

LE CAFÉ EN CHINE : UNE INDUSTRIE HYPERACTIVE



En 2021, Shanghai était la ville abritant le plus grand nombre de cafés dans le monde avec près de 7000 coffee shops, contre 3826 à Tokyo et 3233 à Londres. Comment expliquer ce chiffre ?

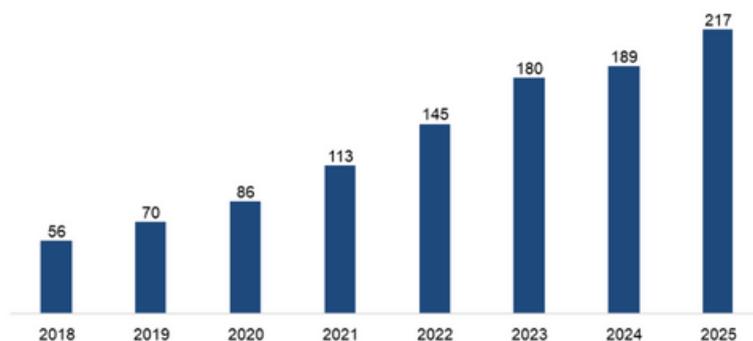
Un récent engouement pour le café



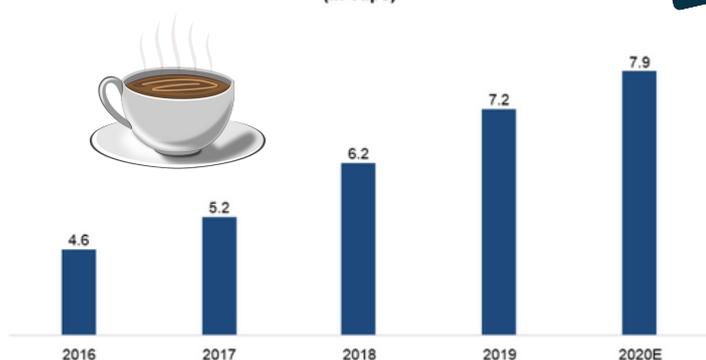
En 2021, le marché du café en Chine atteignait la somme extravagante de 17,3 Milliards d'USD. Et pourtant, seuls 100 grammes de café (soit 6 ou 7 tasses) sont aujourd'hui avalés, par Chinois et par an. Mais avec 1,4 milliard de buveurs potentiels, si le café continue sur une trajectoire similaire, le marché promet d'être gigantesque. Effectivement, la consommation de café a été multipliée par 10 en 20 ans et devrait connaître une croissance annuelle de 7,76% entre 2021 et 2025 ce qui amènerait la Chine à représenter 60% de la consommation de l'Asie Pacifique. Le marché du café vaudrait alors 34,15 milliards d'USD.

Les Chinois
boivent 10X plus
de thé que de
Café

China's coffee industry market size
forecast
(in billion yuan)



China's per capita coffee consumption
(in cups)



Le café est considéré comme une **boisson tendance** qui séduit les **jeunes urbains occidentalisés**. À Shanghai, c'est **6,913 coffee shops** qui pavent les rues en 2021, et ce, sans compter les convenient stores, soit **2,85 coffee shops pour 10 000 habitants**. À Chengdu, c'est un **nouveau coffee shop qui ouvre ses portes chaque jour**. Les cafés poussent aujourd'hui comme des champignons dans les villes de tier 1 à 3 et **devraient rapidement gagner les villes de tier 4 et 5**.



VVR
INTERNATIONAL

Partenaire de



contact@vvrinternational.com

LE CAFÉ EN CHINE : UNE INDUSTRIE HYPERACTIVE



Un pays producteur...

En 2021, la Chine était le **5ème plus gros producteur de café en Asie** après le Vietnam, l'Indonésie, la Malaisie et l'Inde et le **9ème producteur mondial d'arabica**. Le pays produit désormais autant de café que le Costa Rica et le Kenya réunis soit **108 000 tonnes par an**.



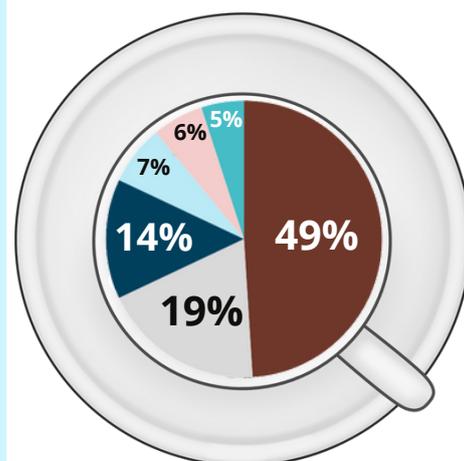
Yunnan

La production se fait pour la **grande majorité dans la région du Yunnan** où les agriculteurs locaux **cultivent de l'arabica** depuis **une trentaine d'année** seulement. La majeure partie de la production est **exportée en Allemagne et au Japon** ainsi que dans 28 autres pays dans une moindre mesure. Le reste est utilisé pour une consommation domestique.

... Mais aussi importateur

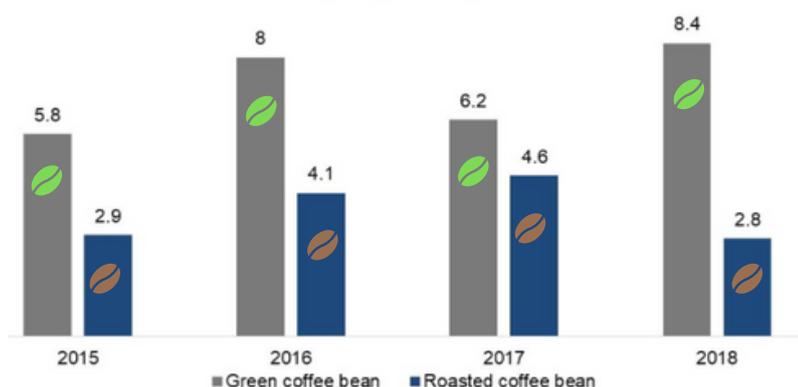
Si la Chine consomme à peu près autant de café qu'elle en produit, il est important de noter que ce n'est pas le même. Effectivement, **le pays ne produit que de l'arabica alors qu'il consomme majoritairement du robusta** pour la fabrication de **café instantané et solutions solubles**. Par conséquent, **une grande part du café consommé en Chine vient du Vietnam qui représente 50% des importations**, mais aussi de l'Indonésie et de la Malaisie. Cependant, ces dernières années, la consommation grandissante de café a poussé **de nouveaux acteurs internationaux à se positionner sur le marché** tel que la Colombie, le Honduras ou encore le Nicaragua. **Rien qu'en 2020, la Chine avait importé 124,000 tonnes de café.**

Pays exportateurs de grains de café en Chine



● Vietnam ● Indonésie ● Brésil
● Autres ● Malaisie ● USA

Green and roasted coffee bean imports to China (in 10,000 tons)



VVR
INTERNATIONAL

Partenaire de



contact@vvrinternational.com

LE CAFÉ EN CHINE : UNE INDUSTRIE HYPERACTIVE



Des géants dans les coulisses



À l'instar de nombreux produits occidentaux, **le café a été introduit dans le pays par les géants du secteur tel que Nestlé et Starbucks.** Aujourd'hui encore, **les grandes marques étrangères dominent le marché.**



Nestlé : la genèse du café en Chine

Le mastodonte de l'agroalimentaire est **présent en Chine depuis 1990.** Il **a participé à l'implantation des cultures de café** dans le Yunnan **appuyé par le gouvernement chinois.** Il y prospère depuis. Pour preuve, **Nestlé représente 68% de la valeur des ventes de café soluble** du pays et certains chinois ne connaissent, encore aujourd'hui, que le Nescafé.

Starbucks : le chouchou des chinois

Tous d'abord un chiffre pour se rendre compte du succès fulgurant de la chaîne dans le pays : **en 2019 en Chine, Starbucks ouvrait un point de vente toutes les 15 heures.**

Le succès de la marque est, en partie dû à **l'emploi de célébrités chinoises et internationales dans leurs campagnes de communication.** Comme en occident, la marque de café américaine est devenue un **marqueur de réussite sociale pour les jeunes actifs chinois.** La seconde raison de la réussite de Starbucks réside dans **l'efficacité de sa stratégie digitale** : la marque a lancé son propre site internet et application en chinois tout en restant très actif sur les réseaux sociaux locaux : des points essentiels dans le pays de l'e-commerce.

En 2020, la firme annonçait **130 millions d'USD d'investissement pour ouvrir des usines de torréfaction** avec pour but l'approvisionnement de tous les points de vente Starbucks du pays. La compagnie sourçait déjà son café dans le Yunnan. Ces nouvelles infrastructures ne sont que **la continuité de la politique du *made in China for Chinese* de la marque.**



Lavazza X Yum China : l'ambitieux challenger

En 2020, Lavazza, célèbre marque de café italien, et Yum China puissant groupe de restauration rapide, on fait l'objet d'une **joint-venture.** Et c'est aujourd'hui sous la marque Lavazza que se développent les nouveaux coffee shops nés de cette alliance. La marque prévoit la **création de 1000 Cafés en Chine d'ici à 2025** pour un **investissement de départ de 200 millions d'USD.** La joint-venture a également pour but de **distribuer les produits Lavazza retail** tels que les grains de café, le café moulu ou encore les capsules dans tout le pays.



LE CAFÉ EN CHINE : UNE INDUSTRIE HYPERACTIVE



Illy café, le géant HORECA

La marque italienne est **implantée en Chine depuis 15 ans et se concentre sur la distribution HORECA** dans laquelle elle s'illustre en **leader du marché**. À elle seule, **la marque représente 30% de l'importation des grains de café torréfiés et du café moulu avec ses un peu plus de 1000 clients**. Illy Café **développe par ailleurs une franchise B2C** du même nom dans laquelle est commercialisée une large gamme de café moulu et café en grain.



Un attachement à l'authenticité



SEESAW COFFEE

Malgré l'omniprésence des grandes chaînes, **les chinois aiment les cafés aux concepts authentiques**. À Shanghai, **plus de la moitié** des coffee shops sont considérés comme **"artisansaux"** ou **"indépendants"**.



1984 BOOKSTORE
& CAFÉ

Covid 19 : Un impact limité sur l'industrie



L'industrie du café n'a paradoxalement que **peu souffert** de la pandémie. Le COVID a cependant poussé les chinois à **consommer le café chez eux** alors que la boisson était **autrefois absente du foyer**. En conséquences, **les ventes de café instantané ont augmenté** avec l'apparition du virus.

Votre entreprise appartient à l'univers du café et vous souhaitez conquérir la clientèle chinoise ? VVR International 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!



Sources : Banque Mondiale, Shuo Digital, Marketing Chine, Chozan, Ibis world, French China, France Tv Info, Statista.