). Le développement des laits UHT haut de gamme, permet cependant encore de faire croître le marché.

Le lait pasteurisé, majoritaire dans les années 90, a alors progressivement perdu du terrain. Il a cependant été maintenu dans les laiteries proches des grandes villes. Mais ce lait connaît depuis quelques années un nouvel attrait. Avec l'objectif de lutter contre la prédominance du lait UHT, qu'il soit importé ou produit par les deux géants nationaux, *Yili* et *Mengniu*, les transformateurs laitiers régionaux ont orienté leur stratégie vers la promotion du lait pasteurisé, élaboré et conditionné localement. Ainsi, des entreprises très implantées localement près des centres de consommation, comme Sanyuan à Pékin, Bright Dairy à Shanghai, New Hope dans le sud-ouest de la Chine, jouent ainsi la carte des produits pasteurisés.

L'impact du lait pasteurisé sur le marché du lait UHT va sûrement commencer dans les villes de 1<sup>er</sup> et 2<sup>ème</sup> rang qui disposent de conditions de transport et de chaîne du froid supérieures et suffisantes pour développer et consommer ce lait. Les villes de 3<sup>ème</sup> et 4<sup>ème</sup> rang continueront à utiliser du lait à température ambiante à court terme. Le lait pasteurisé a réussi à conserver une croissance élevée, proche de 10% en 2017, et représente désormais 25% du marché des laits liquides en valeur.

Enfin, les laits liquides sans lactose ne représenteraient que 2% du marché, malgré la forte proportion de Chinois intolérants au lactose.

### ÉVOLUTION DES VENTES DE LAIT LIQUIDE ET DE PRODUITS FERMENTÉS

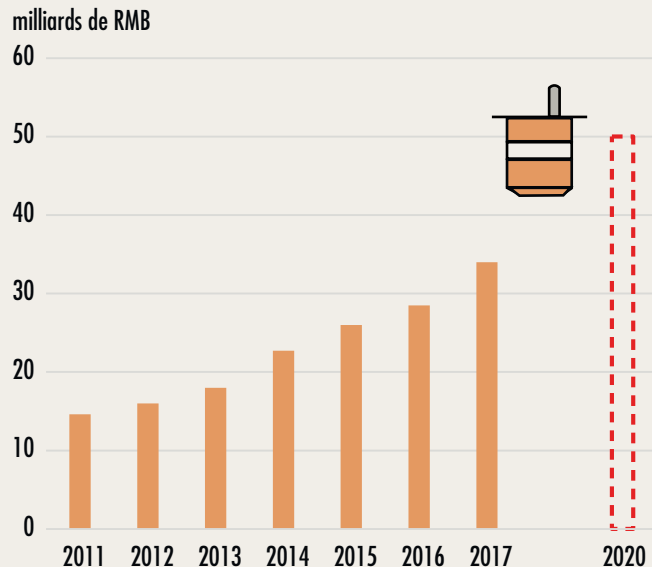


Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après www.sohu.com



Yaourts Danone fabriqués en Chine.

### ÉVOLUTION DU MARCHÉ DES « YAOURTS » RÉFRIGÉRÉS (EN VALEUR)



Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après www.sohu.com et Euromonitor

### Les produits fermentés : nouveau relais de croissance

Face à cette relative saturation du marché du lait liquide et à la baisse des marges, les transformateurs chinois ont investi dans les produits fermentés qui sont donc devenus un relais de croissance. Ces produits possèdent une très bonne image et sont un marché captif pour les produits réfrigérés, à l'abri des importations (30 000 t en 2017).

Le segment des « produits fermentés » se divise en Chine entre produits réfrigérés (ou ultra-frais, dont la DLC est inférieure à 21 jours) et des produits à température ambiante (dont la DLC peut atteindre 6 à 8 mois), mais également entre produits « type yaourts », qui comprennent 80% à 100% de produits laitiers et boissons lactées fermentées (riches en lactobacilles, souvent vendues comme « probiotiques »).

Les produits fermentés ont pris, ces dernières années, une place prépondérante sur le marché chinois des produits laitiers. Leurs ventes, estimées à 120 milliards de RMB (plus de 15 milliards d'euros) en 2017, auraient même dépassé les ventes de lait liquides. Elles représenteraient 1/3 de la valeur des produits laitiers en Chine. Sur la base d'une production estimée à plus de 6 millions de tonnes, la consommation de ces produits (types yaourts et boissons fermentées) s'établirait entre 4,5 et 5 kg/an/hab. en 2017.

La consommation de produits « type yaourt » est tirée en premier lieu par les fonctions liées à la santé attribuées à ces aliments (probiotique, aide à la digestion, aide à l'absorption des nutriments...) puis par le goût. Leur meilleure digestibilité par les personnes intolérantes au lactose participe aussi à cette croissance. Enfin, le mode de consommation joue également un rôle dans l'attrait auprès des consommateurs chinois. Souvent vendus en portion individuelle, les produits « type yaourts » sont accompagnés d'une paille ou d'une cuillère permettant une consommation itinérante, sous forme de snacks.

La croissance en valeur, une multiplication par 3,5 entre 2010 et 2017, est beaucoup plus rapide que celle en volume, en augmentation de 70% sur la même période. Cet écart s'explique par l'inflation qui touche les produits alimentaires, mais également par une montée en gamme des produits commercialisés. La majorité de la hausse des prix des produits fermentés serait due à l'apparition de nouveaux produits haut de gamme. L'évolution en valeur est également plus rapide que celle des autres catégories de produits laitiers, notamment les laits liquides qui n'est « que » de 75%.

Les trois leaders chinois captent près de 60 % de la valeur du marché des produits fermentés, Mengniu prenant la tête devant Yili et Bright Dairy.

Les zones urbaines concentrent les achats de produits fermentés, notamment réfrigérés. Non seulement un nombre croissant de Chinois découvrent les produits fermentés chaque année, mais le volume par consommateur habituel progresse. Ainsi, selon un sondage de 2016, 67% des Chinois qui déclaraient consommer des produits fermentés ont augmenté leur consommation au cours des trois années précédentes. D'abord centrée sur les yaourts à boire (l'expression « boire du yaourt » est courante en Chine), la consommation évolue vers les yaourts « cuillérables ».

Si les produits fermentés ultra-frais restent plus consommés que les yaourts à température ambiante, le développement limité de la chaîne du froid freine leur expansion. Leur croissance annuelle a été de 16% en moyenne entre 2011 et 2017, pour atteindre 35 milliards de RMB (4,5 milliards d'euros).

La valeur nutritive et l'aspect santé mis en avant pour ces produits, notamment avec la teneur en probiotiques, tirent la consommation chinoise. Les jeunes générations sont attirées par l'aspect pratique de ces yaourts, souvent bus à la paille. Ces yaourts sont en effet vendus dans des packagings très différents (verres, bouteilles, sacs, Tetra Pak), déclinés en fruités.

## 2 VERS UNE MONTÉE EN GAMME ET UNE DIVERSIFICATION DE L'OFFRE

Dans la prochaine décennie, les investissements dans la chaîne du froid devraient permettre une croissance accélérée de l'ultra-frais, notamment dans les villes de 3<sup>ème</sup> et 4<sup>ème</sup> rang, le marché étant proche de la saturation dans les grandes métropoles de 1<sup>er</sup> et 2<sup>ème</sup> rang.



Bidon de yaourts de la marque Mengniu dans un supermarché chinois.



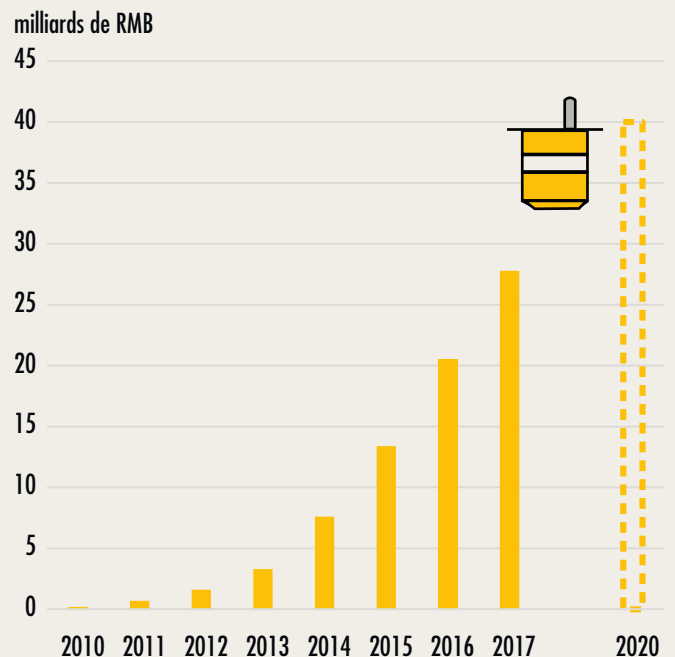
Yaourts aux dattes de la marque Mengniu dans un supermarché chinois.

Très peu consommés il y a encore 10 ans, les yaourts à température ambiante connaissent ces dernières années le taux de croissance le plus important au sein de la famille des produits laitiers. Ne pouvant mettre en avant un aspect santé aussi fort que les yaourts réfrigérés, ils s'appuient sur la DLC et leur praticité. Si le marché des yaourts réfrigérés devrait atteindre 50 milliards de RMB d'ici 2020, la part des yaourts à température ambiante devrait croître encore plus rapidement.

En 2009, *Bright Dairy* fut la première entreprise chinoise à commercialiser un yaourt à température ambiante. Son nom, *Momchilovtsi* (莫斯利安) provient d'un village bulgare dont la longévité de ses habitants serait prétendument due aux yaourts. Jusqu'en 2013, *Bright Dairy* était seule sur ce marché des yaourts à température ambiante et ce produit a représenté jusqu'à 30% du chiffre d'affaires de l'entreprise. Puis *Mengniu* et *Yili* ont simultanément proposé des produits. Les trois leaders laitiers chinois occupent dorénavant presque tout l'espace des yaourts à température ambiante, les autres concurrents se partageant les 10% restants en valeur.

D'ici 2020, la valeur du marché des produits fermentés (types yaourts et boissons lactées fermentées) pourrait atteindre 190 milliards de RMB, soit près de 45% de la valeur totale des produits laitiers sur le marché chinois. La consommation par habitant progresserait de 75% pour dépasser les 8 kg/an/hab. et près de 80% en volume total.

### ÉVOLUTION DU MARCHÉ DES « YAOURTS » À TEMPÉRATURE AMBIANTE (EN VALEUR)



Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après [www.sohu.com](http://www.sohu.com) et Ac Nielsen

# Une évolution de la consommation vers les produits santé et les produits secs

**Le marché chinois des produits laitiers est loin d'être saturé. Dans les villes de 1<sup>er</sup> et 2<sup>ème</sup> rang le mot d'ordre est en effet passé de «consommer du lait» à «consommer des produits laitiers de bonne qualité».**

## Une consommation en croissance aux deux extrémités de la pyramide des âges

Si la politique de l'enfant unique a permis de freiner la croissance démographique, elle a également entraîné un déséquilibre démographique que les récentes politiques natalistes tentent de corriger.

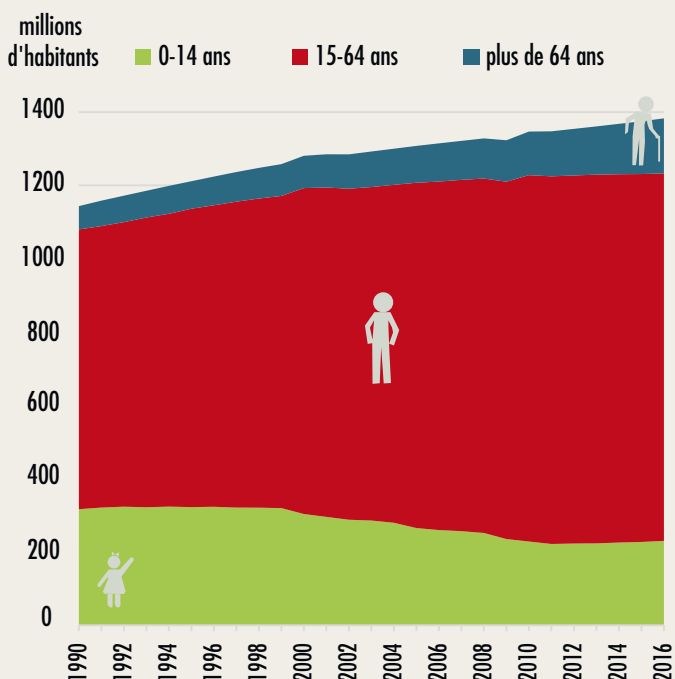
La part de la population de plus de 65 ans est ainsi passée de 6% à 11% entre 1990 et 2016 et celle de plus de 50 ans atteint 25%. Le nombre d'habitants de plus de 60 ans dépasse les 200 millions. Certains démographes prédisent ainsi que « la Chine sera vieille avant d'être riche ».

Le marché chinois des produits laitiers reste loin d'être saturé. Mais son évolution dans les années à venir devrait prendre de nouvelles orientations, suivant la démographie, la croissance économique de l'intérieur du pays, les préoccupations santé des consommateurs et le développement de nouveaux secteurs alimentaires.

Les seniors représentent donc un marché en devenir, bien que nombre d'entre eux ne bénéficient que de pensions modestes. Les produits et services orientés vers eux (« silver economy ») pourraient représenter 1/3 du PIB national à horizon 2050.

Le marché des produits laitiers ne fait pas exception. Pour répondre aux besoins nutritionnels bien spécifiques des seniors, certaines entreprises laitières s'orientent vers des produits enrichis en calcium, vitamines, zinc, sélénium... Ainsi, Nestlé a lancé en 2017 sa marque « YIYANG Fuel for Brain », destinée aux plus de 50 ans.

## ÉVOLUTION DE LA POPULATION CHINOISE PAR CATÉGORIE D'ÂGE



Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après China Statistical Yearbook

À l'autre bout du spectre, les jeunes nés après 1995, qui représentent plus de 25% de la population, sont plus coutumiers des produits laitiers que ne le sont leurs parents ou leurs grands-parents. Ils ont grandi en consommant poudres de lait infantiles, laits pour enfants, boissons lactées, yaourts... Leur fréquence de consommation est plus importante que celle des générations précédentes, et elle devrait se transmettre à la génération suivante.

La consommation chinoise devrait donc poursuivre sa progression dans les prochaines décennies, tirée par la consolidation de cette nouvelle habitude alimentaire à travers les générations.

## Montée en gamme dans les grandes villes et rattrapage dans l'intérieur du pays

Le taux de pénétration des produits liquides (lait liquide, yaourt, boissons lactées) est estimé à 90% dans les villes de 1<sup>er</sup> rang, à 70% dans les villes de 2<sup>nd</sup> rang, à 50% dans les villes plus petites et à seulement 20% dans les zones reculées.

Ces chiffres confirment une marge de progression importante dans les zones urbaines de taille moyenne et dans l'intérieur de la Chine, dont le développement est une des priorités du gouvernement chinois. Ces régions affichent une consommation de produits laitiers inférieure à celle des provinces côtières mais l'urbanisation, la progression de la classe moyenne, la généralisation de la chaîne du froid ainsi que le développement des circuits de commercialisation, comme le e-commerce, devraient permettre un rattrapage dans les années à venir.

La consommation devrait également progresser en valeur. Les ventes de produits haut de gamme et des nouveautés connaissent des hausses importantes dans les villes de 3<sup>ème</sup> et 4<sup>ème</sup> rang, notamment pour les produits fermentés et les produits réfrigérés.

La situation est différente dans les villes de 1<sup>er</sup> et 2<sup>ème</sup> rang, où les ventes de lait liquide semblent plafonner en volume et où les transformateurs cherchent la montée en gamme pour conserver leur marge. Le marketing (packaging, communication, ...) prend une place croissante dans la stratégie des entreprises dans ces zones urbaines.



Boisson au lactobacille de la marque Yili.

## 2 VERS UNE MONTÉE EN GAMME ET UNE DIVERSIFICATION DE L'OFFRE

### Une faible diversification par l'amont

Cette orientation de l'industrie vers la montée en gamme rejoint la tendance des consommateurs à rechercher de nouveaux produits bénéfiques pour la santé qui reste le premier facteur de consommation des produits laitiers.

Ainsi, la diversification des produits laitiers résulte en grande partie de recettes industrielles. Les produits laitiers enrichis en protéine se multiplient, devenant le nouveau segment haut de gamme en croissance. Les laits aromatisés (banane, chocolat...) sont très visibles de même que les laits avec de faibles teneurs en matière grasse ou en calories.

À l'inverse, la segmentation par l'amont est encore limitée au lait biologique et au lait A2<sup>2</sup>.

Le lait biologique ne représente qu'une faible part des ventes de lait liquide en Chine. Outre la difficulté de produire un lait biologique dans un pays où une grande partie des ressources hydriques et foncières sont polluées et où la production d'alimentation animale biologique est marginale, les contrefaçons de labels biologiques sont nombreuses. Enfin, la place sur le marché chinois pour les produits laitiers biologiques se trouve réduite, entre des produits importés, plus chers, mais considérés comme plus sûrs par les consommateurs aisés, et des produits chinois conventionnels moins chers et plus abordables pour les ménages au pouvoir d'achat limité. Le lait biologique se vend en effet 15 à 20% plus cher que le lait liquide haut de gamme, dont le prix avoisine déjà 1€ le litre. Pourtant, toutes les grandes entreprises laitières se doivent de proposer du lait biologique dans leur portefeuille de produit, ne serait-ce qu'en quantités limitées.

Le lait A2 d'abord produit par l'entreprise *Synlait*, basée en Nouvelle-Zélande et dans laquelle a investi le transformateur chinois Bright Dairy, connaît des ventes en progression constante depuis plusieurs années en Chine. Mais ce produit, longtemps une marque de la société *The A2 Milk Company* (A2M) est en passe de devenir un segment de marché où la compétition s'intensifie. *Nestlé*, *Fonterra*, *Freedom Foods* (Australie) ont à leur tour lancé du lait liquide A2. Les entreprises chinoises ne sont pas en reste : *Mengniu* et *Sanyuan*, ont notamment commercialisé le même type de produit pour tenter de capter une partie de ce marché croissant.

Les produits tels que « lait de pâturage », « lait sans OGM » ou les laits dont le prix est lié à la rémunération des producteurs sont en revanche absents de la production chinoise.



Le lait liquide biologique (en vert) se vend 14% plus cher que le lait liquide haut de gamme (en orange) de la même marque (Deluxe de Mengniu).

Certaines entreprises se tournent vers des laits d'autres espèces. De petites et moyennes entreprises laitières optent pour une voie différenciée en développant ce qui est appelé en Chine « les super produits laitiers », désignant les produits dont la valeur nutritionnelle est beaucoup plus élevée que celle du lait de vache. Ils englobent principalement le lait de yak, le lait de chèvre, le lait de buffle et le lait de chamelle. Les conditions géographiques particulières de la Chine, montagnes, plateaux, rivières, déserts et autres zones marginales offrent un espace pour l'élevage de yaks, caprins, buffles et chameaux.

Ces produits reposent sur les qualités des laits mais également l'image d'un environnement et d'une alimentation naturels. Ainsi, la promotion du lait de Yak issu du plateau tibétain à 3 500 mètres d'altitude met en avant un lait très sain produit dans un environnement libre de toute pollution par des animaux exempts de toute amélioration génétique. La Chine détient d'ailleurs 95% du cheptel mondial de yaks, avec plus de 14 millions d'animaux.

À l'exception des laits de chèvre et de buffonne, la production des autres laits est limitée en volume et leur prix est deux à trois fois plus élevé que celui du lait de vache.

La taille du marché des super produits laitiers chinois pourrait atteindre 30 à 50 milliards de yuans au cours des cinq prochaines années.

公益宝贝

源自 青藏高原雪域牧场  
天壤祁连 祁连山下好牧场

- 浓醇绵密 丰厚细腻
- 含40%牦牛奶

青藏牧场酸奶原味200ml\*12盒牦牛奶整箱批发包邮浓缩全脂  
源自青藏高原雪域牧场的牦牛奶

价格 ¥120.00

Yaourt de lait de Yak de la province du Qinghai, vendu sur internet à plus de 6€ le litre.

<sup>2</sup> Lait A2 : lait qui ne contient que des βcaseines de type A2, dont certains scientifiques, affirment, sans qu'il y ait consensus, qu'elles sont plus digestes que les βcaseines A1. Il est produit à partir de vaches homozygotes (A2,A2).

### Un marché en croissance continue pour le fromage, le beurre et la crème mais encore dominé par les importations

Le marché de ces produits, peu consommés en Chine jusqu'à présent, devrait se développer dans les années à venir.

Si 90% des Chinois nés dans les années 70 choisissent des restaurants chinois, ils ne seraient que 20% pour ceux nés à partir des années 90, selon un sondage de la *China Cuisine Association*. Les jeunes consommateurs préfèrent les restaurants occidentaux et les boulangeries. Comme cette nouvelle génération est en train de devenir la majorité des consommateurs du secteur de la restauration, la demande de matières premières laitières devrait se développer de manière accélérée.

La restauration occidentale, avec les chaînes de hamburger et de pizzas, est en effet une grande consommatrice de fromages industriels type cheddar ou mozzarella produits en Chine à partir d'ingrédients importés de Nouvelle-Zélande et d'Australie. *Yum ! Brand*, qui regroupe les chaînes de KFC et Pizza Hut possède plus de 7 500 restaurants dans le pays, tandis que l'enseigne Mc Donald se trouve sur 2 500 restaurants, faisant de la Chine son 3<sup>ème</sup> marché après les États-Unis et le Japon. De nombreuses chaînes chinoises de restauration rapide ont également fait leur apparition.

Les ventes au détail des fromages fondus à burger affichent également des hausses importantes ces dernières années, notamment à travers de nouvelles habitudes alimentaires qui feraient consommer ce nouveau produit tout au long de la journée (petit-déjeuner, snack, déjeuner, goûter, dîner). Les fromages en parts ou pour enfants avec des goûts variés sont de plus en plus visibles dans les magasins. L'apport nutritionnel du fromage semble également être un facteur tirant sa consommation pour les personnes intolérantes au lactose.



Du fromage fondu pour le petit déjeuner de la marque Mengniu.

La production locale de fromages reste cependant très réduite, estimée à 30 000 t, compte tenu de la ressource laitière limitée, du manque de savoir-faire et de la demande encore restreinte. Si la majorité des produits est importée (110 000 t en 2017, x2,8/2012), certains fabricants chinois proposent des fromages fondus à la vente au détail. Malgré tout, la consommation de fromages reste confidentielle, estimée à 0,1 kg/hab./an à l'échelle du pays.

La crème laitière connaît également une progression qui devrait se poursuivre dans les années à venir. Majoritairement importée, elle remplace peu à peu la crème végétale largement utilisée dans la pâtisserie en raison de son faible prix, 3 fois inférieur à celui de la matière grasse laitière. La crème laitière s'impose également auprès

des consommateurs pour des raisons de santé. Elle domine le marché des villes de 1<sup>er</sup> rang et se trouve de manière croissante dans les GMS, mais la crème végétale reste majoritaire dans les villes de 2<sup>ème</sup>, 3<sup>ème</sup>, 4<sup>ème</sup> rang. La production locale est estimée à 50 000 t auxquelles s'ajoutent 140 000 t importées en 2017 (x10/2012).



Crèmes françaises dans un supermarché en Chine.

La margarine domine encore le marché chinois, le beurre ne prenant qu'une petite place. La différence de prix entre les deux produits, de 1 à 4, explique cette prédominance de la matière grasse végétale. Les ventes au détail concentrent le plus gros des ventes de beurre, utilisé dans la cuisine à la maison. La demande de beurre des grandes entreprises monte comme celle des hôtels et des chaînes de boulangerie. Le développement de la boulangerie a en effet connu une grande progression (+10%/an) depuis le milieu des années 2000 à travers des chaînes aux noms français (*Bonjour,...*) mais aux actionnaires asiatiques. La production de beurre est très limitée, 15 000 t de *butter oil* compris, et les volumes sont dans leur très grande majorité importés (90 000 t en 2017). Certaines entreprises chinoises, comme Mengniu, produisent également du beurre à l'étranger pour l'importer en Chine. La consommation reste bien inférieure à 0,1 kg/hab./an en moyenne dans le pays.

Enfin les chaînes de café sont également de nouvelles utilisatrices de lait et de crème dont les volumes utilisés sont en forte progression.

Cette montée en puissance de tous ces nouveaux produits sur le marché comme la montée en gamme des produits plus traditionnels que sont le lait liquide et les produits fermentés devraient, selon Euromonitor, permettre au marché chinois de dépasser en valeur le marché étatsunien d'ici 2022 et de prendre la première place avec 20% des ventes mondiales.



Du beurre de la marque Mengniu, fabriqué en Australie.

# 3

## LES POUDRES DE LAIT INFANTILES : SOUS SURVEILLANCE !

Dix ans après le scandale dont il fut l'épicentre, le secteur des poudres de lait infantile chinois cherche toujours la voie pour retrouver la confiance des consommateurs et les parts de marchés perdues. La sécurité sanitaire des produits demeure le point crucial. La nouvelle réglementation en place depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2018 devrait rebattre les cartes, sans diminuer la place des produits importés à court terme. La consommation évolue vers plus de valeur ajoutée et de segmentation qui incluent les laits de chèvre et biologique.



### En reconstruction depuis 10 ans

Le secteur est en effet marqué par les problèmes sanitaires. Si la falsification à la mélamine a été le déclencheur de la crise que connaît le secteur laitier chinois depuis 2008, il n'a pourtant été ni le premier, ni le dernier scandale touchant les poudres de lait.

Dès 2003, des poudres déprotéinées ont été commercialisées dans la province de l'Anhui, entraînant le décès de plus de 10 nourrissons et des déformations physiques chez des dizaines d'autres. En 2005, les poudres de lait Nestlé, alors leader sur les poudres infantiles en Chine, sont incriminées pour des teneurs fluctuantes en iode. Si les produits sont conformes aux normes internationales, la communication de crise désastreuse entraîne des articles virulents de la presse chinoise et une perte de confiance des consommateurs qui se traduit par un recul durable des ventes de l'entreprise.

Déjà sensibilisés par ces deux évènements médiatiques, les consommateurs chinois ont vivement réagi en 2008 au scandale de la mélamine en se détournant des produits locaux et en privilégiant les poudres importées. La défiance a non seulement atteint toute la filière laitière, des éleveurs, des collecteurs et des entreprises étant impliquées, mais également les autorités chinoises, accusées d'avoir trop longtemps couvert le problème sanitaire.

La mélamine est le scandale de trop, mais malheureusement pas le dernier. Car malgré l'émoi suscité dans la population par le décès de 6 nourrissons et l'intoxication de 300 000 autres, les mesures prises par le pouvoir chinois pour rassurer les consommateurs et redorer son blason, les problèmes sanitaires dans le secteur n'ont pas cessé.

La liste est longue, mais on peut citer de nouvelles falsifications avec utilisation de mélamine, des teneurs en mercure trop élevées, des marques contrefaites, des produits fabriqués en Chine mais affichés comme importés, des poudres falsifiées vendues sur internet, l'utilisation en 2017 d'additifs périmés...

Cette succession d'affaires, malgré les conséquences sur la santé des nourrissons et les tentatives d'encadrement du secteur, ont accentué la sensibilité des consommateurs et des médias chinois. Ces derniers suivent avec attention tout évènement lié aux poudres de lait. Chaque nouvelle information concernant le problème impliquant Lactalis, fin 2017, a ainsi fait l'objet d'articles et de reportages vidéos. Il en a été de même avec le scandale des poudres de lait falsifiées en Espagne, en avril 2018.

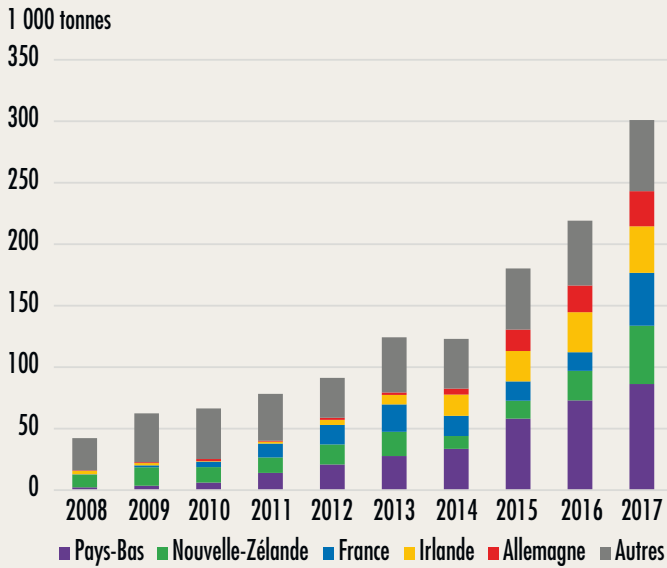
Face à ces problèmes, les autorités chinoises communiquent souvent sur les chiffres de réussite aux tests poudres de lait infantiles effectués chaque année dans le pays. Les données officielles montrent des niveaux dépassant les 97% de conformité.



Capture d'écran d'une émission télévisée chinoise sur le scandale des poudres de lait infantiles espagnoles falsifiées et exportées en Chine.

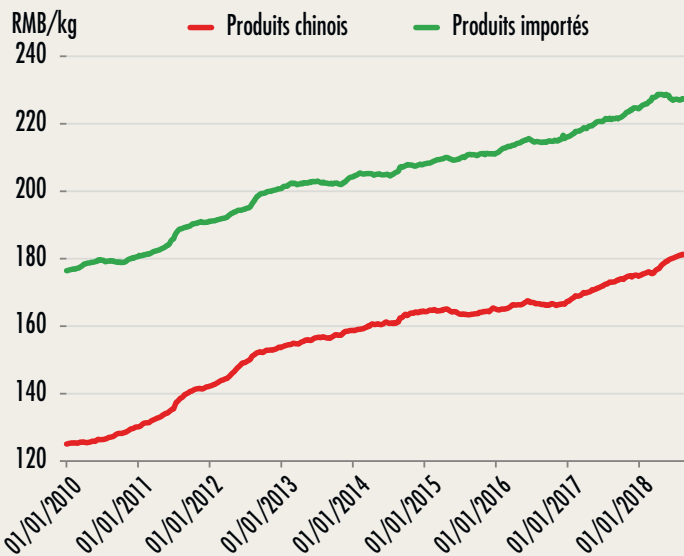


### IMPORTATIONS CHINOISES DE POUDRES DE LAIT INFANTILES



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après Trade Map

### ÉVOLUTION DES PRIX AU DÉTAIL DES POUDRES DE LAIT INFANTILES



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après MOFCOM

### Près de la moitié des importations chinoises de produits laitiers en valeur

Car si les poudres de lait concernent la santé des nourrissons, elles représentent également un poste d'importation croissant et parmi les plus importants. Les volumes de laits infantiles en poudre ont été multipliés par 7 entre 2008 et 2017, pour dépasser les 300 000 t. Les achats pour 4 milliards de dollars ont représenté en 2017 46% des importations chinoises de produits laitiers, loin devant les autres poudres (grasses, maigre, lactosérum). Les 2/3 des volumes proviennent de pays européens (Pays-Bas, France, Irlande, Allemagne), loin devant la Nouvelle-Zélande, 2<sup>ème</sup> fournisseur en 2017 avec 16% de parts de marché.

À ces importations officiellement enregistrées dans les douanes, il faut ajouter les volumes entrant en Chine par le *cross-border e-commerce*<sup>1</sup>, les achats directement sur des sites internet étrangers et les boîtes rapportées par les touristes chinois ou les expatriés français. Les estimations varient entre 150 000 et 200 000 t pour 2017 pour ces canaux.

Au total, les produits importés, tous canaux confondus, représenteraient près de 50% des ventes de poudres de lait infantiles en Chine.

### Des produits importés très présents sur le marché

La défiance des consommateurs envers les poudres de lait fabriquées en Chine par des entreprises locales explique cet attrait pour les produits importés, malgré des prix plus élevés. Les données du Ministère du Commerce chinois montrent qu'en moyenne au niveau national, le prix des laits infantiles importés était encore, à l'été 2018, 25% supérieur à celui des produits locaux. Cet écart était de près de 40% en 2009, quelques mois après le déclenchement de la crise de la mélamine.

Ainsi, malgré un prix du lait au producteur bien moins élevé dans les pays fournisseurs de la Chine en poudre de lait infantile que dans l'Empire du Milieu, les produits importés se vendent au prix fort. En août 2018, le prix moyen atteignait près de 230 RMB/kg (29 € kg), donc des prix moyens de boîtes entre 207 RMB (26 € pour 900 g) et 184 RMB (23 € pour 800 g), soit des prix 50% à 100% supérieurs à ceux pratiqués en France par exemple pour des produits similaires.

### Comparaison des prix de deux boîtes identiques de poudre de lait infantile vendues en Chine (à gauche) et en France (à droite)



Boîte de poudre de lait infantile biologique Hipp 2<sup>ème</sup> âge sur le site internet chinois Tmall (Alibaba) en 2018, en promotion à 368 RMB/800g (soit 58 €/kg) au lieu de 399 RMB/800g (63€/kg). <https://detail.tmall.com/item.htm?spm=a21m2.8958473.0.0.66a06e8eNOGwU5&id=559024143328>



Boîte de poudre de lait infantile biologique Hipp 2<sup>ème</sup> âge dans un supermarché français à 16.8€/900 g soit 18.6 €/kg.

<sup>1</sup> Le *cross border e-commerce* permet aux entreprises étrangères de vendre directement au consommateur chinois, sans passer par l'étape des magasins physiques et via des plateformes internet chinoises. Les expéditions en colis individuels partent du pays d'origine, et transitent soit via un stock en *Free Trade Zone* (FTZ), soit par Hong Kong. Les ventes, tous secteurs confondus, à travers ce système représenteraient 1/3 du *e-commerce* en Chine.

# 3 POUDRES DE LAIT INFANTILES : SECTEUR SOUS SURVEILLANCE

Ces prix élevés ne peuvent s'expliquer par les seuls droits de douane chinois sur les poudres de lait infantiles. Fixés à 10% depuis 2004 dans le cadre de l'accord conclu par la Chine lors de son entrée à l'OMC en 2001, ils ont été à plusieurs reprises abaissés à 5%, dans le cadre de décisions annuelles renouvelables.

La raison est liée au nombre d'intermédiaires, souvent plus nombreux pour un produit importé, mais surtout aux marges des différents maillons : fabricants, grossistes et détaillants. Le traumatisme créé par

la crise de la mélamine a débouché sur un manque de confiance envers les poudres de lait infantile nationales, poussant les parents chinois qui en ont les moyens, pour protéger leur progéniture, à acheter exclusivement des produits fabriqués à l'étranger. Conscients de la peur de nombreux consommateurs chinois vis-à-vis des poudres locales, les fabricants comme les distributeurs ont augmenté leur marge, avec pour conséquence des prix au détail très élevés. Les produits hauts de gamme ou très haut de gamme importés, considérés comme plus sûrs par les parents, peuvent dépasser 450 RMB (57€) la boîte de 900g.

Ces prix très élevés poussent de nombreux parents à rechercher des prix moins élevés. Ils achètent sur internet des produits à des prix inférieurs à ceux constatés dans les supermarchés où les magasins spécialisés de puériculture.

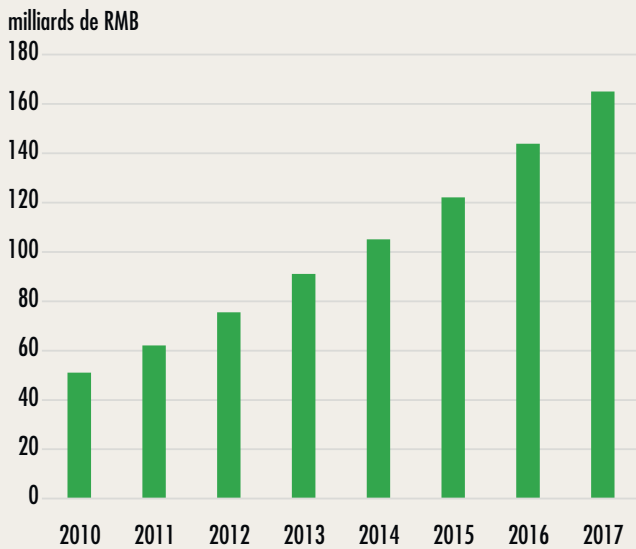
Les familles cherchent également à importer directement depuis l'étranger, pour limiter les intermédiaires et les marges, ce qui explique les volumes importants d'importations parallèles détaillées plus haut (*cross border e-commerce*, achats en directs sur les sites étrangers, transports dans les bagages lors de voyages d'affaires ou de tourisme)

### Un marché en croissance

Ces prix élevés expliquent en partie la croissance du marché des poudres de lait infantile. Estimé à 165 milliards de RMB en 2017 (21 milliards d'euros), il aurait été multiplié par 3 depuis 2010, à un taux moyen de croissance annuel de 18%. La valeur du marché pourrait dépasser les 200 milliards de RMB en 2018 (25 milliards d'euros).

Le nombre d'entreprises fabriquant des poudres de lait infantiles a évolué depuis la restructuration voulue par les autorités nationales. De 128 en 2013, il est descendu à une centaine en 2017, notamment suite au renouvellement des licences sanctionnant la mise en conformité conformément aux nouvelles réglementations publiées en 2010.

### ESTIMATION DE L'ÉVOLUTION DU MARCHÉ CHINOIS DES POUDRES DE LAIT INFANTILES



Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après China Merchants Research Institute

### Comparaison des prix de deux boîtes identiques de poudre de lait infantile vendues en Chine, sur internet (à gauche) et en magasin (à droite)



雀巢 (nestle) 超能恩 婴儿配方奶粉 1段 (0-12个月适用) 800克 (罐装)  
 京东价 ¥315.00

Poudre infantile 1<sup>er</sup> âge de la marque Nestlé en vente sur le site internet JD.com au prix de 315 RMB en août 2018 (40 €) la boîte de 800g.  
<https://item.jd.com/4396232.html>



Poudre infantile 1<sup>er</sup> âge de la marque Nestlé en vente dans un supermarché chinois au prix de 355 RMB (45 €) en août 2018 la boîte de 800g.

## Une nouvelle réglementation qui rebat les cartes

Face à des importations en hausse constante et un marché désorganisé qui comptait plus de 2 000 recettes, parfois vendues sous des noms différents, les autorités chinoises ont décidé en 2016 de mettre en place, à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2018, une nouvelle réglementation. Une limitation à 9 le nombre de recettes distribuées par site (3 par âge), la nécessité de la présence d'un centre de R&D + système de supervision de la qualité, et le détenteur de la marque et de l'entreprise productrice doivent être identiques. L'objectif est d'assainir le marché des poudres de lait et de rassurer les consommateurs.

Si les experts s'attendaient à une division par 2 du nombre de recettes, les données disponibles début septembre 2018 montrent cependant un nombre de recettes approuvées plus élevé qu'attendu : (1 177 au 10/08/2018). Parmi celles-ci, 20% sont issues d'entreprises basées à l'étranger. Les recettes étant agréées par entité juridique, *Beingmate* concentre 4% des agréments sur 5 sites, devant *Feihe* (3%) et *Hong-Kong Wissun* (2%).

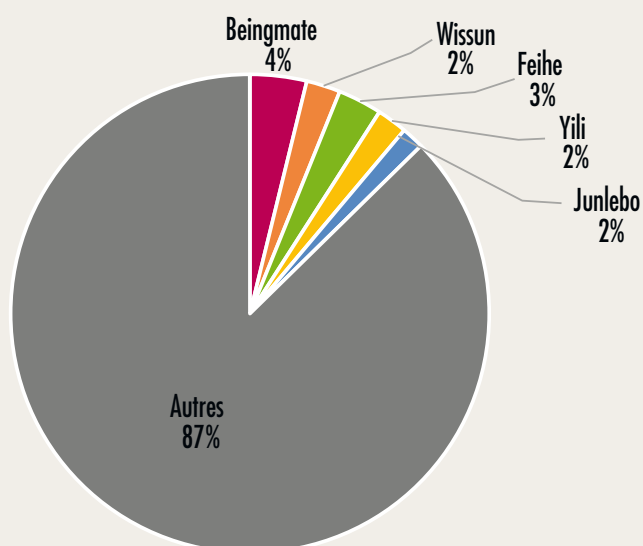
Cette nouvelle réglementation devrait également modifier le paysage dans l'industrie de la poudre de lait infantile en Chine, mais également dans le monde. Le nombre de recettes étant limité à 9 par site, les entreprises se trouvent contraintes dans leur volonté d'augmenter leur chiffre d'affaires, la concurrence étant rude pour développer les volumes. La montée en gamme représente une des voies possibles, l'autre étant la croissance externe à travers le rachat de concurrents. Ainsi Synutra a racheté deux entreprises de poudres de lait en mai et juin 2018 et Lactalis s'est porté acquéreur d'Aspen en septembre 2018. Les recettes enregistrées auprès des Autorités chinoises deviennent ainsi un actif qui peut se monnayer lors de rachat d'entreprise.

### Pas de grands changements dans les importations en 2018

Les importations sur les 9 premiers mois de 2018 ont poursuivi leur hausse à un rythme élevé (+14%/2017), même si moindre que les années précédentes.

Les données douanières chinoises montrent peu de bouleversements dans la hiérarchie des principaux pays fournisseurs. Les Pays-Bas consolident leur première place (34% des importations chinoises) et gagnent des parts de marché grâce à une forte hausse des ventes (+25%/2017). La Nouvelle-Zélande se classe 2<sup>ème</sup> (+19%/2017 avec 15% de parts de marché), et l'Irlande 3<sup>ème</sup> (+10% avec 14% de parts de marché).

### RÉPARTITION DES RECETTES SELON LES SOCIÉTÉS - AU 10/08/2018



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après SFDA

La France semble pour l'instant la grande perdante avec des importations chinoises en recul de 10% sur les 3 premiers trimestres de 2018, avec 10% de parts de marché contre 13% en 2017. Suite au problème survenu dans l'usine de Craon, les demandes d'agrément des formules de cette usine ont été rejetées et aucune formule d'entreprise basée en France n'a été agréée<sup>2</sup>. Au total, 3 entreprises basées en France ont pu agréer leurs formules : Isigny Sainte Mère, avec H&H (9 formules), Nutibio-Sodiaal (9 formules), Synutra France (9 formules). D'autres entreprises françaises, comme Danone, ont obtenu, via des filiales à l'étranger, l'agrément d'un certain nombre de recettes.

Si l'Allemagne se classe 5<sup>ème</sup> fournisseur, juste derrière la France, les volumes exportés vers la Chine y ont progressé de 10% sur les 9 premiers mois.

### Une consommation de poudres de lait en croissance mais limitée en volume

Au cours de ces dernières années, les autorités chinoises ont successivement assoupli puis supprimé en 2015 la politique de l'enfant unique dans le but de rééquilibrer la pyramide des âges. Les résultats sont pour l'instant en deçà des espérances du Gouvernement chinois. Le rebond enregistré en 2016 n'a pas été suivi en 2017, avec un recul des naissances (-3,5%/2016 à 17,23 millions).

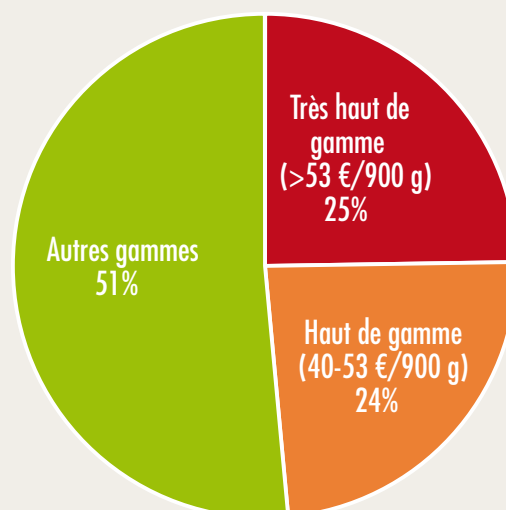
Le taux d'allaitement est l'autre facteur pouvant tirer la consommation de poudres de lait infantiles. Mais celui-ci a déjà fortement reculé en Chine, passant de 65% en 1998 à 27% en 2014, et s'affiche comme un des plus bas en Asie. La hausse du temps d'activité des femmes, les campagnes agressives des transformateurs laitiers, chinois comme étrangers, ainsi que l'urbanisation croissante, le taux d'allaitement étant deux fois plus élevé dans les campagnes qu'en ville, expliquent cette baisse rapide de l'allaitement en Chine.

### Une hausse certaine de la valeur

Avec une croissance de la consommation de laits infantiles plus limitée que par le passé, les entreprises misent sur l'augmentation de la valeur ajoutée.

La part des poudres haut de gamme ne cesse de progresser dans les chiffres d'affaires des sociétés. Ainsi, en 2017, les ventes de produits haut de gamme de *Feihe* ont progressé de 200%/2016 contre une hausse de 60% toutes gammes de poudres de lait confondues. Elles ont été multipliées par 4 chez *Junlebao*, contre un doublement toutes gammes de poudres de lait confondues.

### RÉPARTITION DES VENTES DE POUDRES DE LAIT INFANTILES PAR NIVEAU DE PRIX (2016)

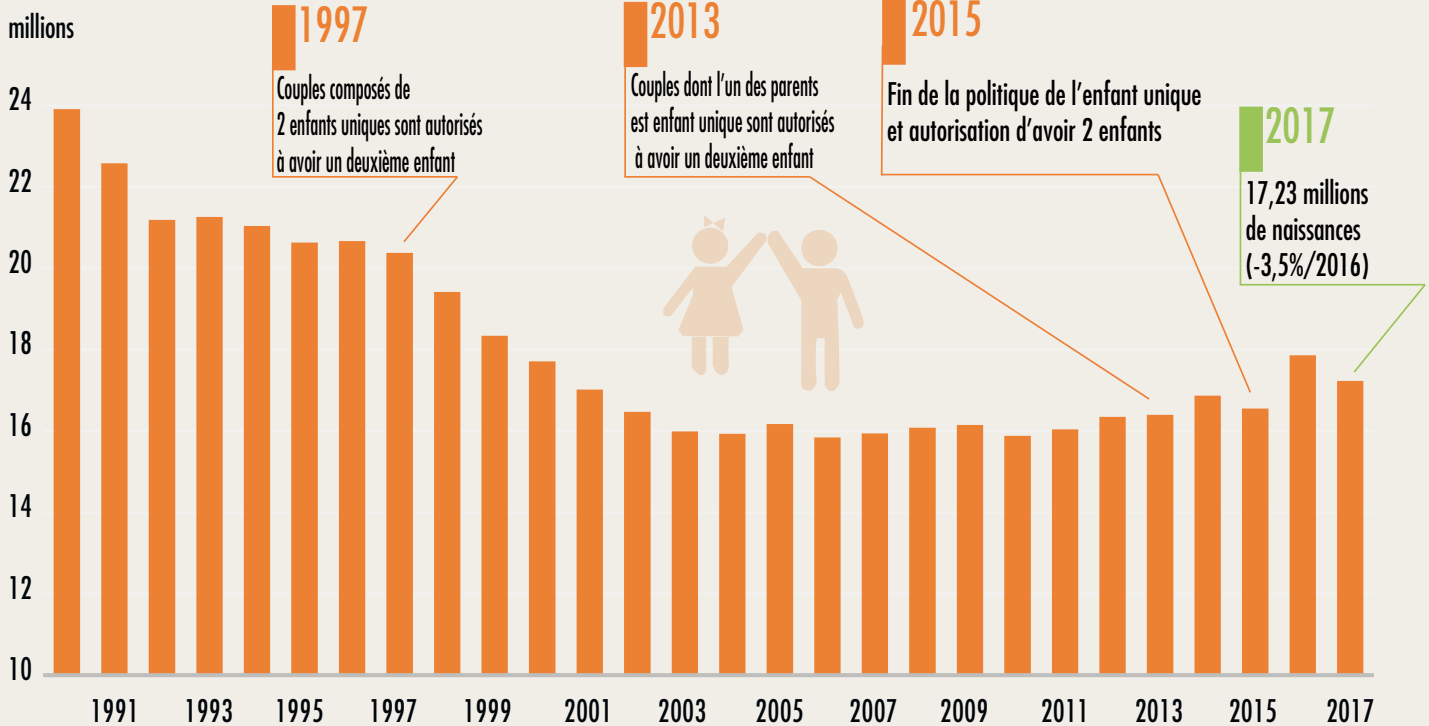


Source : GEB - Institut de l'Élevage, d'après sources diverses

<sup>2</sup> Au 6 septembre 2018

# 3 POUDRES DE LAIT INFANTILES : SECTEUR SOUS SURVEILLANCE

## ÉVOLUTION DES NAISSANCES EN CHINE



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après China Statistics

Ainsi, en 2016, près de 25% des volumes de laits infantiles vendus hors internet étaient classés comme haut de gamme (40-53 €/boîte de 900 g), contre 12% en 2012, et presque 24% très haut de gamme (>53 €/900 g), contre 13% en 2012. Plus de 20% des poudres locales seraient classées haut de gamme et 35% des poudres importées.

S'il n'existe aucune donnée officielle, les différentes estimations se rejoignent sur l'évolution du chiffre d'affaires du marché qui a été

multipliée de 2,5 à 3, entre 2010 et 2016, pour une valeur estimée entre 18 et 20 milliards d'euros.

Cette hausse de la part des produits haut de gamme repose sur deux moteurs : la croissance de la classe moyenne chinoise et la segmentation du marché.

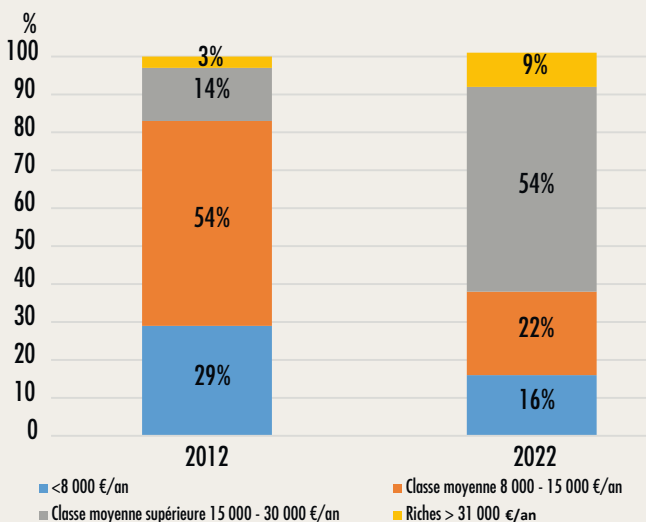
### Une bataille pour le marché de l'intérieur

Le pouvoir d'achat des ménages chinois est en progression rapide. D'après les études de McKinsey, la part des ménages de la classe moyenne supérieure (dont les revenus sont compris entre 15 000 et 30 000 €/an) passerait de 14% en 2012 à 54% en 2022 dans la population chinoise, et celle des ménages riches (>30 000 €/an) de 3% à 9%.

Cette hausse du pouvoir d'achat devrait en outre être géographiquement localisée dans les villes de l'intérieur du pays. Les villes de 3<sup>ème</sup> rang devraient accueillir plus de 30% de la classe moyenne en 2022 contre 15% en 2012 et les villes de 4<sup>ème</sup> rang 8% (contre 3% en 2012). La future bataille commerciale pour la vente de produits haut de gamme devrait donc avoir lieu dans ces villes de l'intérieur.

Mais si ces villes de 3<sup>ème</sup> rang et plus consommaient 60% des volumes de poudres de lait infantiles vendus en Chine, il s'agirait encore majoritairement des produits locaux. Leur connaissance des produits importés est plus faible. En outre, les modes de commercialisation sont différents de ceux des villes de 1<sup>er</sup> rang (Pékin, Shanghai, Canton, Tianjin...) puisque les ventes de laits infantiles s'effectuent encore dans les magasins de puériculture. Le développement de ces magasins a débuté en 2009 et ne faiblit pas pour atteindre 98 000 lieux en 2016 (+24%/2014). Près de 2/3 de ces magasins seraient localisés dans les villes de rang 3 et 4, où le e-commerce de produits infantiles est moins développé que dans les villes de 1<sup>er</sup> rang.

## ÉVOLUTION DES CLASSES MOYENNES CHINOISES EN % DES MÉNAGES URBAINS



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après McKinsey

## Une segmentation croissante du marché

Afin de se démarquer, de nombreuses entreprises investissent dans le développement de niches, afin de capter une plus grande part de la valeur ajoutée et augmenter leurs marges.

### Le lait de chèvre en plein boom

Le nombre de poudres infantiles de lait de chèvre croît à grande vitesse. Si le cheptel caprin laitier est estimé à moins de 6 millions de têtes, avec un rendement moyen par chèvre inférieur de 1/3 au rendement français, la production de lait de chèvre n'arrive pas à répondre à la demande récente. Le secteur fait en effet face à une surcapacité de transformation par rapport à la production qui tire le prix du lait à la hausse : entre 2017 et début 2018, le prix du lait de chèvre a doublé passant de 4,5 RMB/kg à 9 RMB/kg (soit 1,2 € kg).

La production de poudre de lait de chèvre serait ainsi limitée à 60 – 70 000 tonnes/an de poudre, soit moins de 5% du marché chinois des poudres de lait infantiles.

Outre le manque de matière première, la production de poudre de lait de chèvre fait face à un problème de disponibilités de lactosérum pour produire des poudres 100% lait de chèvre.

Il n'en reste pas moins que les chiffres d'affaires s'envolent : les ventes d'*Ausnutria* en 2017 ont progressé de 43% /2016 tous produits confondus, elles ont bondi de 60% pour la poudre de lait de chèvre (*Kabrita*) ; celles de *Shaanxi Redstar Meiling Dairy Co.,Ltd*, spécialisée en lait de chèvre, ont affiché une hausse de 26% /2016 et les profits de 92%. Enfin, *Feihe* a récemment annoncé un investissement conséquent au Canada pour produire du lait de chèvre.

Les agréments des formules suite à la nouvelle réglementation font également la part belle au lait de chèvre. Au 4 juin 2018, 20%

des formules agréées sont au lait de chèvre, dont 90% sont fabriquées en Chine et une compagnie sur trois propose au moins une formule au lait de chèvre.

Si le marché des poudres infantiles au lait de chèvre a été multiplié par 10 entre 2008 et 2016, pour atteindre 5 milliards de RMB (700 millions d'euros), les experts chinois envisagent un triplement du chiffre d'affaires entre 2016 et 2020 !

### Une production biologique en forte croissance malgré de nombreux freins

Enfin, les poudres de lait biologique sont également un marché en devenir malgré une confiance relative des consommateurs vis-à-vis de ce signe de qualité. Les produits laitiers biologiques se sont développés suite au scandale de la mélamine, à partir de 2008. Selon un sondage, 37% des mères chinoises seraient prêtes à payer plus cher pour des produits « plus verts » et « plus sûrs ». Mais la confiance des consommateurs dans la certification « bio » chinoise est toute relative à la suite de nombreuses fraudes et problèmes sanitaires.

La qualité des produits biologiques chinois est censée être meilleure et la fabrication plus respectueuse de l'environnement que les deux autres labels existants, « *Green Food* » et « *Pollution-free food* ». Mais deux problèmes se posent. Tout d'abord, produire du lait biologique suppose que tous les composants de la production (alimentation animale, eau, air...) répondent aux critères de la certification biologique. Or, la Chine fait face à une pollution croissante de ses terres et de ses ressources hydriques, qui rendent difficiles la production d'aliments biologiques. Le risque est donc important pour les grandes entreprises chinoises, qui doivent s'assurer d'une chaîne de production totalement biologique, sous peine de perdre la confiance des consommateurs, 1<sup>er</sup> critère de choix en Chine.

Ensuite, la confiance des consommateurs est encore limitée dans les produits biologiques fabriqués en Chine compte tenu du nombre non négligeable de contrefaçons du label « bio » dans le pays. Certaines entreprises, qui produisent des produits « bio » et non bio, peuvent remplacer l'un par l'autre pour augmenter leurs volumes de produits biologique. Face à un produit étiqueté « bio », de nombreux consommateurs s'interrogent sur la véracité du label, ce qui freine les achats et les réorientent vers des produits importés.

La production de lait biologique représenterait donc moins de 3% du lait produit en Chine, dont plus de la moitié produit par la seule entreprise *Shengmu*.

Malgré tout, la confiance des consommateurs progresse et la croissance des ventes de poudres de lait infantiles bio est estimée à 50%/an ces dernières années. Elles ne représentent cependant qu'environ 5 milliards de RMB en 2017 d'après certains experts chinois, soit moins de 5% du marché des poudres de lait infantiles en Chine.

Même si un peu moins de 40 recettes de poudres de lait infantiles, sur les 1 177 enregistrées au 10 août 2018, sont des poudres « bio », la croissance anticipée de ce marché est estimée à 20-30%/an, soit des ventes annuelles de 10 milliards de RMB (1,36 milliard d'euros) en 2020, en partie grâce aux produits importés.



Poudre de lait de chèvre infantile de marque chinoise dans un supermarché, au prix de 50 €/la boîte de 800g.

4

# UNE PRODUCTION FREINÉE PAR UNE DOUBLE PERTE DE COMPÉTITIVITÉ

Bien que la Chine soit le 4<sup>ème</sup> producteur de lait dans le monde, cette production rapportée à sa population reste très faible (26 kg/hab.). Depuis près de 10 ans, le maillon amont se restructure sous la pression des autorités et les petites exploitations laissent la place à des mégafermes.

Mais le lait chinois subit toujours une double perte de compétitivité, prix et hors prix, qui limite sa place sur le marché national. Face à ce manque de débouchés et aux importations croissantes, les entreprises de production laitière connaissent depuis plusieurs années une situation économique difficile.



## Une production géographiquement concentrée

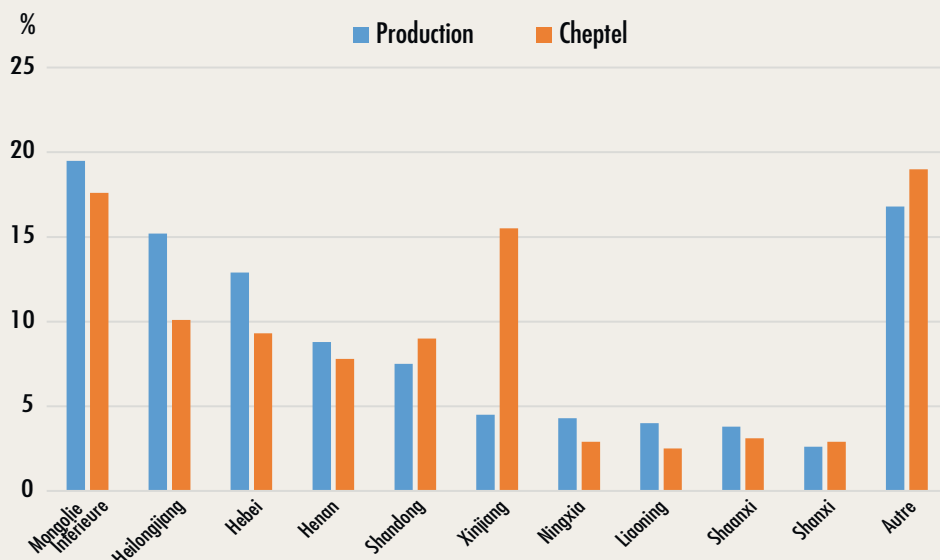
Le lait de vache représente l'écrasante majorité de la production de lait en Chine avec plus de 97% de la production laitière nationale, estimée à 31,5 millions de tonnes en 2017. La production de lait de vache est inégalement répartie sur le territoire. Plus de 80% de la production est réalisée dans 10 provinces qui servent de référence pour le prix du lait.

Les 7 premières provinces productrices (Mongolie Intérieure, Heilongjiang, Hebei, Henan, Shandong, Shaanxi, Xinjiang) représentent les trois quarts de la production nationale, alors qu'elles n'abritent que 30% de la population chinoise. La Mongolie intérieure est la plus grosse contributrice avec 5,5 millions de tonnes de lait en 2017, soit un peu moins de 20% du total. La technologie UHT de Tetra Pak a propulsé la région à la tête de l'ensemble de l'industrie laitière. À la suite de l'installation des premières lignes UHT du pays dans les deux grandes sociétés de Mongolie intérieure à la fin

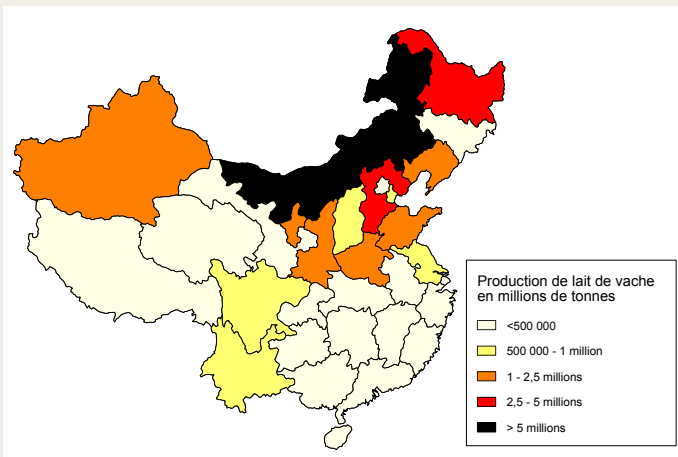
des années 90, cette région autonome du nord est rapidement devenue le centre de la production et la transformation de produits laitiers. Entre 2000 et 2008, elle est passée de la troisième place parmi les dix principales régions productrices de produits laitiers du pays à la première, maintenant un taux de croissance annuel de 35% sur cette période. En revanche, les provinces qui occupaient autrefois les première et deuxième places, Heilongjiang et Hebei, n'ont enregistré qu'une croissance annuelle de 16% et 25%, respectivement.

La concentration géographique de la production a également lieu au niveau des districts. Ainsi, dans la province du Heilongjiang, 80% de la population active du district de Shuangcheng travaillent dans le secteur laitier, élevage ou transformation.

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DE LA PRODUCTION NATIONALE ET DU CHEPTTEL EN 2017



Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après China Dairy Data Report



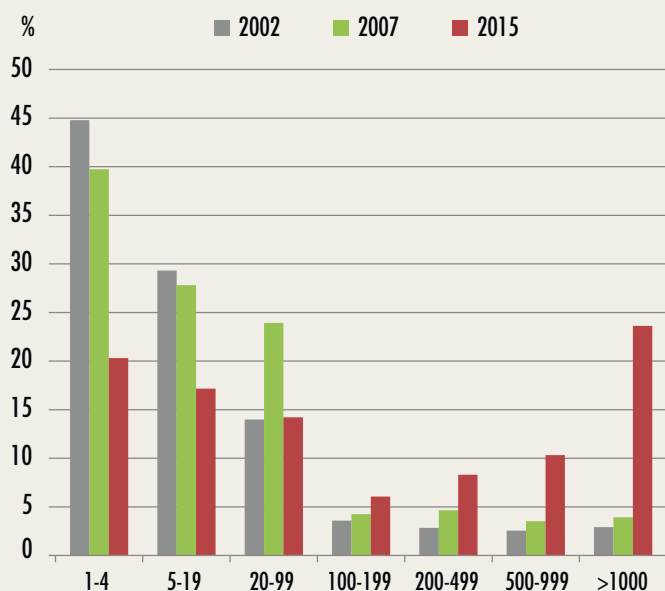
Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après *China statistic Yearbook* - Carte réalisée avec Cartes & Données ©Articque

### Le Nord approvisionne le Sud

La production de lait de vache chinoise est géographiquement très concentrée dans le nord du pays, dont le climat est plus favorable à la production de lait que celui des Provinces situées au Sud. Le sud du pays demeure déficitaire et dépendant de l'approvisionnement du Nord ou de l'étranger. Les 15 Provinces du Sud (Sichuan, Chongqing, Yunnan, Guizhou, Hunan, Hubei, Jiangxi, Anhui, Jiangsu, Zhejiang, Shanghai, Fujian, Guangxi, Guangdong et Hainan) concentrent 53% de la population, mais produisent moins de 10% du lait chinois. Le climat chaud et humide limite la production laitière dont les coûts de production sont plus élevés, compte tenu de la part élevée des aliments achetés et importés du Nord. Malgré la hausse du cheptel dans ces provinces au cours de ces dernières années, le déséquilibre de production Nord / Sud devrait perdurer.

## Des structures de production en évolution rapide depuis 2008

### ÉVOLUTION DE LA RÉPARTITION DU CHEPTEL LAITIÈRE PAR TAILLE D'ATELIER



Source : Abcis d'après 中国奶业统计资料

### Développement rapide des fermes de grande taille

Après le scandale de la mélamine, la première action de la restructuration de l'amont de la filière fut de réguler les collecteurs, intermédiaires récupérant le lait auprès des éleveurs avant de l'apporter à l'usine, compte tenu du rôle actif qu'ils auraient joué dans l'ajout de mélamine en 2008. Ces collecteurs, au nombre de 20 000 en 2008, appartenaient en majorité à des investisseurs indépendants. Par cette politique de gestion de la commercialisation, les autorités chinoises prononcèrent la fermeture d'une partie des stations de collecte suite à des inspections et aidèrent une autre partie à améliorer les équipements et la sécurité, pour s'agrandir. Les collecteurs indépendants furent les plus touchés et les répercussions sur leurs fournisseurs, les petites exploitations, fut important, poussant de nombreux éleveurs à quitter le secteur.

Mais les autorités chinoises ont surtout favorisé le développement de fermes de grande taille qui approvisionnent directement les transformateurs, sans recourir aux collecteurs.

Lorsque le scandale de la mélamine a éclaté, plus 60% du cheptel laitier chinois était élevé par plus de 2 millions d'exploitations de moins de 20 vaches. Ces petites exploitations laitières ont été vivement critiquées pour leur faible productivité et leurs faibles taux en matière grasse et en protéines, les incitant à augmenter frauduleusement leur taux pour augmenter leurs revenus. De surcroît, un nombre important de petites exploitations dispersées ne facilite par le travail de contrôle des autorités.

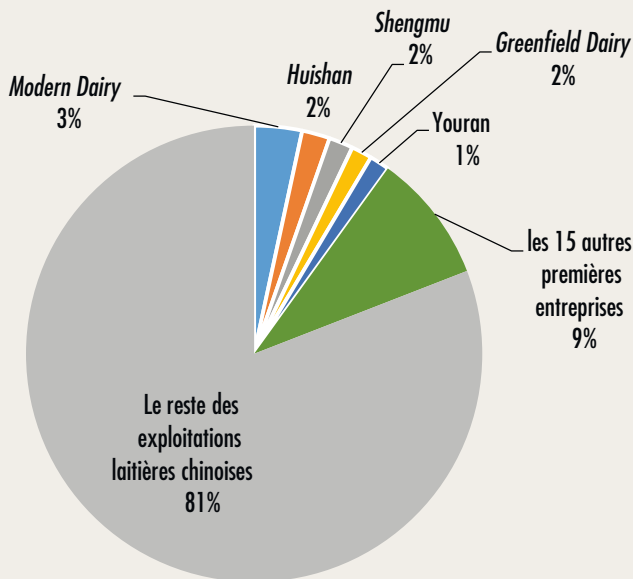
Plutôt que d'aider les exploitations de petite taille à gagner en productivité et qualité, à travers un transfert de savoir-faire et l'adoption d'animaux plus performants, les autorités chinoises ont misé sur le développement des grandes exploitations et la disparition des petites. Ces dernières ont ainsi parfois été qualifiées de deuxième victime du scandale de la mélamine.

Les grandes exploitations existaient avant le scandale de la mélamine. La première a été créée en 2004 en Mongolie intérieure par *Mengniu*, un des trois premiers groupes laitiers chinois, en coopération avec les Australiens (*Mengniu-Australia International Model Ranch*). Elle peut accueillir 10 000 animaux. Mais depuis 2008, le gouvernement a encouragé la construction de telles exploitations en distribuant des subventions. La subvention du gouvernement central à la construction d'exploitations laitières cible en effet les exploitations de grande taille (de 300 à 500 vaches, de 500 à 1 000 vaches, et plus de 1 000 vaches). Le montant varie entre 800 000 RMB (115 000 €) et 1,7 million de RMB (240 000 €), selon la taille de l'exploitation. Par exemple, en Mongolie intérieure, une exploitation possédant 1 000 vaches laitières reçoit une subvention de 1,5 million de yuan (193 000 euros). Cette somme ne couvrirait cependant qu'une faible partie des investissements.

Dans un document publié en novembre 2008 (« 奶业整顿和振兴规划纲要 » ou « Plan de revitalisation et de consolidation du secteur laitier »), les autorités indiquaient qu'avant octobre 2011, au moins 75% de l'approvisionnement des usines déjà existantes des transformateurs laitiers devaient provenir de sources d'approvisionnement stables, pour les inciter ainsi à construire leurs propres fermes ou à racheter des exploitations existantes. Les transformateurs y ont vu l'avantage de sécuriser leur approvisionnement à une époque où la production stagnait mais également de s'assurer de la qualité du lait entrant dans leurs usines. Ainsi, les transformateurs laitiers ont peu à peu supprimé leur approvisionnement auprès des petites fermes familiales et ont investi dans la construction de grandes fermes laitières, renforçant le lien

## 4 Une production freinée par une double perte de compétitivité

### RÉPARTITION DE LA PRODUCTION LAITIÈRE SELON LES ENTREPRISES EN 2016



Source : Abcès d'après Dairy Big Data

entre les deux maillons... L'approvisionnement des transformateurs laitiers repose maintenant quasi-exclusivement sur des exploitations de taille moyenne et grande. Ainsi, en 2016, 60% de la collecte de *Yili* provenaient d'élevages de 300 à 500 vaches et 40% restant d'élevages de plus de 1 000 têtes, au modèle de production semblable à celui des États-Unis. Néanmoins, l'objectif de 75% fixé par les autorités n'a pas été respecté par la plupart des transformateurs.

#### 25% du cheptel laitier dans des exploitations de plus de 1 000 animaux

Les moyens mis en place (subventions à la construction...) pour promouvoir les grandes fermes laitières ont accéléré la disparition des petites exploitations et encouragé le développement des entreprises de production laitière, indépendantes ou liées à des transformateurs laitiers.

Ainsi, entre 2007 et 2015 (dernières données officielles disponibles), 40% des exploitations laitières, soit 1,1 million d'entités, ont disparu, tandis que le cheptel progressait de 2,6 millions de têtes pour atteindre 15 millions d'animaux. La quasi-totalité des exploitations qui ont cessé l'activité laitière possédaient moins de 20 têtes. Malgré cette érosion, les exploitations de moins de 20 têtes comptaient encore pour 96% des fermes laitières en 2015, mais ne réunissaient plus que 37% du cheptel national (3,6 millions de vaches), contre 68% en 2007.

À l'inverse, 50% des femelles laitières sont élevés dans des exploitations de plus de 100 têtes en 2017.

Surtout, près de 25% du cheptel laitier (vaches et génisses) sont élevés dans des exploitations de plus de 1 000 bovins. 3,5 millions de têtes se répartissent donc dans un peu moins de 1 500 exploitations, soit en moyenne 2 300 animaux par site, et la plus grande en détient 40 000 têtes. Les provinces du Hebei, de Mongolie intérieure et du Shandong concentrent à elles trois 50% des mégafermes, aucune autre province n'affichant plus de 100 exploitations de plus de 1 000 vaches. À l'opposé, la province du Xinjiang, à l'extrémité ouest du pays, regroupe à elle seule 50% des exploitations laitières et plus de 40% des exploitations de moins de 20 vaches.

La concentration de la production laitière devrait se poursuivre : selon les documents officiels, les élevages de plus de 100 têtes devraient détenir 60 à 70% du cheptel laitier national en 2020.

#### 20% de la production laitière aux mains de 20 entreprises

Les mégafermes appartiennent à des investisseurs privés ou des entreprises de production laitières possédant plusieurs exploitations ou encore sont intégrées verticalement à des transformateurs. Elles possèdent quelques centaines de milliers à des dizaines de milliers de têtes. Les 20 premières entreprises laitières concentrent 13% de de l'effectif national de vaches en lactation et, grâce à une productivité laitière supérieure de 50% à la moyenne nationale, près de 20% de la production laitière du pays, soit 6,8 millions de tonnes.

La plus importante d'entre elles, *Modern Dairy*, possédait 229 000 femelles en 2016, dont 119 000 vaches, réparties sur 26 sites à travers le pays. Elle produit 3% du lait en Chine. Vient ensuite, l'entreprise de transformation laitière *Huishan*, dont la production laitière est presque totalement intégrée, avec 200 000 femelles sur 82 sites.

Les entreprises laitières indépendantes livrent leur lait à un ou plusieurs transformateurs. Ainsi, *Zhongding Dairy Farming* livrerait près de 1/3 du lait produit à *Yili*, 1/4 à *Mengniu* et 1/5 à *Junlebao*.

Une autre forme de concentration, sous la pression des autorités chinoises, a pris la forme particulière des « hôtels pour vaches » (« 养殖小区 »). Ces complexes, privés ou publics, regroupent sur un même site des éleveurs possédant des cheptels de taille variée, de quelques vaches à près d'une centaine. Les bâtiments, équipement de traite et autres appartiennent au propriétaire de la ferme. Chaque éleveur, qui peut vivre sur place, gère son cheptel dans des bâtiments individuels, paye son alimentation et les services d'un vétérinaire mais les vaccinations, la traite et la commercialisation sont collectives. Le coût total à la charge de l'éleveur varie entre 5 et 10% du prix du lait. Cette forme d'exploitation a été encouragée par les autorités afin de regrouper les petits éleveurs pour améliorer le contrôle sanitaire, faciliter le transfert de savoir-faire et l'accès des éleveurs à du matériel moderne mais également pour augmenter les économies d'échelle et renforcer la position des producteurs vis à vis des transformateurs. Les « hôtels pour vaches » sont considérés par certains experts et responsables de l'administration comme une forme transitoire vers des élevages de grande taille avec un seul propriétaire. De nombreux gérants d'« hôtels » rachètent le cheptel des petits éleveurs, parfois en



échanges de parts dans la nouvelle exploitation, afin de constituer de grandes fermes et d'augmenter leur bénéfices. Les éleveurs peuvent également devenir salariés de la nouvelle structure.

Le paysage de la production laitière chinoise se dessine donc, schématiquement, autour de six types d'exploitations :

- **les petits éleveurs laitiers familiaux**, qui possèdent généralement moins de 20 vaches, nourries à partir des productions locales, et dont le savoir-faire et les performances sont limitées. La mécanisation est limitée et la traite encore parfois effectuée à la main. De nombreux transformateurs ont d'ailleurs cessé de collecter ces exploitations ;
- **Les éleveurs laitiers familiaux spécialisés** qui possèdent généralement entre 20 et 200 vaches et dont la gestion se professionnalise. Ces élevages peuvent être regroupés dans des « coopératives ». Ils combinent cultures et productions laitières et ont une main-d'œuvre en grande partie familiale, même si 2 ou 3 employés

peuvent travailler sur l'exploitation. En 2014, le gouvernement a publié un document pour stimuler la création des fermes familiales en Chine, dans toutes les filières.

- **Les « hôtels pour vaches »;**

- Les exploitations commerciales de taille moyenne (100-500 vaches), gérées par des salariés et vendant leur lait à des entreprises de transformation ;

- **Les grandes exploitations spécialisées** appartenant à des sociétés spécialisées dans la production laitière, comme *China Modern Dairy* ou *YuanShengTai* salariés et vendant leur lait à des entreprises de transformation ;

- **Les grandes exploitations intégrées verticalement**, appartenant aux transformateurs comme *Huishan*, *Yili*, *Mengniu*, *Brigh Dairy*... qui développent en même temps la production et la transformation laitières.

## Une exploitation familiale dans le Heilongjiang

### Un agrandissement encouragé par le collecteur

Le propriétaire était le vétérinaire du village qui possédait 50 vaches laitières et travaillait pour des petits élevages de 10-15 VL. Mais Nestlé a délaissé ces élevages et incité à la création d'exploitations de plus grande taille. En juillet 2014, il a quitté son travail de vétérinaire et a agrandi son exploitation pour élever 152 VL. Il a profité du programme d'aide que Nestlé a mis en œuvre en 2014 et 2015 (arrêté en 2016). Ces aides étaient attribuées à des élevages que Nestlé considérait comme ayant un potentiel. Elles couvraient à hauteur de 60% le coût de l'équipement (cuve, salle de traite, TMR (mélangeuse d'aliments)). Nestlé reste propriétaire de l'équipement pendant 5 ans. L'élevage a reçu une aide de 40 000 à 50 000 RMB pour la construction des nouvelles étables, mais l'éleveur n'a rien reçu du Gouvernement qui n'aide que les exploitations de plus de 300 vaches. L'investissement pour atteindre ce seuil était trop élevé pour M Wang qui n'a pas pu contracter de prêt auprès des banques jugées trop frileuses concernant le secteur laitier aujourd'hui en crise.

### Une conduite classique

Toutes les vaches sont inséminées avec des semences locales : laitières, données gratuitement par le bureau de l'élevage (nombre de doses non limité en cas de 2<sup>ème</sup> ou 3<sup>ème</sup> tentative d'insémination) et Simmental, subventionnées et ne coûtant que 5 RMB. Les 2 ou 3 premiers vêlages sont effectués avec des semences laitières et les 2 ou 3 derniers avec des semences Simmental. Les inséminations sont réalisées par l'éleveur.

L'éleveur loue 14 ha de terres avec un bail annuel pour cultiver du maïs. Il réalise lui-même l'ensilage. L'aliment concentré, de 9 à 11,5 kg/VL/j selon les périodes de lactation, est acheté. Les déjections sont données à un « hôtel pour vaches » voisin, qui dispose de l'équipement pour les traiter.

La production par vache est de 20 kg/j/vache. Le lait est vendu en totalité à Nestlé. Le taux de MG est de 3,9 à 4 g/l et le TP est de 3,25 à 3,35 g/l. Le prix de base est de 3,36 RMB/l, mais grâce aux primes qualité, le prix payé peut atteindre 3,55 RMB/l.

Trois employés travaillent sur l'exploitation, en plus du couple de propriétaires. Le salaire de base est de 3 500 RMB/ mois pour 8h de travail/j et un jour de repos mais ils touchent 4 300 RMB/mois (travail 7j/7). Ils prennent leurs vacances à tour de rôle, même lors du nouvel an chinois, pour que l'exploitation puisse continuer à produire.

### Une volonté de produire plus

Le propriétaire souhaite pouvoir augmenter son cheptel jusqu'à 200 VL (taille maximale des étables). En outre, il désire également augmenter la production par vache en augmentant la qualité de l'ensilage et en réduisant l'intervalle entre les vêlages.

## 4 Une production freinée par une double perte de compétitivité

### Un « hôtel pour vaches » de 500 vaches dans le Heilongjiang

Le propriétaire a investi dans la création d'un tel atelier laitier en 2013, grâce à la politique publique (d'incitation financière). Il était auparavant éleveur familial et possédait une vingtaine de vaches laitières.



Les logements des éleveurs.

Les actions collectives touchent à la santé, la reproduction, la traite et la commercialisation du lait. La structure emploie un vétérinaire, un inséminateur et deux trayeurs (femmes). Chaque éleveur doit une prestation à la structure pour les frais de logement, d'alimentation, d'électricité, d'eau, de personnel salarié. La prestation estimée à 0,15 RMB/l, est déduite de la vente du lait.

La production moyenne se chiffre à 20 kg/vache/jour. Le lait est vendu à Nestlé, seul collecteur de la région agricole.

#### Un élevage hors-sol



Les étables.

#### Une organisation mi-privée, mi-collective

Les élevages qui se trouvent aujourd'hui dans l'hôtel pour vaches se situaient dans des communes différentes.

La fermeture des points de collecte a été le déclencheur du regroupement.

La ferme regroupe 5 éleveurs et leur troupeau, dont celui du propriétaire. Elle héberge 500 vaches en lactation et 100 génisses.

Les troupeaux restent la propriété de chaque éleveur hébergé. Ils ne sont pas mélangés et sont organisés, au sein de chaque bâtiment en lot selon leur stade physiologique : lactation, tarées... Les familles d'éleveurs vivent sur place dans de petites maisons accolées et situées à l'entrée de l'élevage, près du bureau du propriétaire.

L'alimentation est achetée à l'extérieur.

Les fourrages (tige de maïs sans l'épi) sont fournis par des cultivateurs situés à proximité de l'hôtel. Le propriétaire possède un site de fabrication d'ensilage et de stockage du maïs tige ensilé. La ration est la même pour tous les animaux. Les aliments concentrés complets sont achetés à des sociétés d'alimentation animale.

Les déjections sont mises à disposition des cultivateurs qui les épandent sur leurs terres. Mais la structure souhaite investir dans un équipement de séparation de phase, subventionné par l'État, et vendre la partie solide à une société qui se chargera de la commercialiser en compost.

## Un élevage d'une capacité de 10 000 femelles créé de toutes pièces en 2014

L'élevage appartient à la société *FuYuan* (富源牧业), spécialisée dans la production laitière. En 2016, elle possédait un cheptel de plus de 50 000 têtes réparties dans 14 élevages. *Mengniu* possède une partie du capital de la société qui lui vend la totalité de son lait.

L'exploitation est implantée en Mongolie intérieure sur un site de 200 ha. Les bâtiments d'élevage, d'une capacité totale de 10 000 animaux, sont distants de plusieurs centaines de mètres les uns des autres. L'investissement est chiffré à 300 millions RMB soit 30 000 yuans/place (3 660 € selon le taux de change de 2014).

Près de 6 000 femelles étaient présentes sur le site en 2016, lors de la visite, dont 2 300 vaches en lactation et 3 700 génisses d'élevage et vaches tarées en fin de gestation. Deux races, Holstein et Jersiaise, composent le troupeau. L'élevage a reposé sur l'importation de 3 500 femelles d'Australie, la croissance du troupeau s'est ensuite effectuée avec les génisses nées sur l'élevage et issues d'insémination avec des semences sexées.

### 3 traites par jour

La production par vache est de 34 l/j. La traite s'effectue au moyen de deux rotolacteurs de 72 places, permettant de traire de 480 vaches à l'heure, au cours de 3 cycles de traite par jour dont 5 à 6 heures de traite effective. Les lactations sont relativement groupées suite à l'arrivée groupée de génisses. Le pic de lactation se situe d'avril à juillet juste avant la période estivale. La durée inter-vélage est de 400 jours. Les mammites sont le principal problème sanitaire rencontré devant les problèmes digestifs.



Rotolacteur.

### Une alimentation entièrement achetée à l'extérieur

La ration alimentaire varie selon les niveaux de lactation. La ration comprend au moins 60% de maïs fourrage, entre 17 et 24 kg MS selon le niveau de production des vaches. Une filiale fournit les fourrages et aliments cultivés. Le groupe achète aussi des surfaces à l'étranger, notamment aux États-Unis et en Australie pour produire de la luzerne.

Les déjections des animaux sont traitées par séparation de phase. La partie liquide est stockée dans la lagune de rétention puis épandue. La partie solide est séchée puis utilisée comme litière dans les logettes.

L'élevage emploie environ 90 personnes ; majoritairement logées sur place dans un pensionnat avec dortoir et appartements, réparties en plusieurs services ou départements : administration (10 personnes), traite (24 personnes), reproduction (1 employé pour 1 000 vaches), vétérinaire (1 employé pour 1 000 vaches), veaux (5 personnes), élevage (23 personnes), entretien (5 à 6 personnes).

### Une qualité du lait élevée

Le coût de production est estimé en 2016 à 3,0 yuans/l dont 60-65% pour l'alimentation.

Le prix de base du lait livré était de 3,3 yuans/l livré en octobre 2016 (Lait standard : 3,0% MP et 3,4% MG). La composition du lait livré étant de 3,5% MP et de 4,0% MG, la société bénéficie de paiement des taux additionnels : +0,02 RMB/l pour 0,1% supplémentaire en TB ou de TP. *Mengniu* a cependant supprimé la prime au lait de meilleure qualité sanitaire qui était auparavant versée.

L'élevage engage un prestataire pour assurer la livraison au site de *Mengniu* situé à 15 kilomètres, pour un coût de transport de 0,01 à 0,02 RMB/l.

### Des objectifs ambitieux

L'objectif est d'utiliser toute la capacité de l'exploitation et d'atteindre 10 000 femelles avant la fin 2017. La direction de l'élevage souhaite également augmenter la productivité/vache et tendre vers 40 kg/VL/jour grâce à 4 traites quotidiennes, ainsi que réduire le coût de production par litre de lait produit.

# 4 Une production freinée par une double perte de compétitivité

## Un prix du lait élevé

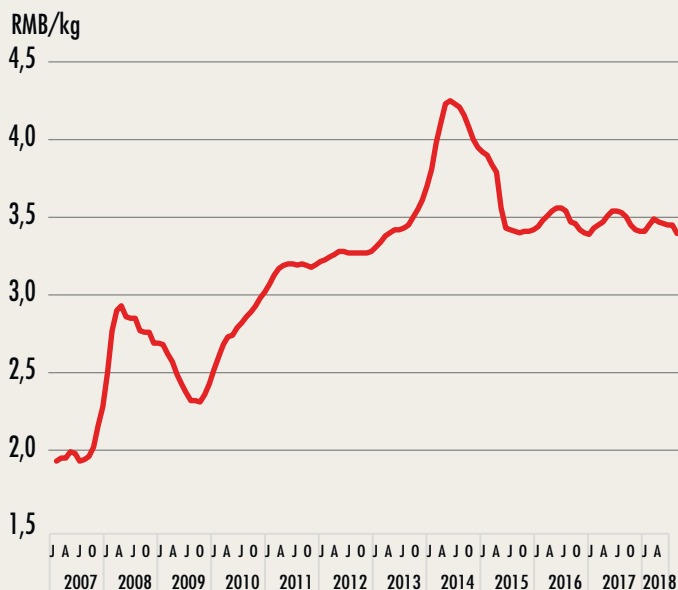
Le prix du lait en Chine a connu de fortes variations depuis 10 ans. Une première forte hausse a eu lieu en 2007, tirée par la concurrence entre les transformateurs laitiers dans un contexte de consommation croissante. Cette hausse du prix du lait de 50% en quelques mois a été à l'origine de la crise de la mélamine, encourageant plusieurs maillons de la filière à mouiller le lait.

Après une rechute en 2008, les conséquences de la crise de la mélamine, avec le retrait de nombreux éleveurs et le recul de la production, ainsi que la mise en place par les autorités chinoises d'un prix minimum pour le maïs ont été à l'origine d'une progression quasi continue du prix du lait jusqu'en 2013.

La Chine a connu en 2014 un nouveau déséquilibre entre une offre en forte hausse (importations et production locale) et une consommation en recul sous l'effet du ralentissement de l'économie et de mesures anti-corruption. S'en est suivi une chute du prix de 20% du lait payé aux producteurs poussant de nombreux éleveurs à vendre tout ou partie de leurs vaches et reportant les projets d'investissements de nombreuses méga-fermes. Les transformateurs ont réduit drastiquement leurs importations, propageant cette crise au marché international.

Depuis 2015, Le prix du lait au producteur est stable, pris en étau entre des coûts de production élevés et des ingrédients importés très compétitifs qui créent une concurrence frontale avec le lait local.

ÉVOLUTION DU PRIX DU LAIT AU PRODUCTEUR DANS LES 10 PREMIÈRES PROVINCES PRODUCTRICES (RMB/KG)



Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après Ministère de l'Agriculture chinois

Le lait en Chine payé au producteur est, comparé aux prix des autres bassins laitiers, relativement élevé, affectant la compétitivité prix des produits laitiers chinois. Le prix du lait à la production en Chine dépasse ainsi le prix du lait valorisé en ingrédients sur le marché mondial depuis 2009 et le prix français depuis 2012.

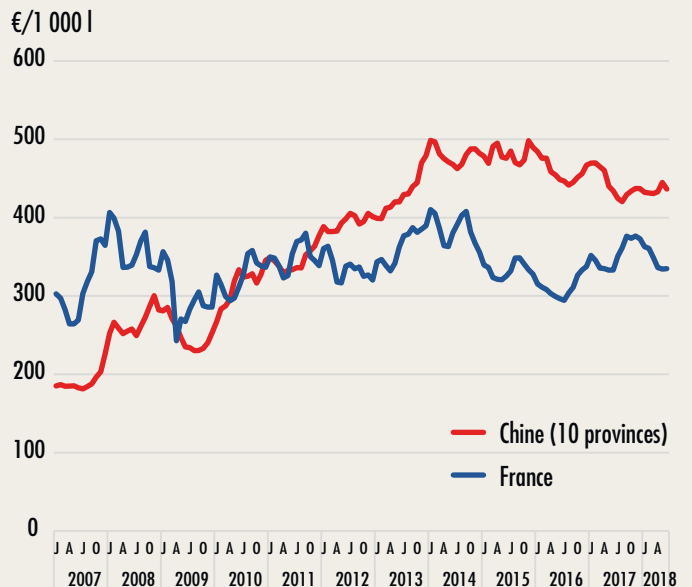
### Un prix du lait payé en fonction de la qualité et de la taille des exploitations

Le prix du lait payé aux producteurs est fonction de plusieurs critères : de la composition du lait en protéines et matières grasses ainsi que de son taux de cellules.

En 2008, les taux dans les fermes de grande taille étaient de 3,62% de matière grasse et 2,94% de protéine. En 2010 dans le but de protéger les éleveurs laitiers, les taux réglementaires dans le lait ont été modifiés pour limiter les tentations d'ajouts de mélamine dans le lait. Ils ont été ramenés au taux réel du lait de nombreux petits éleveurs, selon une étude du Ministère de l'Agriculture. Le taux minimal de protéines dans le lait collecté a été abaissé de 2,95 g/l à 2,80 g/l (il est de 3,2 g/l soit 3,1% en France), le taux de matière grasse étant de 3,1g/l. Dans le même temps, le taux maximal de cellules est fixé à 2 millions par ml (soit 5 fois le seuil maximal autorisé en France), alors que précédemment, le taux pouvait être compris entre 500 000 et 4 millions par ml.

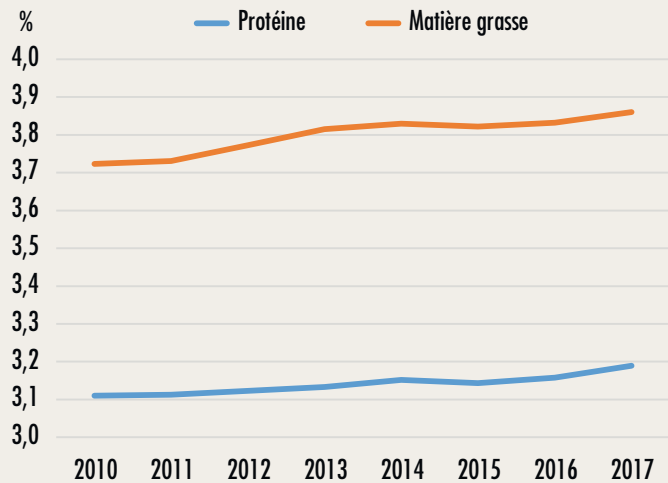
L'objectif des Autorités de protéger les producteurs agricoles et de conserver un environnement économique favorable à la croissance vient parfois contrecarrer ses efforts pour redorer le blason de la production laitière.

COMPARAISON DU PRIX MOYEN DU LAIT À LA PRODUCTION EN CHINE ET EN FRANCE (€/1 000 LITRES)



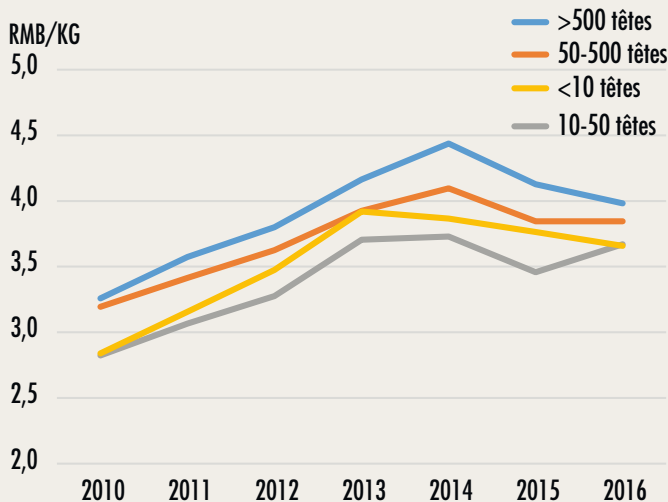
Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après Ministère de l'Agriculture chinois et FAM

### ÉVOLUTION DE LA COMPOSITION DU LAIT DES ÉLEVAGES DU RÉSEAU NDITS



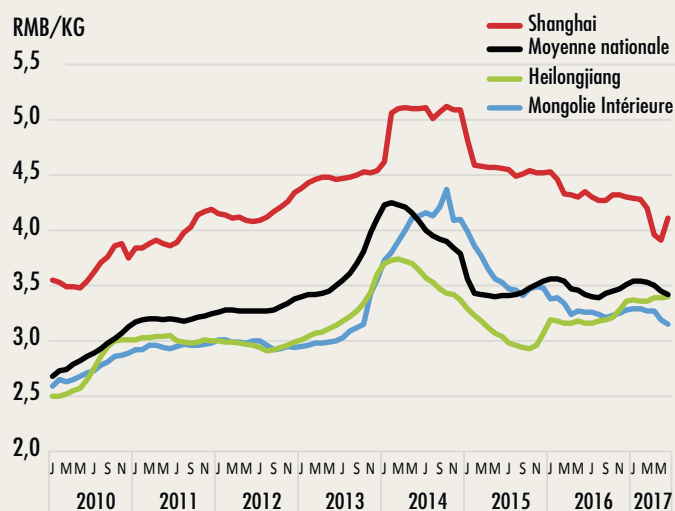
Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après NDITS

### ÉVOLUTION DES PRIX DU LAIT SELON LA TAILLE DES EXPLOITATION (MOYENNE NATIONALE)



Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après Compilation nationale des coûts et bénéfices des produits agricoles

### ÉVOLUTION DES PRIX DU LAIT À LA PRODUCTION DANS DIFFÉRENTES PROVINCES



Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après Ministère chinois de l'agriculture

La plupart des collecteurs fixent des normes plus élevées que les règles officielles. Si les règles de paiement à la qualité du lait varient selon les collecteurs, la plupart fixent un minimum de 3% de TP et 3,2% de TB. De nombreuses laiteries payent plus les taux additionnels de protéines que ceux de matière grasse, cette dernière étant peu valorisée (peu de fabrication de crème, beurre, fromages). Ce n'est cependant pas le cas de *Mengniu* qui offrait en 2016 0,02 RMB/l pour tout taux additionnel de 0,1% de TP ou TB.

Les seules données nationales existantes sur l'évolution de la composition du lait proviennent du réseau piloté par le *National Dairy Industry Technology System (NDITS)*, qui réunit 190 fermes réparties dans 14 provinces. Les exploitations, plutôt dans le haut du classement, possèdent entre 70 et 12 000 vaches, avec une moyenne de 990 vaches. Les résultats collectés montrent une amélioration constante des taux de protéines et de matière grasse.

Les normes concernant la qualité du lait sont également plus strictes que les textes officiels. Ainsi, un éleveur livrant chez Nestlé en 2016 touchait une prime de 0,1 RMB/l si le nombre de cellules était sous les 200 000/ml et de 0,05 RMB/l si le nombre de cellules était compris entre 200 000 et 400 000. Mais certaines entreprises comme *Mengniu* n'accordent plus de primes en cas de taux inférieurs aux normes de l'entreprise. Le nombre de germes est en général fixé à 20 000 ou 30 000/ml, tout dépassement entraînant soit un refus, soit des pénalités.

En 2018, une nouvelle réglementation sur la qualité du lait est en discussion, avec l'introduction d'une classification du lait collecté en plusieurs catégories en fonction de sa qualité. Ce changement vise à améliorer le système de tarification du lait (meilleur prix pour une meilleure qualité) afin de stimuler la production de lait de haute qualité.

Le prix du lait collecté est souvent fonction de la taille de l'exploitation laitière lorsque le lait est payé départ ferme. Plusieurs transformateurs accordent des primes en fonction des volumes livrés. Les exploitations sont classées en catégories (A, B, C, D par exemple) auxquelles est associée une prime pouvant dépasser les 0,1 RMB/kg de lait livré. Ce système tend à favoriser les grandes exploitations qui réduisent les coûts de transaction et de surveillance des transformateurs et pousse les éleveurs à s'agrandir.

Les grandes fermes livrent et facturent le prix de vente du lait livré entrée laiterie. Elles font appel à des transporteurs qui facturent la prestation environ 0,1 RMB/l de lait transporté.

#### Un prix du lait plus élevé dans les grandes exploitations

Le prix du litre de lait vendu est ainsi supérieur dans les grandes fermes, de 3% à 9%, à celui que touchent les exploitations de moins grande taille, grâce à la meilleure qualité sanitaire du lait, aux taux de protéine et matière grasse plus élevés et aux primes liées aux volumes de lait vendus.

#### Le prix du lait varie fortement entre le nord et le sud du pays

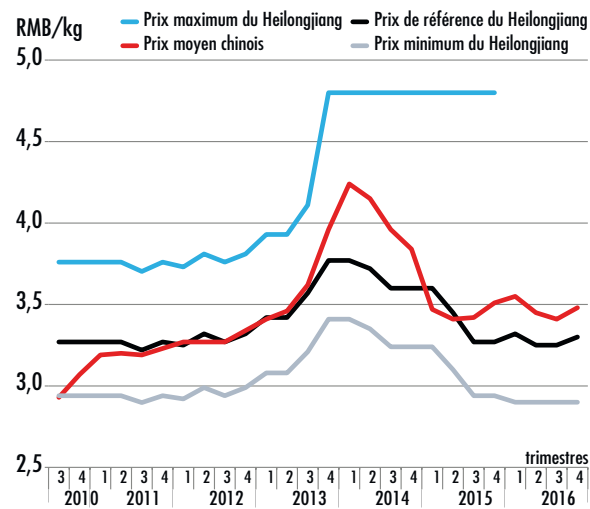
Le coût de production du lait est plus élevé au Sud qu'au Nord. Les salaires et le prix location de la terre ont progressé plus rapidement que dans le Nord et l'intérieur du pays compte tenu du développement économique plus rapide de la côte et des provinces du Sud. En outre, l'achat de fourrage de qualité aux provinces du Nord et leur transport dans les régions méridionales renchérissent le coût de l'alimentation.

Ainsi, le prix du lait à Shanghai et dans la province du Guangdong, où se trouve Canton, se situe, selon les périodes, 20% à 60% au-dessus du prix moyen national et 25% à 90% au-dessus de celui des provinces septentrionales.

## 4 Une production freinée par une double perte de compétitivité

### L'encadrement des prix dans la province du Heilongjiang

#### ÉVOLUTION DU SYSTÈME D'ENCADREMENT DES PRIX DE LA PROVINCE DU HEILONGJIAN



Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après Ministère chinois de l'agriculture

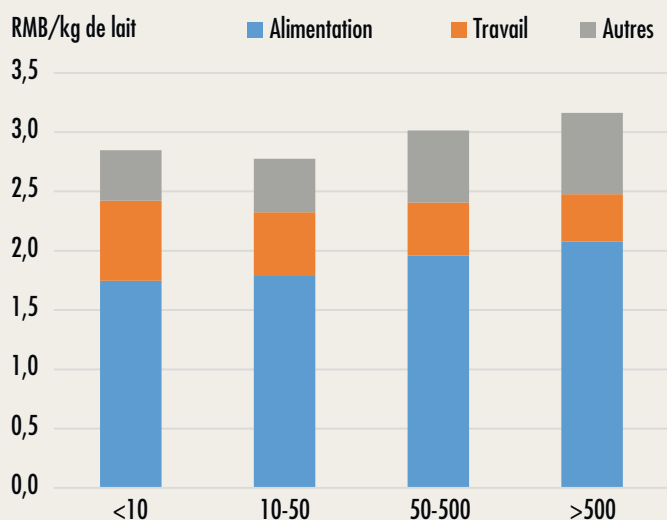
En 2010, la province du Heilongjiang, deuxième province productrice de lait en Chine avec 15% des volumes, a mis en place un système d'encadrement des prix payés aux producteurs. Cette décision a été motivée par l'anarchie qui régnait en termes de fixation des prix : lorsque la demande était forte, les collecteurs ou transformateurs augmentaient le prix de base et diminuaient les niveaux de qualité ; lorsque la demande était plus faible, le prix de base et la demande de qualité s'inversaient.

Ce système est basé sur un prix « de référence » fixé tous les trimestres par les autorités provinciales, après une réunion de concertation avec les transformateurs et l'association laitière provinciale. Les entreprises collectant le lait auprès des agriculteurs sont tenues de payer le lait à un prix compris entre le prix minimum et le prix maximum. Un prix inférieur au seuil peut-être toléré pendant quelques semaines, mais au-delà, des amendes financières peuvent être appliquées aux entreprises récalcitrantes. Ce prix est un prix du lait standard pour 2,8% de protéines et 3,1% de matière grasse et ne correspond pas au prix payé aux producteurs, souvent plus élevé compte tenu des primes à la qualité (taux de protéine, de matière grasse...). Si au départ, le prix d'achat minimum était fixé 10% en dessous du prix de référence et le prix maximum 15% au-dessus, ce dernier s'est détaché à partir de fin 2013 pour maintenant plafonner à un niveau 45% supérieur.

La municipalité de Shanghai et la province du Hebei publient également un prix de référence.

## Une compétitivité prix plombée par des coûts de production élevés

#### DÉCOMPOSITION DES COÛTS DE PRODUCTION SELON LA TAILLE DES EXPLOITATIONS EN 2016



Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après Compilation nationale des coûts et bénéfices des produits agricoles

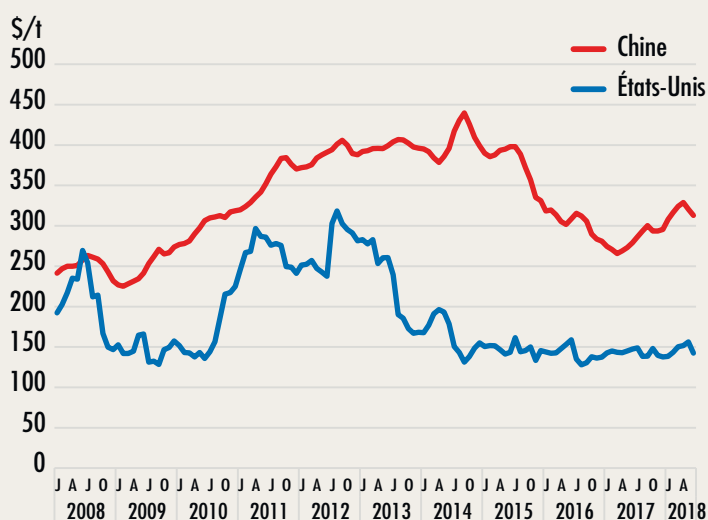
L'étude des coûts de production fait apparaître un niveau élevé et des déséconomies de taille importantes. Malgré un coût du travail par litre de lait relativement bas, les moyennes et grandes exploitations font en effet face à une gestion encore parfois mal maîtrisée des itinéraires techniques, un endettement important et des coûts liés au mode de production hors-sol (cf page 31).

D'une manière générale, le prix élevé du lait s'explique notamment par la part importante de l'alimentation dans le coût de production, de 60% dans les structures familiales à 65% dans les exploitations de grande taille.

Les instruments de politique dans le secteur laitier sont relativement restreints, comparés à d'autres productions, comme les céréales ou le soja, sur lesquelles les Autorités interviennent directement sur le marché et les prix. Ce contexte, globalement très libéral, du marché du lait chinois entre en contradiction avec celui des matières premières pour l'alimentation animale très encadré et soutenu. Instaurés entre 2006 et 2008, les prix minimum pour le maïs et le blé ont augmenté année après année et l'écart avec les prix mondiaux n'a cessé de croître jusqu'en 2015. Le ratio entre le prix intérieur du maïs et celui du marché international a atteint 1 à 3 en 2014, renchérissant le coût de l'alimentation animale, par rapport aux pays exportateurs de produits laitiers, bénéficiant soit de prix moins élevés, soit d'une production basée sur l'herbe.

L'utilisation de l'ensilage de maïs s'est fortement développée ces dernières années, en lien avec l'agrandissement et la professionnalisation des exploitations. Entre 2006 et 2014,

### ÉVOLUTION DES PRIX DU MAÏS EN CHINE ET À CHICAGO (CBOT)



Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après Ministère chinois de l'agriculture et CBOT

l'alimentation aurait contribué aux 2/3 à la hausse du coût de production du lait, sans prendre en compte la part rémunérant les capitaux et le travail du chef d'exploitation, quelle que soit la taille de l'exploitation. Les aliments concentrés seraient à eux seuls responsables pour moitié de la hausse des coûts.

La suppression du prix minimum du maïs en 2015 a permis la baisse du prix des céréales sur le marché intérieur chinois. Mais ce recul ne s'est pas répercuté sur le prix à la production, les producteurs laitiers préférant refaire leurs marges. En outre, le prix du maïs a repris une tendance haussière depuis la mi-2017.

Le prix du foncier, en progression ces dernières années, a également poussé à la hausse les coûts de production.

Un dernier facteur a récemment contribué à augmenter les coûts de production du lait en Chine : la lutte contre les pollutions d'origine animale. Parmi les nombreuses réglementations publiées par le Gouvernement chinois, deux ont impacté les élevages laitiers : la délimitation des zones sans élevage et la mise en place du principe-pollueur payeur, à travers une taxe sur les élevages de plus de 50 bovins.

## La mise en place du principe pollueur-payeur en Chine

Fin 2016 a été publiée une loi créant une « Taxe pour la protection de l'environnement », applicable depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2018. Cette nouvelle taxe concerne tous les secteurs d'activité et vise les pollutions de l'air, de l'eau et du sol.

Les exploitations animales font partie des sources de pollution visées par la loi, mais seules celles au-dessus d'une certaine taille (50 bovins, 500 porcs et 5 000 volatiles) doivent s'acquitter de la taxe. La taxe prend en compte séparément la pollution de l'eau, de l'air et des sols engendrée par les animaux. Ainsi pour chaque porc à l'engraissement (ou 0,1 bovin ou 30 volailles), l'éleveur devra s'acquitter, sur une base mensuelle, d'une taxe fixe pour les polluants aériens et liquides, dont le montant est décidé par chaque gouvernement local. Leur niveau peut varier d'un facteur 10 selon les zones géographiques (entre 12 et 14 RMB à Pékin et entre 1,2 et 1,4 dans la majorité des Provinces).

Bien évidemment, cette taxe a pour objectif de pousser les acteurs économiques, dont les élevages, à diminuer les pollutions engendrées par leur activité et à mettre en place des solutions de gestion des effluents. Ainsi, sont déduits du calcul de la taxe les polluants solides qui sont stockés, recyclés ou traités. De même, si la concentration en polluants aériens et liquides est inférieure de 30% aux standards officiels, les taxes sont diminuées de 75%.

Dans le même temps, les autorités promeuvent le développement du biogaz en accordant des subventions à la construction d'installation, mais également en fonction des volumes traités.

## 4 Une production freinée par une double perte de compétitivité

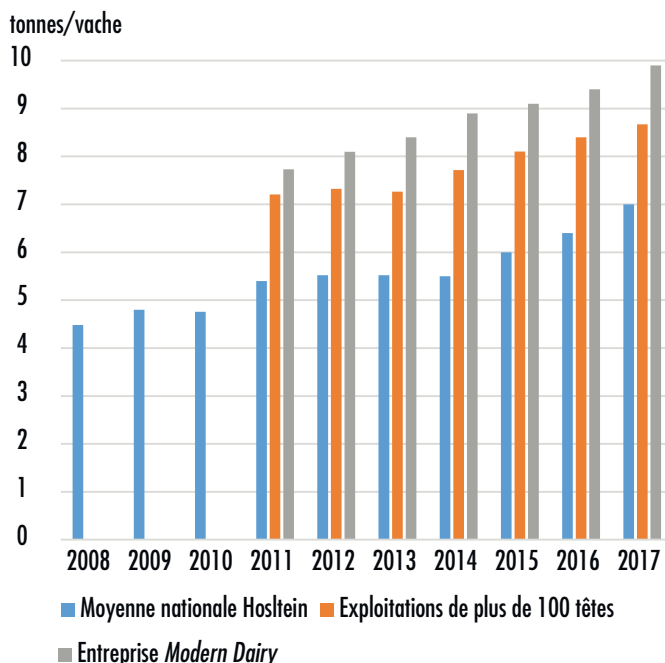
### Des performances animales en hausse

Avec environ 80% du cheptel laitier, la race Holslein, avec ses croisements, est la plus répandue en Chine, devant la Simmental, la Jersiaise et quelques races locales comme la *Xinjiang Brown* ou la *San He*. Les chiffres officiels communiqués chaque année, estiment entre 5 et 5,5 millions le nombre de vaches en 2017.

Compte tenu de la hausse des coûts de production, provenant du prix de l'alimentation animale, du coût de la main d'œuvre et des investissements nécessaires pour se conformer aux nouvelles réglementations environnementales, les producteurs misent notamment sur l'augmentation des rendements pour baisser le coût de production du litre de lait. Les performances du cheptel chinois ne cessent de progresser, même si les données officielles semblent surestimées. Le rendement annuel moyen par vache (Holslein) serait passé, par paliers successifs, de 4 500 kg en 2008 à 7 000 kg en 2017, soit un bond de plus de 50% en 9 ans !

Cette progression est corroborée par les données des réseaux de fermes laitières et les rapports annuels des grandes entreprises de production laitière. Les rendements des vaches de *Modern Dairy* auraient progressé de près de 30% en 6 ans pour approcher les 10 000 kg par an.

#### ÉVOLUTION DES RENDEMENTS LAITIERS ANNUELS EN CHINE



Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après Ministère de l'agriculture chinois et rapport annuel de *Modern Dairy*

Cette hausse de la production par vache résulte de plusieurs facteurs convergents. De nombreuses petites exploitations à faible rendement ont disparu depuis 2008, augmentant mécaniquement la moyenne nationale.

En outre, l'importation de vaches laitières à haut potentiel d'Océanie et d'Uruguay a rapidement modifié la composition génétique du cheptel national.

De plus, la professionnalisation de la production laitière a permis l'expression de ce potentiel génétique. Le niveau de technicité des éleveurs s'est rapidement accru grâce à des formations dispensées par les transformateurs laitiers, les universités ou les fournisseurs de matériels.

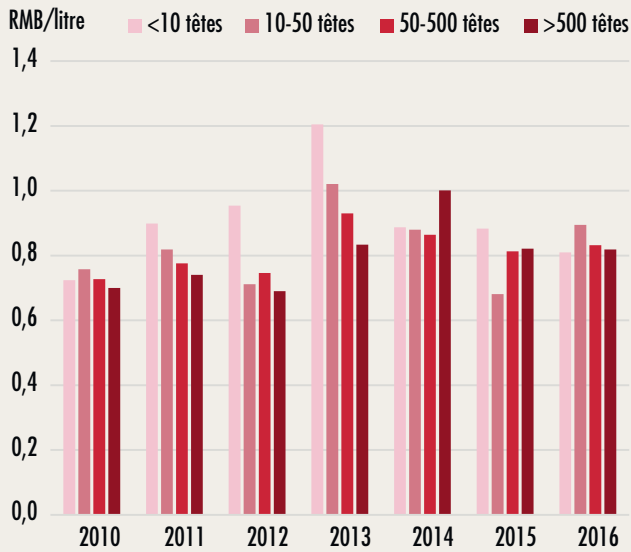
Dans les grandes exploitations, la conduite de troupeau s'approche de celle de pays comme les États-Unis, même s'il existe encore une marge de progrès par l'amélioration de la qualification du personnel technique.

L'alimentation des vaches a également été améliorée, les fourrages constitués de tiges de maïs ensilées (sans l'épi) sont progressivement abandonnés au profit de maïs plante entière. Les grandes entreprises de production laitière disposent de filiales en charge de l'approvisionnement des élevages et les rations comprenant fourrages grossiers luzerne, concentrés et tourteaux sont désormais courants. Les filiales préparent souvent les rations alimentaires en fonction de la qualité des composants, du stade et du niveau de lactation des vaches qui sont en général réformées au plus tard après leur 3<sup>ème</sup> lactation.



## Les grandes fermes face aux critiques

### REVENU COURANT AVANT IMPÔT/LITRE



Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après Compilation nationale des coûts et bénéfices des produits agricoles

Malgré les efforts du gouvernement chinois pour accroître le nombre des exploitations de grande taille (>500 bovins), celles-ci ne semblent pas être les plus rentables d'un point de vue économique.

Tout d'abord, de nombreuses études économiques, de même que les données microéconomiques nationales, montrent que le résultat courant avant impôt par litre de lait dans les grandes exploitations n'est pas toujours supérieur à celui calculé dans les exploitations de taille moyenne (50-500 têtes) voire dans les petites exploitations (10-50 têtes).

Les exploitations de grande taille possèdent des troupeaux plus productifs, supérieurs de +20% à +40% à celui des fermes de tailles inférieures et obtiennent un prix du lait plus élevé, comme mentionné plus haut.

Mais ces grandes fermes font face à des coûts plus importants par litre produit, conséquence de coûts de gestion élevés des équipements et des amortissements. Le rapport coût de l'aliment/litre produit croît en effet avec la taille des exploitations. L'explication pourrait résider dans le système hors-sol des grandes exploitations qui oblige à acheter l'alimentation, notamment de produits importés, plus chers, mais également dans la moindre attention prêtée à la distribution des aliments. L'alimentation de ces grandes exploitations est en effet en quasi-totalité achetée et les importations de foin ont explosé ces dernières années. Elles ont atteint 1,8 million de tonnes en 2017, provenant aux trois quarts des États-Unis. La filière chinoise peine en effet à satisfaire la demande nationale (lire encadré p.32).

Or le lait de ces exploitations, bien que de meilleure qualité, doit affronter la compétitivité des produits importés, notamment le lait liquide conditionné UHT et les poudres de lait infantiles.

En résumé, les exploitations de plusieurs milliers de têtes sont confrontées à plusieurs problèmes :

- Une gestion complexe et pointue qui nécessite un encadrement formé et compétent qu'il est difficile de recruter. L'alternative revient à confier la direction à des seniors étrangers.

- Un endettement important, compte tenu de l'investissement de départ, qui affecte la rentabilité.

- Des économies d'échelle limitées. Une étude menée dans le Hebei par des chercheurs chinois conclut à des déséconomies d'échelle à partir de 2 000 têtes par exploitation. L'alimentation constituant le 1<sup>er</sup> poste de charges, avec 65-70% des coûts totaux, offre très peu d'économies de taille.

- Les résultats économiques ne sont pas les seuls arguments avancés contre les très grandes exploitations. Au-delà de 2 000 têtes, la gestion des effluents devient très problématique. Les zones d'épandage deviennent plus difficiles à trouver et le coût de traitement prohibitif. L'environnement se paie alors au prix fort.

Ainsi, si les fermes de grande taille fournissent une ressource laitière de qualité et plus régulière que celle des exploitations de taille inférieure, elles ne semblent pas tenir leur promesse en termes d'efficacité économique et de durabilité environnementale.

### Un débat naissant sur la taille des fermes

De nombreux experts et chercheurs multiplient donc les écrits et interventions pour tenter d'infléchir la politique actuelle du Gouvernement et des grands groupes laitiers propice aux méga-élevages. Leur projet est de mettre l'accent sur les fermes de taille « moyenne », de 10 à 500 femelles, mieux adaptées et intégrées à leur environnement, aussi bien en termes d'alimentation et d'eau que de solutions pour les déjections.

Selon ces experts chinois, les efforts de recherche et de formation doivent porter sur l'augmentation de la production et de la qualité du lait des exploitations de taille « moyenne ».

De plus, les élevages de grande taille dépendent fortement de l'étranger. Afin d'entrer en production rapidement, elles importent des génisses laitières d'Australie, de Nouvelle-Zélande et d'Uruguay. Si le pic d'importation semble être passé, de nombreuses génisses provenant désormais des vaches importées ces dernières années, les achats chinois portent encore sur plusieurs dizaines de milliers d'animaux. Les semences sexées qu'elles utilisent proviennent en général des États-Unis, les semences locales subventionnées n'étant pas d'assez bonne qualité. Enfin, elles utilisent des équipements (salle de traite notamment) importés, d'Allemagne ou de pays scandinaves.

Cependant, les subventions publiques pour la construction des fermes restent ciblées sur les exploitations de plus de 300 vaches...



Citerne laitière de l'entreprise Yuanhsengtai.

## 4 Une production freinée par une double perte de compétitivité

### La luzerne, le talon d'Achille alimentaire

La production de luzerne semble avoir connu son apogée au début des années 2000 avant de reculer sous la pression d'une politique volontariste dans le domaine des céréales, avec l'octroi de subventions à la surface, aux intrants et aux équipements. Les surfaces ensemencées en luzerne ont fortement diminué, notamment dans les régions où la culture de céréales peut avantageusement remplacer l'herbe.

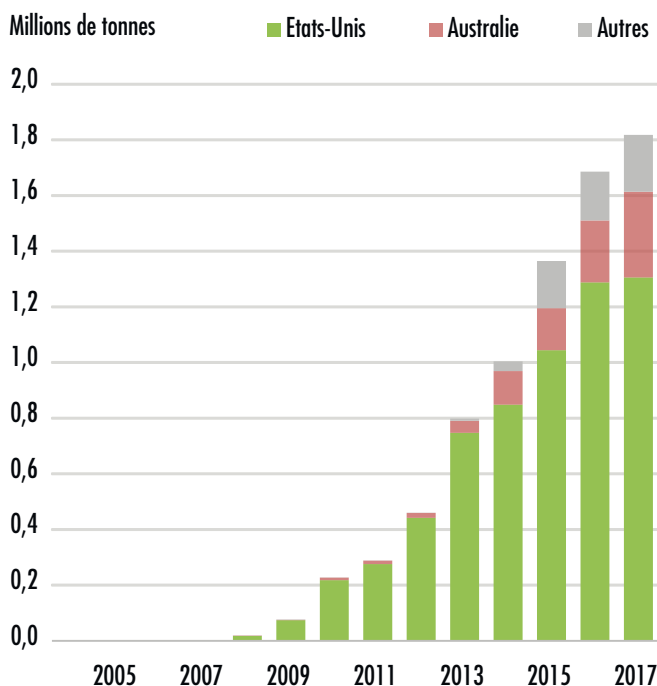
Mais depuis le début des années 2010 et la crise du secteur laitier, la production de luzerne a de nouveau été encouragée, notamment grâce à des subventions. La production totale de luzerne est estimée en 2016 à 30 millions de tonnes sur un peu plus de 4 millions d'ha, en recul depuis 2013. Mais seule une partie de la production nationale sur un peu moins de 4 millions de tonnes en 2016, sur 450 000 ha est récoltée et commercialisée en foin. La production chinoise de foin luzerne « de qualité », selon les normes nationales avec une teneur en protéine supérieure à 18%, a officiellement progressé rapidement, de 220 000 tonnes en 2010 à 2,5 millions de tonnes en 2017, récoltées sur 280 000 ha. Mais seulement 1 million de tonnes serait commercialisé en dehors des villages de production. Cette augmentation de la production a été réalisée par une multiplication par plus de 8 des surfaces cultivées et par une hausse des rendements.

Mais cette production locale est insuffisante pour satisfaire la consommation nationale. Les importations de foin (luzerne et avoine) ont crû de manière exponentielle. De 20 000 tonnes en 2008, elles ont dépassé 1,8 million de tonnes en 2017 (+7,6% /2016), dont 1,4 million de tonnes de foin de luzerne et 310 000 tonnes de foin d'avoine. Le foin de luzerne importé est principalement consommé par les grandes exploitations laitières, comme *Modern Dairy* avec plus de 200 000 vaches laitières qui achète 10% des volumes importés.

La dépendance chinoise en luzerne de qualité se chiffrerait donc à 35% (1,4 million de tonnes importées et 2,5 millions de tonnes produites), alors que l'offre cumulée de la production nationale et des importations ne couvrirait pas les besoins des animaux estimés à 4,55 millions de tonnes par les Autorités chinoises en 2015.

Les Autorités chinoises ont annoncé en janvier 2017 la mise en place du « Plan de Développement de l'Industrie de la Luzerne (2016-2020) ». Il vise le développement de la production de luzerne et l'amélioration de sa qualité afin de répondre aux besoins domestiques des élevages, avec comme objectif une production totale de 3,6 Mt d'ici 2020. Depuis 2012 déjà le Gouvernement chinois soutient la production de luzerne en accordant environ 38 millions d'€ d'aides annuelles dans le secteur de la production industrielle de cette légumineuse.

#### IMPORTATIONS CHINOISES DE FOIN

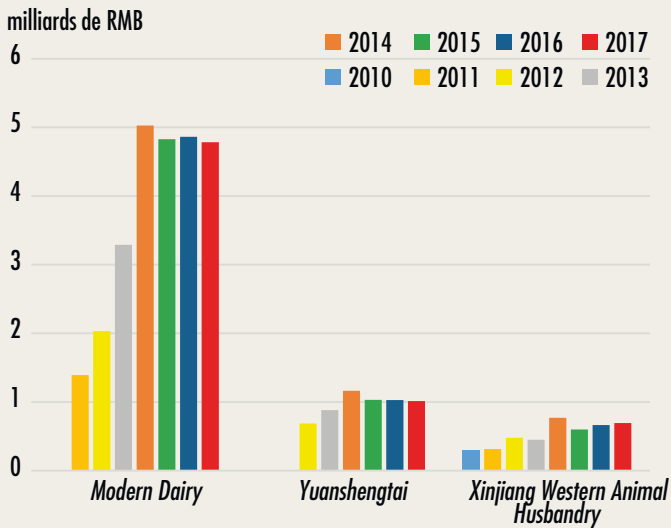


Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après Trade Map

Mais cette activité est considérée à haut risque, notamment en lien avec les conditions météorologiques, qui ne peuvent garantir la régularité de la production et de la qualité, que les acheteurs trouvent dans les produits importés. Les dures conditions météorologiques hivernales et le manque d'eau limitent à 3 le nombre de coupes par an et obligent parfois à replanter une partie des surfaces chaque année. Enfin, cette filière fait face à un important problème de transport entre les zones de production et les zones de consommation. Un proverbe chinois dit : « On ne transporte pas de l'herbe sur plus de 50 kms, on ne transporte pas des grains sur plus de 500 km » (« 百里不运草、千里不运粮 »). Or la production de foin de luzerne commercialisé se concentre dans le Gansu (50%), la Mongolie Intérieure (20%) et le Ningxia (10%), qui disposent de l'espace qui manque au sud du pays. Les zones consommatrices sont, outre le Ningxia et la Mongolie intérieure, les grandes exploitations laitières du Hebei, de Shanghai, de Tianjin, du Guangdong, du Shandong, du Jiangsu, de Beijing ou du Sichuan, parfois à plusieurs milliers de kilomètres de distance. Les principales destinations de la luzerne importées sont d'ailleurs Shanghai et le Guangdong. Les coûts de transport à l'intérieur du pays sont très élevés et peuvent représenter entre 30 et 50% du prix de la luzerne. Deux facteurs entrent en jeu : les grandes distances entre zones de production et de consommation, mais aussi la faible densité des balles qui renchérit les volumes transportés.

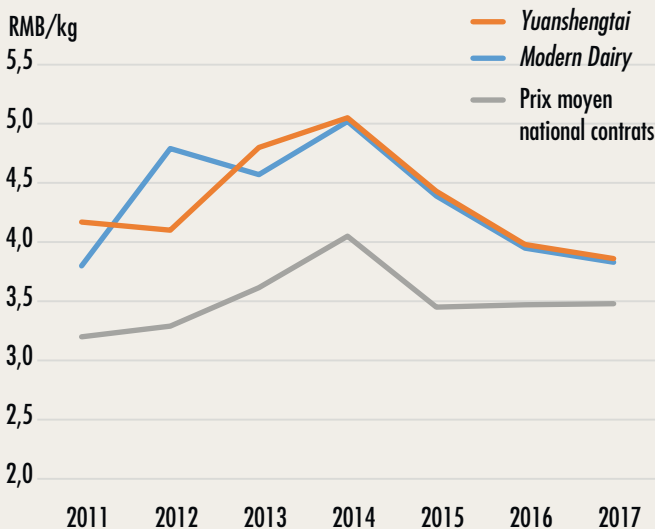
## Des entreprises de production en difficulté

### ÉVOLUTION DES CHIFFRES D'AFFAIRES DE GRANDES ENTREPRISES DE PRODUCTION LAITIÈRE



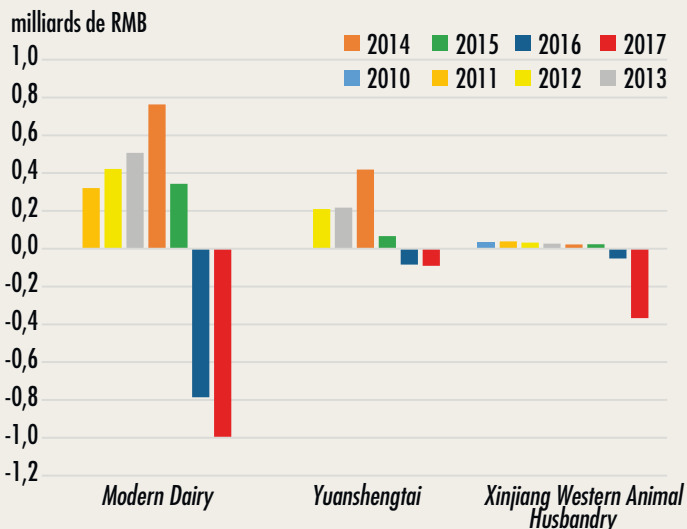
Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après rapports annuels des entreprises

### ÉVOLUTION DU PRIX ANNUEL NATIONAL ET DE PRIX ANNUEL D'ENTREPRISE



Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après Ministère chinois de l'agriculture et rapports annuels des entreprises

### ÉVOLUTION DES RÉSULTATS DE GRANDES ENTREPRISES DE PRODUCTION LAITIÈRE



Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après rapports annuels des entreprises

Les grandes entreprises de production laitière ont vu leurs résultats se dégrader fortement ces dernières années.

Les chiffres d'affaires de *Modern Dairy*, *Yuanshengtai* ou encore de *Xinjiang Western Animal Husbandry* n'ont pratiquement pas évolué entre 2015 et 2017. En outre, les résultats se sont progressivement dégradés et des pertes ont été enregistrées en 2016 et 2017. *Modern Dairy* a ainsi affiché des pertes de près d'un milliard de RMB pour un chiffre d'affaires de moins de 5 milliards, *Xinjiang Western Animal Husbandry* un résultat négatif de 360 millions de RMB pour des ventes ne dépassant pas 700 millions.

La piètre performance économique des entreprises de production laitière tient à deux facteurs principaux :

- **Premièrement**, le prix du lait au producteur sur le marché intérieur n'est pas suffisamment élevé pour couvrir les coûts de production. Il est resté stable ces dernières années alors que les coûts de main-d'œuvre, de protection de l'environnement, de prévention et de contrôle des maladies et d'alimentation animale ont fortement progressé.

En outre, au cours des deux dernières années, certaines grandes exploitations se sont retrouvées en situation de surcapacité, leur production ne pouvant être absorbée par le marché. Cette situation s'est concrétisée de deux manières. D'abord, en 2014 et 2015, certains transformateurs ont refusé de collecter des producteurs un à plusieurs jours par mois. D'autres acceptaient de collecter, mais redonnaient sous forme de poudre l'équivalent d'un ou plusieurs jours de lait collecté, à charge pour le producteur laitier de la commercialiser et de trouver des clients.

En 2016 et 2017, les transformateurs semblent avoir plus joué sur le prix du lait pour limiter les volumes. Les prix publiés par le Ministère de l'agriculture ne prennent en effet en compte que les prix payés pour les volumes contractualisés avec les transformateurs, qui, faute de débouchés pour le lait produit en Chine, ne s'engagent que sur des volumes limités. Les entreprises de production laitière doivent donc vendre une partie de leur production hors contrat, pour un prix qui en début d'année pouvait approcher 1 RMB/kg (0,13 €/kg) puis était compris entre 2 et 3 RMB/kg (0,27 et 0,40 €/kg). Ainsi, en 2017, le prix moyen du lait vendu par *Modern Dairy* et *Yuanshengtai* a reculé de 3% /2016 après une baisse de 10% en 2016/2015, alors que le prix national payé au sein des contrats est resté stable.

Le pouvoir de marché reste entre les mains des transformateurs et les producteurs laitiers, y compris les plus grands, ont peu de marge de négociations. Au sein de la filière, la valeur ajoutée est accaparée par les transformateurs qui dégagent de confortables résultats.

- **Le deuxième facteur** tient à l'activité de transformation et de ventes de produits transformés, majoritairement du lait liquide. Confrontés à des débouchés limités, certaines grandes entreprises de production laitière ont cherché à ajouter de la valeur sur une partie du lait qu'ils collectaient. Elles ont donc décidé de développer la transformation en investissant dans des usines de lait liquide.

Mais la concurrence sur le marché des produits laitiers est féroce et dominée par les deux leaders nationaux que sont *Yili* et *Mengniu*, qui disposent de réseaux de distribution établis. L'entrée sur ce marché s'est donc révélée difficile et les mauvais résultats de *Modern Dairy* s'expliquent en partie par les investissements importants en marketing et distribution qui n'ont pas encore porté leurs fruits.

5

# LA TRANSFORMATION FACE À UNE DOUBLE COMPÉTITION

Dix ans après le scandale de la mélamine, les fabrications laitières n'ont cessé de progresser, à l'opposé d'une production laitière stagnante. Cette évolution s'est accompagnée d'une forte restructuration de l'industrie laitière. Sous la pression des Autorités et d'une vive concurrence, le nombre de transformateurs a reculé et le maillon aval s'est consolidé. Deux entreprises nationales dominent le marché chinois et commencent à cibler les marchés du sud-est asiatique. La compétition s'aiguise depuis quelques années entre entreprises nationales et provinciales. Cette concurrence porte aussi bien sur les produits, avec une recherche constante de valeur ajoutée, que sur la communication et le marketing, en passant par les circuits de distribution.

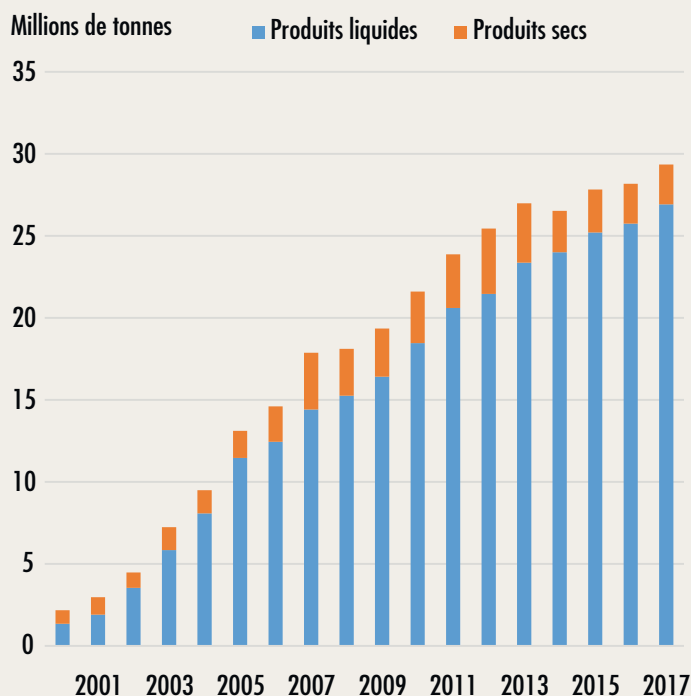
Dans leur bataille face aux produits importés, plusieurs industriels chinois ont décidé d'investir dans les grands bassins mondiaux de production laitière, pour pouvoir se battre avec les mêmes armes que les transformateurs étrangers.



## Croissance continue des fabrications laitières

Contrairement au maillon amont, la transformation laitière affiche une croissance florissante, en volume comme en valeur.

ÉVOLUTION DES FABRICATIONS CHINOISES



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après TDB Advisory

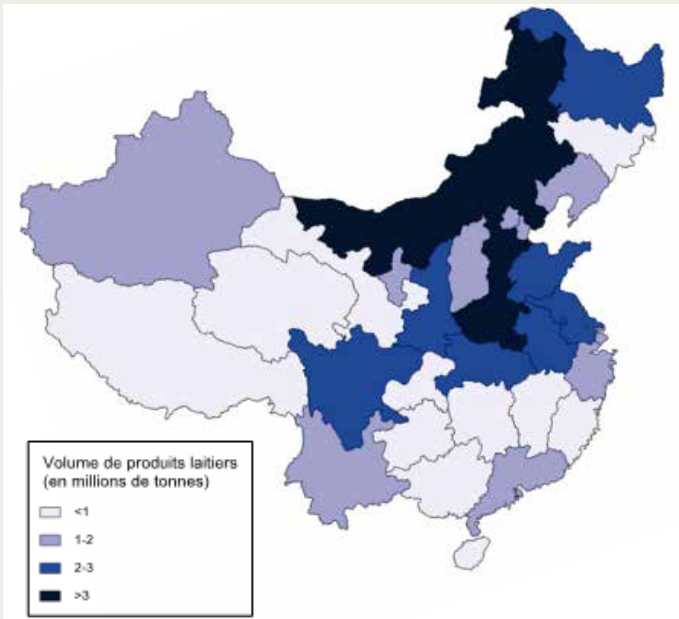
### Une production de produits laitiers qui a fortement progressé depuis 2008

Alors que la production laitière stagne depuis la crise de la mélamine, des volumes de fabrications connaissent une hausse tendancielle depuis le début des années 2000. Après une pause en 2008, la croissance des fabrications de produits laitiers se chiffre à plus de 60% sur les dix dernières années, pour atteindre 29,3 millions de tonnes en 2017, un record historique.

Dans un contexte de stabilité de l'offre laitière nationale, cette hausse des fabrications a été permise par deux facteurs. La part de « produits secs » au sens des statistiques chinoises (poudres de lait, glaces, fromages, beurre) a commencé à diminuer à partir de 2008, passant de 16% à 8% en 2017. Le volume de produits secs a lui-même reculé après un pic en 2012, pour passer en 2017 sous le niveau de 2008. Les volumes de glaces ayant progressé, et ceux de fromages et de beurre étant limités, le recul des volumes est dû aux poudres ingrédients. Face à une offre stable et un prix du lait plus élevé que dans les grands laitiers exportateurs, les transformateurs chinois ont diminué ces fabrications et augmenté celles de produits liquides (laits conditionnés, produits fermentés, boissons lactées) mieux valorisés, dont la part est passée de 84% à 92% entre 2008 et 2017.

Ensuite, les transformateurs chinois ont utilisé les volumes croissants de poudres maigre et grasses importées pour fabriquer des produits de grande consommation. Les importations de poudres grasses ont en effet été multipliées par 10 entre 2008 et 2017, celles des poudres maigres par 4. Le prix très compétitif des poudres importées, comparé à leur équivalent local, a tiré les importations.

## GÉOGRAPHIE DE LA FABRICATION DE PRODUITS LAITIERS CHINOIS



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après données *China Statistical Yearbook*.  
Carte réalisée avec Cartes & Données ©Artique

Cependant, la fabrication de produits reconstitués à partir de poudre a fait l'objet d'un débat en Chine. De nombreux transformateurs utilisent de la poudre de lait importée pour fabriquer des produits de grande consommation, sans le mentionner sur l'étiquette. Une nouvelle loi a été promulguée en 2016, renforçant les obligations d'étiquetage.

La géographie de la production chinoise de produits laitiers ne recoupe pas totalement celle de la production laitière. Bien évidemment, la majorité de la production se situe dans le nord et le centre du pays, le Sud étant limité par la ressource laitière. Ainsi 5 Provinces (Mongolie intérieure, Heilongjiang, Hebei, Henan, Shandong) réalisent la moitié des fabrications chinoises, soit près de 14 millions de tonnes. La popularisation des produits UHT a permis la concentration des sites de transformation dans la moitié nord du pays, même si le nombre d'usines dans la partie méridionale s'est fortement accru au cours des années 2010.

En outre, il faut différencier la fabrication de produits « liquides » et celle de produits « secs ». Ainsi, le Heilongjiang, deuxième province productrice de lait, ne se place qu'au 5<sup>ème</sup> rang dans la fabrication de produits laitiers. Cet écart provient notamment de la forte production de poudres de lait, notamment infantiles, dans cette zone. Avec des entreprises telles que *Feihe*, *Wandashan* ou *Nestlé*, la Province est la première productrice de produits secs, avec plus de 20% du total national.

### Une relative bonne santé économique

La croissance du maillon transformation s'affiche également à travers la valeur des ventes réalisées par les entreprises. Le chiffre d'affaires des transformateurs réalisant plus de 20 millions de RMB de chiffre d'affaires annuellement (2,6 millions d'euros en 2017), a été multiplié par 2,5 entre 2008 et 2017, pour atteindre 359 milliards de RMB (environ 47 milliards d'euros). Cette progression s'est effectuée au même rythme que celui du PIB. La somme totale des profits de ces transformateurs laitiers a atteint 24 milliards de RMB en 2017 (-6%/2016 mais +38%/2010).

Les transformateurs laitiers dégagent une rentabilité bien supérieure à celle des producteurs laitiers. Grâce à un fort pouvoir de négociation, ils font pression sur les prix du lait à la production et peuvent en outre utiliser des ingrédients importés à meilleurs prix.

Enfin, les grands transformateurs, dotés de bilans solides, ont investi à l'étranger via des fusions et acquisitions afin de renforcer leur portefeuille de marques et d'augmenter leur marges avec des produits moins coûteux et bénéficiant de la confiance des consommateurs. Les marges brutes de sociétés comme *Yili* ou *Bright Dairy* ont, ces dernières années, dépassé les 35% !



Cargocycles de la société *Bright Dairy* pour la livraison de produits frais.



Usine de *Mengniu* en Mongolie intérieure.

# 5 LA TRANSFORMATION FACE À UNE DOUBLE COMPÉTITION

## Un paysage industriel fortement segmenté

### Une concentration des entreprises poussée par les Autorités

Si la production fait l'objet d'une attention particulière, les Autorités chinoises considèrent qu'une restructuration du maillon de la transformation est tout aussi nécessaire pour rétablir la confiance des consommateurs et récupérer les parts de marché perdues au profit des marques étrangères. Notamment dans le secteur des poudres de lait qui vend des produits importés plus chers que les produits locaux en misant sur la qualité sanitaire. Les Autorités ont émis plusieurs réglementations forçant les sociétés de transformation à renouveler leurs licences de production. En novembre 2010, toutes ont dû renouveler leur licence d'exploitation, avec obligation d'installer des équipements coûteux visant à détecter 64 additifs, mélamine incluse. Au final, le nombre de fabricants est passé de plus de 800 en 2008 à un

peu plus de 600 en 2017, soit une diminution de 25%. La totalité de ces structures sont des entreprises privées ou publiques, aucune coopérative ne s'étant lancée dans la transformation laitière à grande échelle.

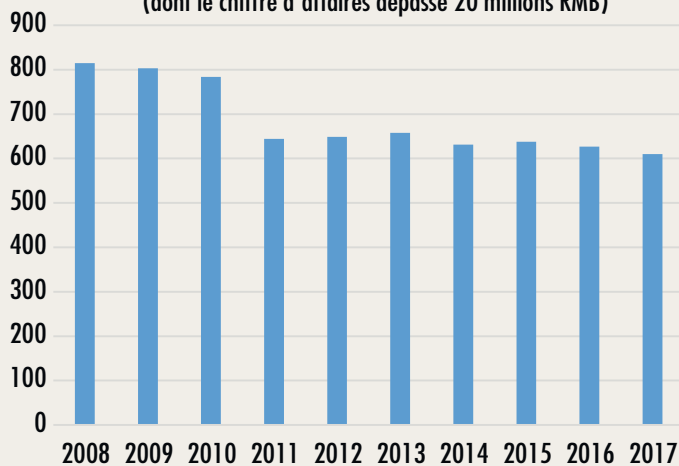
Cette concentration s'est réalisée à travers la fermeture de nombreuses petites et moyennes entreprises ne pouvant se mettre aux normes bénéficiant aux grands transformateurs comme *Yili*, *Mengniu*, *Bright Dairy*. Ainsi la part de ces grands (avec un chiffre d'affaires de plus de 20 millions de RMB, soit environ 2.6 millions d'euros en 2017) a grimpé de 35% en 2005 à 42% en 2017 du chiffre d'affaires total du secteur. La concentration s'est également réalisée au niveau capitalistique, à travers un nombre croissant de rachat ou de fusion. On peut citer la prise de *Junlebao* par *Mengniu* en 2010, la croissance externe de *New Hope Dairy* rachetant une dizaine de laiteries locales...

Les réglementations ont également instauré des barrières à l'entrée du secteur de la transformation laitière, limitant fortement le nombre de nouveaux acteurs. Dans le cadre de ses efforts pour renforcer les contrôles tout au long de la chaîne de valeur du lait, les Autorités ont inclus de nouveaux obstacles à l'investissement et à l'entrée sur le marché, visant à éliminer la « concurrence perverse » et à rétablir « l'ordre du marché ». Plus précisément, les entreprises et / ou les particuliers souhaitant entrer dans ce secteur devaient démontrer un actif net égal au moins à deux fois l'investissement proposé. En outre, dans les grandes régions laitières, les nouveaux projets devaient atteindre une taille d'au moins 300 tonnes par jour pour les opérations de production de poudres de lait et au moins 500 tonnes par jour pour les conditionnements de produits liquides. Enfin, afin de limiter la concurrence sur l'approvisionnement en lait, une des causes de la crise de la mélamine, les nouveaux sites de transformation doivent être distants d'au moins 100 km des anciens.

Conséquence de cette concentration, le chiffre d'affaires cumulé des 10 premiers transformateurs, a dépassé celui des 590 suivants en 2017.

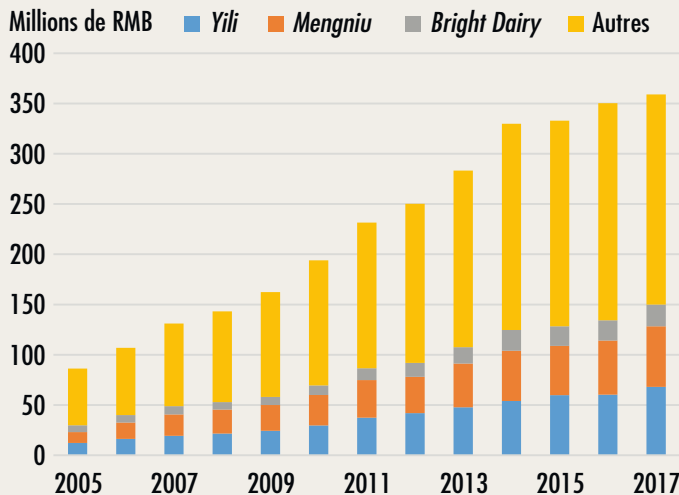
### NOMBRE DE TRANSFORMATEURS LAITIERS

(dont le chiffre d'affaires dépasse 20 millions RMB)



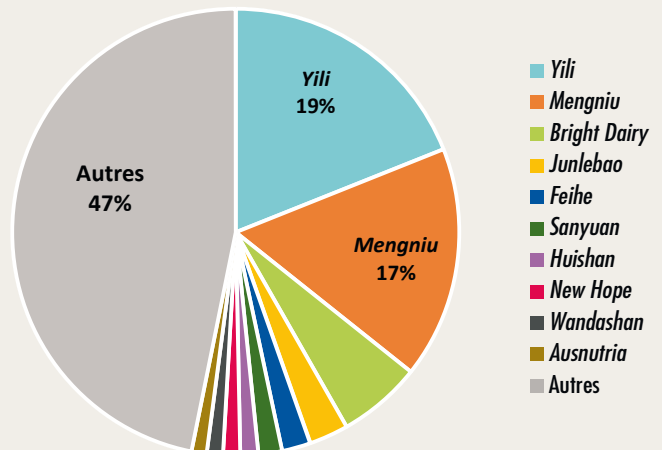
Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après *China Dairy Big Data*

### ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES TRANSFORMATEURS DÉPASSANT 20 MILLIONS DE RMB ET DES 3 LEADERS



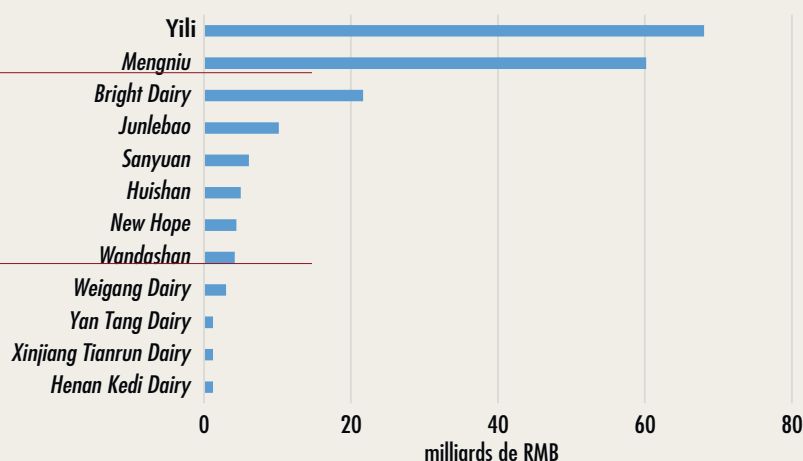
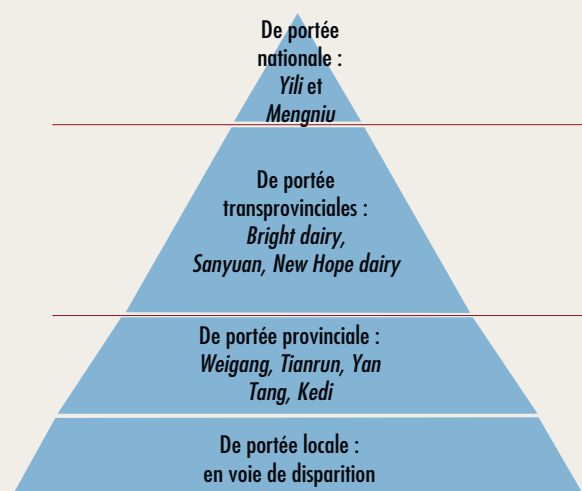
Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après *China Dairy Big Data*

### RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES 10 PREMIERS TRANSFORMATEURS CHINOIS



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après *China Dairy Big Data* et sources diverses

## CLASSIFICATION DES TRANSFORMATEURS



Source : Rapports annuels des entreprises

### Un secteur très hiérarchisé

Le secteur des transformateurs laitiers chinois est très hiérarchisé et territorialisé. Si quelques sociétés ont réussi à étendre leur zone de chalandise à tout ou partie du pays, la majorité reste encore localisée dans leur Province d'origine. Il est possible de classer les entreprises, hors celles spécialisées en produits infantiles comme *Feihe* ou *Ausnutria*, en 4 catégories bien distinctes, compte tenu de leur chiffre d'affaires et de leur couverture géographique. Un écart important existe entre chaque groupe de transformateurs.

### Deux grands leaders qui maîtrisent le marché

En haut de la pyramide se trouvent les deux leaders incontestés, *Yili* et *Mengniu*, qui dominent le secteur des fabrications laitières chinoises depuis les années 2000. Originaire de Mongolie Intérieure, dans le nord de la Chine, leur chiffre d'affaires approche ou dépasse les 60 milliards de RMB (près de 8 milliards d'euros) et la couverture géographique de leur produits est nationale. Leur capitalisation boursière est en ligne avec leur domination : celle de *Yili* atteint les 160 milliards de RMB (environ 20 milliards d'euros) en juillet 2018 et celle de *Mengniu* flirte avec les 100 milliards de RMB (environ 13 milliards d'euros).

## CLASSEMENT MONDIAL DES 20 PREMIÈRES ENTREPRISES LAITIÈRES EN 2017, PAR RABOBANK

	Société	Pays du siège	C.A. 2017 en Milliards €
1	Nestlé	Suisse	21,4
2	Lactalis	France	17,7
3	Danone	France	15,5
4	Dairy Farmers of America	États-Unis	13
5	Fonterra	Nouvelle-Zélande	12,1
6	Friesland Campina	Pays-Bas	12
7	Arla Foods	Danemark/Suède	10,3
8	Saputo	Canada	9,6
9	Yili	Chine	8,8
10	Mengniu	Chine	7,8
11	Dean Foods	États-Unis	6,7
12	Unilever	Pays-Bas	6,2*
13	DMK	Allemagne	5,8
14	Kraft Heinz	États-Unis	5,5
15	Meiji	Japon	5,1
16	Sodiaal	France	5,1
17	Savencia	France	4,9
18	Müller	Allemagne	4,5*
19	Agropur	Canada	4,5
20	Schreiber Foods	États-Unis	4,4*

Source : Rabobank \*estimation

## CLASSEMENT IFCN 2017 DES 20 PREMIERS TRANSFORMATEURS MONDIAUX, PAR VOLUME DE LAIT TRANSFORMÉ

	Société	Pays du siège	Lait transformé en M <sup>3</sup> téq lait	C.A. estimé /kg lait en USD
1	Dairy Farmers of America	États-Unis	29.2	0,5
2	Fonterra	Nouvelle-Zélande	23.7	0,6
3	Lactalis	France	19.6	1,1
4	Arla Foods	Danemark/Suède	13.9	0,8
5	Nestlé	Suisse	13.7	1,8
6	Friesland Campina	Pays-Bas	13.6*	1,0*
7	Saputo	Canada	9.8*	1,1*
8	Dean Foods	États-Unis	9.4	0,8
9	Amul	Inde	9.3	0,7
10	Danone	France	8.6	2,0
11	DMK	Allemagne	8.1*	0,9*
12	California Dairies	États-Unis	7.7	0,5
13	Yili	Chine	7.2*	1,4*
14	Glanbia	Irlande	6.5	0,6
15	Mengniu	Chine	6.4	1,4
16	Agropur	Canada	6.3	0,8
17	Sodiaal	France	4.9	1,2
18	Müller	Allemagne	4.6*	1,1*
19	Schreiber Foods	États-Unis	4.5*	1,1*
20	Savencia	France	4.1	1,3

Source : IFCN \*estimation

5

# LA TRANSFORMATION FACE À UNE DOUBLE COMPÉTITION

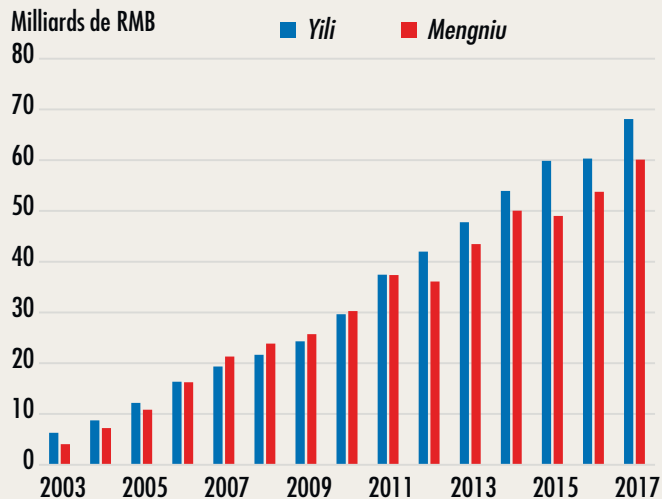


**Yili** a été créée en 1993, sur les bases d'une coopérative laitière fondée en 1956 qui a ensuite évolué en une entreprise de transformation (*Hohhot Hui Min Dairy Product Processing Factory*). À peine trois ans plus tard, elle devenait la première laiterie chinoise à être cotée en bourse, battant les entreprises d'État *Bright Dairy* et *Sanyuan*. En 1999, elle établissait le premier département en Chine consacré aux produits liquides (lait liquide, yaourts et boissons lactées).



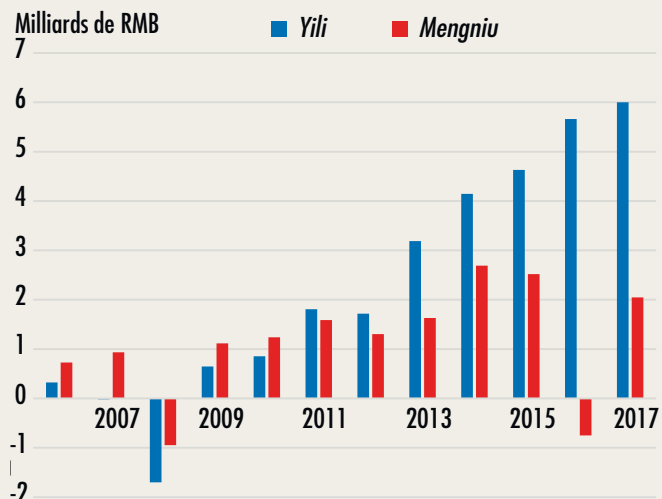
La même année, un vice-président de la société *Yili* démissionne et crée l'entreprise *Mengniu* qui va s'imposer comme le premier rival de *Yili*. Les deux sociétés vont évoluer ensemble et assoir leur domination sur le secteur de la transformation laitière chinoise.

## ÉVOLUTION DES CHIFFRES D'AFFAIRES DES DEUX PREMIERS INDUSTRIELS LAITIERS CHINOIS



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après rapports annuels des entreprises

## ÉVOLUTION DES BÉNÉFICES NETS DES DEUX LEADERS INDUSTRIELS LAITIERS CHINOIS



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après rapports annuels des entreprises

Ces deux géants chinois se placent également parmi les premières entreprises mondiales, aussi bien en termes de chiffres d'affaires que de volumes de lait traités. Selon la *Rabobank*, *Yili* et *Mengniu* sont entrés en 2017 dans le cercle fermé des 10 premiers transformateurs mondiaux, respectivement à la 9<sup>ème</sup> et 10<sup>ème</sup> places. *Yili* souhaite entrer dans le top cinq d'ici 2020 et atteindre un chiffre d'affaires de plus de 100 milliards RMB (13 milliards d'euros).

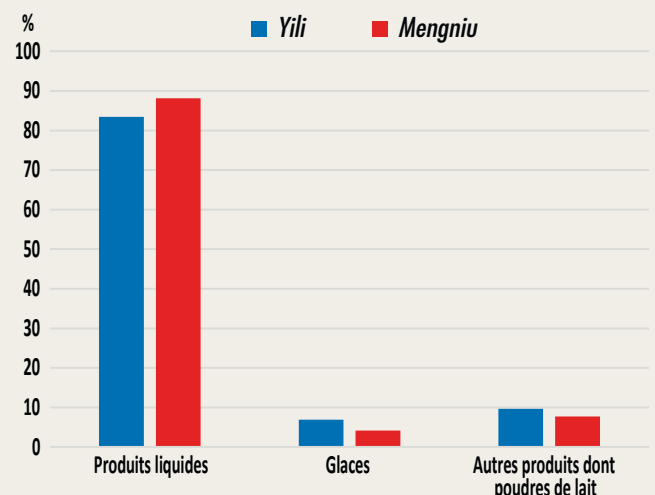
Leur volume de lait transformé leur permet d'entrer dans le Top 20, *Yili* à la 13<sup>ème</sup> place et *Mengniu* à la 15<sup>ème</sup>, avec entre 6 et 7 millions de tonnes eq. lait traitées annuellement. Si *Danone* affiche la meilleure valorisation du lait transformé, avec un chiffre d'affaires de 2 USD/kg lait, *Yili* et *Mengniu* se classent 2<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup> avec 1,4 USD/kg lait. Ce niveau découle de leur stratégie axée sur le haut de gamme pour valoriser un lait dont le coût d'achat en Chine est relativement élevé.

Les deux géants disposent d'usines réparties dans toute la Chine, même si leur nombre est plus important dans le Nord, pour des raisons historiques. L'utilisation de la technologie UHT, à partir de la fin des années 90, leur a permis de se développer rapidement à partir de sites de fabrications éloignés des zones de consommation et de couvrir peu à peu l'ensemble du pays. La capacité de transformation de *Mengniu* se chiffre à 9,2 millions de tonnes tous produits laitiers confondus en 2017, tandis que celle de *Yili* est de 7,7 millions de tonnes, dont 93% de « produits liquides ».

Les deux leaders s'affrontent sur les mêmes terrains. La répartition de leur chiffre d'affaires par catégorie de produits est en effet relativement proche. Les « produits liquides » représentent entre 80 et 90% de leur chiffre d'affaires.

Le lait de consommation est l'un des piliers de *Mengniu*, parmi lesquels le lait UHT représente encore plus de 40% du chiffre d'affaires de la société en 2017. Les produits fermentés ont fortement progressé ces dernières années et comptent en 2017 pour 29% des ventes du n°2 chinois.

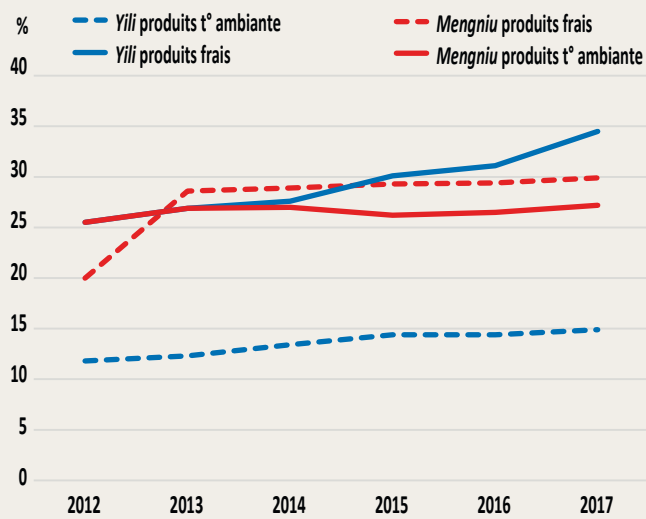
## RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE DEUX LEADERS PAR CATÉGORIE DE PRODUITS



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après rapports annuels des entreprises

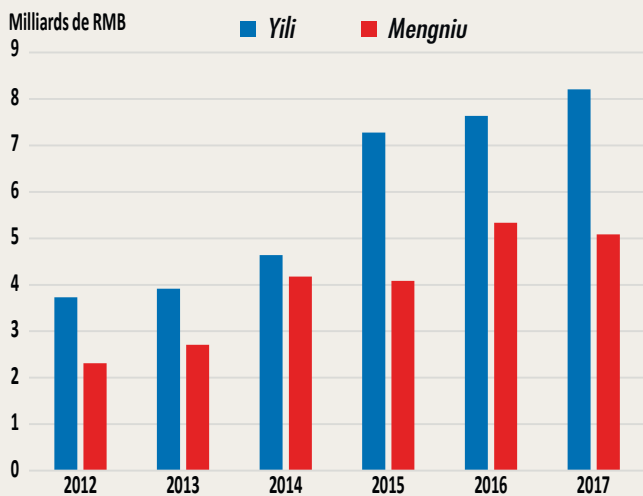


### ÉVOLUTION DES PARTS DE MARCHÉ DE YILI ET DE MENGNIU POUR LES «PRODUITS LIQUIDES»



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après sources diverses

### ÉVOLUTION DU BUDGET PROMOTION ET PUBLICITÉ DE YILI ET MENGNIU



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après rapports annuels des entreprises

En termes de parts de marché des « produits liquides », *Yili* possède un léger avantage avec une part de marché proche de 30%, quelques pourcents au-dessus de son rival. Le marché des produits liquides est donc tenu à plus de 50% par les deux transformateurs nationaux, grâce à des produits phares et des moyens importants consacrés à la communication, laissant peu de place à leurs quelques 600 concurrents.

Le mix produit des deux entreprises diffère cependant fortement entre produits frais et produits à température ambiante. Les produits laitiers à température ambiante (UHT) sont devenus le point fort de *Yili*, avec 35% de part de marché, contre 25 à 30% pour *Mengniu*. À l'inverse, *Mengniu* domine largement le segment des produits frais, avec une part de marché de 30%, près du double de celle de son concurrent direct, notamment grâce aux yaourts frais produits en coopération avec Danone.

*Yili* possède un avantage certain sur le marché des poudres de lait infantile. Le n°1 chinois a établi son activité de lait en poudre en 2007 tandis que *Mengniu* a dû investir dans la société *Yashili* en 2013 pour se placer sur le marché. Le retard pris par le n°2 chinois et les mauvais résultats de *Yashili* ont permis à *Yili* de dégager un chiffre d'affaires sur ce segment deux fois plus élevé que son rival. Cependant, le marché chinois des poudres de lait infantiles est dominé par les marques étrangères et *Yili* est loin d'être leader parmi les entreprises chinoises, se plaçant derrière *Feihe* et *Ausuntria*.

Pour atteindre un tel niveau de suprématie, les deux leaders ont misé sur la communication. La concurrence entre les deux entreprises laitières nationales est féroce et les marques sont au centre de la bataille commerciale. En conséquence, les entreprises sont plus disposées à réduire leurs coûts et à augmenter leurs investissements dans la communication et le marketing. Le budget promotion et publicité des deux géants a été multiplié par 2 entre 2012 et 2017. Il atteint les 12% du chiffre d'affaires pour *Yili* et dépasse les 8% pour *Mengniu*. Mais surtout, ce seul budget de *Yili*, 8 milliards de RMB en 2017 (soit plus d'1 milliard d'euros), est plus important que le chiffre d'affaires du 5<sup>ème</sup> transformateur laitier chinois (et le budget de *Mengniu* est supérieur au chiffre d'affaires du 7<sup>ème</sup> transformateur chinois). Cette force de frappe vise notamment les consommateurs de la génération née dans les années 1990, à travers des spots à la télévision, des animations en magasin ou dans la rue, le sponsoring... *Mengniu* a ainsi été sponsor officiel de la coupe du monde 2018 en Russie, et a même eu Lionel Messi comme représentant. Après avoir été sponsor des Jeux Olympiques d'été à Pékin en 2008, *Yili* sera à nouveau sponsor pour les prochains Jeux Olympiques d'hiver en 2022 en Chine.

La recherche et développement fait également partie de la stratégie de conquête des deux leaders, afin de garder une longueur d'avance sur leurs concurrents. Ainsi, en 2017, *Mengniu* a présenté sur le marché 42 nouvelles glaces. Ces efforts nécessitent des moyens financiers importants. Entre 2012 et 2017, le budget de recherche et développement de *Yili* a été multiplié par 3,5 et celui de *Mengniu* par 2,5. Mais les sommes consacrées à cette activité restent bien inférieures à celles des grands transformateurs étrangers, aussi bien en valeur qu'en part du chiffre d'affaires. Ainsi, en 2017 *Yili* y a consacré 209 millions de RMB, soit 27 millions d'euros, et 0,3% de son chiffre d'affaires, à comparer aux 83 millions d'euros *FrieslandCampina* (0,7% de son CA).



Affiche publicitaire de Mengniu (avec Lionel Messi) lors de la Coupe du Monde de Football 2018.

## LA TRANSFORMATION FACE À UNE DOUBLE COMPÉTITION

### Des entreprises transprovinciales au développement contraint

Juste en dessous des leaders, se trouvent les entreprises transprovinciales, qui ont émergé au sein d'une Province avant d'élargir leur zone de commercialisation, sans pour autant atteindre un niveau national. Il s'agit de *Bright Dairy* à Shanghai, *Junlebao* au Hebei, *Sanyuan* à Pékin, *New Hope Dairy* au Sichuan... Leur chiffre d'affaires est compris entre 4 et 20 milliards de RMB. Malgré une croissance régulière, elles sont distancées par les deux leaders. Elles cherchent donc à gagner des parts de marché dans leur zone d'influence tout en essayant de grignoter les marchés dans le reste du pays.

Plusieurs d'entre elles proviennent de fermes laitières d'État. Tout au long de l'ère Mao, le lait était une marchandise strictement contrôlée, réservée aux détenteurs de cartes de rationnement désignées et ayant des besoins spéciaux, physiques (bébés, sportifs handicapés et infirmes) ou intellectuels (cadres supérieurs et personnalités sociales). Pour répondre à cette demande limitée, des fermes laitières d'État productrices de lait frais ont été établies à proximité des grands centres urbains, notamment en 1956 la *Shanghai Milk Company* (devenue aujourd'hui *Bright Dairy*) et la *Beijing Milk Station* (aujourd'hui *Sanyuan*).



En 2017, *Bright Dairy* affiche un chiffre d'affaires supérieur à 20 milliards de RMB (2,6 milliards d'euros en 2017) et se classe ainsi dans ce club très fermé qui ne compte que 3 entreprises, mais sa valeur boursière n'est que de 1/10 de celle de *Yili*. Elle réalise plus du ¼ de ses ventes dans la région de Shanghai, qui est également un lieu privilégié des produits importés et des produits haut de gamme des concurrents chinois. Une grande partie de ses débouchés se trouvent également dans le centre et le sud-ouest du pays. Initialement située sur un marché habitué au lait frais, la société a pendant plusieurs années résisté à la technologie UHT de Tetra Pak. *Bright Dairy* reste ainsi le leader des produits pasteurisés dans le sud-est de la Chine. En 2009, *Bright Dairy* fut la première entreprise chinoise à commercialiser un yaourt à température ambiante et est restée seule sur ce marché jusqu'en 2013. Les produits fermentés, à température ambiante ou frais, représentent plus de la moitié (près de 800 000 t) des volumes de produits laitiers fabriqués par la vingtaine de sites industriels de la société.



Créée en 1995 dans la province du Hebei, près de Pékin, *Junlebao* s'est hissée en 2017 à la 4<sup>ème</sup> place des transformateurs chinois, grâce à un chiffre d'affaires supérieur à 10 milliards de RMB. Touchée par la crise de la mélamine, elle a bénéficié du soutien du gouvernement de la province du Hebei, désireux de tourner la page après la faillite du leader laitier local, *Sanlu*. L'entreprise était dans les années 2000 un des grands fabricants de produits fermentés dans le nord du pays. Mais sa forte croissance de ces dernières années découle pour une bonne part de la montée en puissance des ventes de poudres de lait infantiles, qui ont doublé entre 2016 et 2017 pour atteindre 2,5 milliards de RMB. Elle est devenue la plus grande entreprise laitière du Hebei. Depuis 2010, elle est une filiale de *Mengniu*, qui détient 51% des parts de l'entreprise.



Avant 2008, *Sanyuan*, une entreprise publique sous l'autorité du gouvernement municipal de Beijing, était un acteur relativement petit parmi les marques nationales de produits laitiers, principalement présent sur le marché du lait frais de Pékin. La crise de la mélamine a permis à l'entreprise de grossir rapidement.

Contrairement à la plupart des autres grands transformateurs comme *Yili*, *Mengniu* ou *Bright Dairy*, *Sanyuan* n'a pas été impliqué dans la crise de la mélamine, ne produisant pas de poudre de lait infantile et ses produits ayant été testés négatifs à la présence du contaminant. Elle a pu acquérir les usines de l'entreprise *Sanlu*, au cœur du scandale de 2008, qui sont situées dans la province voisine du Hebei. Fort de sa réputation et de cette acquisition, son chiffre d'affaires a bondi de 70% entre 2008 et 2009. Ses fabrications sont aujourd'hui diversifiées : du lait pasteurisé, du lait UHT, des yaourts, du fromage et de la poudre de lait infantile. Ses principaux marchés se situent à Pékin et dans le nord du pays, mais elle cherche à élargir ses zones de commercialisation en entrant dans des provinces du Sud, comme celles du Jiangsu et du Hunan. Sur Pékin, *Sanyuan* posséderait 35% de parts de marché des produits fermentés et plus de 90% du marché du lait pasteurisé. L'entreprise fabrique également des fromages. Elle possède 50% de Mc Donald Pékin, 25% de Mc Donald Canton et fournit 75% des fromages de l'enseigne sur Pékin. Les autres clients en fromages sont majoritairement des fast-foods, les restaurants, les pizzerias... la grande distribution étant peu représentée.



Le siège et la majorité des activités de *Huishan* sont situées dans la province du Liaoning, au nord-est de la Chine. Elle a basé son développement sur l'intégration en son sein de toutes les activités de production, de la culture de la luzerne à la transformation en passant par l'élevage. Avec 82 fermes laitières et 200 000 animaux, elle est la 2<sup>ème</sup> entreprise de production laitière derrière *Modern Dairy*. Ses ventes de lait liquide et de poudre de lait infantile sont essentiellement dans le nord-est et jusqu'à Pékin. Mais depuis 2017, l'entreprise est dans la tourmente après la révélation de comptes truqués, d'une dette sous-estimée et du détournement d'argent par des dirigeants. Son action a perdu 90% de sa valeur et si l'activité et les ventes se poursuivent, 5,5 milliards de RMB de chiffre d'affaires d'après les dernières données disponibles en 2017, la restructuration de la dette pèse sur son avenir.



*New Hope Dairy* est une des plus récentes entreprises laitières en Chine. Créée en 2001 dans le Sichuan (sud-ouest de la Chine) par le géant agricole *New Hope*, dont les activités s'étendent de l'alimentation animale et l'élevage aux activités bancaires et à l'assurance, l'entreprise a grossi par croissance externe. Plutôt que de développer une marque propre, l'entreprise a dans un premier temps racheté 13 transformateurs laitiers régionaux, majoritairement dans le centre et l'ouest du pays (Sichuan, Yunnan, Hunan...) pour acquérir une taille lui permettant d'entrer au sein des dix plus grands transformateurs nationaux. Cependant, ces achats pèsent sur les comptes de la société à travers un endettement très élevé qui inquiète les experts, alors qu'elle doit entrer en bourse en 2018. Son chiffre d'affaires est estimé à 4,42 milliards de RMB en 2017 (environ 580 millions d'euros).



Fondée en 1963 dans la province du Heilongjiang, dans le nord-est de la Chine, *Wandashan* (ou *Wondersun de son nom international*) s'est d'abord centrée sur les poudres de lait infantiles, avant de se diversifier au milieu des années 2000 vers les produits liquides, lait UHT, et produits frais. Cette évolution s'est accompagnée d'une extension géographique avec la construction de sites de fabrication éloignés de sa base historique, au Hebei, à Tianjin, dans le Shandong... Avec 24 filiales et une capacité annuelle de transformation d'1 million de tonnes de lait et un chiffre d'affaires de 4,2 milliards de RMB, elle se classerait au 9<sup>ème</sup> rang des entreprises laitières chinoises.

Si ces entreprises n'ont pas encore une envergure nationale, elles cherchent cependant à élargir leur zone de chalandise au-delà de leur province d'origine et des provinces limitrophes, concurrencent d'autres transformateurs sur leur terrain. Ainsi, *Sanyuan* basé à Pékin, s'est aventuré à Shanghai en créant *Shanghai Sanyuan Dairy Co., Ltd.* Mais la concurrence de l'entreprise locale, *Bright Dairy* est pour l'instant trop forte et la filiale de *Sanyuan* perd de l'argent. De son côté, *Bright Dairy* a annoncé en 2018 un investissement de 350 millions de RMB pour construire une usine dans la province du Guangdong (Canton). *New Hope*, originaire du sud-ouest de la Chine, a construit un site de production dans la province du Hebei, proche de Pékin, pour approvisionner la région de Pékin-Tianjin-Hebei.

**Des laiteries provinciales qui tentent de trouver leur place**

Bien que moins nombreuses, les ventes des grandes sociétés laitières continuent de progresser dans les villes de 3<sup>ème</sup> et 4<sup>ème</sup> rang et sur les marchés ruraux, réduisant l'espace vital des transformateurs provinciaux. Ces sociétés sont localisées dans des provinces peu laitières et leur zone de chalandise se situe dans leur province d'origine et dans les provinces limitrophes. Ces dernières tentent de segmenter le marché en jouant la carte de leur spécificité régionale. Leur chiffre d'affaires est inférieur à un milliard de RMB (environ 125 millions d'euros) et peu d'entre elles sont cotées en bourse.

Parmi les plus importantes on peut citer :



**Weigang Dairy**, située dans la province du Jiangsu au sud du pays, a été créée en 1928. Avec 3 milliards de RMB de chiffre d'affaires, dont 70% de produits réfrigérés, elle est une des plus grandes entreprises provinciales et cherche à entrer en bourse.



**Tianrun**, souvent décrite comme un modèle de réussite pour les entreprises laitières régionales, est basée dans l'extrême ouest de la Chine, dans la province du Xinjiang. Son développement a été très rapide. De 2014 à 2017, ses ventes sont passées de 44 000 tonnes à 137 000 tonnes, et son chiffre d'affaires progresse de 60%/an à 1,24 milliard de yuans en 2017. Plus de 60% de ses ventes sont réalisées par les produits fermentés réfrigérés.



**Kedi Dairy** est originaire du Henan, dans le centre du pays. Le président de la laiterie Kedi a déclaré que sa société allait devenir la référence de l'industrie laitière dans la partie centrale de la Chine. Ses ventes, 200 000 tonnes de produits laitiers, sont réalisées pour moitié dans la province du siège (Henan), et pour près du ¼ dans la province voisine du Shandong. La société affiche un chiffre d'affaires de 1,24 milliard de RMB en 2017, un quasi-doublement depuis 2015, et prévoit de doubler ses revenus chaque année au cours des trois à cinq prochaines années. Les produits réfrigérés ne représentent que 30% de ses ventes.



**Yantang Dairy** possède son centre de production et son marché dans la province du Guangdong. Sa production laitière est d'environ 150 000 t pour un chiffre d'affaires de 1,24 milliard de RMB. Sa priorité porte sur les produits laitiers frais. La société adopte à la fois des modèles de vente directe et de vente au détail et a formulé l'objectif d'un développement accéléré dans le Guangdong, mais également en Chine méridionale et annonce vouloir, à terme, devenir une marque nationale.

**CARTE DES ZONES D'ORIGINE DES PRINCIPALES ENTREPRISES LAITIÈRES CHINOISES**



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après rapports annuels des entreprises - Carte réalisée avec Cartes & Données ©Articque

## Une compétition qui s'aiguisé sur les produits haut de gamme

Les transformateurs chinois se livrent une bataille féroce pour capter une part aussi grande que possible du marché national en expansion. Ce marché des produits laitiers n'est pas encore mature, ni en volume ni en diversité des produits consommés. Les phases de montée en puissance de produits se succèdent et la recherche d'opportunités est devenue centrale pour toutes les entreprises chinoises. Si la bataille s'est dans un premier temps portée sur le terrain des prix et des taux de pénétration dans les villes, la différenciation et la segmentation à travers le lait UHT, les yaourts et le lait pasteurisé sont maintenant au cœur de la concurrence entre transformateurs. La plupart misent sur la montée en gamme et visent désormais la diversification dans les fromages.

### Les transformateurs misent sur les produits haut de gamme

Après des importations frénétiques fin 2013 - début 2014, la Chine a connu en 2014 un déséquilibre entre une offre en forte hausse (importations et production nationale) et une consommation en recul sous l'effet du ralentissement de l'économie et de mesures anti-corruption. Les stocks de produits importés ont pesé sur le marché chinois jusqu'en 2016. Mais ils ont pour partie été remplacés par des poudres grasses locales, fabriquées comme produits de report, faute de débouchés. Car les produits laitiers importés, moins chers et considérés comme plus sûrs, ne cessent de gagner des parts de marché.

Face à cette demande modérée et une offre abondante en raison de stocks de produits laitiers qui ne se sont résorbés que lentement, les transformateurs ont d'abord enclenché une guerre des prix via des promotions agressives dans le but de conserver leurs parts de marché et d'écouler leurs stocks. Dans un deuxième temps, pour tenter de limiter la baisse du chiffre d'affaires et conserver leurs marges, les fabricants ont misé davantage sur les produits haut de gamme et délaissé les produits d'entrée de gamme.

Cette stratégie est cohérente avec la contrainte du prix élevé du lait au producteur qui rend les produits bas de gamme peu concurrentiels avec les produits importés ou fabriqués avec des ingrédients importés. Plus de valeur ajoutée permet de rentabiliser le prix d'achat du lait cru. Cette orientation répond également à la demande des consommateurs en quête de produits plus sains, plus nutritifs et plus sûrs. La concurrence pour les produits laitiers haut de gamme dans les villes de 1<sup>er</sup> et 2<sup>ème</sup> rang bat déjà son plein et gagne rapidement les villes de 3<sup>ème</sup> et 4<sup>ème</sup> rang.

La place des produits haut de gamme s'est ainsi considérablement accrue aussi bien dans l'offre de produits laitiers que dans le chiffre d'affaires des transformateurs. La part de marché des laits UHT *premium* aurait atteint 40% en 2016, dont près de 25% pour les seules 3 principales marques.

Le *premium* prend désormais une place prépondérante dans les ventes des transformateurs. L'accent mis sur le haut de gamme a favorisé la progression continue des revenus et du bénéfice net des deux leaders. Les taux de croissance annuels en valeur de ces produits, lait liquide ou produits fermentés, dépassent souvent les 20-30% et peuvent même atteindre les 50%.

Ainsi, la proportion de produits haut de gamme dans les ventes de *Yili* a considérablement augmenté : celle des 3 principaux produits haut de gamme dépassait 30% en 2016. De son côté, *Mengniu* n'a ménagé aucun effort pour emprunter le même chemin en 2016 et atteindrait 50% d'ici 2020 selon la direction. Le chiffre d'affaires de ces produits représentait déjà 45% de ses ventes.

### Une concurrence qui pousse à la segmentation croissante du marché

La concurrence des transformateurs chinois sur les produits laitiers liquides est passée de la concurrence des prix pour des produits quasi-identiques à la différenciation, en suivant le comportement des consommateurs, en quête de produits innovants. Le haut de gamme<sup>1</sup> est la tendance imparable du développement économique rapide actuel de la Chine et de la croissance de la classe moyenne. Les yaourts à basse température et le lait frais mentionnés ci-dessus entrent dans la catégorie haut de gamme.

Dans cette guerre commerciale, les laiteries régionales et transrégionales tentent de résister à la pression des deux leaders comme à celle des produits importés, en s'appuyant sur leurs caractéristiques et ressources régionales.

### La bataille du lait pasteurisé

La domination des deux leaders, *Yili* et *Mengniu*, s'est établie grâce à leur avance prise dans la production et la distribution de lait UHT au début des années 2000. Le produit a peu à peu remplacé le lait pasteurisé alors majoritaire. D'une durée de conservation de 6 mois, le lait UHT a permis d'être fabriqué dans quelques zones laitières et distribué dans tout le pays, répondant ainsi à la demande croissante des consommateurs. Les deux géants ont également pu compter sur le retard de leurs concurrents, tels que *Bright Dairy*, qui a persévéré dans le lait pasteurisé avant de se tourner tardivement vers le lait UHT.

Dans les années 2010, la pression des deux leaders se fait plus forte. Leurs ventes progressent dans les villes de 3<sup>ème</sup> et 4<sup>ème</sup> rang et concurrencent directement les transformateurs locaux. En outre, les produits étrangers tels que le lait UHT, dont les importations ont explosé, prennent des parts de marché dans les villes de la côte. Ces évolutions ont poussé les entreprises régionales et transrégionales à investir dans des produits différenciés pour trouver de nouveaux débouchés.

Le premier choix des entreprises régionales a été de se recentrer sur le lait pasteurisé. Avec une durée de consommation courte de 7 jours, un rayon de distribution limité en Chine à environ 300 km et donc un fort ancrage local, et une image de produit frais et peu transformé, ce lait est apparu comme un bon choix pour se démarquer du lait UHT en utilisant leur force qui est l'approvisionnement local.

Des entreprises régionales, comme *Bright Dairy*, *New Hope* and *Sanyuan*, sont les mieux placées sur ce segment du lait pasteurisé et elles comptent sur la notoriété de leurs marques locales pour élargir ce marché. Mais d'autres entreprises comme *Yantang* ou *Weigang* axent également leur

<sup>1</sup> Il n'existe pas de définition officielle d'un produit haut de gamme, mais les experts estiment que le prix d'un tel produit est au moins 30% supérieur à la moyenne des prix des produits du même segment.

développement sur ce produit. Plus largement, les produits réfrigérés, en incluant les produits fermentés, deviennent prépondérants dans les ventes des entreprises régionales. Ainsi, les ventes de produits laitiers réfrigérés de *New Hope Dairy* est passé de 40% en 2014 à près de 60% en 2017. La proportion atteint 70% chez *Weigang*, dont le Président assimile ces produits à « une arme » massive dans la guerre commerciale.

Mais les contraintes liées aux conditions de transport et de stockage du lait pasteurisé freinent l'expansion géographique de ces sociétés qui doivent, alors créer de nouveaux sites de transformation.

Cette stratégie des entreprises régionales a, en retour, entraîné une réaction des deux leaders nationaux. Car avec le ralentissement de la croissance des produits UHT, *Yili* et *Mengniu* ont intégré les produits réfrigérés, et notamment le lait pasteurisé, dans leur plan stratégique pour ne pas laisser passer cette opportunité. Leurs produits ont donc commencé à pénétrer les marchés laitiers régionaux. En 2017, le président de *Mengniu* a déclaré que le lait pasteurisé constitue un axe majeur dans le développement futur de l'entreprise. La même année, la société a créé une branche dédiée au lait pasteurisé et a lancé début 2018 ses premiers produits. De son côté, *Yili* a relancé le lait pasteurisé en sachet plastique.

Mais selon un proverbe chinois, « Même un dragon puissant ne peut vaincre un serpent chez lui ». Les deux leaders ne connaissent pas le terrain du lait pasteurisé, sur lequel les entreprises régionales possèdent déjà un historique et une reconnaissance des consommateurs. L'avenir dira si la puissance de leur marketing grâce à des marques nationalement connues et leur maîtrise des circuits de distribution peuvent faire la différence.

#### « Un verre de lait rend une nation forte, un morceau de fromage fait prospérer une industrie »

Les autorités chinoises et l'industrie laitière se sont lancées dans la promotion de la consommation et de la fabrication de fromages. Cette orientation s'inscrit plus largement dans la politique de « réforme de l'offre » qui vise, dans tous les secteurs, à augmenter la qualité des produits et à mieux faire correspondre l'offre et la demande. Alors que dans les pays à forte tradition laitière, plus de la moitié du lait collecté est transformée en fromages, en Chine plus de 80% sont utilisés pour fabriquer des produits laitiers liquides. La Chine importe 80% de sa consommation de fromages. De plus, la poudre de lactosérum, sous-produit du fromage et ingrédient majeur pour la fabrication de

poudres de lait infantile, est aussi massivement importée. Les autorités souhaitent ainsi que les fromages deviennent le nouveau moteur pour le développement de l'industrie laitière nationale.

Trois acteurs dominent la fabrication de fromages fondus : *Savencia*, *Bright Dairy* et *Sanyuan*. Si plusieurs entreprises chinoises se sont lancées dans la fabrication de fromage, les marques chinoises de fromages à la vente au détail sont encore peu nombreuses. *Sanyuan*, le transformateur basé à Pékin, a toujours été très présent dans la fabrication de fromages, mais a dû arrêter ses fabrications à base de lait cru, car trop cher pour le marché avec un lait à plus de 400 €/1 000 l. Seul un fromage, le *Beijing Ganlao* (fromage de Pékin), le plus vieux fromage chinois continue d'être fabriqué industriellement dans



Fromage de Pékin fabriqué par Sanyuan

le pays. La société développe cependant la fabrication de cheddar et de mozzarella à partir de matière première importée et retransformée en Chine, pour la restauration rapide étrangère et les grandes surfaces.

Les autres grands transformateurs chinois ont récemment accéléré les investissements et les coopérations pour se positionner sur ce marché naissant. Pour conquérir des parts de marché, *Mengniu* a coopéré avec Arla avec l'objectif de lancer la production annuelle de 13 000 tonnes de mozzarella. *Yili* réorganise le département des fromages et consacre de gros efforts à recruter des talents dans la production, la R&D, la qualité et les ventes des fromages et a lancé des fromages sous forme de snack. En outre, le groupe alimentaire *Bright*, qui possède *Bright Dairy*, a finalisé en 2015 l'acquisition de la plus grande entreprise alimentaire israélienne, *Tnuva*, notamment pour ses activités fromagères.

## Une compétition qui restructure la transformation

### La compétition pour la ressource laitière

Après le scandale de la mélamine, les transformateurs laitiers se sont livrés une forte concurrence pour la maîtrise de la ressource laitière. L'enjeu était, dans un contexte de production laitière stagnante, de sécuriser leurs approvisionnements en lait. Dans le même temps, pour élever la qualité du lait et limiter la concurrence entre transformateurs pour la matière première laitière, la réglementation a fixé à 40% minimum, la proportion de lait cru que les nouveaux projets de transformation devaient « contrôler de manière stable ». Les usines faisant l'objet de rénovation ou d'agrandissements devaient prouver qu'elles pouvaient « contrôler de manière stable » 75% de leur capacité de traitement. Le « contrôle stable » de l'approvisionnement en lait (可控奶源) est défini comme : des fermes laitières construites par les transformateurs, des fermes co-construites avec des partenaires, des investissements dans les entreprises laitières ou des contrats avec des stations de collecte de lait.

Ainsi, les grandes firmes laitières comme *Yili* ou *Mengniu* ont réduit leur approvisionnement auprès des petites fermes laitières familiales et se sont lancées dans la construction des fermes laitières de taille importante et dans la prise de participation sociétés de production laitière. *Yili*, *Mengniu*, *Bright Dairy*, *Wahaha*, *Sanyuan*, *New Hope*, *Beingmate*... ont investi des centaines de millions dans la construction de fermes laitières. *Mengniu* aurait ainsi consacré, au début des années 2010, 4 milliards de RMB (500 millions €) à la construction de 14 élevages de plus de 10 000 vaches chacun. Des prises de participation ont également eu lieu dans des exploitations existantes. *Mengniu* possède notamment 42% des parts de la société de production laitière *Fu Yuan* qui fournit 10% de son approvisionnement en lait. Le 2<sup>ème</sup> transformateur chinois a également, année après année, augmenté sa part dans le capital du premier producteur de lait en Chine, *Modern Dairy*, pour atteindre 61%.

Cependant, ces dernières années, les investissements dans l'amont ont ralenti, compte tenu de la mauvaise santé financière des sociétés de production laitière. Les transformateurs semblent plutôt rechercher à l'étranger des sources de lait moins chères et de bonne qualité.

## LA TRANSFORMATION FACE À UNE DOUBLE COMPÉTITION

### La bataille des circuits de distribution

Au-delà des produits, la concurrence se joue également à travers la maîtrise des circuits de distribution. L'enjeu pour les grands transformateurs laitiers chinois est de pouvoir proposer leurs produits au maximum d'acheteurs potentiels. Dans les zones urbaines, les grandes surfaces et internet permettent de toucher le plus grand nombre. La livraison à domicile est un canal de vente qui prend énormément d'importance. Pour résister à la concurrence des géants nationaux, les sociétés provinciales ont misé sur la livraison à domicile, notamment du lait pasteurisé. *Feihe* assurerait 400 000 livraisons par jour et *Bright Dairy*, qui s'est également lancé dans ce mode de livraison, livrerait 1,2 million de ménages quotidiennement. Les contrats seraient établis sur des périodes de 3 mois, 6 mois ou 1 an.

Mais avec encore près de 45% de la population en milieu rural, la bataille pour conquérir ce marché en développement est engagée. *Yili* a décidé de développer son propre système de logistique. Le leader chinois possède ainsi un important réseau de plus de 300 000 magasins relais, pouvant approvisionner les villes de 3<sup>ème</sup> et 4<sup>ème</sup> rang comme les villages ruraux. *Mengniu* a signé un accord avec

le géant de l'e-commerce, *Alibaba*. Le transformateur laitier utilisera le réseau de distribution de la plate-forme électronique pour accroître ses parts de marché hors e-commerce. Les commandes arriveront directement dans les structures de *Mengniu* situées dans les grandes agglomérations et seront ensuite distribuées par le réseau d'*Alibaba*.

### Une compétition qui pousse à l'entrée en bourse

Ces dernières années, la concurrence sur le marché des produits laitiers est devenue de plus en plus féroce. Si la plupart des grandes entreprises laitières comme *Yili*, *Mengniu*, *Bright Dairy*, *Sanyuan*, *Huishan*... sont déjà cotées en bourse, d'autres envisagent de le devenir. Pour résister à la pression des leaders et des produits importés, les sociétés provinciales ou transprovinciales doivent investir massivement dans des outils de transformation, dans la R&D, mais également dans les acquisitions de concurrents. Cela nécessite des capitaux importants, ce qui explique l'entrée en bourse de certaines d'entre elles, comme *New Hope* ou *Junlebao*. Ainsi, l'objectif de *New Hope* serait d'avoir les moyens de poursuivre sa croissance externe tandis que *Junlebao* cherche d'abord à développer davantage son activité de lait en poudre.

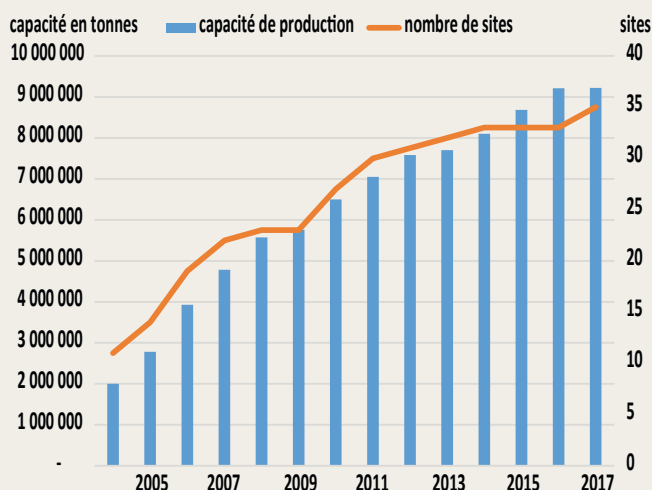
La stratégie est différente pour les plus petites entreprises qui cherchent à accroître leur capital dans l'objectif de résister à la pression d'acquisition d'entreprises plus grosses mais voient dans l'entrée en bourse un bon atout dans les négociations, si elles ne peuvent résister au rachat (surtout pour les bonus des dirigeants !).

### Une concurrence qui crée des surcapacités

La concurrence entre les transformateurs nationaux, à laquelle s'ajoute celle des produits importés, a généré d'importantes surcapacités à partir des années 2010. La volonté de couvrir une partie de plus en plus grande du territoire et d'offrir de nouveaux produits se heurte souvent à la réalité du marché et à ses fluctuations. Par exemple, la capacité de transformation du lait de *Mengniu* a doublé en 10 ans, à plus de 9 millions de tonnes de produits laitiers en 2017. Mais toutes les usines ne tournent pas à plein. Ainsi, en 2016, un des sites de *Mengniu* à Hohhot ne fabriquait que 1 200 t/j de produits pour une capacité de 2 000 t.

*Sanyuan*, la société de Pékin, connaît le même problème. La compétition avec les leaders limite la fabrication, notamment de lait UHT. Elle a mis à l'arrêt des lignes de lait UHT installées dans les années 1990 qui auraient dû permettre de conquérir le marché national. La surcapacité touche également les fabricants de poudre de lait infantile. Ainsi, en 2015, la société *Feihe*, n'a fabriqué que 50 000 t malgré une capacité totale de fabrication de 150 000 t/an.

### ÉVOLUTION DE LA CAPACITÉ DE PRODUCTION ET DU NOMBRE DE SITES DE MENGNIU



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après rapports annuels des entreprises

## Des investissements à l'étranger croissants

### Une internationalisation des capitaux chinois qui concerne également le secteur laitier

Conscientes des faibles ressources foncières et hydriques de leur pays, les sociétés laitières chinoises se sont lancées dans des acquisitions d'entreprises dans de nombreux pays étrangers, encouragés par la politique nationale d'investissements à l'étranger initiée dans les années 2000.

Une des premières raisons expliquant les investissements vient du prix élevé du lait en Chine. La matière première laitière représente en effet la partie la plus importante des coûts de production : chez *Yili*, près de 90% dans les produits liquides, 80% dans les poudres de lait et un peu plus de 70% dans les glaces. Il s'agit donc d'abaisser le coût de production. Ensuite, les entreprises chinoises font face à des contraintes liées aux ressources foncières et hydriques limitées et aussi à la défiance des consommateurs chinois vis-à-vis des produits locaux. Ces investissements permettent de trouver des volumes de lait à des prix moins élevés, d'acquérir un savoir-faire en élevage comme en transformation... et de vendre des produits laitiers grâce à l'image de fabrications venant de l'étranger.

Comme le montre la carte, les implantations sont concentrées dans les pays de l'OCDE. Les premiers investissements ont eu lieu en Océanie, Nouvelle-Zélande et Australie, qui bénéficient d'accords de libre-échange et dont les relations économiques avec la Chine dans le domaine agricole, sont anciennes. Dans ces deux pays, les achats ont concerné des exploitations laitières comme des sites de transformation. On peut citer en Nouvelle-Zélande, l'investissement de *Bright Dairy* dans *Synlait* en 2010, de *Yili* dans *Oceania Dairy*, de *Pengxin Group* dans des fermes laitières, *Beingmate* crée une co-entreprises avec *Fonterra*... et en Australie, l'investissement d'*Ausnutria*

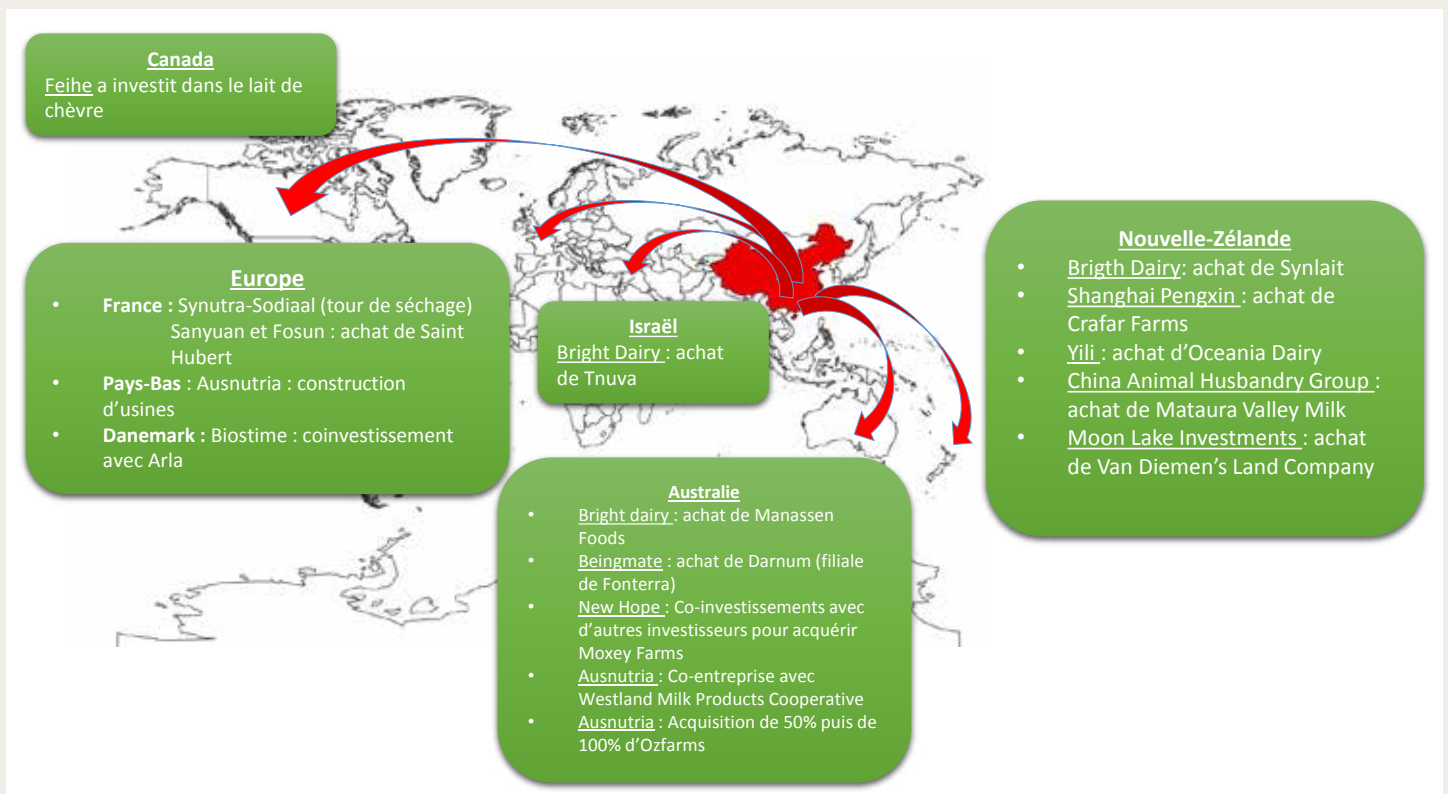
dans *Ozfarm*, l'entrée de *New Hope* dans un consortium pour racheter *Moxey's farm* et ses 3 400 vaches,...

Ensuite, les firmes laitières chinoises se sont tournées vers l'Ouest avec des investissements en Europe, mais également en Israël où *Bright Dairy* a racheté *Tnuva*, entreprise laitière israélienne en 2014-2015. Les investisseurs chinois ont ciblé la France (*Synutra* et *Biostime*), les Pays-Bas (*Ausnutria*), le Danemark (*Biostime*)... Plus récemment, ils se sont déplacés en Amérique du Nord. Ainsi *Feihe* a investi au Canada dans la poudre de lait de chèvre et *Sanyuan* a racheté des laiteries canadiennes.

Les investisseurs chinois ont d'abord privilégié la fabrication de poudres de lait, produit au cœur du scandale de la mélamine, dont l'origine étrangère est un avantage certain aux yeux des consommateurs chinois, en termes de sécurité sanitaire. Les industriels chinois ont voulu jouer à armes égales avec les industriels étrangers. Puis, comme la compétition s'est étendue au lait liquide, dont les importations ont rapidement progressé à partir de 2014, les investissements chinois dans les laits liquides ont suivi, en Océanie, en Europe ou sur le continent américain.

Les investissements réalisés à l'étranger sont entrepris par les grandes entreprises chinoises (*Yili*, *Mengniu*, *Bright Dairy*, *Sanyuan*), par celles pour lesquelles la poudre de lait infantile représente une part importante du chiffre d'affaires (*Ausnutria*, *Biostime*, *Synutra*...), mais également par des investisseurs, parfois peu liés à l'agriculture. C'est le cas de *Pengxin Group*, société diversifiée mais surtout connue pour ses activités immobilières et *Lu Xianfeng*, investisseur qui a créé *Moon Lake Investment* en Australie pour racheter les 25 fermes laitières et 30 000 têtes de *Van Diemen's Land Company*.

### CARTE NON EXHAUSTIVE DES INVESTISSEMENTS LAITIERS CHINOIS À L'ÉTRANGER



## LA TRANSFORMATION FACE À UNE DOUBLE COMPÉTITION

Ces investissements ne sont pas toujours bien accueillis, et provoquent parfois des tensions. En Nouvelle-Zélande, l'opération de rachat de fermes par le groupe *Pengxin* n'a pas été sans mal : elle a d'abord été longuement débattue, notamment au Parlement national, face à la crainte de voir des terres passer aux mains d'étrangers. En Australie, le bureau d'étude KMPG et l'université de Sydney ont publié en 2013 un rapport titré « Démystifier les investissements chinois en Australie » montrant que ceux-ci ne concernaient que 1% des terres agricoles du pays et que 10% étaient détenus par des investisseurs d'autres nationalités. Puis Dairy Australia, l'association nationale de l'industrie laitière, a publié un guide des investissements dans le secteur laitier...traduit en chinois.

Enfin, la volonté des entreprises chinoises d'effectuer des avancées dans la recherche et développement ne se manifeste pas seulement par des rachats ou des co-entreprises avec des industriels. *Mengniu* a établi des coopérations avec plus de 30 universités et centres de recherche et a créé avec Arla un centre de coopération technique pour le fromage, le beurre et les poudres de lait. *Yili* a inauguré en 2014 un centre de recherche et développement privé sur le campus de Wageningen.

### Des conséquences à l'étranger mais également en Chine

Ces investissements rebattent les cartes concernant les importations chinoises. Avec un lait moins cher, une production plus régulière, et un produit considéré comme plus sûr par les consommateurs chinois, les firmes laitières chinoises ont trouvé un moyen d'augmenter leur chiffre d'affaires en contournant les freins de la production laitière chinoise. Car si le lait étranger est bien à destination de l'Empire du Milieu, la valeur ajoutée et les bénéfices le sont souvent également. Ces investissements assurent un débouché à la production laitière dans les pays concernés, mais la maîtrise de la valeur ajoutée échappe aux acteurs locaux. Selon certains experts, près de 50% de la poudre

de lait importée en Chine en 2018 serait produite par des laiteries à capitaux chinois.

Cette stratégie chinoise a également des répercussions dans le pays. Elle accentue le cercle vicieux où les produits importés freinent le développement de la filière locale...tirant les importations pour satisfaire la demande en progression constante et amplifiant la surcapacité chinoise en production et en transformation. Elle est donc en partie responsable de la stagnation de la production laitière chinoise et des difficultés auxquelles font face les producteurs. Ces investissements s'inscrivent dans une logique de croissance du chiffre d'affaires des transformateurs, sans se préoccuper des conséquences sur le maillon amont.

### Des investissements chinois qui commencent à cibler les consommateurs étrangers

Si la bataille pour le marché intérieur n'est pas encore gagnée, les deux géants laitiers *Yili* et *Mengniu* cherchent à se forger une stature de *global players* et à développer leur chiffre d'affaires hors de la féroce compétition du marché chinois, en procédant à des investissements à l'étranger destinés à conquérir de nouveaux consommateurs sur de nouveaux marchés. Ainsi, *Yili* a créé une filiale en Indonésie "*Green Asian Food Indonesia Co., Ltd*" spécialisée dans les glaces. *Mengniu* a également ciblé ce pays où il prévoit de construire une usine de boissons lactées et de produits fermentés. L'ambition de ces deux firmes ne se limite pas au marché indonésien, mais englobe tout le sud-est asiatique, en s'inscrivant dans le projet des « Nouvelles Routes de la Soie ». Certains produits de *Mengniu* fabriqués en Nouvelle-Zélande, comme la marque Deluxe, sont ainsi exportés vers la Malaisie et le Cambodge, après Hong-Kong et Macao. En 2018, *Yili* a émis l'intention de racheter 51% d'un transformateur laitier pakistanais, dont l'objectif est de prendre place sur ce marché et de poursuivre son internationalisation.



Signature d'un accord pour la création d'un centre de recherche entre *Yili* et l'Université néerlandaise de Wageningen en 2014.





## Des investissements étrangers en Chine aux résultats incertains

### La bataille des circuits de distribution

Si la production laitière chinoise fait face à de nombreuses contraintes, investir en Chine dans l'amont ou dans l'aval peut se révéler une stratégie payante. L'objectif est de se rapprocher du marché chinois et de bénéficier des circuits de distribution des transformateurs chinois. Les entreprises étrangères évitent ainsi les obstacles liés à l'importation et peuvent compter, en cas de problème, sur l'appui de leur partenaire chinois ou du réseau de relations tissé au fil des ans.

Nestlé est le plus ancien investisseur toujours présent en Chine. L'entreprise suisse a initié sa présence en Chine dès 1990 grâce à une coentreprise avec une petite société d'État locale, *Shuangcheng City Dairy Industrial Corporation*, dans le Heilongjiang, avant d'entrer dans d'autres associations avec des partenaires de dimension locale (Hong-Kong, Qingdao) puis de créer des filiales en propriété exclusive. Elle possède notamment un centre de formation dans la province du Heilongjiang où viennent se former des techniciens et cadres des fermes laitières chinoises.

Ainsi, des entreprises comme Arla ou Danone, ont décidé de s'allier à *Mengniu*, à travers des sociétés en joint-venture pour la production commune, de yaourts pour Danone et la création d'un centre de technologie laitière et des coopérations tout au long de la chaîne de production pour Arla.

### De la difficulté de trouver le bon partenaire en Chine

Mais trouver le bon partenaire n'est pas toujours chose aisée en Chine où les implantations étrangères ne sont pas toujours couronnées de succès. On peut ainsi rappeler qu'en 2008 Fonterra était associée à l'entreprise chinoise leader sur le marché des poudres de lait infantiles, *Sanlu*, qui fut au cœur du scandale de la mélamine. *Sanlu* a disparu, en partie rachetée par ses concurrents et sa présidente condamnée à la prison à vie. En 2015, Fonterra, qui n'a pas renoncé au marché chinois, crée une coentreprise avec la société *Beingmate*, spécialisée dans la nutrition infantile, et se porte également acquéreur de près de 19% du capital de son partenaire chinois, pour près de 50 millions d'euros. En 2017, *Beingmate* a annoncé un résultat négatif pour la deuxième année consécutive (130 millions d'euros en 2017 après plus de 100 millions en 2016) et, début 2018, le cours de son action a été divisé par 3 par rapport à son niveau de 2015. Ces résultats ont contribué au départ précipité du PDG de Fonterra au 1<sup>er</sup> semestre 2018.

FrieslandCampina a également subi des revers. En 2014, la coopérative néerlandaise a investi 90 millions d'euros dans une coentreprise avec

la firme chinoise *Huishan* au capital de laquelle elle investit en outre 24 millions d'euros. En 2017, *Huishan* connaît de graves difficultés financières, incapable de rembourser ses créanciers. Le cours de son action perd 90% de sa valeur en une journée et la responsable financière de la firme disparaît des radars. FrieslandCampina, qui subit des pertes estimées à plus de 60 millions d'euros, a racheté la totalité des actifs de la coentreprise pour 2 millions de dollars.

Danone, présent en Chine depuis 1992 à travers une coentreprise, n'a pas non plus été épargnée par les mauvais investissements. En 2014, l'entreprise française acquiert 25% de *Yashili*, spécialisée dans les poudres infantiles et les poudres de lait de soja. Mais depuis 2015, l'entreprise chinoise n'affiche que des résultats négatifs et Danone a vu sa participation se déprécier.

Au-delà des stratégies consistant à s'allier à des partenaires chinois, certaines sociétés étrangères décident d'investir seules. L'entreprise française Savencia possède une société d'importation de fromages et un site de fabrication à Tianjin depuis la fin des années 1990. BSI (Bongrain Schneider International) produit et commercialise essentiellement des fromages sous la marque Milkana, à partir de matière première importée. La construction d'une seconde usine à Tianjin est à l'étude pour fabriquer des fromages fondus, de la mozzarella râpée faite sur place, du cheddar râpé.

Lactalis, après avoir un bureau à Shanghai, a également franchi le pas en rachetant en 2017 un élevage et une petite usine de fabrication de yaourts près de Shanghai, avec l'objectif de développer la production de fromage.

Yoplait, filiale de l'américain General Mills (51%) et de Sodial (49%), présent depuis les années 90 à travers une franchise consentie à un industriel danois, possède également une usine en Chine depuis 2015 où sont fabriqués des yaourts haut de gamme.

D'autres entreprises, comme Laïta misent pour l'instant sur une présence commerciale, grâce à un bureau à Shanghai, pour promouvoir la marque « Bai Shang », déclinaison de Paysan Breton en mandarin.

Si les investissements en Chine peuvent paraître risqués, compte tenu de la difficulté à estimer la fiabilité des partenaires et de la part importante du relationnel pour la réussite des affaires, l'exportation de produits, seule, ne permet toujours pas de s'insérer à long terme dans le marché chinois. La proximité avec les consommateurs, les liens avec les autorités publiques, la connaissance fine du marché, la capacité de résilience après un événement... nécessitent souvent une implantation industrielle ou une association avec un partenaire local.

6

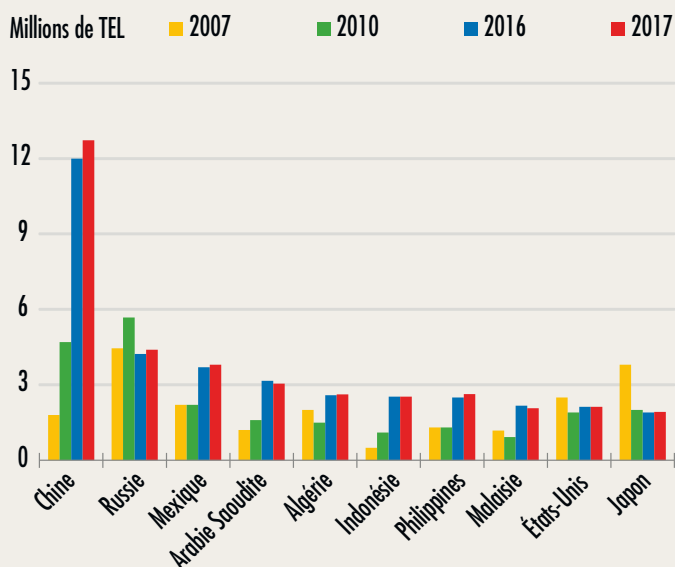
# DES IMPORTATIONS DESTINÉES À PROGRESSER ENCORE

La Chine est devenue le premier importateur mondial de produits laitiers. Ces achats portent principalement sur des ingrédients, comme les poudres (grasses, maigre, lactosérum), mais s'étendent peu à peu aux produits de grande consommation (lait liquide, beurre, crème, fromages...). La consommation chinoise évoluant, le pays ne peut se passer des importations et a conclu des accords de libre-échange avec de grands exportateurs (Nouvelle-Zélande, Australie). Si la Nouvelle-Zélande reste le premier fournisseur de l'Empire du Milieu en produits secs et en matières grasses, la hausse des importations prévue dans les années à venir devrait permettre aux concurrents de prendre des parts de marché. Mais ces opportunités se doublent de risques liés aussi bien à la réglementation chinoise changeante qu'aux à-coups du marché intérieur chinois.



## La Chine absorbe 20% des flux mondiaux

ESTIMATION DE PRINCIPAUX IMPORTATEURS DE PRODUITS LAITIERS



Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après FAO & Trade Map

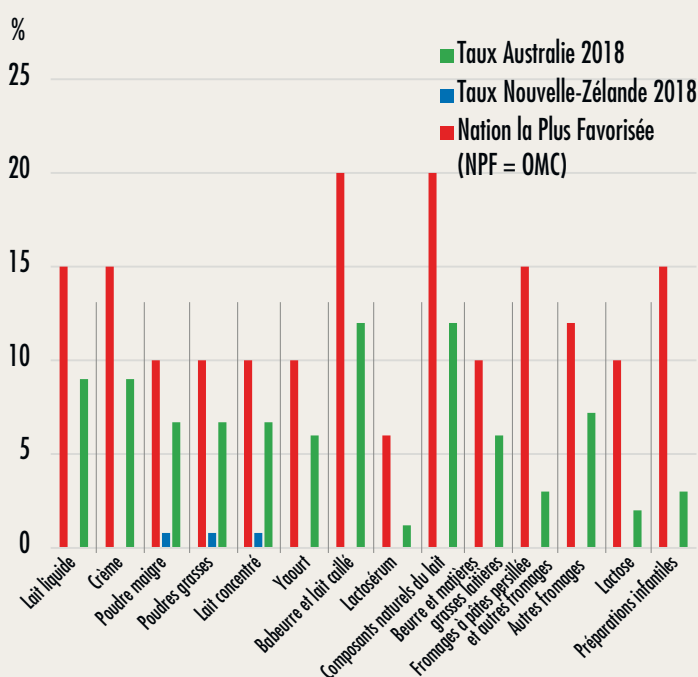
Depuis le scandale de la mélamine en 2008, les importations chinoises ont progressé très rapidement, hissant le pays au rang de premier importateur mondial de produits laitiers depuis 2011. Évalués à plus de 12 millions de tonnes équivalent lait en 2017, un peu moins de 20% des volumes équivalents lait échangés sur le marché mondial, ces achats ont placé la Chine devant la Russie et le Mexique, qui ne réalisent chacun que le tiers des importations chinoises.

Imposants sur le marché mondial, ces achats le sont également au sein du pays puisqu'ils représenteraient entre 25 et 30% de la consommation en équivalents.

Faibles avant 2008, les exportations chinoises, sont devenues quasi-inexistantes après le scandale de la mélamine. D'une part, de nombreux pays ont en effet interdit l'importation de produits laitiers chinois et de l'autre la production locale stagnante a décroché par rapport à la consommation en hausse. Ainsi, les exportations de poudres grasses, qui avaient approché 60 000 t en 2008, dépassent à peine les 1 000 t en 2017. Les envois de lait liquide, en fort recul depuis 10 ans, se situent autour de 20 000 t, à destination de Hong-Kong. Seuls les envois de peptones n'ont pas été affectés et affichent des volumes totaux de 200 000 t, vers La Russie, le Japon...

## Un marché assez ouvert

COMPARAISON EN 2018 DES DROITS DE DOUANE AD VALOREM DÉCLARÉS À L'OMC ET NÉGOCIÉS DANS LES ALE AVEC LA NOUVELLE-ZÉLANDE ET L'AUSTRALIE



Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après textes des accords de libre-échange.

### Des droits de douanes relativement bas

L'entrée de la Chine dans l'OMC en 2001 a acté la baisse des droits de douane, déjà entamée au cours des années 90. Ceux sur les poudres grasses ont été divisés par 2, à 10% depuis 2001, tandis que ceux sur la poudre maigre ramenés aussi à 10% ont été réduits de moitié. Les niveaux de protection sur la poudre de lactosérum et les laits infantiles sont restés inchangés, à 6% et 15% respectivement. Les réductions les plus importantes ont concerné les produits les plus élaborés comme les yaourts, (de 34% à 10%), le beurre (de 36,7% à 10%) et les fromages (de 34,8% à 12% ou 15%).

Ces taux NPF restent relativement bas comparés à ceux appliqués par les pays voisins asiatiques, comme le Japon et la Corée.

Pourtant, afin de satisfaire sa population et limiter les hausses de prix, les autorités chinoises ont depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2012, décidé une baisse temporaire et renouvelable des droits de douane sur les produits n'ayant pas été concernés par l'accord d'entrée dans l'OMC. Ainsi, la poudre de lactosérum bénéficie d'une diminution des droits de 6% à 2% et les poudres de lait infantiles de 15% à 5% et même certains fromages de 15% ou 12% à 8%.

En outre, afin de diversifier ses approvisionnements et de contenir les prix, la Chine a conclu des ALE (Accords de libre-échange) avec un nombre croissant de pays. En 2018, la Chine qui avait signé 13 ALE, était en discussion pour 10 nouveaux accords et 4 accords déjà en vigueur étaient en renégociation. Parmi ces accords, deux ont des conséquences majeures sur le commerce de produits laitiers. L'un avec la Nouvelle-Zélande, est entré en vigueur le 1<sup>er</sup> octobre 2008, à l'époque du scandale de la mélamine. Le second avec l'Australie, conclu en 2015, accorde aux exportateurs australiens les mêmes avantages à terme qu'aux néozélandais. L'élimination des droits de douane s'étalera sur 4 ans pour les laits infantiles, 9 ans pour le lait liquide, les yaourts, les fromages et 11 ans pour la poudre de lait.

Ces accords donnent un avantage tarifaire à ces deux pays qui comptent parmi les premiers fournisseurs de la Chine en produits laitiers. Ainsi, en 2019, tous les produits laitiers néozélandais seront exemptés de droits de douane, tandis que ceux en provenance d'Australie ne seront plus que la moitié de ceux appliqués par la Chine aux autres pays et seront éliminés en 2024 ou 2026 selon les produits.

L'application des droits de douane réduits, pour les produits des deux pays, sont cependant soumis à des contingents dont les volumes augmentent chaque année.

### Mais un accès au marché qui peut se révéler compliqué

Si les barrières tarifaires sont limitées, l'accès au marché n'est pas pour autant aisé. Les autorités chinoises peuvent jouer sur le volet administratif ou sanitaire pour freiner les importations. Ainsi, l'ouverture du marché pour de nouveaux produits peut prendre plusieurs années.

Tout d'abord, un protocole a été signé entre la France et la Chine reconnaissant l'équivalence des systèmes vétérinaires et sanitaires français et autorisant ainsi l'exportation des produits laitiers vers la Chine. Depuis 2014, la réglementation chinoise prévoit l'agrément sanitaire spécifique des entreprises étrangères pour l'exportation de produits laitiers en Chine. Chaque société doit constituer un dossier de demande d'autorisation d'exportation accompagné du détail des produits qu'elles veulent exporter. Elle doit ensuite être incluse dans une liste publiée par les autorités chinoises. En 2018, 265 entreprises françaises étaient agréées pour les produits laitiers autres que les poudres de lait infantile. Les listes sont actualisées deux fois par an, mais, l'attente peut être très longue, supérieure à 6 mois. En 2017, les entreprises étatsuniennes et allemandes de lait liquide ont par exemple été confrontées à des délais d'approbation de leur site de fabrication de lait liquide relativement longs, limitant de fait le nombre d'entreprises pouvant exporter en Chine.

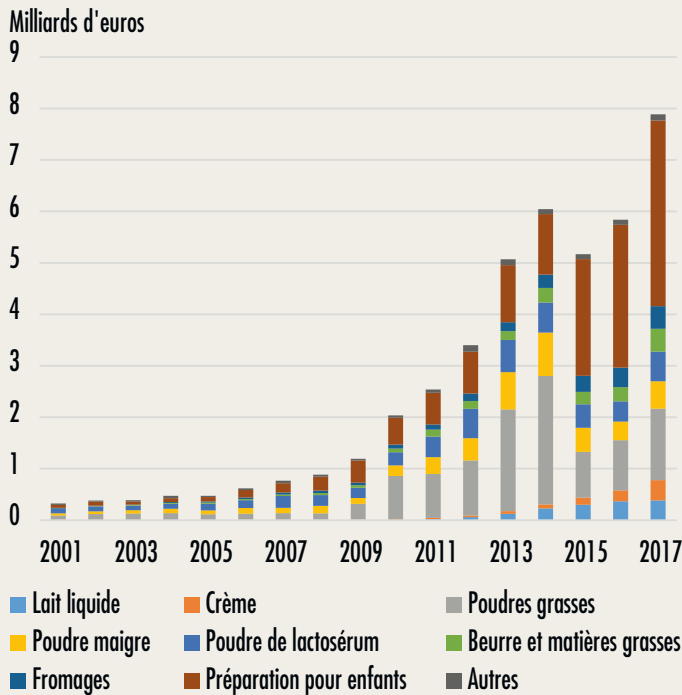
En outre, les exportateurs doivent s'enregistrer auprès des douanes chinoises et les importateurs de produits laitiers doivent solliciter une licence d'importation auprès des autorités chinoises.

Enfin, les poudres de lait infantile font l'objet d'une réglementation distincte, les produits devant faire l'objet d'un agrément individuel (cf chapitre 3).

# 6 DES IMPORTATIONS DESTINÉES À ENCORE PROGRESSER

## Des importations en forte croissance depuis 2008

### IMPORTATIONS CHINOISES EN VALEUR



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après Trade Map

Si la tendance des importations depuis 2008 est fortement haussière, le rythme des importations peut varier selon la conjoncture locale, les prix du marché international et l'évolution de la monnaie chinoise.

Avant 2008, les importations chinoises étaient faibles, même si elles avaient doublé en valeur entre 2002 et 2008. Suite à la crise de la mélamine, les importations ont été multipliées par 9 en neuf ans, 8 milliards d'euros, pour représenter 18% du commerce mondial des produits laitiers.

De 1,5% des importations agricoles et agroalimentaires totales chinoises en 2008, elles ont bondi à 7%, devenant ainsi le 3<sup>ème</sup> poste d'importation de produits agricoles, derrière le soja et les viandes. Les préparations pour nourrissons représentent désormais près de la moitié de ces importations en valeur, suivies des poudres grasses (20%).

Les produits dont les volumes ont le plus progressé entre 2008 et 2017 sont les laits liquides conditionnés (x124), dont les importations étaient quasi-inexistantes, la crème (x44) et les poudres grasses (x10).

### Un coup d'arrêt des importations en 2014

Les importations n'ont pas progressé régulièrement depuis 2008. L'à-coup le plus important eût lieu au 2<sup>ème</sup> semestre 2014, suite à un déséquilibre important entre une offre en forte hausse et une consommation en recul.

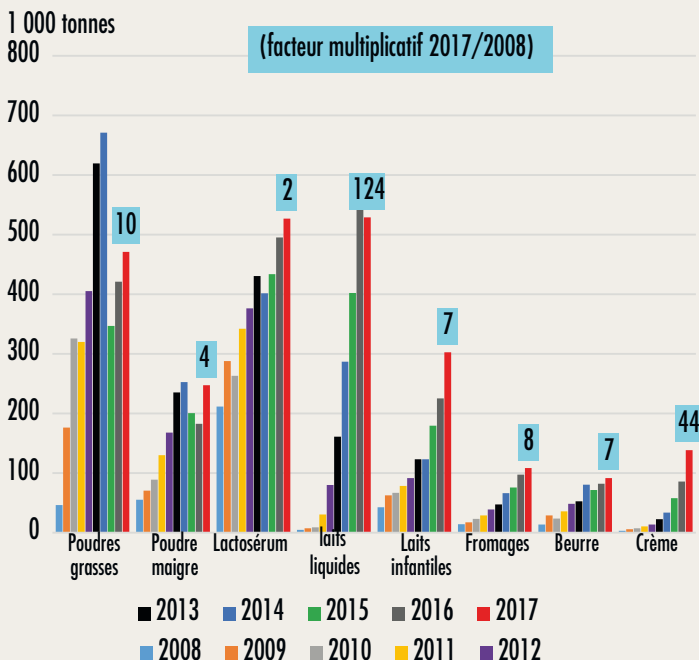
### La Nouvelle-Zélande, 1<sup>er</sup> fournisseur de la Chine

Considérés comme plus sûrs, les achats de produits importés ont explosé, facilités par les faibles barrières à l'entrée. La Chine est ainsi devenue le premier importateur de poudres grasses et de lactosérum sur le marché international et le 2<sup>ème</sup> importateur de poudre maigre (hors commerce intra-UE).

L'Empire du Milieu se retrouve très dépendant des exportations néozélandaises qui couvrent les 3/4 des achats chinois de poudres grasses et maigre, et plus de 90% pour les seules poudres grasses. Ces envois bénéficient de plusieurs contingents tarifaires à droits de douane réduits ou nuls dans le cadre de l'Accord de Libre Echange (ALE) entré en vigueur le 1<sup>er</sup> octobre 2008. Le volume de poudres grasses et maigre autorisé à entrer sur le territoire chinois avec des droits de douanes préférentiels augmente chaque année de 5%, pour atteindre 197 500 t en 2023. Le contingent est en général rempli en seulement un ou deux mois par les produits néo-zélandais, et les importateurs de poudres de lait néo-zélandaises doivent, dès le mois de février ou de mars, s'acquitter des droits pleins. Cette hausse ne freine cependant pas les envois, qui, en fin d'année, dépassent largement les volumes des contingents.

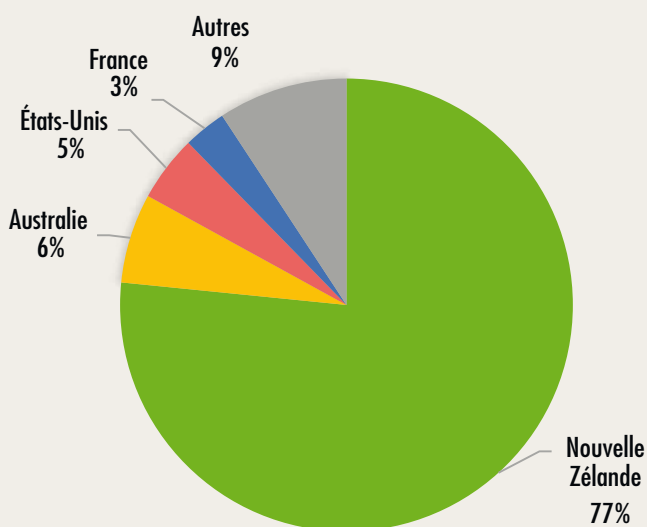
Ces fortes importations de poudres ingrédients s'expliquent d'une part par une faible production nationale de poudre maigre et des volumes de poudres grasses trop chers et insuffisants pour satisfaire la demande.

### IMPORTATIONS CHINOISES EN VOLUME



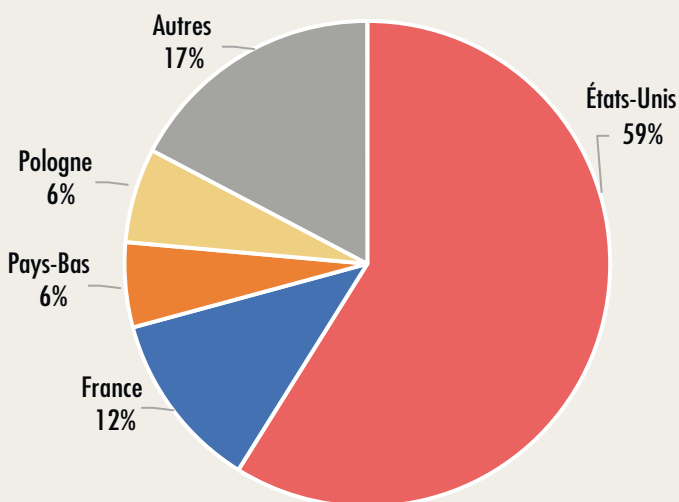
Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après Douanes chinoises

### IMPORTATIONS CHINOISES DE POUDRES GRASSES ET MAIGRES PAR PAYS FOURNISSEUR - 2017



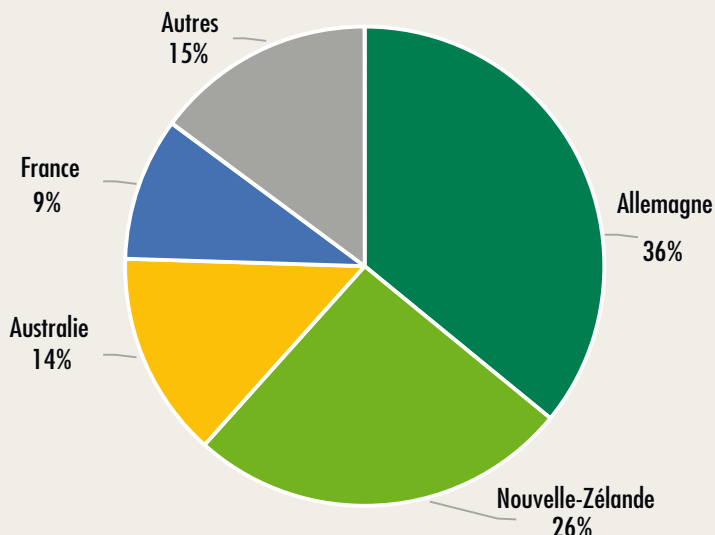
Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après Trade Map

### IMPORTATIONS CHINOISES DE POUDRE DE LACTOSÉRUM PAR PAYS FOURNISSEURS - 2017



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après Trade Map

### IMPORTATIONS CHINOISES DE LAIT LIQUIDE PAR PAYS - 2017



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après Trade Map

Les poudres grasses seraient utilisées dans les préparations pour nourrissons (25% des volumes importés), le lait de consommation (30%), les boissons lactées (20%) et les produits de boulangerie (25%). La poudre écrémée entrerait principalement dans les fabrications de boissons lactées et de préparations pour nourrissons.

Les industriels chinois peuvent souvent substituer les poudres grasses et maigres en fonction des prix sur le marché international. Ainsi, en 2017, les bas prix de la poudre maigre en Europe comme en Océanie ont tiré les importations chinoises (+35% /2016) tandis que celles de poudres grasses ne progressaient que de 12%.

#### Les États-Unis et la France, premiers fournisseurs de poudre de lactosérum

Les États-Unis et de la France sont les deux principaux fournisseurs de la Chine en poudre de lactosérum, avec respectivement 59% et 12% des volumes en 2017. La France vend surtout de la poudre déminéralisée destinée à la fabrication de préparations pour nourrissons, tandis que les produits étatsuniens sont en majorité utilisés dans l'alimentation animale et pour partie dans l'alimentation humaine (glaces,...). Ainsi les grands industriels laitiers chinois, comme *Yili, Feihe, Sanyuan...* achèteraient du lactosérum auprès d'entreprises françaises.

Contrairement aux poudres de lait, la Nouvelle-Zélande n'est que le 13<sup>ème</sup> fournisseur de poudre de lactosérum. Cela tient aux faibles disponibilités néozélandaises : de moindres fabrications fromagères et une part importante des fabrications sont incorporée dans les fabrications de poudres grasses pour normaliser les teneurs.

Après avoir subi les conséquences de la crise de 2014, les importations de poudre de lactosérum ont repris leur hausse tendancielle pour atteindre un niveau historique, supérieur à 500 000 t en 2017. Cette forte résilience, au sein des ingrédients laitiers, s'explique par la très faible production chinoise de fromages donc de lactosérum. La Chine est ainsi devenue le premier importateur mondial de poudre de lactosérum.

#### Explosion des importations de lait liquide

Le marché chinois a également attiré de nombreux fournisseurs de laits liquides conditionnés, dont les importations, quasiment inexistantes avant 2008, ont dépassé 500 000 t en 2016 et 2017, plaçant la Chine au premier rang des importateurs mondiaux (hors commerce intra-UE).

Les volumes importés ont été multipliés par 17 entre 2011 et 2017, dépassant de loin la hausse enregistrée par les autres produits. Bien que très élevé, ce chiffre reste marginal au regard de la production locale, environ 3% sur 2017.

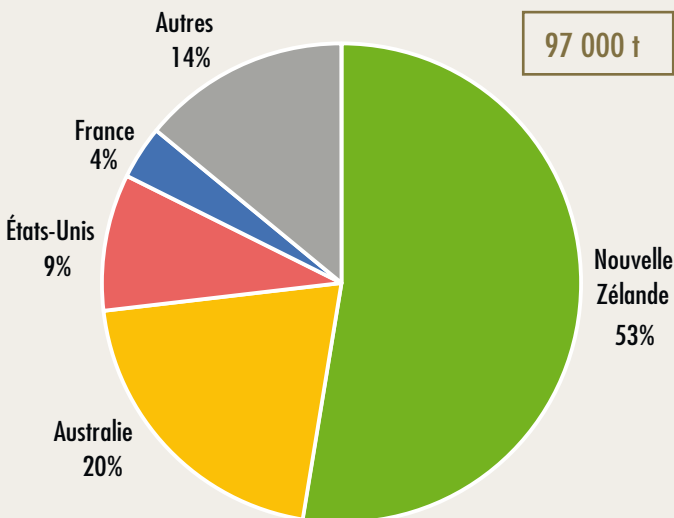
L'Europe se taille la part du lion avec 70% des expéditions sur le marché chinois, l'Allemagne dominant le marché avec 36% des flux à elle seule. Les produits français sont bien placés avec 9% des volumes. Les droits de douane sur le lait liquide sont de 15%, plus importants que sur les autres produits laitiers, en moyenne à 10%. Ils ne constituent cependant pas un frein majeur aux importations. Les réglementations administratives et sanitaires représentent les barrières les plus importantes aux flux entrant sur le territoire et expliquent notamment la quasi-absence des États-Unis sur ce marché (126 t en 2017). En valeur, les importations de lait conditionné dépassent 380 millions d'euros et se rapprochent des achats de fromages et de beurre/matière grasse, qui se chiffrent chacun à 440 millions d'euros.

L'attrait du marché chinois pour les entreprises étrangères s'expliquait également, il y a quelques années, par une marge supérieure à celle de la majorité des autres produits laitiers. Mais la forte concurrence récente, notamment par les importations, semble avoir drastiquement réduit les marges. Le prix reste un facteur primordial expliquant les achats chinois de lait liquide importé. Le prix du lait étranger vendu sur le marché chinois reste très compétitif, voire même inférieur au lait liquide local. Le ralentissement de la croissance économique mondiale a également

6

# DES IMPORTATIONS DESTINÉES À PROGRESSER DANS L'AVENIR

## IMPORTATIONS CHINOISES DE FROMAGES PAR PAYS - 2017

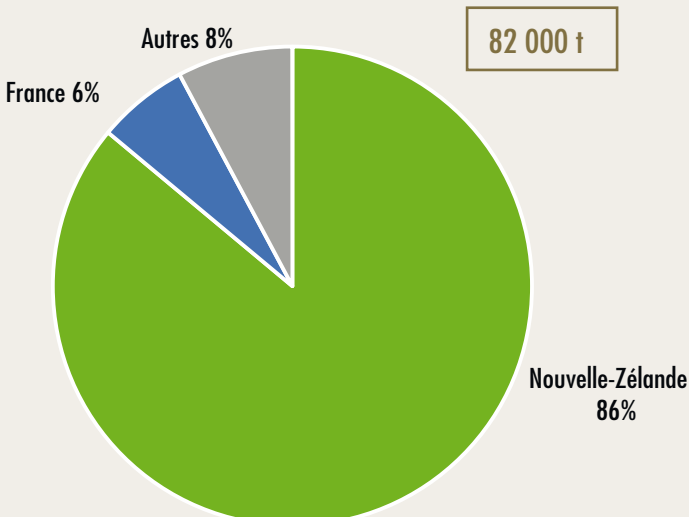


Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après Trade Map



Du fromage fondu importé en vente dans un supermarché chinois

## IMPORTATIONS CHINOISES DE BEURRE PAR PAYS - 2017



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après Trade Map

eu pour conséquence une baisse du prix du fret international, facteur non négligeable lorsqu'il s'agit de transporter des produits liquides, forcément pondéreux.

Si les volumes de lait UHT importés sont globalement minimes face à la production locale, leur part dans le segment haut de gamme est relativement élevée et entre en compétition avec les produits haut de gamme développés par les transformateurs nationaux.

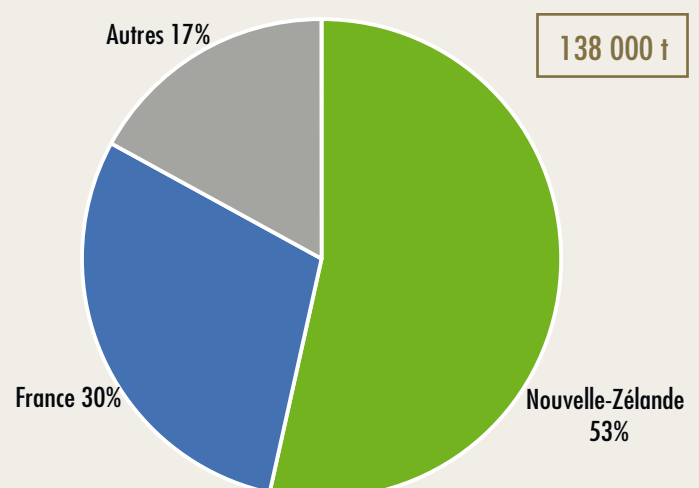
### Forte progression des importations de fromages et de matières grasses

Le développement de la restauration occidentale et des pâtisseries-viennoiseries ont depuis quelques années tiré les importations chinoises de beurre, crème et fromages. Si elle ne place que 7<sup>ème</sup> importateur mondial de fromages, la Chine a déjà la première place en ce qui concerne la crème et la deuxième place pour le beurre, derrière la Russie.

Les fromages sont dans l'immense majorité des fromages ingrédients utilisés dans la restauration rapide, les pizzas... Les volumes de fromages fondus importés vendus au détail progressent aussi, mais restent encore marginaux. Le beurre et la crème importés sont destinés à remplacer les produits végétaux longtemps utilisés par les industriels locaux.

Pour ces 3 produits, la Nouvelle-Zélande s'affiche comme premier fournisseur de la Chine, avec des parts de marché variant entre 53% pour les fromages et la crème et 86% pour le beurre. La France demeure bien placée sur ces produits, 2<sup>ème</sup> fournisseur de beurre et de crème, et 4<sup>ème</sup> fournisseur de fromages.

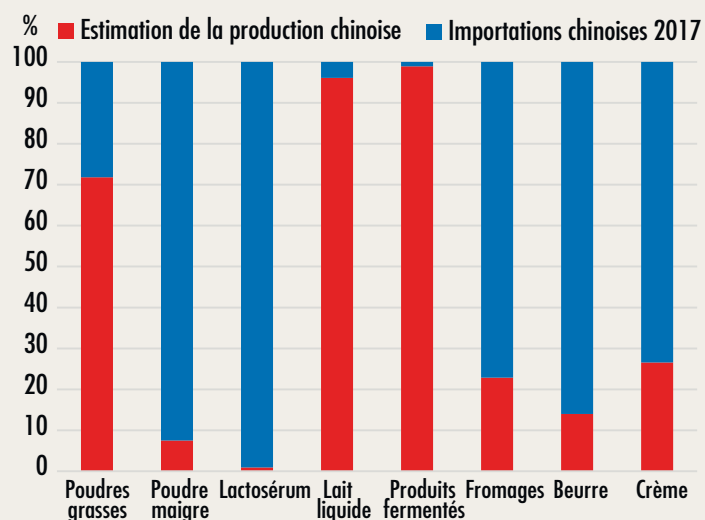
## IMPORTATIONS CHINOISES DE CRÈME PAR PAYS - 2017



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après Trade Map

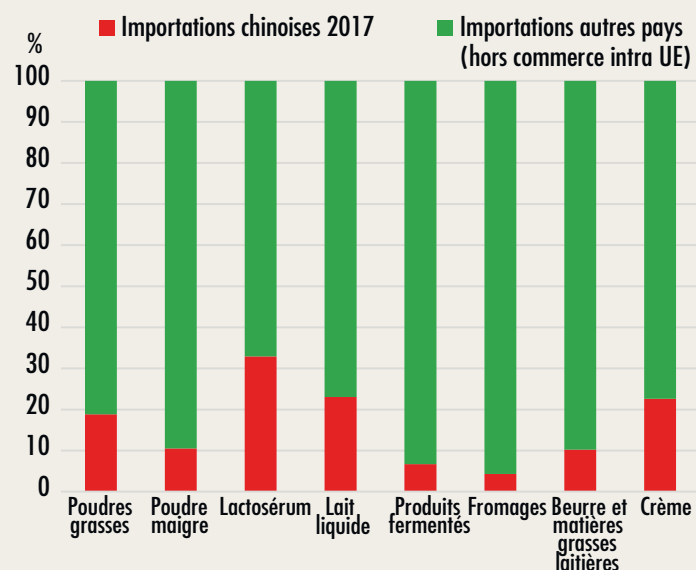
## La demande chinoise pèsera encore plus sur le marché mondial des produits laitiers

### ESTIMATION DE LA PART DES IMPORTATIONS DANS L'OFFRE DE PRODUITS LAITIERS EN CHINE (EN VOLUME)



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après Trade Map et sources diverses

### ESTIMATION DE LA PART DES IMPORTATIONS CHINOISES DANS LE COMMERCE MONDIAL (EN VOLUME)



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après Trade Map

Dans des documents officiels publiés en 2016, les Autorités chinoises prévoyaient la poursuite de la hausse des importations, malgré une lente progression de la production, qui n'a en réalité pas eu lieu.

Ces documents anticipaient une hausse de 70% par rapport à 2015, pour atteindre 18,8 millions de tonnes équivalent lait en 2025. La hausse de la demande serait ainsi couverte aux 2/3 par des importations supplémentaires. Mais la production chinoise ayant reculé en 2016 et 2017, les importations ont déjà été, et vont continuer à être plus importantes que prévues.

Ces achats sur le marché international devraient également être motivés par une demande croissante en produits à haute valeur ajoutée en beurre, crème et fromages ingrédients, peu fabriqués en Chine.

En creux, les experts et les Autorités chinoises estiment que les différentes mesures prises pour redresser la filière ne permettront pas de rééquilibrer le marché d'ici 2025 et que les importations seront de plus en plus nécessaires.

La Chine devrait ainsi amplifier sa dépendance vis-à-vis des marchés internationaux. La place croissante de la Chine sur le marché mondial des produits laitiers devrait accroître les opportunités pour les pays exportateurs, mais également les risques liés aux aléas du marché intérieur chinois et la versatilité des Autorités chinoises.

Rappelons que le retrait de la Chine du marché international en 2014 a coïncidé avec la suppression des quotas laitiers dans l'Union européenne. Effective au 1<sup>er</sup> avril 2015, la suppression des quotas avait cependant été anticipée par les éleveurs dès 2014 dans plusieurs pays : motivés par des prix élevés, ils avaient largement dépassé les volumes nationaux attribués. Ces volumes supplémentaires avaient accru l'offre mondiale, également abondée par l'Océanie et les États-Unis. La combinaison de la hausse des volumes produits et de la baisse de la demande du 1<sup>er</sup> importateur mondial a entraîné la chute du prix du lait dans les grands bassins exportateurs.

Les marchés internationaux des produits laitiers continueront donc, au cours des prochaines années, de dépendre toujours plus de la demande et des décisions Autorités chinoises.

DOSSIER  
CHINE

PRODUITS  
LACTIERS

N° 492  
Octobre 2018  
18 €

# Économie de l'élevage



## SÉLECTION DE PARUTIONS RÉCENTES DES DOSSIERS ÉCONOMIE DE L'ÉLEVAGE (GEB)

**Dossier Espagne.** La filière laitière caprine.  
N° 492 - Octobre 2018

**Dossier marchés mondiaux des produits  
lactiers en 2017.** Perspectives 2018. N° 490 -  
Juin 2018

**Dossier marché mondial de la viande  
bovine 2017.** Perspectives 2018. N° 489 -  
Mai 2018

**Dossier annuel Ovins 2017.**  
Perspectives 2018. N° 488 - Avril 2018

**Dossier annuel Caprins 2017.**  
Perspectives 2018. N° 487 - Mars 2018

**Dossier annuel Bovins lait 2017.**  
Perspectives 2018. N° 486 - Février 2018

**Dossier annuel Bovins viande 2017.**  
Perspectives 2018. N° 485 - Janvier 2018

**Dossier Nouvelle-Zélande.** Filière laitière.  
N° 484 - Décembre 2017

**Dossier Australie.** Filières viandes ovine et bovine.  
N° 483 - Novembre 2017

**La filière lait bio en Europe.** Comment les  
filières lait « bio » se développent en Europe du Nord.  
N° 482 - Octobre 2017



Conception de la maquette : Béta Pictoris (beta.pictoris@free.fr) - Évolution de la maquette : Marie-Thérèse Gomez (mariposaris@free.fr)

Mise en page et iconographie : Leila Assmann

Crédits photos : ©JM Chaumet/Institut de l'Élevage Couverture P4-8-9-10-11-13-15-16-20-24-25-31-52- ©G You/Institut de l'Élevage P10-12-13-24-  
©www.sohu.com P35 - ©www.china.investinholland.com P46 - ©Evrenkalinbacak\_Fotolia P48 - ©DR Institut de l'Élevage P2-14-47

Directeur de la publication : Martial Marguet

Imprimé à Imprimerie Centrale de Lens - N°ISSN 1273-8638 - N° IE 0018501049

Abonnement : 160 € TTC par an : Technipel - Email : technipel@idele.fr - Tél. : 01 40 04 51 71

Vente au numéro : 10 € le téléchargement sur <http://www.idele.fr> - <http://technipel.idele.fr>

Confédération  
Nationale de l'Élevage  
**CNE**