


LA PUÉRICULTURE EN CHINE, L'ÉMERGENCE D'UN MARCHÉ PROMETTEUR

La puériculture en Chine, un marché en plein essor



En 2018, la Chine comptait **50 millions d'enfants entre 0 et 3 ans** ce qui en fait **le 2ème plus grand marché de la puériculture** après l'Inde. Les naissances continuent **d'augmenter de 10%** chaque année depuis 3 ans grâce à la disparition de la politique de l'enfant unique. Cette augmentation s'accompagne d'une **hausse constante des ventes de produits de puériculture**, aussi bien Online qu'Offline, elle atteindra **les 14,5% d'ici 2023**. Il est intéressant de constater que si la demande augmente, elle augmente pour les produits de qualités et principalement pour les produits d'importation grâce à la confiance que placent les consommateurs chinois dans **les marques étrangères**

Une nouvelle génération de parents

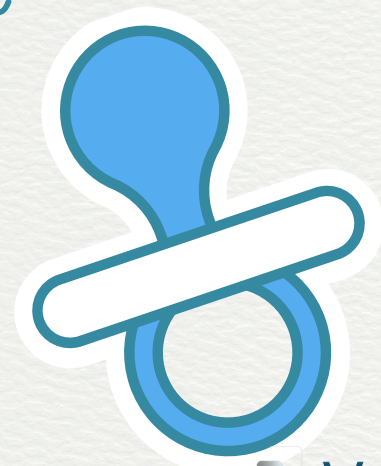
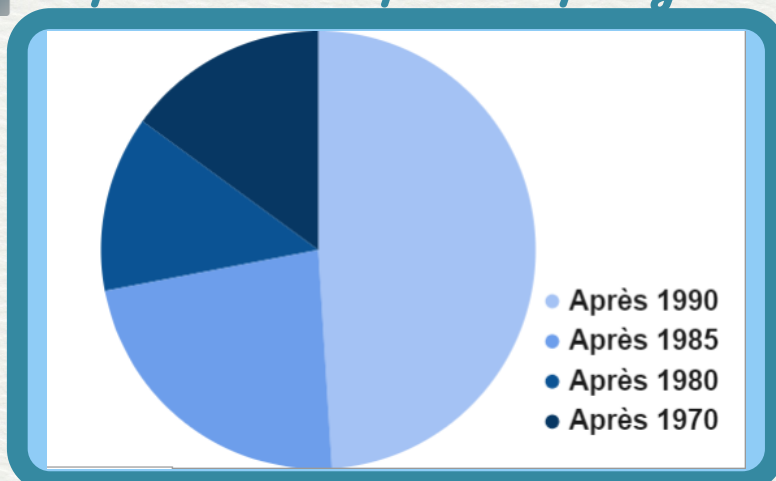
Ces dernières années, en Chine, émerge une révolution de la puériculture influencée par l'occident et menée par la nouvelle génération de parents. Nés dans **les années 90**, ils ont eu accès à une meilleure éducation et ont de plus hauts revenus que la génération précédente. Ils ont, de ce fait, des priorités différentes. Les attentes de ces nouveaux consommateurs se focalisent sur:

- **les ingrédients**
- **l'origine**
- **la sécurité**
- **la qualité**
- **le prix**



Il reste intéressant de noter que le budget par enfant a drastiquement augmenté depuis ces **10 dernières années** et que de nombreux parents se disent prêts à dépenser plus pour "donner le meilleur à leur bébé". Étant d'une génération élevée dans l'abondance matérielle, ces nouveaux couples ont aujourd'hui une demande plus large de produits autrefois peu utilisés tels que **les lotions, les crèmes, les poudres, et les gels douches pour bébé**. Cette génération de parents est également **très active sur les réseaux sociaux** d'où arrivent les nouvelles tendances en matière de produits de puériculture.

Répartition des parents par génération



LA PUÉRICULTURE EN CHINE, L'ÉMERGENCE D'UN MARCHÉ PROMETTEUR

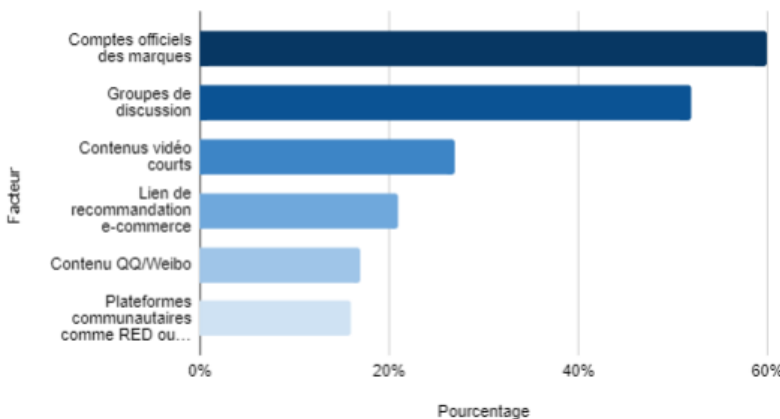
Les canaux de distribution: l'importance des réseaux sociaux dans la décision d'achat

WeChat, ainsi que les autres réseaux sociaux, jouent un rôle important dans la prise de décision des parents et sur leur vision d'une marque ou d'un produit. C'est aussi le **principal canal d'information**, autant sur les produits de **puériculture** que sur **l'éducation, la santé ou l'hygiène**



Facteurs influençant la décision d'achat des parents

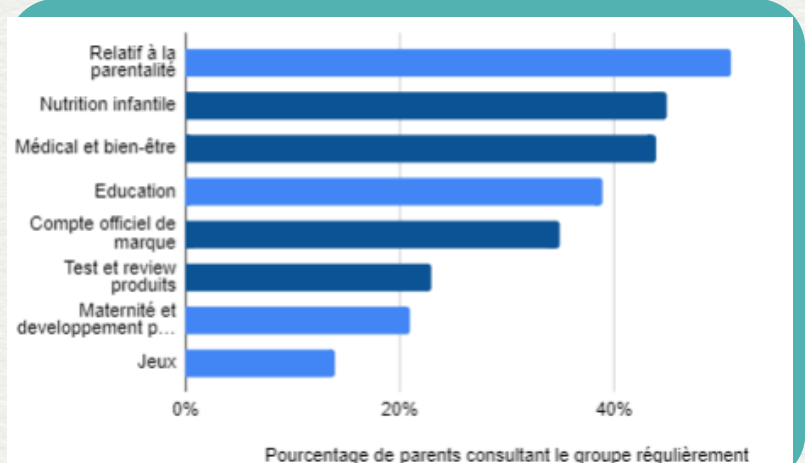
Facteur influençant la décision d'achat chez les parents



Plus de la moitié des parents apprend l'existence d'un produit via un groupe de discussion Wechat, la page d'un ami ou le compte officiel d'une marque. Et pour cause, les parents Chinois se trouvent en moyenne sur **5 cercles de discussion** concernant la puériculture. L'intérêt pour le type de groupe varie en fonction de l'âge ou de la situation économique. Par exemple, les parents nés après 1990 sont environ **30% plus susceptibles** de participer à un groupe de discussion directement **géré par une marque**

Il est intéressant de noter que les **marques internationales** basant leurs campagnes **marketing sur les réseaux sociaux**, acquièrent une bien **meilleure fidélité** de leurs clients que celles se contentant de campagnes offline.

Contenu les plus consultés par les parents



LA PUÉRICULTURE EN CHINE, L'ÉMERGENCE D'UN MARCHÉ PROMETTEUR



Les produits vedettes



Les grands gagnants de cette évolution du marché sont les produits d'**hygiène bucco-dentaire** pour les tout-petits et **les lingettes**, jusque là très peu ancrés dans les habitudes de consommation chinoises.



L'achat de **lingettes** pour bébé **augmente de manière exponentielle** depuis ces dernières années. Augmentation accentuée par la crise sanitaire du COVID-19 qui a placé la santé et **l'hygiène infantile au cœur des préoccupations des parents**. Les facteurs de ce changement sont, au-delà de l'épidémie, l'attrait pour les **produits étrangers**, l'information sur l'hygiène notamment sur internet, l'accessibilité croissante des produits en ligne et en magasins, mais aussi l'engouement pour les **produits haut-de-gamme**, réputés plus fiables.

Les soins bucco dentaires spécifiquement réservés aux tout-petits tel que : les pommades analgésiques dentaires, les compléments fluorés, les dentifrices, ou encore les brosses à dents pour bébé, étaient jusqu'à récemment absents de la routine chinoise. Ils font désormais leur entrée dans les foyers des jeunes parents.

De récentes études montrent que **plus de 60%** des enfants chinois seraient sujet à des **problèmes dentaires**. Les parents sont également de plus en plus sensibles au sujet comme le montre l'intérêt croissant pour les **groupes WeChat sur la santé** auquel **44% d'entre eux admettent être abonnés**.



En plus de ces produits, ceux liés au **bien-être du bébé et des parents** apparaissent comme une **nouvelle tendance** en train de se généraliser.

Vous souhaitez propulser votre marque de puériculture sur le devant de la scène chinoise? VVR se tient à votre disposition pour échanger sur votre projet, et partager avec vous son expertise et ses 22 ans d'expérience dans l'implantation et le développement commercial en Chine.

Contactez-nous!

Source: Marketing Chine, Daxue conseil, JDN



Partenaire de



contact@vvrinternational.com