

Etude personnalisée



Viêt-Nam

Dynamique du marché agro-alimentaire :
diagnostic et opportunités d'affaires

Novembre 2016

Cette étude a été menée par BUSINESS FRANCE pour le compte du Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt.
Elle a été réalisée par Anne BERNARD, chargée d'études internationales senior au Département AGROTECH, à la suite d'une mission de 3 semaines au Viêt-Nam, en juin-juillet 2016.

Ont contribué à cette étude :

- Stéphanie LEO, Chef de projet AGROTECH
- Emilie LUONG-LÊ, Conseillère export, et Mai NGUYEN THI THANH, Chargée de développement, à Business France Hanoi
- Oanh TON THIEN, Chargée de développement à Business France HCMV

Pour tout renseignement relatif à cette étude, s'adresser à :

Anne BERNARD
Tél. : 04 96 17 25 11
E-mail : anne.bernard@businessfrance.fr



SOMMAIRE

Synthèse diagnostic et opportunités	6
Pôle de développement économique et hub régional	
Dynamique agro-alimentaire	
France vue du Viêt-Nam	
Synthèse des opportunités	
Envergure agricole	37
Perspectives et opportunités filières végétales et équipements liés	43
Dynamique des productions végétales y compris horticulture florale	
Focus productions légumières	
Focus productions fruitières	
Focus céréales	
Focus machinisme agricole	
Perspectives et opportunités filières animales et équipements liés	56
Dynamique des productions animales	
Focus aviculture	
Focus élevage porcin	
Focus élevage laitier	

SOMMAIRE

(Suite filières animales)

Focus élevage bovin viande

Focus aquaculture

Ambition agro-industrielle 70

Focus industrie laitière

Focus industrie de la meunerie

Focus industrie brassicole

Focus industrie de l'alimentation animale

Focus industrie sucrière

Focus ingrédients alimentaires

Opportunités offertes par le marché de consommation 98

Dynamique de la distribution alimentaire

Focus chaîne du froid

Focus potentiel de marché pour les fruits et légumes

Focus potentiel de marché pour les viandes

Focus potentiel de marché pour les produits de la mer

Focus potentiel de marché pour les poudres de lait et laits infantiles

SOMMAIRE

(Suite marché de consommation)

Focus potentiel de marché pour les fromages

Focus potentiel de marché pour les boissons alcoolisées

Dynamique de la restauration hors foyer

Salons professionnels136

Agenda : les dates à retenir en 2017

Vietfood & Beverages

Propack

Compack

ILDEX

Ecotech

Food Ingredients

Vietnam International Shop & Franchise

Vietfish

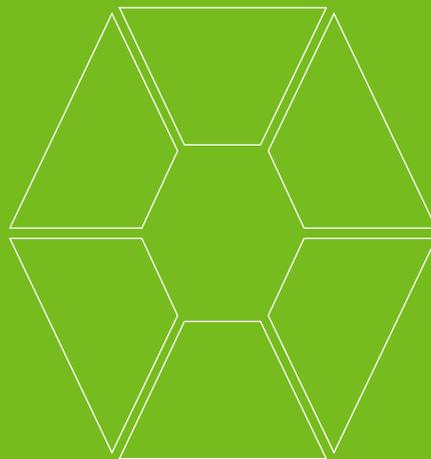
Vietnam Foodtech

Vietstock

Vietnam Foodexpo

Vietnam International Trade Fair Expo

Divers événements en agriculture



Synthèse

Diagnostic et opportunités



Population	<p>92 M habitants, Banque Mondiale 2014 (prévisions : 105 M hab. en 2030 - Nations Unies)</p> <p>Moins de 30 ans ~ 56% ; âge moyen ~ 30ans</p> <p>Population rurale ~ 66%</p> <p>Capitale Hanoi ~ 7,3 M hab. ; HCMV ~8,1 M hab.</p> <p>Espérance de vie 75,6 ans</p> <p>Taux d'alphabétisation (2013) : 93,2 %</p> <p>Indice de Développement Humain (IDH) 2014 : 116^{ème} sur 187 avec indice 0,666, en progression régulière (PNUD, 2014) ; pour réf., Thaïlande au 93^{ème} rang avec 0,726 et Cambodge au 143^{ème} avec 0,555.</p>
PNB	<p>PIB : 193,6 milliards USD en 2015 (Banque Mondiale 2016), au 49^{ème} rang mondial et au 6^{ème} rang régional</p> <p>Rythme de croissance : entre +5,2 et +6,7 % par an depuis 2008</p> <p>Statut de pays « à revenu intermédiaire (tranche inférieure) » depuis 2010</p> <p>Répartition PIB 2015</p> <ul style="list-style-type: none"> -Agriculture ~ 17% -Industrie ~ 39% -Services ~ 44% <p>L'économie vietnamienne connaît un remarquable essor depuis les années 90, la politique du « Renouveau » (« doi moi ») en est un des piliers.</p> <p>Taux d'inflation : 0,6%</p>
Environnement	<p>Indice de perception de la corruption 2014 de Transparency International : Viêt-Nam au 112^{ème} rang mondial sur 168 avec note 31/100 (Thaïlande au 76^{ème} rang avec 38/100 et Cambodge au 150^{ème} rang avec 21/100).</p>
Partenaires commerciaux	<p>Principaux clients, tous produits : USA (19%), Chine (10%), Japon (10%), Corée du sud (5%), Hong Kong (3,5%), Allemagne (3%) (GTA 2014, données douanières vietnamiennes)</p> <p>" Agro-alimentaire : Chine (16,3%), USA (14,1%), Japon (7,3%), Corée S. (4,5%)</p> <p>Principaux fournisseurs, tous produits : Chine (29%), Corée du sud (15%), Japon (9%), Thaïlande (5%), Singapour (5%), USA (4%) (GTA, 2014)</p> <p>" Agro-alimentaire : USA (12,7%), Argentine (12,2%), Brésil (10,2%), Australie (6,8%), Chine (6,6%), Inde (6,4%)</p>
Monnaie	<p>Dong (VND) 1 EUR : 24 500 VND (juillet 2016)</p>

Pôle de développement économique et hub régional

Dynamique économique impressionnante

- Vive croissance et stabilité politique en font une destination privilégiée pour les investisseurs étrangers ;
- Activité foisonnante, ressources humaines phénoménales ;
- Esprit d'entreprise aigu, avec remarquable capacité de rebond en cas d'échec ; l'envers de la médaille : les entreprises se font et se défont très rapidement ;
- Attrait du gain immédiat, esprit « business » exacerbé ;
- Secteurs exportateurs attractifs pour les investissements directs étrangers ;
- Confiance dans l'avenir : le Viêt-Nam au rang des 10 pays les plus « optimistes » (indicateur de confiance dans l'avenir BVA – 65 pays).*

→ 3^{ème} pays le plus peuplé de l'ASEAN : un marché de plus de 90 millions d'habitants

- Population jeune - 60% des Vietnamiens ont moins de 35 ans -, travailleuse, de mieux en mieux formée et férue de TIC (commerce en ligne à potentiel) ;
- Remarquable dynamique de consommation, consommateurs avides de nouveautés mais pouvoir d'achat des classes moyennes encore limité ;
- Tourisme en développement : 7 millions de touristes étrangers/an (tourisme de masse en expansion, touristes chinois et russes notamment) ;

→ En outre porte d'accès à une grande zone de libre échange, l'ASEAN ; AEC** depuis 2015 + Chine, Japon et Corée du sud

- Droits faibles ou nuls avec les pays de l'ASEAN ;
- Accès « naturels » au Cambodge, au Laos, à Myanmar et naturellement à la Chine : importants flux informels (1200 km de frontière terrestre avec le Cambodge, 2000 km avec le Laos, 1300 km avec la Chine).

→ Deux accords de libre échange en négociation avancée : TPP et ALE UE/VIÊT-NAM

- Echéanciers proches : en phase d'examen juridique et approbation par les Parlements ;
- ALE UE : démantèlement des droits de douane en perspective, dans le cas des vins et spiritueux par ex., en 7 ans.

(*) Nigéria, Fidji, Inde, AS, Maroc, Afghanistan, Pakistan, Chine, Bangladesh et Viêt-Nam tandis que France au rang des plus pessimistes avec l'Italie et le Japon.

(**) Communauté Economique de l'ASEAN

NIVEAUX DE SALAIRES AU VIÊT-NAM

Source : enquête Business France

**SALAIRE MINIMUM**

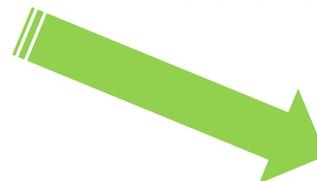
Plusieurs niveaux différents :

Zone urbaine / zone rurale
Secteur public / secteur privé
Egalement fonction des Provinces

Pour ordre de grandeur :

Secteur public ~2 M VND
~ 90 EUR/moisSecteur privé ~3 M VND
~130 EUR/mois

(salaires bruts)

**Estimation du poids des classes moyennes**2016 : 17% de la population avec un revenu mensuel supérieur à 450 USD (perspectives
2030 : 50%)Fortement concentrées à HCMV et Hanoi (pour mémoire Can Tho ~4% et HCMV ~25%)
Classes aisées en 2016 : près de 5%

Source : enquête Business France

SALAIRE CADRE INGENIEURSecteur privé ~ 1 000 USD
~ 900 EUR/mois

(salaire brut)

SALAIRE TOP MANAGER
Pratiquement au cours mondialSecteur privé ~ 6-8000 USD
~ 5 500- 7500 EUR/mois

(salaire brut)

→ **Marché « ouvert » à l'exclusion de certains secteurs stratégiques tels que le secteur bancaire et la défense**

- Libéralisme vietnamien pragmatique ;
- Ouverture des marchés publics aux entreprises européennes ;
- Un des meilleurs codes d'investissements de l'ASEAN (possibilité notamment d'investissements à 100% de capital étranger) avec efforts d'attractivité variables selon les provinces.

→ **Comment appréhender les relations d'affaires**

- Relations humaines primordiales ;
- Etre avenant, chaleureux ;
- Une fois les liens de confiance instaurés, fidélité des acteurs ;
- Lobbying et réseaux primordiaux ;
- Plusieurs pays en un ;
- Niveau national et niveau local :
 - Réglementations nationales mouvantes ;
 - Chaque province a la possibilité d'adapter les lois pour partie ou en totalité ;
 - Chaque province peut fixer des prérogatives aux douanes locales ;
 - Un opérateur détenteur d'une licence nationale d'importation par exemple doit néanmoins réaliser des démarches distinctes dans chaque province ;
- Présence et proactivité.

Penser VIETNAM c'est penser ASEAN et au-delà : ASEAN + 3 (Japon, Corée du sud, Chine)

ASEAN ~ 629 millions hab. (2015)

Pays membres les plus peuplés : Indonésie 255 M hab. ; Philippines 102 M hab. ; **Vietnam 92 M hab.** ; Thaïlande 69 M hab. ; Myanmar 52 M hab.

PIB ASEAN 2014 : 2 573 milliards USD (+1,3% de croissance annuelle)

Indonésie : 984 MRD USD + 5,1% de croissance 2014/2013

Thaïlande 376 MRD USD + 0,7% "

Malaisie 326 MRD USD + 6% "

Singapour 308 MRD USD + 2,9% "

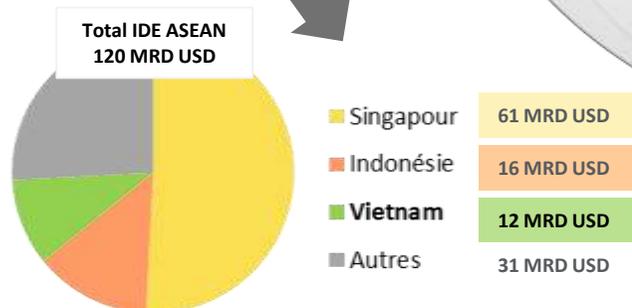
Philippines 285 MRD USD + 6,1% "

Vietnam 186 MRD USD + 6% "

Attractivité de l'ASEAN pour les IDE en 2015 : 120 milliards USD
dont Viêt-Nam : 10%



27^{ème} ASEAN Summit – source ASEAN

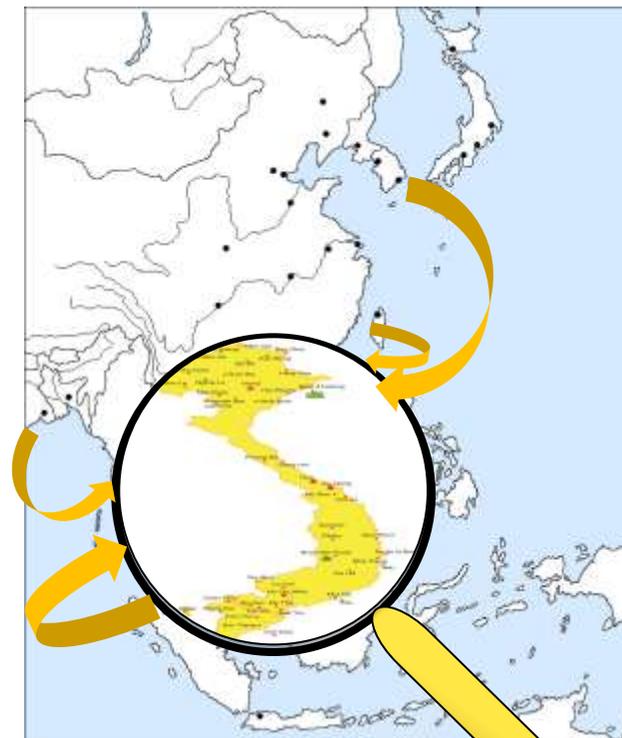
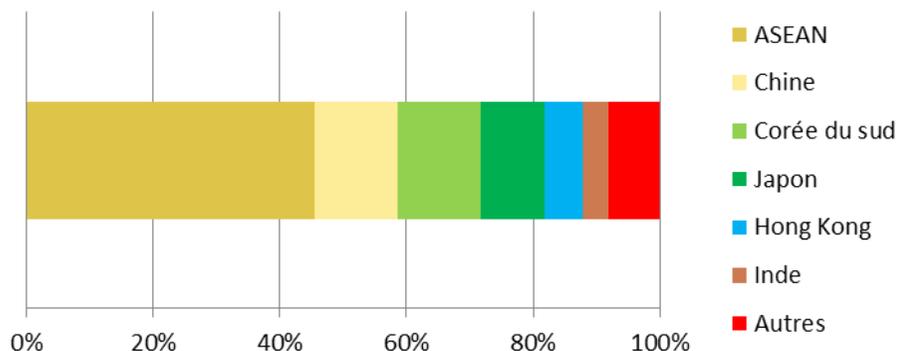


ATTRACTIVITE DU VIETNAM

Analyse des IDE

IDE 2015 ~ 23 milliards USD (Office des Statistiques)

Au rang des principaux contributeurs sur la période 2013-2016 :
Corée du sud et Malaisie
suivies par Japon, RU et Taïwan
La part des pays de l'ASEAN se renforce en 2016, Singapour notamment.



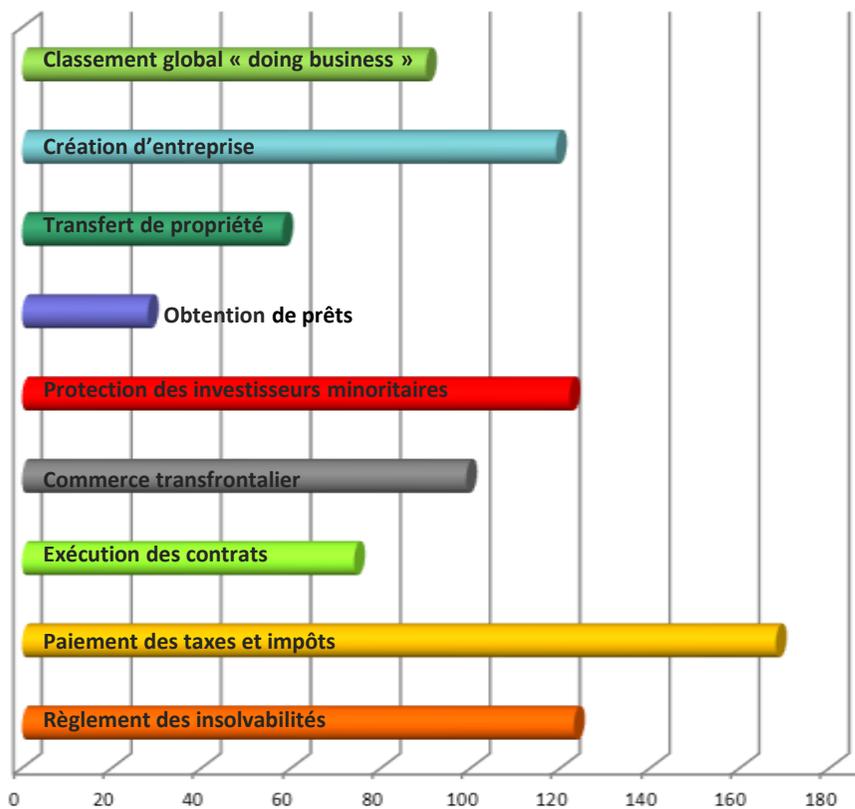
IDE en agriculture

- Faible attractivité du secteur agricole hormis exploitation forestière (relativement au secteur industriel et investissements court terme)
- 2 pays particulièrement actifs : Corée du sud et Japon
- Pays européens et américains « bienvenus »
- Fortes incitations aux investissements y compris étrangers dans l'agriculture et l'élevage.

Investisseurs vietnamiens

- Emergence, notamment, de :
- VINGROUP (groupe d'investissements) avec VINECO en agriculture à connotation « green »
 - HOAT PHAT (spécialiste de l'acier) avec H. P. Agriculture
 - HOANG ANH GIA LAI (immobilier) avec HAGL Agricole : agriculture et élevage au Viêt-Nam, Laos et Cambodge.

Classement du Viêt-Nam sur 189 pays
 Doing Business 2016
 Classement global : 90^{ème}
 Référence à 8 sous-classements



LE VIÊT-NAM A ADHERE AUX ORGANISATIONS SUIVANTES :

Adhésion au marché unique de l'ASEAN en 1995

Et par conséquent intégré à la zone de libre échange ASEAN/Australie /Nouvelle Zélande (AANZFTA) ; accord multilatéral entré en vigueur au 1^{er} janvier 2010.

Autres accords de libre échange à signaler : ASEAN-Chine (2010), ASEAN-Inde ASEAN-Corée du sud, ainsi que l'EPA Vietnam-Japon

Signature de l'Accord de libre échange UE/Vietnam (EVFTA) en janvier 2016

Signature du TPP (Trans Pacific Partnership) en octobre 2015

Groupe de Cairns depuis 2013

Membre OMC depuis 2007

Organisation Internationale de la Francophonie (OIF)

Parmi les conventions signées :

- Convention d'Union de Paris sur la Propriété industrielle

-Traité sur la Coopération en matière de Brevet (PCT)

- Protocole de Kyoto

- Convention de Washington sur le commerce international des espèces menacées

- Convention de Bâle sur le contrôle des flux de déchets dangereux et leur élimination

- Protocole de Montréal sur la protection de la couche d'ozone

COFACE

janvier 2016

Note @rating pays : B

Note environnement des affaires : C

Points forts

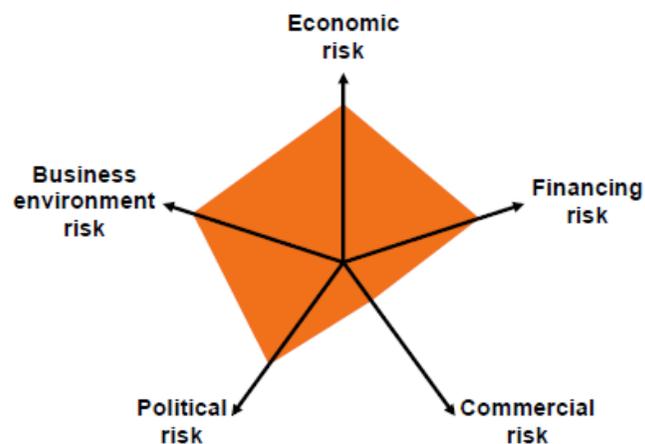
- « Main-d'œuvre de qualité et peu chère » ;
- « Solide potentiel agricole et ressources naturelles » ;
- « Stratégie de développement fondée sur l'ouverture, la montée en gamme et la diversification de l'économie » ;
- « Economie peu affectée par le ralentissement chinois ».

Points faibles

- « Lacunes en termes d'environnement des affaires » ;
- « Manque d'infrastructures » ;
- « Réforme du secteur public inachevée » ;
- « Creusement des inégalités » ;
- « Système bancaire fragile ».

Notation Risque EULER HERMES
2015

VIETNAM



Risque C3

Strengths

- Low wages but skilled workforce
- Relatively open economy with growth model based on trade
- Strong performance in agriculture and potential with various natural resources, especially minerals (iron ore, copper, gold) and energy (oil, natural gas, coal)
- Ongoing shift towards higher value-added sectors
- Member of the Trans-Pacific Partnership

Weaknesses

- Lack of transparency
- A fragile and opaque banking system
- Infrastructure to be improved
- A complicated business environment
- High regional disparities in terms of development and rising inequalities
- Low external reserves
- Recurrent tensions with China

Source : EULER HERMES

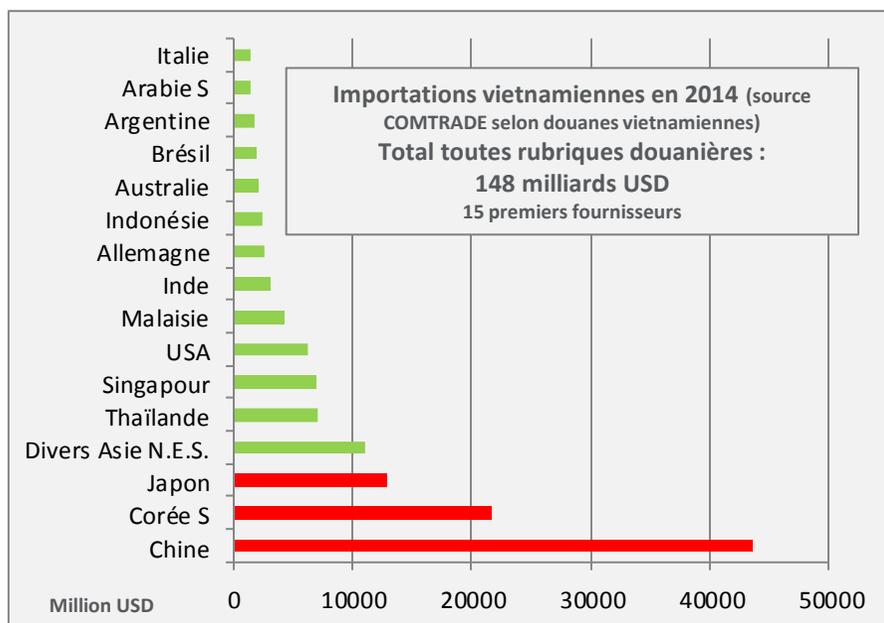
En tête des fournisseurs du Viêt-Nam : des pays asiatiques naturellement

Marché à l'importation, toutes rubriques confondues

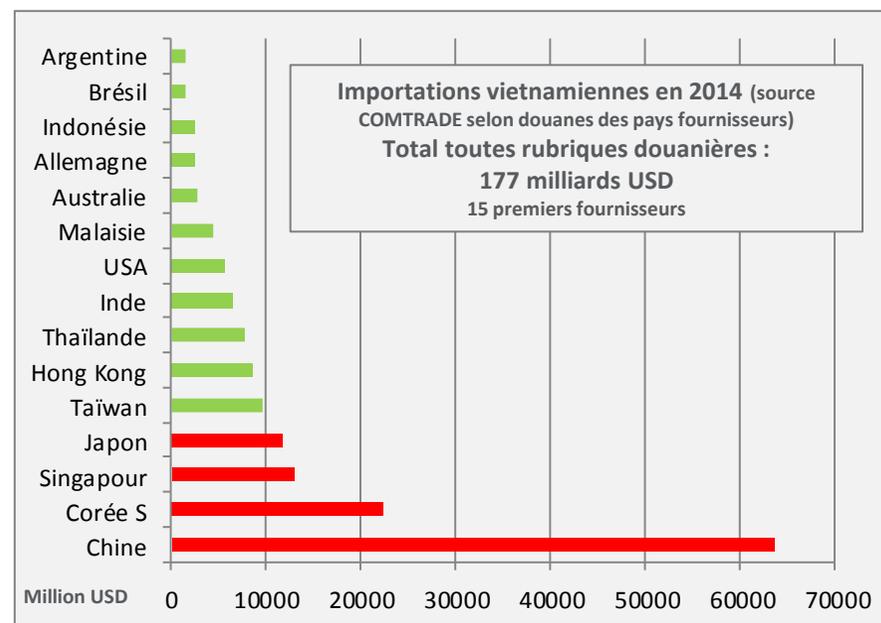
Quelle que soit la source statistique (douanes vietnamiennes ou douanes des pays exportateurs) et hors flux informels, accord sur le fond

- ➔ Le géant chinois loin devant, au 1^{er} rang.
- ➔ La Corée du sud et le Japon misent sur le marché vietnamien.
- ➔ De même que les pays de proximité Thaïlande, Singapour, Malaisie, etc.
- ➔ USA, Inde et Australie + Brésil et Argentine figurent parmi les 15 premiers fournisseurs du Viêt-Nam.
- ➔ L'Allemagne est le 1^{er} partenaire du côté européen.

IMPORTATIONS
Selon douanes vietnamiennes

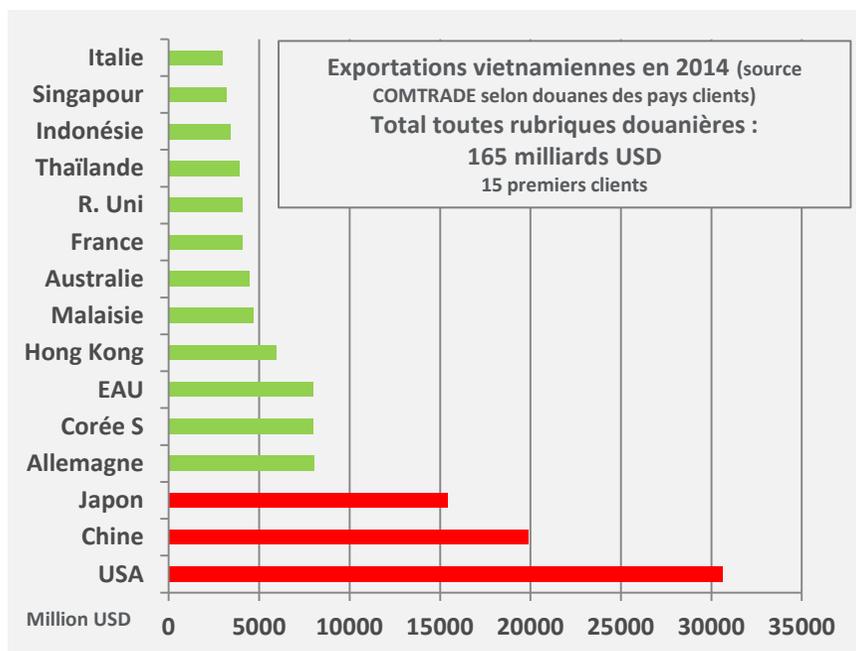


IMPORTATIONS
Selon douanes des pays exportateurs

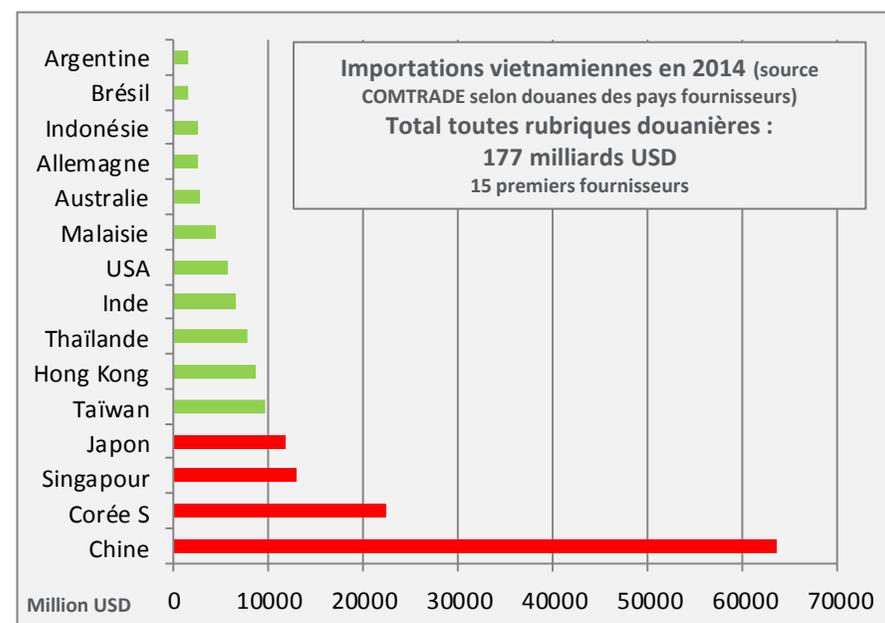


En tête des partenaires commerciaux du Viêt-Nam : Chine, Japon, Corée du sud et USA
 - toutes rubriques confondues -
 Selon douanes des pays déclarants

EXPORTATIONS
 selon douanes des pays importateurs



IMPORTATIONS
 selon douanes des pays exportateurs



ALE UE / VIÊT-NAM



UE : les 7 premiers partenaires européens du Viêt-Nam totalisent globalement 29,4 milliards USD d'échanges commerciaux globaux
(en italiques les échanges agro-alimentaires ~4,5 milliards USD)

- ➔ Signature en décembre 2015 ;
- ➔ UE ~ 22% PIB mondial ;
- ➔ UE : 6^{ème} plus gros investisseur au Viêt-Nam
- ➔ L'accord prévoit la suppression des barrières tarifaires sur la quasi-totalité des biens échangés, à échéance variable selon les produits (dans les 0 à 11 ans suivant l'entrée en vigueur de l'accord dans le cas des produits agroalimentaires).



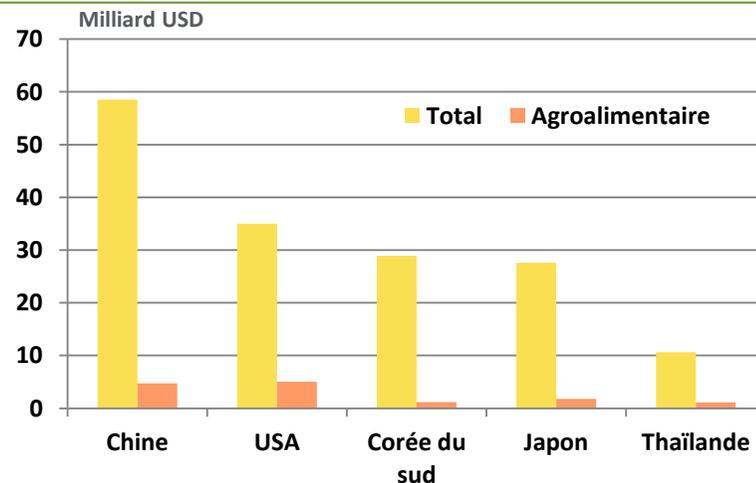
Milliard USD	TOTAL	<i>Prod. alim.</i>
1. Allemagne	7,8	1
2. Pays-Bas	4,4	0,8
3. R. Uni	4,3	0,5
4. Italie	4	0,7
5. France	3,6	0,5
6. Espagne	2,9	0,5
7. Belgique	2,3	0,5

Accord de Partenariat Trans-pacifique (TPP) / VIÊT-NAM



2 pays du TPP au rang des 5 principaux partenaires commerciaux du Viêt-Nam en 2014 : USA et Japon
(source : statistiques vietnamiennes ; import + export)

- ➔ Signature en février 2016 ;
- ➔ 12 pays ~ 40% PIB mondial ;
- ➔ Australie, Nouvelle Zélande, USA, Mexique, Canada, Pérou, Chili, Brunei, Japon, Malaisie, Singapour, Viêt-Nam ;
- ➔ Démantèlement progressif des barrières tarifaires sur une période pouvant aller jusqu'à 14 ans à compter de l'entrée en vigueur de l'accord dans le cas des produits agroalimentaires.



Droits de douane et perspectives de démantèlement dans le cadre des ALE : quelques exemples

Quelques références		Tarif général	ALE UE (à compter de l'entrée en vigueur)	AANZFTA en 2016	TPP (à compter de l'entrée en vigueur)
01	Animaux vivants	0-5%	A	0	EIF
0201 & 0202	v. bovine	14 à 25% (15 à 31)	B3	5% (0 en 2018)	B3
020311/12/19	V porcine réfrig.	25%	B9	7% (0 en 2020)	B10
020321/22/29	V porcine cong.	15%	B7	Idem	B8
0207	Viande de volaille	20 à 40%	B10	20%	B11 à B13
"	VSM	20%	B10	20%	B12
040210	Poudre maigre	3 à 5%	B3	0	EIF
040221	Poudre grasse	3%	B3	0	EIF
0404	Lactosérum	0	A	5% (0 en 2017)	EIF
	Beurre	15%	B5	5% (0 en 2017)	B3
	Fromages	10% la plupart	B5 en majorité	5% (0 en 2019)	B3
040711/19	Œufs à couvrir	0	A	0	EIF
040721/90	Œufs de conso	30%	B10 selon quota	7% (0 en 2020)	B6 selon quota
190110	Laits infantiles	10%	B7	5%	B3 ou B4
190190	Laits ré-enrichis	10%	B5	7%	B3 ou B4

Echéanciers

A Droit zéro à la date d'entrée en vigueur de l'accord

= **EIF** dans la cas du TPP

B
Exemple de B3

Démantèlement progressif en 4 phases égales - sur 4 ans
Année de l'entrée en vigueur+ 3
(Droit nul à compter de la 4^{ème} année)

Droits de douane et perspectives de démantèlement dans le cadre des ALE : quelques exemples (suite)

Quelques références		Tarif général	ALE UE	AANZFTA en 2016	TPP
1701	sucre	15%	B10 avec quota	7%	B11
	blé	5	B3	0	EIF
	orge	0	A	0	EIF
	Maïs	5%	B5	0	B5
1107	malt	5%	B5	0	B4
1108	Amidons blé	15%	B5	5% (0 en 2017)	B4
	Amidons maïs	15%	B7	5% (0 en 2017)	B5
	Amidons pomme de terre	20%	B10	5% (0 en 2017)	B4
1101 & 02	Farines	15%	B5	5% (0 pour blé en 2017)	EIF (blé)
1103	Semoules maïs	10%	B7	0	B5
1104	Grits de maïs	5%	B7	5%	B5
2102	Levures vivantes	10%	B7	0	EIF
	Levures inactivées	5%	B7	0	EIF

Echéanciers

A Droit zéro à la date d'entrée en vigueur de l'accord

= **EIF** dans la cas du TPP

B

Exemple de B3

Démantèlement progressif en 4 phases égales - sur 4 ans
Année de l'entrée en vigueur+ 3 (Droit nul à compter de la 4^{ème} année)

Droits de douane et perspectives de démantèlement dans le cadre des ALE : quelques exemples (suite)

Quelques références		Tarif général	ALE UE	AANZFTA en 2016	TPP
2204	vins	50%	B7	80%	VN11-I (~B11)
2203	bières	35%	B10	80%	VN11-H (~B11)
0807	Pommes & poires	10%	B3	0	B3 et B2
0806	Raisins (frais)	10%	B3	7% (0 en 2018)	B3
0810	Kiwis	7%	A	0	EIF
0809	Abricots	20%	B5	7%	B4
0809	Cerises	10%	B5	0	B2
0809	Pêches & nectarines	20%	B3	7%	B3
1905	Biscuits	20 à 40%	B5	7%	B4
1806	Chocolat en plaques Confiseries de chocolat	20% 12%	B7 B5	5% 7%	B7 B5
1704	Confiseries de sucre	15-20%	B7	7%	B7

Echéanciers

A Droit zéro à la date d'entrée en vigueur de l'accord

= **EIF** dans le cas du TPP

B

Exemple de B3

Démantèlement progressif en 4 phases égales - sur 4 ans
Année de l'entrée en vigueur+ 3 (Droit nul à compter de la 4^{ème} année)

ECHEANCIER ALE UE/VIÊT-NAM

Date d'entrée en vigueur non encore connue

A Droit zéro à la date d'entrée en vigueur de l'accord

Animaux reproducteurs

Kiwi

Orge

Lactosérum

Œufs à couvrir

B3 Démantèlement progressif en 4 phases égales - sur 4 ans

Viandes: viandes bovines
Produits laitiers : poudres de lait

Blé

Fruits : pomme, pêche et nectarine

B5
Produits laitiers : beurre, la plupart des fromages, laits ré-engraissés, ...

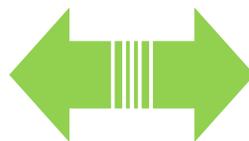
Farines

Malt

Maïs grain

Fruits : prune, abricot, cerise,

Biscuits


ECHEANCIER TPP/VIÊT-NAM

Date d'entrée en vigueur non encore connue

A Droit zéro à la date d'entrée en vigueur de l'accord

Animaux vivants

Kiwi

Blé et orge

Farines de blé

Levures

Poudres de lait, lactosérum

Œufs à couvrir

B2 Démantèlement progressif en 3 phases égales - sur 3 ans

Fruits : poires, cerises

B3

Fruits : raisins, pommes, pêches et nectarines

Viandes: viandes bovines

Produits laitiers : laits infantiles, laits ré-engraissés, beurre, fromages

B4

Malt, amidons blé et pomme de terre

Biscuits

B5

Amidons, semoules et grits de maïs

Maïs grain



Dynamique agroalimentaire

Agriculture

- Agriculture et élevage : activité majeure et ancrée dans la culture vietnamienne ~ 17-20% PIB ;
- Surface agricole limitée ; ¼ du territoire en zones montagneuses ou forêts tropicales ;
- Sensibilité au changement climatique et surexploitation des terres : emblématique delta du Mékong à l'équilibre hydrologique très fragile sévèrement touché en 2016 par la sécheresse et le fléau de la salinité des eaux ;
- Thème sensible de la fixation de la population rurale ;
- Amélioration des performances : une priorité nationale générant de nombreuses opportunités pour le savoir-faire étranger.

→ Industries agro-alimentaires

- Secteur industriel contrasté, de maturité variable : des leaders de l'industrie laitière aux outils ultramodernes aux secteurs les plus déficients tels que l'abattage.

→ Marché des produits alimentaires

- Plusieurs marchés en un ; cultures gastronomiques nord, centre et sud reflètent la diversité culturelle et surtout climatique ;
- Marché de consommation porteur, les opérateurs rencontrés s'attendent à un boom dans les 5 ans : en guise d'illustration, demande en produits laitiers croissance annuelle de près de 15% ;
- Prééminence du critère « santé » ;
- Toutefois, un marché de prix ;
- Très vive concurrence ;
- Vision long terme ; budget élevé à prévoir pour l'introduction de produits (cadre à l'importation complexe, importance du relationnel, efforts marketing et promotion, information/formation des distributeurs, information des consommateurs).

→ Place de la France

- Part de la France dans les exportations mondiales de produits alimentaires à destination du Viêt-Nam ~ 1,3 % en 2015 (exportations directes).

VIETNAM
Principales multinationales de l'alimentation (ou à division food) implantées
NESTLE VIETNAM
100% NESTLE

Production de produits des gammes Maggi, Nescafé, Nestea, Milo, Nesvita, Cerelac, Lactogen, Nan et S-26 Gold.

6^{ème} usine au VN en cours de construction (boissons instantanées « *Milo* »)

MONDELEZ
MONDELEZ KINH DO

Biscuiterie chocolaterie boissons
2 usines

MONDELEZ INTERNATIONAL

Café : Viêt-Nam tête de pont pour l'Asie

UNILEVER VIETNAM

Knorr, Lipton, Wall's, ...

HEINEKEN VIETNAM BREWERY

Marques Heineken, Larue, Tiger, ...

AEON-Japon

CENTRAL GROUP-
Thaïlande

BJ-Thaïlande

LOTTE-Corée du sud

ITOCHU-Japon

AUCHAN-France

Au rang des acteurs de la distribution moderne

COCA COLA VIETNAM

3 usines

Marques *Coca-Cola, Coke Light, Coke Zero, Sprite, Fanta, Minute Maid, Nutriboost, Minute Maid Teppy, Schweppes, Samurai, Dasani and Aquarius.*

SUNTORY PEPSICO VIETNAM

100% capitaux étrangers

CHAROEN POKPHAND

100% CP

Intégration avicole et alimentation animale

MEAD JOHNSON NUTRITION VIETNAM

100% MEAD JOHNSON depuis 2008

INTERFLOUR VIETNAM

Géant singapourien détenteur d'un terminal céréalier CAI MEP AGRI PORT et de moulins

CHEIL JEDANG Group

Produits alimentaires, meunerie (JV SUMITOMO), alimentation animale et élevage, pharma.
Prise de participation dans VISSAN

JAPFA Comfeed Viet Nam

100% JAPFA
5 usines au VN
Alimentation animale, élevage, viandes

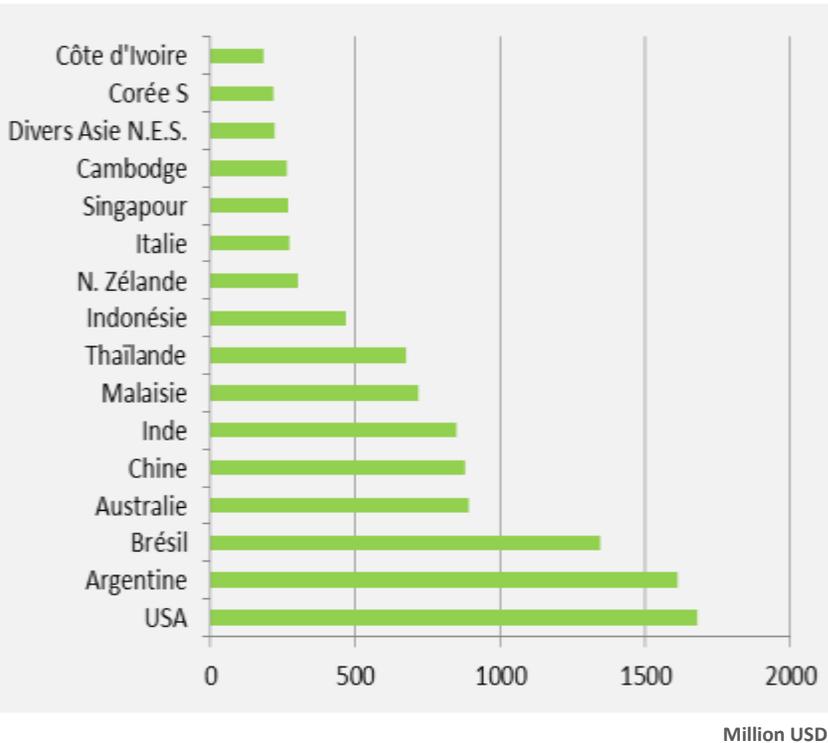
SAN MIGUEL

SAN MIGUEL BREWERY VN
SAN MIGUEL PURE FOOD (élevage porcin, alimentation animale et viandes)

BEL NEOVIA

Au rang des groupes français implantés

Importations vietnamiennes en 2014
 (source COMTRADE selon douanes vietnamiennes)
Total agroalimentaire : 24 chapitres SH :
13 milliards USD
 15 premiers fournisseurs



✗ Il convient de souligner l'importance que peuvent prendre les réexportations vers le Viêt-Nam à partir de plates-formes dans l'ASEAN +Hong Kong (préparations alimentaires notamment).
 ✗ Les frontières vietnamiennes sont perméables ; les flux incontrôlés s'avèrent être non négligeables (bovins vifs, fruits et légumes, etc.).

1^{er} poste à l'importation : les matières premières pour l'alimentation animale (3 254 M USD en 2014)

- ➔ USA : 413 M USD ~ 25% des exportations US ci-contre
- ➔ Argentine : 1328 M USD ~ 82% des exportations argentines "
- ➔ Brésil : 214 M USD ~16% des exportations brésiliennes "
- ➔ Chine : 262 M USD ~ 30% des exportations chinoises "



Total chapitre 23 selon les douanes des pays exportateurs : 1 612 M USD en 2014

2^{ème} poste à l'importation : les céréales (total des importations vietnamiennes : 1 924 M USD en 2014)

- ➔ USA : 255 M USD~15% des exportations US ci-contre
- ➔ Argentine : 100 M USD ~ 6% des exportations argentines "
- ➔ Brésil : 720 M USD ~ 54% des exportations brésiliennes "
- ➔ Australie : 460 M USD ~ 52% des exportations australiennes "
- ➔ Inde : 180 M USD ~20% des exportations indiennes "



Total chapitre 10 selon les douanes des pays exportateurs : 2 719 M USD en 2014

L'Inde domine le 3^{ème} poste : produits de la mer (1 050 M USD)

- ➔ 354 M USD ~ 42% des exportations indiennes "



Total chapitre 03 selon les douanes des pays exportateurs : 4 553 M USD en 2014

4^{ème} poste : les oléo-protéagineux (1 013 M USD)

- ➔ USA : 354 M USD ~ 42% des exportations US ci-contre
- ➔ Brésil : 288 M USD ~21% des exportations brésiliennes "



Total chapitre 12 selon les douanes des pays exportateurs : 1 571 M USD en 2014

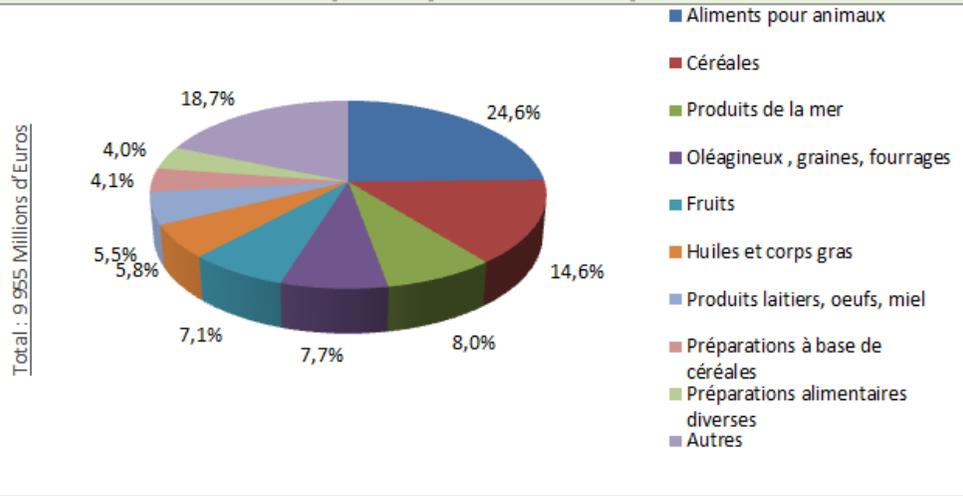
La Nouvelle Zélande et les USA dominent les importations vietnamiennes de produits laitiers et œufs

- ➔ N. Zélande : 252 M USD ~ 83% de l'export néo-zélandais "
- ➔ USA : 228 M USD ~ 14% des importations US "

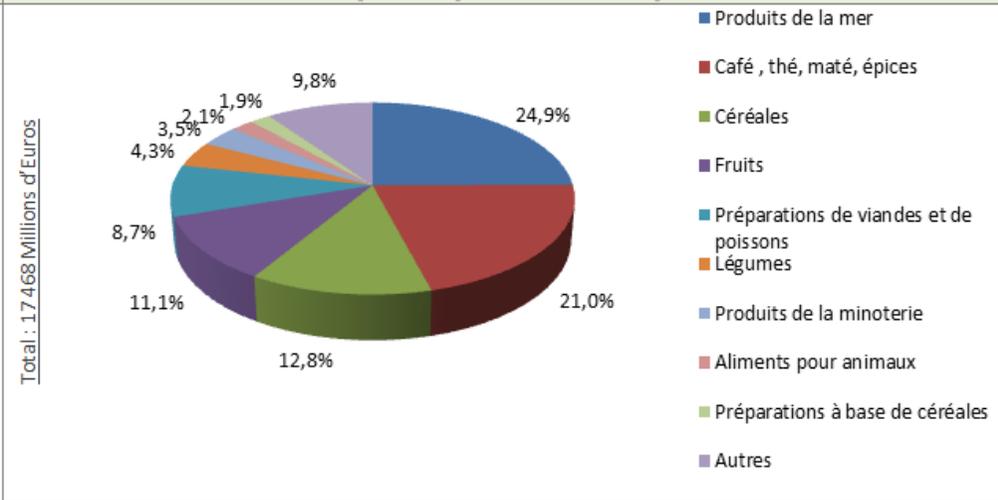
2 origines majeures pour les huiles et graisses alimentaires

- ➔ Malaisie : 528 M USD
- ➔ Indonésie : 89 M USD

Principaux produits importés



Principaux produits exportés



Source : P. Clément - Service Etudes AGROTECH - 2016

IMPORTATIONS AGRO-ALIMENTAIRES DU VIETNAM EN 2014							
VENTILATION PAR GRANDS SECTEURS							
En millions de dollars (USD)	Provenance monde	Provenance France	Part France/Monde	Provenance UE à 28	Part de l'UE 28 / Monde		
Total Produits Agroalimentaires	13203	171	1,3%	1174	8,9%		
Aliments pour animaux	3254	18	0,6%	296	9,1%		
Céréales	1924	2	0,1%	34	1,8%		
Produits de la mer	1050	3	0,3%	132	12,6%		
Oléagineux, graines, fourrages	1013	0	0,0%	13	1,3%		
Fruits	931	0	0,0%	1	0,1%		
Huiles et corps gras	766	0	0,0%	9	1,2%		
Produits laitiers, oeufs, miel	726	20	2,8%	136	18,7%		
Préparations à base de céréales	542	10	1,8%	130	24,0%		
Préparations alimentaires diverses	530	7	1,3%	83	15,7%		
Légumes	347	0	0,0%	1	0,3%		
Autres produits d'origine animale	341	6	1,8%	40	11,7%		
Animaux vivants	283	3	1,1%	5	1,8%		
<i>BUSINESSFRANCE / AGROTECH / EXPORT-AGROSTAT d'après Douanes françaises</i> * Des différences de méthodologie existent entre EUROSTAT et les Douanes françaises + Différentiel prix CAF / FOB							
EVOLUTION DES EXPORTATIONS FRANÇAISES VERS LE VIETNAM							
En Millions d'€	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TCMA*
Total Produits Agroalimentaires	69	113	137	139	134	142	15,5%
Produits de la minoterie	16	19	24	36	34	32	14,9%
Produits laitiers	9	13	32	17	16	21	18,5%
Poissons et crustacés	5	26	27	33	24	19	30,6%
Boissons	17	20	21	18	16	18	1,1%
Aliments pour animaux	4	4	6	6	8	10	20,1%
Prép. à base de céréales	2	3	5	8	6	8	32,0%
Prép. alimentaires diverses	3	5	5	4	7	8	21,7%
Autres produits d'origine animale	2	2	2	2	4	6	24,6%
Viandes et abats	4	6	3	3	4	5	4,6%
Autres produits d'origine végétale NDA	3	2	3	4	6	5	10,8%
Animaux vivants	1	1	2	2	3	4	32,0%
Tabacs	4	4	4	5	7	4	0,0%
<i>BUSINESSFRANCE / AGROTECH / EXPORT-AGROSTAT d'après Douanes françaises</i> * Taux de croissance moyen annuel (période de 2010 à 2015)							

France vue du Viêt-Nam

➔ **La France vue du Viêt-Nam : une remarquable image en termes d'agriculture, d'élevage, d'agroalimentaire, de gastronomie ; quelques freins cependant**

- ● ● La France « fait rêver » : ses produits alimentaires, ses technologies, son savoir faire ;
 - ● ● Réelle confiance dans les produits français, des aliments du bétail aux produits gourmet ;
 - ● ● Dans un climat de bonnes relations bilatérales, France dans les rangs des principaux investisseurs occidentaux ;
 - Les Français « ne sont pas attendus », certes ; le marché est fortement concurrentiel, cela ne fait aucun doute ;
- Bonne image UE, Etats-Unis, Japon, Corée du sud, Australie et Nouvelle Zélande ;
- Peu de visibilité sur le positionnement réel des divers partenaires commerciaux sur ce vaste marché ;
- Exemple de l'Italie, fréquemment mise en avant localement pour sa stratégie au Viêt-Nam- l'Italie investit énormément en prospection collective et communication sur ce marché : si l'Italie se classe loin devant la France en termes d'exportations agroalimentaires à destination du Viêt-Nam selon les douanes vietnamiennes, il n'en va pas de même selon les statistiques des pays exportateurs qui classent les Pays-Bas, la France, l'Allemagne, le Danemark, la Pologne et même la Norvège devant l'Italie en 2015 ;
 - Par ailleurs flux relativement importants via plates-formes régionales.
- Les Vietnamiens s'interrogent quant à la rareté des groupes agroindustriels français implantés au Viêt-Nam ;
 - ● ● La cherté des produits français est fréquemment dénoncée ;
 - ● De même que la « rigidité commerciale » ;
 - ● Acteurs français généralement considérés comme « peu motivés » à l'égard des invitations de délégations d'affaires vietnamiennes, visas relativement difficiles à obtenir.

→ **L'agroalimentaire français au Viêt-Nam : la France compte, au Viêt-Nam, des points d'ancrage nombreux et précieux, mobilisables pour toute opération de promotion.**

- ● ● Foisonnement de petits entrepreneurs, de « Français du Viêt-Nam » ayant monté une entreprise (commerce des vins, commerce du poisson, production de charcuterie, glaces, transformation des fruits, café, boulangerie, élevage, etc.) ;
- Rareté en revanche des implantations de grands groupes français, voire absence dans certains secteurs (brasserie, meunerie) : des fleurons toutefois sont là, en force dans le domaine de l'alimentation animale, également en industrie laitière et transformation des fruits ; un grand groupe de distribution français quitte le marché vietnamien, un autre s'implante ;
- ● ● Tissu de chefs cuisiniers français ou vietnamiens au service de la gastronomie française.

Marché ouvert, opportunités nombreuses et diffuses sur divers segments

Axes majeurs (avec hiérarchie des priorités ●●●, ●●, ●)

→ Intrants et technologies agricoles

- Génétique végétale ;
- Substrats et engrais ;
- Intrants, savoir faire et équipements de serres pour l'horticulture : maraîchage et floriculture ;
- Mécanisation riz/maïs/canne à sucre/manioc/arachide ;
- Technologies innovantes de contrôle à distance ;
- Savoir-faire en « bio » (partenariats recherchés).

→ Post-récolte

- Technologies de post-récolte et systèmes de traçabilité avec mise en conformité avec les normes de qualité internationales tout particulièrement dans le cas de denrées export : fruits tropicaux notamment tels que le litchi, fleurs coupées et autres produits de la floriculture, légumes également ;
- savoir-faire en plate-forme fruitière, réception, nettoyage, tri, calibrage, stockage, emballage, conditionnement, étiquetage, expédition ;
- Opportunité d'implantation pour meunerie et malterie française ;
- Transfert de technologies en séchage des fruits secs et semi-secs, type « pruneau d'Agen » ;
- Post-récolte riz et maïs.

→ Divers

- Energies renouvelables : biogaz notamment ;
- Partenariats industriels pour la production d'engrais ;
- Production locale d'engrais « bio ».



→ Intrants et technologies d'élevage

- ● ● Santé animale en aquaculture : prévention des maladies, bonnes pratiques de prophylaxie, contrôle des résidus ;
- ● ● Santé animale en élevage porcin et aviculture ; vive demande pour les vaccins ;
- ● ● Solutions pour un élevage sans antibiotique ;
- ● ● Besoins à l'importation de fourrages grossiers (foin de luzerne) ;
- ● ● Biosécurité en élevage intensif, hygiène des élevages d'une manière générale ;

- ● Génétique animale : bovin lait, bovin viande, porcin, caprin lait et viande ; très forte croissance des importations de semence bovine ;
- ● Investissements en fermes de reproduction porcine GGP / marché à l'importation de truies GGP et GP ;
- ● Transferts de technologies en aquaculture - espèces marines (cobia, barramundi, voire turbot et loup) ; également potentiel d'élevage d'esturgeons et de truites ;
- ● Matières premières et additifs pour l'alimentation animale, y compris céréales fourragères et tourteaux ;
- ● Marché important de produits nutritionnels ; marché avide de « solutions innovantes à prix concurrentiel » ;
- ● Bâtiments et équipements d'élevage notamment en aviculture, chair et œufs ;
- ● Automatisation de la distribution d'aliments en élevage porcin ;
- ● Technologies de contrôle d'ambiance des ateliers d'élevage porcin, en particulier dans le nord du pays ;
- ● Valorisation des effluents d'élevage : production d'énergie pour le contrôle d'ambiance des étables et autres ateliers d'élevage ;
- ● Traitement des déchets en aquaculture, recyclage des eaux de bassins ;

- Savoir-faire en élevage « bio » (partenariats recherchés) ;
- Partenariat technique en ferme laitière industrielle ;
- Transferts de technologies en aquaculture - poissons d'aquarium.



→ **Transformation des produits animaux**

- ● ● Intérêts multiples pour des équipements spécifiques en abattoirs de porcs : du nettoyage des bottes des ouvriers aux machines de désossage ;
- ● ● Equipements de laboratoire ;
- ● Lignes d'abattage, notamment volaille en « semi-industriel » ;
- Conservation des viandes après abattage (opportunités à terme ; réalité : absence de contrôle, mise en vente immédiate, notion de « viande chaude ») ;



→ **Divers**

- ● Formation vétérinaire (cycle master et formation continue);
- ● Opportunités de coopération en formation. D'une manière générale, déficit en cadres intermédiaires, techniciens supérieurs en agronomie et zootechnie.

→ Produits de consommation dont produits gourmets

- ● ● Vins en ciblant les jeunes + activité loisirs dégustations ; tendance vins effervescents et liqueurs ; bag in box pour les fêtes ;
- ● ● Fruits frais destinés au marché de masse : la pomme et le kiwi ;
- ● Fruits frais pour le marché gourmet : la cerise, le raisin de table, les pêche et nectarine, la prune, l'abricot, le melon, ... ;
- ● Viandes de consommation (marché de niche) : viandes bovines, ovines, porcines et volaille ;
- ● Produits laitiers : lait UHT (marché concurrentiel mais porteur), fromages (marché de niche), beurre format professionnel 25kg, ... ;
- ● Poissons et fruits de mer (marché de niche) ;
- Légumes pour le marché gourmet et la restauration : les champignons par ex. , la truffe fraîche, les spécialités de saison ;
- Fruits et légumes surgelés ;
- Charcuterie : produits premium et qualité intermédiaire ;
- Produits d'épicerie fine : confiserie chocolaterie biscuiterie, condimentaires, confitures, alimentation infantile, produits « bio » et aliments diététiques, ... (marché de niche) ;
- Compléments alimentaires et produits de santé OTC (en vente libre) ;



→ Intrants et équipements industriels

- ● ● Ingrédients alimentaires : malt, ovo produits, amidons modifiés, etc.
- ● Viandes matières premières : viande de porc pour la transformation et VSM de volaille ;
- ● Poudres de lait et autres dérivés laitiers ;
- ● Améliorants de panification, avec formulation à façon ; perspectives d'enrichissement des farines : volonté de différenciation des meuniers ;

- ● Marché d'équipements porteur (**équipements d'occasion proscrits**) ;
- ● Industrie laitière par exemple : ouverture à toutes offres françaises en « *solutions technologiques innovantes à prix concurrentiel* » ;
- Céréales : marché de navires Panamax (port céréalier INTERFLOUR).

→ Divers

- ● ● Sécurité sanitaire des aliments : expertise en systèmes de traçabilité, contrôle de qualité, hygiène alimentaire, ... (à niveau institutionnel) ;
- ● ● Conditionnement et stockage des denrées alimentaires ;
- ● ● Chaîne du froid ;
- ● ● Marché de gros : transfert de savoir-faire en organisation avec vision de « durabilité » et management ; service cotations ;
- ● Energies renouvelables ;
- ● Ecole de boulangerie : aucune formation diplômante n'existe à l'heure actuelle ; constituerait un support précieux au savoir-faire français ;
- Introduire la notion de terroirs : en mettant en valeur la richesse des terroirs vietnamiens méconnue localement tout en communiquant sur les terroirs français.



Remarque : les équipements industriels d'occasion ne sont pas autorisés à l'importation au Viêt-Nam.

LES GRANDES TENDANCES



AGRICULTURE ET ELEVAGE

Poursuite de l'intensification, amélioration des performances
 Souci de compétitivité dans la perspective des accords de libre échange signés
 Gare à l'impact environnemental, territoire très vulnérable au changement climatique
 Sécurité sanitaire : pression sanitaire élevée et emploi massif de produits chimiques



INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE

Diversification, forte volonté d'investissements, bienvenue aux investisseurs étrangers
 Marché d'équipements et de technologies innovantes
 Facteur prix + service
 Hygiène, traçabilité, contrôle de qualité



MARCHE DE CONSOMMATION *"pays de gastronomie"*

Modernisation de la distribution : Les convenience stores ont le vent en poupe
 Marché de masse porteur : facteur prix (revenus encore limités) et facteur santé
 Multiples marchés de niche, segments diffus y compris « green » et « santé »

L'APPROCHE DU MARCHÉ



VISION

Marché globalement exigeant et convoité : investissements et approche long terme nécessaires et lobbying
 S'implanter pour produire et importer
 Enjeu : marché vietnamien + ASEAN (+3)



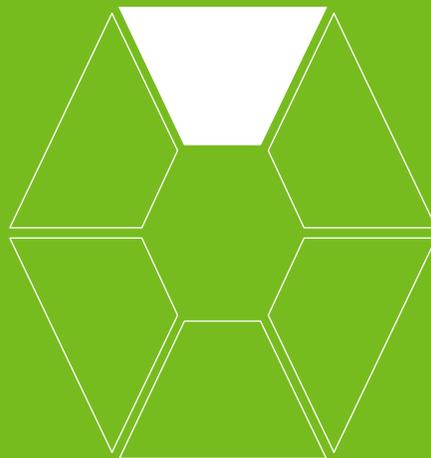
CADRE AUX ECHANGES

Rouages et procédures à l'importation complexes et rigides
 Réglementations mouvantes
 Accords de libre échange susceptibles de rebattre les cartes
 Barrières informelles qui peuvent être redoutables



MENTALITE *"se comporter comme une start-up"*

Soigner le relationnel, construire un réseau, liens de confiance à instaurer
 Plusieurs pays en un : comprendre, s'adapter
 Impliquer le partenaire : écouter, expliquer, échanger, former, inviter
 Présence et proactivité



Envergure agricole



Cartographie des grandes régions du Viêt-Nam

Des milliers de km de frontières terrestres perméables aux flux de produits et d'animaux sur pieds :

- 1200 km avec le Cambodge
- 2000 km avec le Laos
- 1300 km avec la Chine

Panorama de l'agriculture et de l'élevage

L'agriculture contribue pour près de 18% du PIB selon la Banque mondiale tandis que les produits agricoles génèrent près de 12% des exportations vietnamiennes selon l'Office National des Statistiques pour 2014, jusqu'à 20% selon le Consulat de France à HCMV pour 2015.

En guise de référence :

- ➔ Le Viêt-Nam est le 2^{ème} exportateur de riz au monde ;
- ➔ Il est également le 2^{ème} exportateur de café au monde;
- ➔ L'aquaculture et la pêche constituent le 1^{er} poste agricole à l'export, au 7^{ème} rang des exportations vietnamiennes en valeur.

Plusieurs composantes au PIB agricole vietnamien (de source STOXPLUS 2014)

- ➔ Productions végétales ~ 70-72% ;
- ➔ Productions animales ~ 27-30 % ;
- ➔ Services et fournitures agricoles ~ 1%.

L'agriculture ne manque pas totalement d'attractivité pour les IDE bien que son poids soit marginal, estimé entre 1et 3% du total IDE.

En tête des pays investisseurs :

- ➔ Taïwan, Indonésie et Thaïlande ;
- ➔ Japon, Corée du sud : efforts concertés en matière d'investissements dans l'agriculture vietnamienne, de transferts de technologies et d'introduction de IT en agriculture (faisant intervenir notamment la société FUJITSU) ;
 - + Coopération japonaise dans le domaine de la qualité des produits agricoles à l'export ;
 - + Appui de la banque MITSUBISHI aux investisseurs japonais (cas par exemple du sourcing local de AEON) ;
 - + Sollicitation de fonds de développement agricole sud-coréens.

En guise d'illustration, à signaler le projet JICA d'implantation d'un « Hi-tech agricultural-industrial Park » sur 300 ha à Dalat dont l'objectif serait le sourcing de denrées « green » (principalement fruits et légumes) pour le marché japonais.

Les défis sont nombreux et pris très au sérieux par les pouvoirs publics vietnamiens. Entre autres :

- ➔ Vulnérabilité du territoire aux accidents et changements climatiques, à la surexploitation des terres agricoles et à la déforestation ;
- ➔ Exode rural ;
- ➔ Faible productivité attribuée à un déficit en technicité et technologies ;
- ➔ Insuffisance des infrastructures ;
- ➔ Besoins en formation agronomique, vétérinaire, technologies agricoles ;
- ➔ Nécessité de mise en place de normes de qualité et traçabilité des denrées agricoles et alimentaires.

Caractéristiques géo-climatiques

- Territoire en zone tropicale (sud) et subtropicale (nord), étalé sur 14 degrés de latitude ;
- Grande diversité climatique du fait des différences de latitude et de relief.

2 régions agricoles phares : le delta du Mékong et le delta du Fleuve rouge :

- Le delta du Mékong* (~20% de la population), « grenier à riz » du Viêt-Nam avec près de 25 M T de production- soit plus de 50% de la moisson vietnamienne, 3,6 M T de produits issus de l'aquaculture, une production fruitière d'amplitude, etc.
- Le delta du Fleuve rouge, également zone de prédilection pour la riziculture, le maraîchage et les cultures fruitières.

Fragilité globale

- Accidents climatiques : inondations comme sécheresses ;
- Surexploitation des terres et des eaux, déforestation ;
- Inquiétant phénomène de salinité des eaux du Mékong.

Structures agricoles

Les petites structures familiales sont largement dominantes en agriculture comme en élevage.

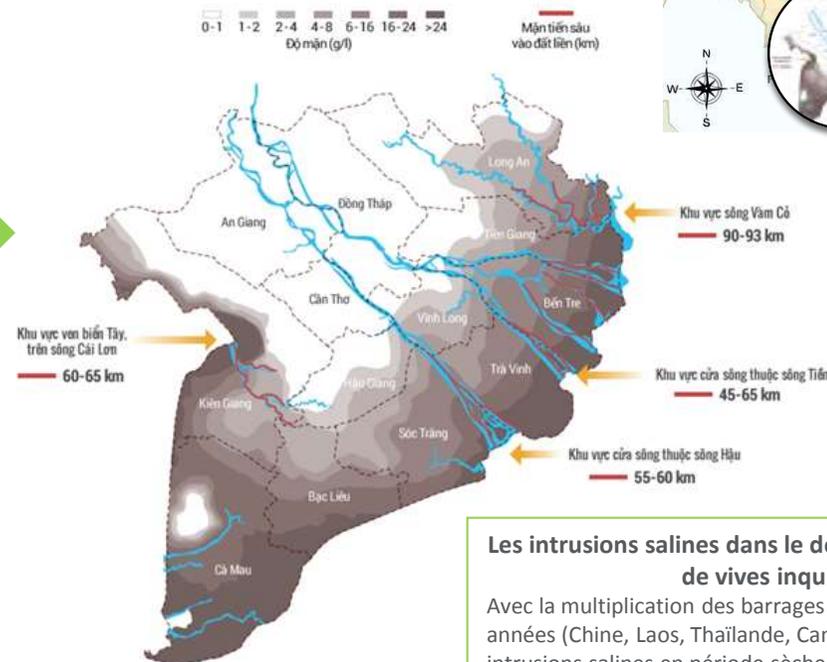
- Multitude de petits exploitants en polyculture/élevage, voire polyculture/élevage/aquaculture sur 1,5-3 ha ;
- Majorité d'exploitations en cultures pérennes, vergers notamment : moins de 0,2 ha en moyenne.

Il existe par ailleurs des megafermes laitières et des élevages commerciaux, intégrés ou individuels, de grande taille (porcs et volaille).

(*) Pour mémoire, existence d'un événement local à forte connotation agricole et agroalimentaire : MEKONG INVEST dont la 4^{ème} édition a eu lieu en 2016



Cartographie de la salinité des eaux dans le delta du Mékong



Les intrusions salines dans le delta du Mékong suscitent de vives inquiétudes

Avec la multiplication des barrages au cours des dix dernières années (Chine, Laos, Thaïlande, Cambodge), progression des intrusions salines en période sèche. Phénomène aggravé par la montée du niveau de la mer.

Source : l'institut de recherche en ressource en eau du Sud Vietnam

Principaux repères

Viêt-Nam

331 210 km² (~ moitié de la France)
 ¼ du territoire en zone montagneuse et forêt tropicale
 (point culminant : le toit du VietNam ou mont Phan Xi Păng à 3143 m)
 3 500 km de côtes
 Près de 94 millions d'habitants dont 2/3 de ruraux

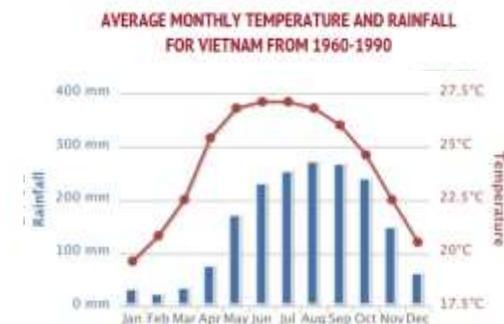
Agriculture

Terres aptes à l'agriculture ~ 10,9 M ha (FAO)
 Terres arables ~ 6,5 M ha
 Forêts : 11-14 M ha
 Rizières ~ 85% des terres arables
 Irrigation mécanisée à 50% et gravitaire à 50%
 Terres encore exploitées par des sociétés étatiques ~ 2,8 M ha (donnée officielle 2015)
 Grandes cultures diversifiées : riz, maïs, café, thé, coton, canne à sucre, manioc, ...
 Horticulture fruitière et légumière diversifiée

Elevage

(de source officielle vietnamienne)

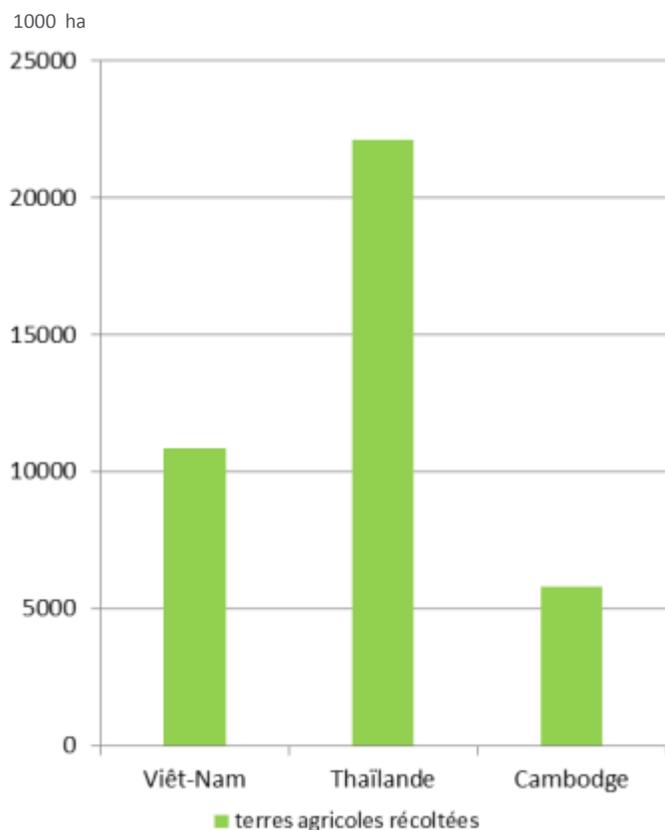
Cheptel bovin	5,4 millions têtes
Cheptel ovin / caprin	1,9 millions têtes
Cheptel buffles	2,5 millions têtes
Cheptel porcin	27,8 millions têtes
Volailles	342 millions têtes



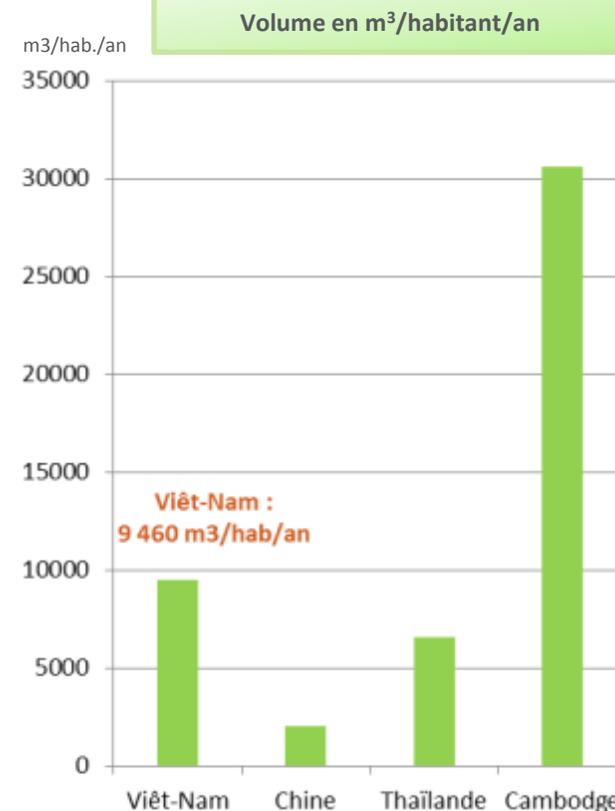
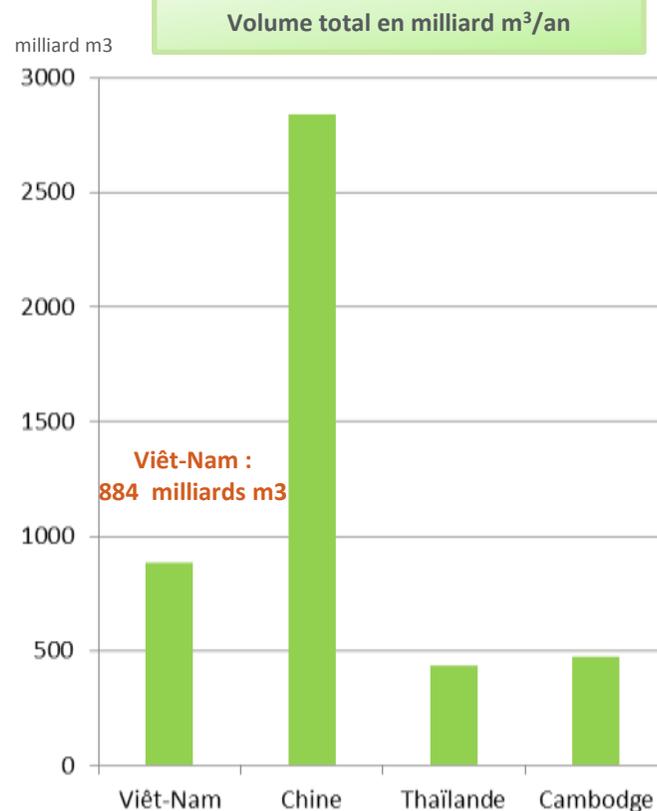
Source : Banque Mondiale

Comparaison des terres agricoles et disponibilités en eau de plusieurs pays d'Asie

Terres agricoles en million ha en 2014 (FAO)
Péninsule indochinoise



Disponibilités en eaux renouvelables annuelles
(AQUASTAT / FAO - données 2014)





Perspectives et opportunités filières végétales et équipements liés

Dynamique des productions végétales

L'exportation de produits issus de l'agriculture est un contributeur majeur au PIB vietnamien.

Une culture de rente en pleine expansion : le café

Le Viêt-Nam est 1^{er} producteur de café robusta au monde, 2^{ème} producteur de café, toutes variétés confondues (28 milliards de sacs en 2016), loin derrière le Brésil (plus de 50 milliards en 2016) et 2^{ème} exportateur mondial derrière le Brésil.

C'est un secteur en plein essor, porté par les perspectives de croissance de la consommation en Asie.

Les hauts plateaux de Lam Dong se couvrent de nouvelles plantations.

La production de café concerne plus d'un demi million de planteurs.

➔ 3,3 milliards USD de revenu export (2014), derrière le bois et la crevette.

Le riz culture emblématique

La culture du riz reste une priorité au Viêt-Nam. Le rang de 3^{ème} exportateur de riz au monde ne calme pas les ardeurs. L'intensification à outrance de cette culture (passage de 2 à 3 récoltes par an notamment) n'est pas sans susciter de vives inquiétudes. Le fragile équilibre du delta du Mékong, véritable grenier à riz du pays (~50% de la production et près de 90% de l'exportation), est en jeu.

➔ Avec plus de 6 millions T en 2014, Viêt-Nam 3^{ème} exportateur de riz au monde après l'Inde et la Thaïlande ;

➔ Volonté de développer les exportations.

La filière bois constitue un autre pôle d'excellence du Viêt-Nam

➔ 6,9 milliards USD de revenu export en 2015.

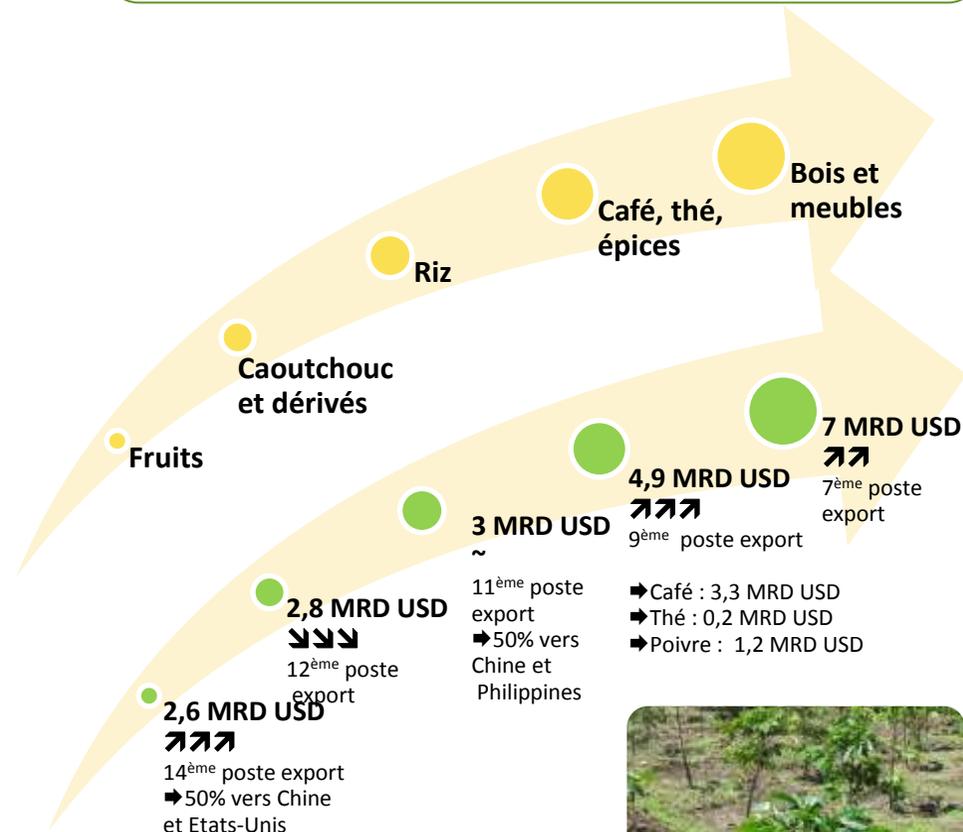
AGRICULTURE VIETNAMIENNE TOURNEE VERS L'EXPORT

Principaux segment export développés

Valeur export 2014

Rang dans les exportations globales vietnamiennes 2014

(Total : 150 MRD USD)



Source : Domaine MORERE

L'horticulture est naturellement un secteur phare

- Productions fruitières : fruits tropicaux (noix de cajou, litchi, fruit du dragon, mangue, etc.) pour un revenu export de l'ordre de 6 milliards USD en 2015 ; Un segment prioritaire pour les Pouvoirs Publics vietnamiens : l'exportation de litchi.
- Productions légumières (légumes frais divers et manioc) : 1 milliard USD de revenu export en 2015 ;
- **Horticulture florale : des opportunités à l'exportation, pas uniquement à destination du Japon ;**
- Près de 23 000 ha (*sous toutes réserves*) lui seraient consacrés (florales et plantes ornementales) pour un revenu moyen de 13 500 USD/ha, pouvant aller jusqu'à 112 000 USD/ha pour les productions florales à plus forte valeur ajoutée (source : RMIT University) ;
- Gamme de fleurs coupées (chrysanthème entre autres), bulbes et plants de phalaenopsis en guise d'exemples ;
- Acteurs japonais et taiwanais implantés en production (région de Dalat) ;
- **Projet d'investissement d'un grand marché de fleurs aux enchères sur financement japonais ;**
- Deux régions propices à ces productions : Dalat naturellement ainsi que Moc Chau.

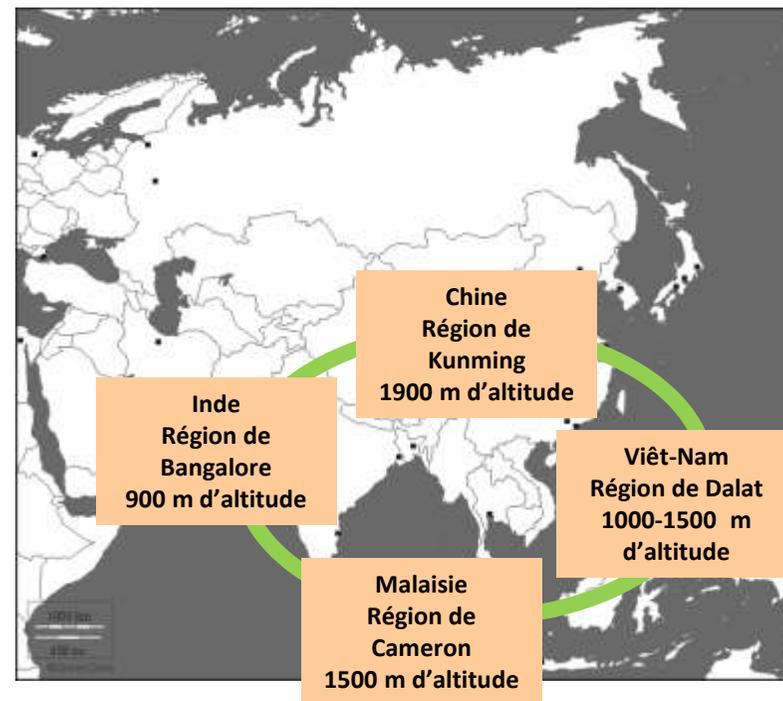
L'acteur leader en horticulture florale pour l'export est la société HASFARM (groupe AGRIVINA), exploitant une cinquantaine d'ha de serres ultramodernes.

Fait notable : ce groupe vient d'investir dans une plate-forme logistique froide à HCMV.

Autre acteur d'importance à signaler : NGOC AN FLOWER CO., LTD à Dalat.

Si ces filières ont un potentiel indiscutable, elles ont besoin de transfert de savoir-faire sur le plan commercial et en matière de logistique.

Principaux pôles d'horticulture florale en Asie



L'enjeu : 2 marchés importateurs majeurs sur zone

- Le Japon : marché de consommation de fleurs coupées de plus de 5 milliards USD/an
- La Chine : nd

Flux Viêt-Nam vers Japon ~400 conteneurs maritimes /an



Producteur de fraises - Dalat



Exploitation horticole région de Dalat (productions florales)



Serristes - Dalat



Focus « productions légumières »



Les Vietnamiens se placent au 1^{er} rang des consommateurs de légumes en Asie avec un niveau de consommation de l'ordre de 115 kg/habitant/an.

La surface consacrée à l'horticulture légumière serait de l'ordre de 873 000 ha en 2014 (selon les données officielles, MARD) pour une production d'une quinzaine de millions de T, tous légumes confondus.

Une trentaine de légumes occupent près de 80% de la surface.

- ➔ 2 pôles de cultures légumières : delta du Mékong et delta du Fleuve rouge ~50% de la surface totale ;
- ➔ Développement des cultures sous serre en région de Dalat.

Pomme de terre

Spécialité de Dalat, la pomme de terre locale doit faire face à des flux frauduleux en provenance de Chine. Le marché est porteur.

Les rendements sont faibles ~13 T/ha, la production de qualité variable (d'excellente à moyenne) et différenciation variétale (« *pomme de terre rouge/rose* » et « *pomme de terre jaune* »).

La consommation reste modeste ~10 kg/hab./an, comparée à celle de la Thaïlande ou de la Chine (respectivement 100 et 37kg/hab./an).

- ➔ Gamme limitée : pomme de terre de saison et pomme de terre de primeur ;
- ➔ Potentiel de production locale 12 mois sur 12 ; opportunité d'investissement en production ; Culture d'hiver dans le delta du Mékong, 2 cycles de culture dans la région de Dalat ;
- ➔ Des projets de développement avec appui technique étranger : exemple du consortium PEPSICO FOOD VIETNAM/AGRICO/Coopération néerlandaise ;
- ➔ Importations difficiles à cerner en raison de flux informels conséquents en provenance de Chine (probablement deux fois le volume annoncé) : officiellement 80 000T en 2015, pomme de terre chinoise pour plus de 98%.

Autres origines jugées « *trop chères* ».

La Nouvelle Zélande a néanmoins obtenu l'ouverture du marché à la pomme de terre de Nouvelle Zélande en août 2015, au terme de 3 ans d'efforts ;

- ➔ Marché à l'importation de pomme de terre semence : 1600 T en 2015 (Allemagne, Corée du sud, Australie, ...)

La production vietnamienne porte principalement sur :

Pour le marché domestique

Légumes tropicaux
Tomate et poivrons
Concombre
Carotte
Oignon et ail
Large gamme de choux
Pomme de terre (Dalat)
Artichaut (utilisé comme plante médicinale riche en cynarine)

+ pastèque

Pour l'export

Concombre
Carotte
Choux
Baby corn
Oignon

La réflexion est engagée quant à l'utilisation massive, au Viêt-Nam, de produits phytosanitaires et autres molécules telles que agents de maîtrise du mûrissement.

➔ Or, les exportateurs vietnamiens sont tenus de respecter des normes à l'exportation (résidus de pesticides notamment).

Le système VietGAPs illustre cette prise de conscience. La volonté de produire des légumes plus sains est une réalité. Les principaux bassins de production participent à ce schéma.

Mais il est très difficile d'en mesurer la réalité, en l'absence de contrôle effectif de toute la chaîne de petits apporteurs, de surcroît dans un environnement tropical fragile (pression sanitaire élevée), sans compter la pollution éventuelle des terres et de l'eau d'irrigation.

La distribution moderne vietnamienne en développement et animée par de grands groupes internationaux tels que AEON et BJC contribue à ce processus dans son souci de sécuriser son sourcing en produits frais, fruits et légumes notamment.

Des projets japonais et sud-coréens ont été identifiés :

- ➔ Prospection de groupes japonais, compte tenu, notamment, de leur positionnement dans la distribution moderne vietnamienne (supermarchés et superettes de proximité – le géant de la distribution nippone AEON, FAMILY MART, ...) : légumes « clean » pour le marché local et, le cas échéant, l'exportation vers le Japon ;
- ➔ Contrat de production de salades pour le groupe sud-coréen CJ.

Des acheteurs étrangers, européens comme asiatiques, s'intéressent en effet au potentiel de production vietnamien, en productions légumières (mini légumes à titre d'exemple, salades, etc.). Des contrats sont déjà établis.

Il existe quelques maraîchers développant une production « bio » ou assimilée dans plusieurs régions, notamment dans la région de Dalat (entrepreneurs locaux ou étrangers), mais également dans le nord Viêt-Nam sous assistance de l'ONG danoise ADDA.

Pour avoir quelque chance de se développer, cette filière a besoin :

- ➔ Transferts de technologies (conversion bio, design des fermes, software, etc.) et formations de jeunes horticulteurs ;
- ➔ Intrants adaptés et certifiés ;
- ➔ Système de certification des exploitations ;
- ➔ Appui à la mise en place de circuits de distribution et au marketing (à destination notamment de l'hôtellerie restauration de luxe et des expatriés).

Le Ministère de l'Agriculture (MARD) a instauré les Vietnamese Good Agricultural Practices (VietGAPs) sur le modèle de GlobalGAPs.

Par Décret No. 379/QD-BNN-KHCN du 28 janvier 2008.
En vigueur depuis juillet 2011.

Productions concernées :

Légumes et fruits
Thé
Café
Poivre
Riz

Pour référence :

Surface certifiée VietGAPs en productions légumières :
62 500 ha en 2013 sur une surface totale de 735 000 ha, soit
8,5%.

Principaux freins :

Structures agricoles fragmentées.
Capacité à respecter les normes et à consigner des pratiques et des résultats souvent insuffisante.
Manque de réseau de commercialisation adapté.
Coûts de certification élevés.

Tout un concept à introduire et à gérer.



OPPORTUNITES

- Marché de semences* : potagères, pomme de terre semence ;
- Potentiel de développement de la culture de la pomme de terre en cycle hivernal ;
- Marché de niche pour des légumes non produits localement, pour la restauration : « légumes français de saison » ;
- Marché potentiel pour de la pomme de terre de consommation ;
- Intrants et équipements pour productions sous serre : floriculture comme cultures légumières ;
- Equipements post-récolte ; existence de subventions du Ministère de l'Agriculture (MARD) aux « pré-transformateurs » exportateurs (packaging, froid, etc.) ;
- Bonne image de l'horticulture française et des entreprises françaises ;
- Démantèlement des droits dans le cadre de l'ALE UE/Viêt-Nam.

HANDICAPS

- Forte concurrence dans tous les domaines ;
- Existence de marchés captifs : entreprises sous assistances techniques étrangères ou à capitaux étrangers, asiatiques notamment.

() Le Viêt-Nam a adhéré à l'UPOV en 2006.*

Il a été décidé récemment de réviser la Loi sur la propriété intellectuelle, notamment ce qui concerne la protection des obtentions végétales. Un séminaire UPOV s'est tenu à Hanoi sur ce thème en septembre 2016, organisé par le MARD, l'UPOV, l'office des brevets et marques des Etats-Unis (USPTO) et le Ministère japonais de l'Agriculture.

Focus « productions fruitières »

Les Vietnamiens sont consommateurs de fruits ; les données de consommation (autour de 1 kg/mois/hab.) semblent largement sous-estimées ; la demande est forte, tous fruits confondus, fruits tempérés comme fruits exotiques.

A l'instar des productions légumières, les productions fruitières diffuses sont impossible à chiffrer avec précision.

➔ Plus de 8 millions T par an

Plus de 830 000 ha seraient consacrées aux seules productions fruitières en 2014 (de source officielle, MARD).

Les Pouvoirs Publics vietnamiens placent l'exportation de fruits au rang des priorités nationales avec accent sur le litchi et le fruit du dragon.

- ➔ Officiellement, exportations de fruits frais pour la seule rubrique 0810 : près de 150 000 T en 2014, pour un montant de 325 M USD ;
- ➔ Exportations de bananes ~11 M USD en 2014 ;
- ➔ Exportations d'agrumes ~11 M USD en 2014, citrons et limes principalement.

Les exportations auraient augmenté de près de 50% en 2015, avec, pour principaux segments :

- ➔ Le fruit du dragon : 1,1 M T ;
- ➔ La pastèque : 300 000 T ;
- ➔ Le longane : 250 000 T et le litchi : 77 000 T ;
- ➔ La mangue : 100 000 T.

Production de petits fruits

Des producteurs de fraises se sont implantés dans la région de Dalat :

- ➔ A Dalat ~350 ha, en hydroponique (BIOFRESH par exemple ou HIEP LUC Strawberry Farm) et en culture de plein champ ou sous plastique ;
- ➔ Variétés de France, des USA, du Japon et de Nouvelle Zélande ;
- ➔ Prix de gros en pic de saison ~ 60-70 000 VND ~ 2,50-2,90 EUR/kg.

Les principaux fruits exportés (frais) :

Litchi
 Fruit du dragon (ou pitaya)
 Mangues
 Durian
 Fruit du jacquier
 Longan et rambutan
 Pastèque
 Agrumes
 Bananes
 Noix de coco



La production de framboises nécessite un savoir-faire pointu : au moins 2 fermes avaient été montées par des Français dans les années 2000. Ces unités ont fait faillite.

- ➔ Toutefois, il est fait état d'un potentiel de production attractif, 12 mois sur 12 en région de Dalat ; il existe des co-investisseurs potentiels ;
- ➔ La framboise est un produit recherché : niche de marché fortement rémunératrice, avec opportunités à l'export sur le Japon, Corée du sud, Dubaï, etc.

Un remarquable potentiel de transformation.

C'est une filière handicapée par un **déficit en logistique de récolte et post-récolte**, le manque d'investissements, **un marché domestique traditionnellement de fruits frais**.

Il est estimé à 90% la part des fruits commercialisés à destination de la transformation ; les pertes sont importantes, autour de 30% à ce stade.

- ➔ Conserves et jus, purées concentrées, fruits congelés, fruits séchés (de qualité modeste faute de technicité), fruits déshydratés-snacks (segment de production intéressant mais de qualité variable selon les industriels) ;
- ➔ CA export : le Viêt-Nam déclare exporter un peu plus de 16 000 T pour un montant de près de 40 M USD en 2014, à destination principalement de Corée du sud, Australie, Japon et Pays-Bas.

OPPORTUNITES

- Transferts de technologies en production et conception de fermes (petits fruits notamment) ;
- Besoins en transferts de technologies post-récolte ;
- Potentiel de développement de la transformation des fruits ;
- Transferts de technologies pour la fabrication de fruits semi-secs de type pruneau d'Agen .

HANDICAPS

- faible intérêt évoqué des spécialistes français.

Focus « céréales »

Le Viêt-Nam figure au rang des producteurs mondiaux leaders de riz avec une production annuelle de près de 28 M T (donnée 2014/15) .

Le Viêt-Nam est également un exportateur majeur de riz.

- ➔ Production de 44,8 M T en 2014 (de source officielle, MARD) pour une surface consacrée de 7,8 M ha et un rendement moyen de 57,4 q/ha ;
- ➔ Export ~6,7 M T en 2015 ;
- ➔ La Chine est son principal débouché, ce qui n'est pas sans poser questions, compte tenu des relations sino-vietnamiennes parfois difficiles (fermeture du marché chinois en 2014).

Au second rang, la production de maïs, de l'ordre de 5 MT en 2015, destinée principalement à l'industrie des aliments du bétail.

- ➔ Production de 5,2 M T en 2014 (de source officielle, MARD) pour une surface consacrée de 1,18 M ha et un rendement moyen de 44 q/ha ;
- ➔ Pour mémoire, le Viêt-Nam a importé pour plus de 7 M T de maïs en 2015 (selon les douanes des pays exportateurs). *Se reporter au Focus « industrie de l'alimentation animale ».*

Le Viêt-Nam est naturellement un importateur majeur de blé.

- ➔ Blé ~ 2,5 M T d'Australie à près de 50%. La meunerie vietnamienne a pour principaux débouchés le secteur de panification et l'industrie des noodles (nouilles instantanées : marché de près de 25 000 T, 4^{ème} marché au monde, une cinquantaine de fabricants). *Se reporter au Focus « industrie de la meunerie ».*
- ➔ Blé fourrager, consommé en aquaculture (prix et teneur en gluten ; à la fois ingrédient et agent de texture/liant) et également intégré dans les formulations d'aliments du bétail en fonction de sa compétitivité vs maïs et autres sources d'énergie.
- ➔ Orge sous forme de malt essentiellement. Le Viêt-Nam est un marché phare en Asie pour la fabrication de bière, avec une très forte marge de développement. *Se reporter au Focus « industrie brassicole ».*

OPPORTUNITES

- Riziculture : priorité nationale ; marché d'équipements post-récolte ;
- Maïsiculture ;
- Marché dépendant des importations de blé et de malt et (ou) orge ;
- Bonne image de l'agriculture française et des entreprises françaises ;
- Démantèlement des droits dans le cadre de l'ALE UE/Viêt-Nam.

HANDICAPS

- Le blé australien bénéficie d'un droit nul dans le cadre de l'accord de libre échange ASEAN/Australie ;
- Meunerie vietnamienne, marché en partie captif : INTERFLOUR via son actionnaire australien et SUMITOMO via sa filiale australienne EMERALD GRAIN.

Focus « machinisme agricole »

Les importations ont connu une très forte progression au cours des 6 dernières années comme en témoigne le graphique ci-après.

La Chine domine le segment étudié.

Facteurs limitants :

- ➔ Taille des exploitations : parcellaire fragmenté ;
- ➔ Environnement aux investissements agricoles : accès problématique aux crédits, etc.

Le taux de mécanisation dépend fortement des cultures et naturellement des structures d'exploitation.

Le déficit en main d'œuvre agricole saisonnière incline les filières agricoles commerciales à mécaniser.

Facteur encourageant : les Pouvoirs publics vietnamiens proposent via AGRIBANK sous tutelle du Ministère de l'Agriculture (MARD) des prêts spécifiques à taux subventionnés pour les achats de certains équipements agricoles : taux zéro sur les deux premières années, 5% la 3^{ème} année.

A noter qu'il existe une fabrication locale :

- ➔ Ateliers sous accords de partenariat pour l'assemblage d'équipements à partir de composants d'importation ;
- ➔ Institut technique national spécialisé dans la conception de prototypes.

Fait notable : la forte présence nippone sur ce segment.

- ➔ La société KUBOTA se distingue par son usine locale inaugurée fin 2009 dans la dynamique province de Binh Dong et un solide réseau de distribution ;
- Fabrication de tracteurs (capacité de 15 000 unités/an) et de moissonneuses batteuses (capacité de 2 000 unités/an) ;
- Marché cible : la riziculture vietnamienne ;
- ➔ Le groupe YANMAR est implanté via JV entre SOVICO-Viêt-Nam et YANMAR-Japon : Import distribution avec service après-vente ;
- ➔ ISEKI a pour partenaire la société étatique VEAM pour l'importation distribution de produits ISEKI et l'assemblage d'équipements ISEKI pour la riziculture, planteuses et moissonneuses.

OPPORTUNITES

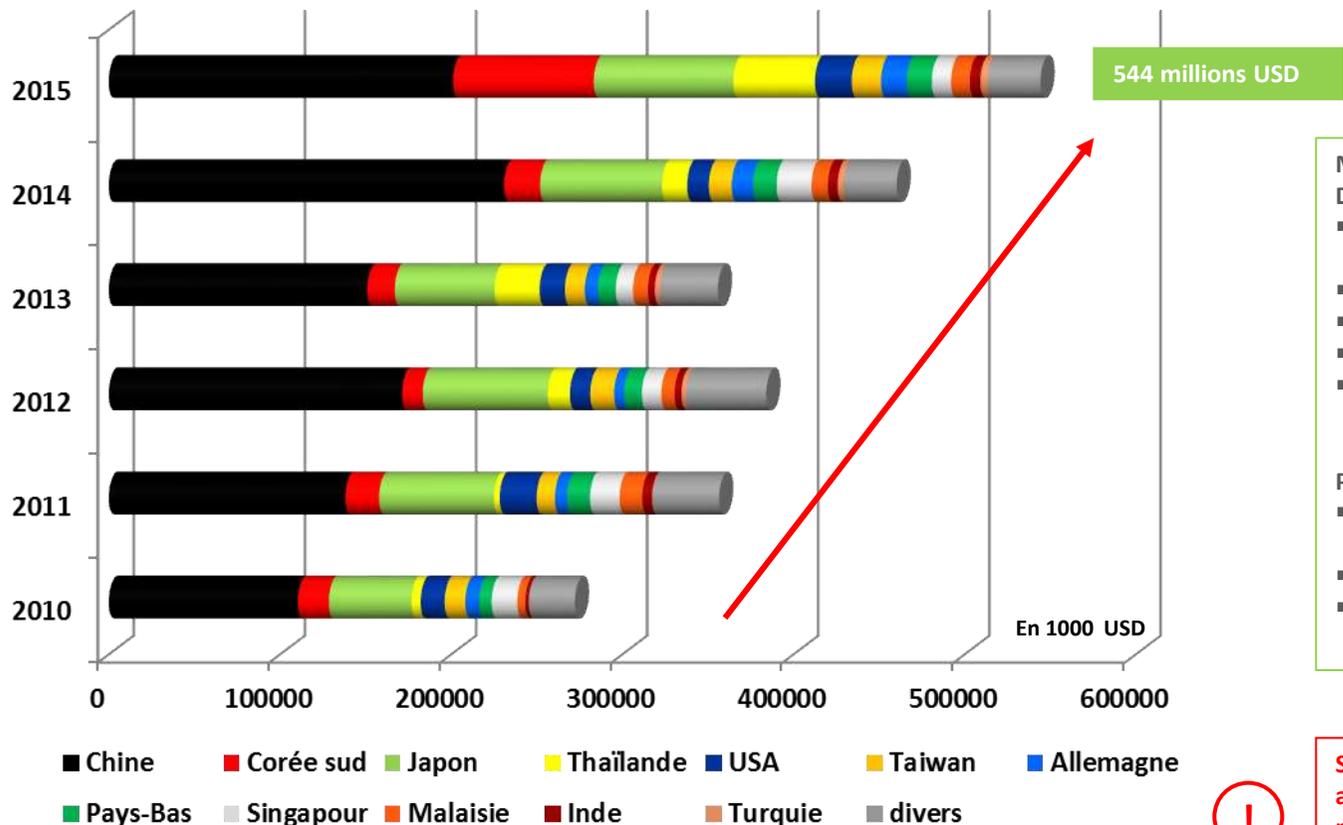
- Stratégie nationale : développement de l'agriculture au cœur des priorités ;
- Tendance à la mécanisation dans les exploitations commerciales (élevage comme productions végétales) ;
- Agriculture et élevage relevant du secteur privé, sauf filière sucre ;
- Segments porteurs : riz, canne à sucre, productions légumières, ... ;
- **Bonne image de l'agriculture française et du savoir-faire français ;**
- Démantèlement des droits dans le cadre de l'ALE UE/Viêt-Nam.

HANDICAPS

- Concurrence asiatique, jusqu'à assemblage local ;
- Coopérations agricoles bilatérales bien établies avec impact sur le marché du machinisme agricole : Viêt-Nam/ Japon, Viêt-Nam/Australie, etc.
- **Equipements français réputés « chers ».**

Evolution des importations vietnamiennes de machinisme agricole

(Source : COMTRADE, selon douanes des pays exportateurs)



MACHINISME
MARCHÉ VIETNAMIEN

Montant total 2015 : 544 millions USD

Dont principaux postes :

- ➔ Tracteurs ((870190) : 121 millions USD, du Japon et de Corée sud pour plus de 80%
- ➔ Machines de manutention (8428) : 108 millions USD
- ➔ Equipements de récolte (8433) : 95 millions USD
- ➔ Pulvérisateurs : 80 millions USD
- ➔ Machines et équipements agriculture et élevage (8436) : 59 millions USD

Principaux pays fournisseurs :

- ➔ Chine : le Viêt-Nam est le 4^{ème} marché export des équipementiers chinois en machinisme agricole
- ➔ Corée du sud : Viêt-Nam 3^{ème} marché
- ➔ Japon : Viêt-Nam 8^{ème} marché

Singapour s'avère être une plate-forme de réexportation au sein de l'ASEAN pour le machinisme agricole comme pour bien d'autres produits.

Selon les douanes vietnamiennes, le total import est de 250 millions USD en 2014, contre 460 millions USD selon les douanes des pays exportateurs cette même année.



SYNTHÈSE OPPORTUNITÉS FILIÈRES VÉGÉTALES ET ÉQUIPEMENTS LIÉS

→ Génétique végétale

- ● ● Potagères : légumes pour le marché domestique et l'export
- Intensification et diversification fourragère

→ Intrants divers

- ● Nutrition des plantes : produits innovants ; accent sur la préservation de l'environnement
- ● Protection des cultures : idem
- ● Intrants, équipements et transferts de technologies en productions sous serres (légumes, fleurs, fraise) ; assemblage local de serres à partir de composants d'importation ; systèmes de fertigation

→ Machinisme

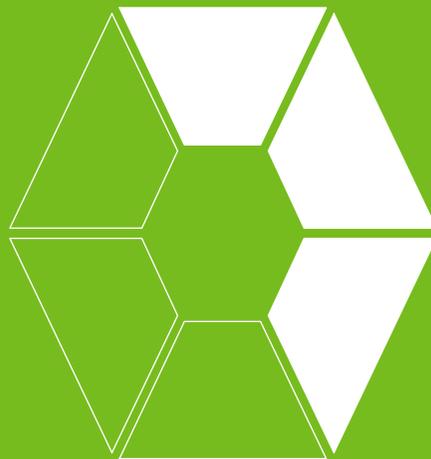
- Machinisme adapté à de petites parcelles

→ Équipements et savoir-faire post-récolte

- ● ● La filière fruits tropicaux pour l'export
- Idem légumes et fleurs/plantes ornementales
- Filière riz
- ● Stockage et conditionnement/packaging, chaîne du froid

→ Autres

- ● ● Sécurité sanitaire, traçabilité
- ● Transformation des fruits



Perspectives et opportunités filières animales et équipements liés

Dynamique des productions animales

Le développement de l'élevage est une priorité nationale.

- ➔ L'objectif est d'atteindre, en 2020, une part du PIB agricole de 42% contre près de 30% en 2016 ;
- ➔ Avec objectif final de 50% de PIB agricole.

La crevette et le pengasius constituent un fer de lance à l'export.

La pénéculture s'est en effet considérablement développée au Viêt-Nam ; plus de la moitié des exportations mondiales à l'actif du Viêt-Nam, de la Thaïlande, de l'Inde et de l'Indonésie (crevette à pattes blanches).

Le Viêt-Nam en serait devenu le 1^{er} exportateur. Les Etats-Unis (à noter l'annonce d'une taxe anti-dumping de 4,78% sur les crevettes vietnamiennes en sept 2016), l'UE et le Japon sont ses principaux marchés.

- ➔ Export de 3 milliards USD en 2015, soit fortes pertes par rapport à 2014 (- 1 milliard USD) ;

Des enjeux importants :

- ➔ Vives pression sanitaire et pression sur les prix sur les élevages du Delta du Mékong ;
- ➔ Volatilité des prix sur les marchés internationaux.

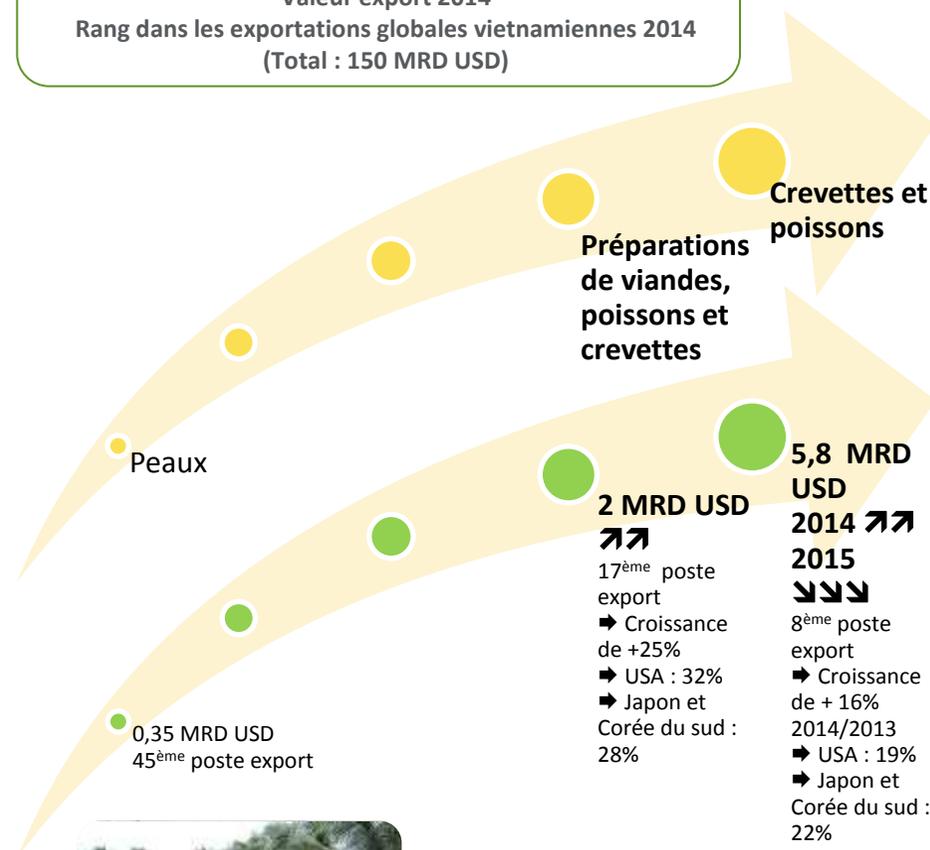
Mais outre l'aquaculture, l'élevage est naturellement diversifié au Viêt-Nam

L'élevage porcin est largement en tête de la production de viande, loin devant l'aviculture.

La production laitière tend quant à elle à se développer selon un modèle de méga-fermes industrielles.

Se reporter aux pages suivantes.

UN SEGMENT D'ELEVAGE A VOCATION EXPORT :
poissons et crustacés
 Valeur export 2014
 Rang dans les exportations globales vietnamiennes 2014
 (Total : 150 MRD USD)



Devant la vulnérabilité des filières d'élevage, en particulier l'aviculture, face à la concurrence étrangère générée à terme par les accords de libre échange signés, les Pouvoirs Publics vietnamiens s'emploient à consolider leurs filières, dans leur intégralité, de la production à la transformation.

- ➔ Aviculture qualifiée généralement de « fragile » ;
- ➔ Aquaculture « volatile » selon les avis de spécialistes recueillis ; une priorité pour le Viêt-Nam ;
- ➔ Elevage porcin : « secteur le plus solide » le mieux armé pour affronter la concurrence.

Les objectifs nationaux en termes de production (de source bureau Business France Viêt-Nam) :

- ➔ Viande bovine ~ 503 000 T + viande de buffle ~91 000 T, à l'horizon 2020
- ➔ Cheptel bovin lait ~ 425 000 têtes , "
- ➔ Viande porcine ~ 4,2 M T, "
- ➔ Viande de volaille ~ 1,5 M T, "

Les structures d'élevage sont, en large part, familiales. L'élevage reste une ressource vitale pour une majorité de foyers ruraux.

- ➔ 10 millions d'élevages familiaux

L'aval de l'élevage est également appelé à se moderniser.

- ➔ Les données officielles font état d'un abattage industriel à hauteur de 15% seulement des animaux de boucherie.

Elevage laitier



- Cheptel de 280-300 000 têtes pour un cheptel bovin total de 5,36 M têtes ;
- Selon le Plan de développement : 425 000 têtes en 2020 ;
- Production 2015 ~ 660-723 000 T lait ~35% des besoins ;
- Consommation ~21L/hab./an ; prévisions ~ 28 L/hab. en 2020.

Elevage porcin



- Cheptel estimé à 27,8 M têtes dont 3,8 M truies ;
- Selon le Plan de développement : 30 M têtes en 2020 ;
- Production 2015 ~ 2,6 M T PC ;
- Consommation et production équilibrée ; consommation de l'ordre de 28 kg/hab., viande « chaude » à plus de 90%.

Elevage bovin/ovin/caprin viande



- Cheptel bovin viande ~ 5 M têtes (5,4 M en 2020) et cheptel ovin/caprin viande de l'ordre de 1,9 M têtes (2,9 M en 2020) ;
- Cheptel de buffles estimé à près de 2,5 M têtes ;
- Production de viande de ruminants ~ 180 000 T en 2015 ;
- Consommation de viande bovine ~9,6 kg/hab. (y c viandes importées) ~ moins de 25% des besoins couverts par la production locale.

Elevage avicole



- Cheptel estimé à environ 342 M têtes, poulets de chair et poules pondeuses pour 75%, palmipèdes pour 25% ;
- Selon le Plan de développement : 392 M tête en 2020 ;
- Consommation de d'ordre de 96 œufs/hab. en 2015 (de source officielle) et 12,7 kg de viande/hab. en 2015 (OCDE) ;
- Production de viande de 454 000 T et 9 MRD œufs en 2015 (de source officielle) ; ~50% des besoins.

Focus « aviculture »

Comparée à l'élevage porcin, l'aviculture est, au Viêt-Nam, de moindre importance et qualifiée de « très vulnérable » aux épizooties.

C'est également une filière considérée comme plus fragile dans la perspective de l'ouverture des frontières que supposent les accords de libre échange.

A noter que l'élevage avicole se classe au 2^{ème} rang des priorités de la politique agricole nationale en matière de développement de l'élevage, derrière l'élevage porcin.

Le secteur avicole sort de 4 années de pertes financières importantes ; l'année 2016 amorce une reprise.

Le cheptel est difficile à cerner avec exactitude.

- ➔ Officiellement de 342 M têtes ;
- ➔ Objectif de 392 M têtes à l'horizon 2020 selon le Plan de développement de l'élevage, soit une progression escomptée de 15%.

Comparé à l'élevage porcin, le degré d'intégration y est moindre.

- ➔ Elevage familial en très large part

Au rang des intégrateurs , citons :

- ➔ JAPFA : groupe actif en aviculture, avec ateliers de grands-parentaux, parentaux, accoupage et élevage (entre autres lignées : Japfa 202, Japfa Brown, King 303, 353 et 504, Queen 404) ; partenariat avec HENDRIX en ce qui concerne la génétique aviaire ;
- ➔ Groupe CP, au Viêt-Nam depuis 1993 ;
- ➔ DABACO.

La génétique aviaire est dominée, au Vietnam, par :

- ➔ GRIMAUD
- ➔ HENDRIX
- ➔ AVIAGEN

L'élevage de canards est relativement important au Viêt-Nam ; la génétique française domine ce secteur d'activité.

Par ailleurs, il existe de petites productions de cailles, pigeons, etc. pour les besoins de la restauration.

**Exemple de filière avicole intégrée :
CHAROEN POAKPHAND (CP)
De l'accoupage au kiosque fastfood de rue
(chaîne « Five Star »)**



Focus « élevage porcin »

Le Viêt-Nam présente le plus grand cheptel porcin d'Asie du sud-est et se place au 3^{ème} ou 4^{ème} rang mondial en termes de cheptel (FAO).

Traditionnellement concentré dans le sud Viêt-Nam, l'élevage porcin s'est progressivement diffusé partout. L'intégration s'est considérablement renforcée au cours des dernières années.

Pour mémoire l'année 2013 fut une année de crise pour cet élevage compte tenu des coûts de production ~ 2 à 3 USD/kg viande et un prix de vente de l'ordre de 2 à 2,2 USD.

Les années 2014 et 2015 se sont en revanche avérées favorables.

Il génère l'essentiel de la viande consommée dans le pays, environ les 3/4.

- ➔ Cheptel d'environ 28 millions de têtes ;
Cheptel truies ~ 3,8-4 millions de têtes ;
Races exotiques introduites en élevage intensif, selon un schéma de croisement : Landrace, Large White, voire Yorkshire (lignées femelles), Duroc et Piétrain (lignées mâles) en croisement à double étage. Pour mémoire, **le marché vietnamien est un marché de longe.**
- ➔ Taux élevé d'insémination artificielle : 70-80% des truies (semence fraîche) ;
- ➔ Environ 60 % de la production en élevage familial pour la vente ou la consommation familiale ; 40% de la production en élevages commerciaux (20 à 30% sous intégration) ;
- ➔ Abattages 2015 ~3,5 M T ; 20% des carcasses ne portent pas d'estampille de contrôle ;
- ➔ Porc charcutier type : 110-120 kg PV à 4,5-5 mois ;
- ➔ Prix du porc charcutier aux producteurs : 44 – 57 000* VND/kg PV (hors période du Têt) ~1,80-2,30 EUR/kg PV ; (*) marché faussé par des prix de vente élevés aux acheteurs chinois dans le nord du pays, jusqu'à 57 000 VND ;
- ➔ Coûts de production estimés à 43-45 000 VND/kg ~ 1,75-1,85 EUR/kg PV ;
- ➔ Prix de gros moyen sortie abattoir en juillet 2016 ~ 80 000 VND/kg PC ~ 3,25 EUR/kg PC ;
- ➔ Importants flux export en vif , formels et informels, à destination de la Chine, porcelets en premier lieu.

La pression sanitaire est élevée :

- ➔ FMD : présence de foyers ;
- ➔ PRRS : le syndrome respiratoire génère des pertes considérables au Viêt-Nam ;
- ➔ PED : la diarrhée épidémique est également à l'origine de pertes importantes.

A noter que les consommateurs vietnamiens sont habitués à une viande porcine très colorée (utilisation de colorants, pratique courante) ; ils restent par ailleurs attachés à la viande « chaude ».

L'injection d'hormones de croissance serait pratique courante ; il est fait état par ailleurs de l'utilisation de salbutamol en élevage porcin (officiellement interdit en élevage).

Plan de développement de l'élevage porcin 2015-2020

No.	Items	2011	2015	2020
1	Total pig population (million heads)	27.1	33.1	34.7
2	Proportion of exotic sows (%)	17.6	26.8	37.1
3	Total sow population (million heads)	4.04	4.83	4.81
4	Number of exotic sows (thousand heads)	730	990	1.390
5	Number of finishing pigs/sow/year	18.5	20.0	21.0
6	Feed conversion ratio (for the intensive farms)	2.8	2.6	2.4
8	Exported pork production (thousand tons)	-	35-36	58-60

Source: Data base of Livestock Production Department LPD-MARD

Il est observé un vif développement des filières intégrées. Un leader intégrateur à signaler : **CHAROEN POKPHAND**.

Le groupe thaïlandais est très actif dans divers secteurs de l'élevage (aviculture, élevage porcin et aquaculture) et en alimentation animale au Viêt-Nam.

Au rang des principaux intégrateurs :

- Le groupe thaïlandais CP représenterait à lui seul 40 à 50 000 truies ;
- JAPFA Group (Indonésie) : de l'ordre de 20 000 truies ; JV avec HYPOR ;
- DABACO (Viêt-Nam) : de l'ordre de 6-7 000 truies ;
- GREEN FEED VIETNAM (nd) : contrat avec PIC ;
- CARGILL (USA) ;
- CJ Group (Corée du sud) ; DARBY CJ GENETICS est implantée (unités GP et GGP), société qui possède également HANPORK ;
- MASAN (Viêt-Nam) (possède ex-PROCONCO, ANCO et VISSAN) ;
- SAN MIGUEL Group (Philippines) (*sous réserves*) ;
- HUNG VUONG (Viêt-Nam).

Les structures d'élevage sont contrastées

- Elevages familiaux (« backyard ») : ateliers de moins de 10 truies ;
- Petits éleveurs : de 10 à 100 truies ; nombreux élevages entre 50 et 100 truies ;
- Elevages commerciaux de grande taille : entre 100 et 400 truies ;
- Elevages « industriels » : plus de 400 truies, pouvant aller jusqu'à 1 800 truies dans le cas d'élevages indépendants.

Globalement c'est un secteur d'élevage qualifié de relativement bien intégré et rentable au moment de l'enquête Business France (juillet 2016).

De bonnes perspectives sont signalées pour un élevage porcin « bio » ou assimilé.

- Gain d'intérêt malgré des prix de détail élevés pouvant aller jusqu'à 10 EUR/kg ;
- Exemple de marque de viandes « *organic* » dont viande porcine : *Orfarm*.

Panorama du groupe JAPFA en Asie

Source : JAPFA Vietnam



Focus « élevage laitier »

L'élevage laitier vietnamien est jeune. Au début des années 2000, le Viêt-Nam comptait seulement 35 000 vaches laitières.

Selon les données FAO les plus récentes, le cheptel est de 186 000 têtes (données 2013).

De source officielle (MARD), le cheptel laitier 2016 est de 280 000 têtes.

➔ Cheptel escompté à l'horizon 2020 ~ 405 000 têtes, soit +45%.

Le programme national de développement laitier lancé en 2001 a contribué à l'expansion de la production laitière multipliée par 8 en 15 ans.

➔ Production 2015 ~ 660-723 000 T lait selon les sources, soit l'équivalent de 35% des besoins.

L'année 2010 a été marquée par l'inauguration d'une des plus grandes « mega fermes laitières » au monde, à l'actif de TH MILK.

Les deux leaders laitiers vietnamiens ont fait le choix du modèle laitier intensif à grande échelle (race HF, maïs-soja). *Se reporter à la synthèse ci-contre.*

Le prix du lait à la production est l'un des plus élevés au monde.

➔ Prix de base moyen aux producteurs indépendants

(avant éventuelles primes ou pénalités) ~ 12 000 VND/L, soit environ 0,50 EUR/L ;

➔ Pour comparaison, le « prix de revient » du lait des fermes

VINAMILK est de 0,35 EUR/L, de source VINAMILK en juillet 2016, non compris les frais de transport (flotte VINAMILK) ;

➔ Pour mémoire, le prix de détail du lait est de l'ordre de 30 000 VND/L, soit environ 1,20 EUR/L.



TH MILK

Plusieurs clusters de fermes laitières industrielles (connus sous le nom de « projet AFIMILK »)

Plus grand élevage laitier en Asie.

Cheptel de plus de 40 000 têtes, avec objectif 2020 de 200 000 têtes.

Surface potentielle de 37 000 ha.

Cheptel 100% HF; génisses importées de divers pays : Australie, Nouvelle Zélande, USA, Canada, Uruguay.

Consultants d'origines diverses ; management : AFIMILK Israël et assistance vétérinaire néozélandaise.



VINAMILK

10 fermes laitières dont 2 en construction ; cheptel propre de 15 000 têtes en 2015 (capacité de 40-45 000 têtes) ; pour un cheptel total y compris les éleveurs sous contrat (environ 8 000 éleveurs), de 110 000 têtes.

En cours : ferme d'une capacité de 16 000 têtes (appel d'offres prévu en 2017) et ferme d'une capacité de 8 000 têtes (génisses en cours d'importation).

Objectif : cheptel global de 160-170 000 têtes en 2020.

Le marché de la génétique laisse entrevoir des opportunités mais le choix actuel des groupes laitiers vietnamiens, en tête desquels VINAMILK, se focalise sur des élevages industriels de grande échelle (plusieurs milliers de têtes), un modèle profilé « HF /maïs-soja ».

A noter que VINAMILK est implanté aux USA, d'une part, en Nouvelle Zélande d'autre part, des pays avec lesquels il a par conséquent des accointances.

Des races plus rustiques mériteraient d'être introduites, en race pure ou en croisement :

- ➔ Sur les hauts plateaux : race Tarine, etc.
- ➔ Importations de semence bovin lait : HF à 99% et Jersey à 1% (de source Business France Viêt-Nam, selon données officielles pour 2015 : 1 M doses);
- ➔ Pour mémoire, importations de semences bovin viande : Angus à 35,6%, Charolais à 39,7% et Blanc Bleu Belge à 8,6% (de source Business France Viêt-Nam, selon données officielles pour 2015 : 2,7 M doses).

Pour mémoire, les services officiels de sélection travaillent sur le croisement HF/ Jersey pour la vente de génisses F1 plus rustiques.

- ➔ Intérêt manifesté pour les races Montbéliarde et Guernsey.

Marché de niche à explorer : la chèvre laitière (et races à viande)

Un autre segment mériterait d'être exploré, celui de la chèvre laitière. C'est un secteur certes marginal mais qui fait l'objet d'une demande précise.

- ➔ Existence de petits élevages laitiers dans le nord du pays ;
- ➔ Elevage à développer dans une optique de « lait sain » pour les enfants, voire « *organic* », pour la pasteurisation et la transformation fromagère.



Centre de sélection Viêt-Nam du sud
Production de génisses F1

Un des thèmes préoccupants en élevage laitier est le déficit en fourrages grossiers.

L'enquête confirme le développement de flux à l'importation de luzerne sous forme de foin compacté.

- Forte demande en luzerne ;
- Sous forme de foin de luzerne compacté et non de luzerne déshydratée broyée en pellets (fibre recherchée) ;
- Positionnement des exportateurs américains.



Par ailleurs, la demande est forte pour tout transfert de technologie en matière de développement local de fourrages grossiers de forte productivité à l'ha et de qualité nutritionnelle élevée.

Le groupe VINAMILK par exemple cherche à limiter ses importations de luzerne.

- Outre le maïs fourrage et le sorgho en culture irriguée ;
- « Mombasa », panicum maximum ou herbe de Guinée en culture non irriguée ;
- « Elephant grass », pennisetum purpureum ou d'autres plantes invasives telles que la canne fourragère.

La production laitière bio est embryonnaire mais à potentiel.

L'élevage laitier « bio » et l'alimentation animale appropriée suscitent de l'intérêt.

- A noter le positionnement de VINAMILK (DALAT MILK en « bio ») ;
Certification choisie : expertise néerlandaise



Focus « élevage bovin viande »

Pour pallier la faible productivité de l'élevage bovin viande local :

- ➔ Importations de bovins vivants pour la finition (3 mois) et l'abattage d'Australie : entre 300 et 500 000 têtes par an (animaux Brahman, Angus et croisés);
- ➔ Importations de semence bovine : outre la semence Brahman, semence Angus, Limousine, Charolais (Australie, France et Canada) ;
- ➔ Importations de reproducteurs : de races Limousine et Blanc-Bleu Belge.

Selon les Pouvoirs Publics vietnamiens, les importations de vif d'Australie contribuent à faire diminuer les flux d'importation illégaux d'animaux sur pieds.

- ➔ Taurillons lourds de 350-650 kg ;
- ➔ Génisses de plus de 350 kg ;
- ➔ Bœufs lourds de 350-650 kg.

En juin 2016, l'Australie a interrompu l'exportation de bovins vifs à destination de 3 abattoirs vietnamiens en raison de mauvais traitements avérés sur les animaux (scandale dénoncé par plusieurs associations de défense des animaux).

Il a été mentionné un investissement important dans un feedlot de grande capacité ~100 000 têtes.

Par ailleurs, les services officiels de sélection dans le sud du pays travaillent sur des croisements à double étage :

- ➔ Brahman X Angus et F1 X mâle terminal de race Limousine ;
- ➔ Vente d'animaux pour l'engraissement et de génisses pleines.

Sachant que la Brahman vietnamienne est visiblement un zébu d'origine indienne type Red Sindhi .

L'Institut de l'Élevage à Hanoi travaille quant à lui sur des croisements Brahman X mâle Angus (USA) et Brahman X mâle Shorthorn (R. Uni).

Focus « aquaculture »

L'aquaculture vietnamienne génère un CA à l'export important : aquaculture et pêche représentent en effet de l'ordre de 6,5 milliards USD en 2015 de source officielle vietnamienne.

Il s'agit essentiellement de :

- ➔ Crevettes – crevette à pattes blanches (*Litopenaeus vannamei*) et crevette tigrée- (44%) ;
- ➔ Pangasius (24%) ;
- ➔ Thon (7%).

(Source : bureau Business France Viêt-Nam).

Parmi les autres espèces signalées lors de l'enquête, citons le seabass (barramundi ou *Lates calcarifer*) de production relativement faible et le mérou (un élevage seulement).

De petits élevages de truites sont signalés dans les régions de Dalat et surtout de Sapa (Viêt-Nam du nord).

Ces deux secteurs essentiels pour l'économie vietnamienne doivent affronter un certain nombre de défis liés à la pression sanitaire élevée, les risques de pollutions avec impact majeur sur l'environnement, la surexploitation des ressources générée notamment par la production de protéines pour l'alimentation animale, la surconsommation de produits chimiques, des infrastructures de transport encore déficientes et coûteuses.

L'élevage du Pangasius se concentre dans le delta du Mékong

- ➔ Fermes agréées ;
- ➔ Certification ASC (Aquaculture Stewardship Council) pour le Pangasius (introduction de cette certification en 2013 pour le Pangasius comme pour le Tilapia) ;
- ➔ Selon le modèle, pour mémoire de la certification MSC (Marine Stewardship Council) dans le secteur de la pêche .

Le Viêt-Nam devrait connaître une nouvelle chute des exportations de pangasius en 2016 (environ 5%) après la baisse de 10% enregistrée en 2015 par rapport à 2014 (1,6 milliard USD d'exportations).

OPPORTUNITES

- Management des ressources halieutiques : une vision à long terme se met en place au Viêt-Nam avec sensibilité à la durabilité des ressources et à l'impact sur l'environnement ;
- Sensibilité croissante aux questions de qualité des productions liée aux contraintes à l'exportation ;
- Très fortes opportunités en matière de technologies de traitement des déchets, traitement des eaux de bassins, en amont et aval, ...
- Transferts de technologies pour l'élevage d'espèces marines telles que le cobia (*Rachycentron canadum*), le barramundi (*Lates calcarifer*), voire le turbot et le loup ;
- Transferts de technologies pour l'élevage d'espèces d'aquarium ;
- Nutrition et santé des poissons : opportunités pour toutes solutions de réduction des coûts.

HANDICAPS

- Moindre sensibilité aux questions de traçabilité.



Les éleveurs de crevettes ont connu en 2015 des pertes particulièrement lourdes en raison de la pression sanitaire et ont vu leur revenu à l'exportation chuter de près de 1 milliard USD en 2015.

Tandis que tant l'Indonésie que l'Inde, deux des pays producteurs concurrents pour la crevette à pattes blanches, ont enregistré une forte hausse de leur activité export.

A l'instar du pangasius,

➔ Développement de la certification ASC (Aquaculture Stewardship Council).

A noter que le secteur de la pêche s'est doté d'usines modernes. En ce qui concerne les segments « export », le Viêt-Nam possède des entrepôts ultramodernes à HCMV, totalement robotisés pour certains.

➔ Robotisation des entrées et sorties de palettes ;

➔ Gestion informatique des stocks ;

➔ Technologies des Etats-Unis notamment.

Au rang des groupes phares, il convient de signaler en guise d'exemples :

➔ En ce qui concerne le thon : le groupe HAI VUONG (5 usines) ;

➔ En ce qui concerne le Pangasius : les plus gros intégrateurs AJI FISH et VINH HOAN ;

➔ En ce qui concerne la crevette : MINH PHU.

Les acheteurs étrangers, japonais comme américains et autres, « *payent pour la qualité qu'ils recherchent* », sans se focaliser sur la traçabilité ; « *ils font le tri* ».

L'Association de Transformation et d'Exportation des produits aquatiques du Viêt-Nam (VASEP), voit dans les accords de libre échanges signés (TPP comme UE/VIETNAM) de nouvelles opportunités d'exportation pour la crevette vietnamienne.

SYNTHÈSE OPPORTUNITÉS FILIÈRES D'ÉLEVAGE ET ÉQUIPEMENTS LIÉS

→ Génétique

- ● ● Génétique bovine lait et viande (importation de semence bovine en hausse de plus de 100% en 2015)
- ● Génétique porcine : reproducteurs et semence (fraîche et congelée)
- ● Génétique caprine (lait) et ovine (viande) avec transferts de technologie en production et transformation, conception des bâtiments d'élevage, formation

→ Alimentation animale

- ● ● Ingrédients de base
- ● Luzerne : déficit en fourrages grossiers

→ Santé animale

- ● ● Solutions pour un « élevage sans antibiotique »
- ● Gamme diversifiée de vaccins en aviculture et élevage porcin

→ Équipements d'abattage et transformation des viandes

- ● Abattage découpe + congélation et stockage (projet VISSAN entre autres) + hygiène
- ● Transformation Jambons/saucisses/conserves

→ Divers

- ● ● Transferts de technologies pour l'élevage d'espèces marines (cobia, barramundi, etc.) ; nutrition et santé des poissons
- ● ● Traitement des effluents d'élevage
- ● ● Traitement des déchets aquacoles, recyclage des eaux de bassin
- ● ● Recyclage des eaux industrielles (abattoirs notamment)
- ● Solutions de désinfection des ateliers d'élevage, traitement sanitaire des sols
- Contrôle d'ambiance
- Équipements et bâtiments d'élevage pour l'aviculture, ponte et chair



Ambition agroindustrielle

Focus « industrie laitière »

La consommation vietnamienne de produits laitiers s'est fortement développée au cours des récentes années (près de 15% par an en valeur de marché ~ 62 milliards VND en 2014), accompagnant ainsi la spectaculaire croissance économique du pays.

La croissance à venir du marché est estimée à 8-10% par an jusqu'en 2020 (de source VINAMILK).

Il faut cependant avoir en tête le point de départ d'une telle croissance : un des plus faibles niveaux de consommation en Asie !

Les Pouvoirs publics ont mis en place un Plan National de Développement de l'Élevage Laitier visant à soutenir la filière et promouvoir la consommation de lait.

Les statistiques disponibles ne permettent pas d'avoir une idée précise du marché.

- ➔ De source vietnamienne : +61% de 2010 à 2015 ;
- ➔ Lait de consommation : + 18% en volume 2015/2014 ; autres produits laitiers : +9% ;
- ➔ 2015 : 15-21 L équivalent lait /habitant ;
- ➔ Perspectives 2020 ~ 28 L/habitant.

La production laitière nationale ne couvrirait guère plus d'un tiers des besoins. Près des 2/3 du lait collecté est drainé par VINAMILK, leader et de loin avec près de 50-60% du lait collecté.

Le développement industriel laisse entrevoir un marché d'ingrédients laitiers particulièrement porteur : poudre grasse, poudre maigre, poudre de sérum et divers ingrédients du lait.

Deux fournisseurs semblent avoir une part de marché majeure :

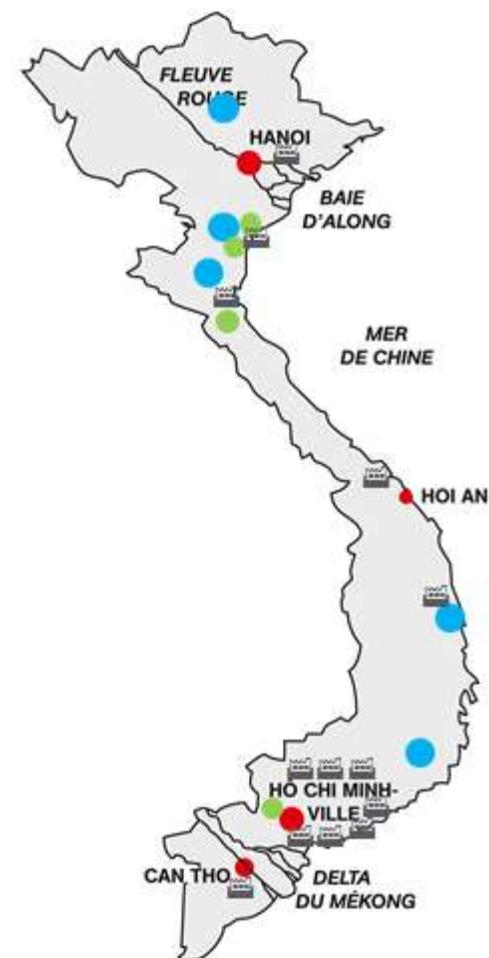
- ➔ FONTERRA (cf. synthèse page 76)
- ➔ HOOGWEGT

A noter que VINAMILK produit des « non dairy creamers », vocation de sa filiale ASIA SAIGON FOOD INGREDIENTS.

Au rang des leaders laitiers vietnamiens :

- ➔ VINAMILK ;
- ➔ DUTCH LADY : le groupe FRIESLAND CAMPINA compte 2 usines (82 000 T lait/an sous toutes réserves) ; il s'agit, pour l'essentiel dans ce cas, de reconstitution laitière ;
- ➔ HANOI MILK ;
- ➔ TH MILK TRUE MILK.

VINAMILK



- Fermes laitières pionnières
- Nouvelles fermes et projets
- Usines VINAMILK

FONTERRA en Asie
13 bureaux commerciaux

- Fonterra (Ing.) Ltd Taiwan Branch
- Fonterra (Japan) Limited
- Fonterra (Philippines) Pasig City
- Fonterra (SEA) Singapore
- Fonterra (Thailand) Bangkok
- Fonterra Asia Ltd Korea Branch
- Fonterra Brands (Thailand) Bangkok
- Fonterra Brands Asia Holdings Singapore
- Fonterra Brands Indonesia
- Fonterra Brands Lanka
- Fonterra Brands Malaysia
- Fonterra Brands Philippines
- Fonterra Brands Taipei
- Fonterra Brands Vietnam

5 sites industriels

- **Biyagama - Sri Lanka**
Gamme de yaourts ...
- **Biyagama - Sri Lanka**
Usine de séchage du lait
- **Dairymas -Malaisie**
Gamme de lait UHT, yaourts, ...
- **Susumas - Malaisie**
Import reconditionnement
assemblage de poudres de lait
« Anlene », « Annum
Essentials », « Annum Lacta »,
« Annum Materna »,
« Fernleaf », « Anchor ».
- **Cikarang- Indonésie**
Inaugurée en sept 2015
Import reconditionnement
assemblage de poudres de lait

Focus FONTERRA VIÊT-NAM

Le Viêt-Nam, un marché porteur pour le groupe néo-zélandais qui y travaille depuis plusieurs décennies

4 bureaux FONTERRA : à HCMV (siège FONTERRA VN), Hanoi, Danang et Cantho
 26 distributeurs

Marché des ingrédients : ventes en croissance de +50% en 5 ans

- ➔ Efforts particuliers dans le secteur du food service ; ANCHOR FOOD PROFESSIONALS affirme contrôler plus de 50% du marché des chefs cuisiniers et pâtisseries.
- ➔ Poudres grasses, beurre et fromage.

Marché des produits de consommation

- ➔ Laits en poudre, en premier lieu « Anchor Hi Calcium »
- ➔ Laits infantiles et laits « Annum Materna »
- ➔ Beurre
- ➔ Fromages

Au rang des nouvelles techniques de communication à succès au Viêt-Nam, les applications pour téléphone portable ou tablette, tant chez les professionnels (ex. : iPad butter app) que les consommateurs (ex. Annum app).



VINAMILK

Société VINAMILK fondée en 1976.

Etat encore actionnaire par le biais de VIETNAM'S STATE CAPITAL INVESTMENT CORPORATION (SCIC) ~ 45%
Actionnaires étrangers à hauteur de 49% du capital

Décision en mai 2016 d'ouvrir la totalité du capital aux investisseurs privés, étrangers comme locaux

CA 2015 ~ 1,8 milliard USD (+14% par rapport à 2014) et bénéfice net de 348 M USD (+28%)
Prévisions CA 2016 : 2 milliards USD (+11%) et bénéfice 369 M USD (+6%)

Croissance annuelle moyenne du CA sur 10 ans : +22%

12 usines laitières au VN dont unité DIELAC inaugurée en 2013 (cap 54 000 T de poudres de lait/an) + 1 usine de jus de fruits et eau minérale

Investissements importants dans l'innovation technologique
Gamme remarquablement diversifiée ~ 200 produits ; accent sur le caractère nutritionnel des produits, la santé

Force de distribution : commerce traditionnel comme distribution moderne

Technologies industrielles choisies : principalement allemandes, suisses et italiennes.

Packaging : TETRA PAK, SIG (*Combibloc*) et EVERGREEN (laits liquides), BENCO PACK (yaourts) et PERSTIMA VIETNAM (poudres)
Tours de séchage : GEA/NIRO

JV MIRAKA- Nouvelle Zélande (2009)

Rachat de 100% de DRIFTWOOD Dairy – USA (2013)

JV au Cambodge ANGKOR DAIRY (usine inaugurée en mai 2016)

Filiale commerciale en Pologne (vocation de sourcing)

Stratégie

Ambition : franchir le seuil des 3 milliards USD de CA et accéder ainsi au rang des 50 plus grands groupes laitiers mondiaux.

Investir dans de nouvelles fermes laitières industrielles pour réduire la dépendance à l'égard des poudres de lait d'importation.

10 fermes laitières dont 2 en construction ; cheptel propre de 15 000 têtes en 2015 (dont 6 500 en production) ; pour un cheptel total y compris les éleveurs sous contrat (environ 8 000 éleveurs), de 110 000 têtes.

Capacité des fermes ~ 40-45 000 têtes.

En cours : ferme d'une capacité de 16 000 têtes (appel d'offres prévu en 2017) et ferme d'une capacité de 8 000 têtes (génisses en cours d'importation).

Objectif : cheptel global de 160-170 000 têtes en 2020.

Intensifier les efforts d'innovation en matière de produit / packaging / marketing ; **pour mémoire : partenariats en R&D avec DSM, LONZA et CHR. HANSEN.**
Atout de la marque : une marque vietnamienne, ancienne et de bonne notoriété .

Développer les ventes sur les marchés extérieurs : objectif fixé de 50% du CA consolidé, contre 13% en 2016 (outre les marchés traditionnels en Asie du sud-est et Moyen Orient, efforts portant sur l'Afrique et sur des marchés exigeants tels que Japon et Canada).

Investir dans le réseau de distribution pour affronter la concurrence étrangère catalysée par les accords de libre échange (près de 270 distributeurs exclusifs, réseau étoffé de plus de 250 000 petits détaillants + 1 600 super/hypermarchés et 600 convenience stores + appui de « showrooms » dans les grandes villes) (vitrines VINAMILK).

Investir en Europe : la France serait une cible privilégiée.

En recherche d'alliances stratégiques et de capital.

(*) Société par actions (Bourse de HCMV, HOSE)

- Etat encore actionnaire par le biais de VIETNAM'S STATE CAPITAL INVESTMENT CORPORATION (SCIC) ~ 45%

- Actionnaires étrangers à hauteur de 49% du capital dont F&N Dairy Investment ~11% et Deutsche Bank ~ 11%

- Actionnaires individuels ~6% (majoritairement vietnamiens)

VINAMILK

Liquid milk



- Include fresh, pasturized and UHT milk
- Main competitors: Dutch Lady

Powdered milk



- Including Powdered milk and Nutrition Powder
- Competitors: Dutch Lady, Abbott, MeadJohnson, Nutrifood, Dumex, Nestle

Condensed milk



- Our traditional products
- Competitors: Dutch Lady

PORTEFEUILLE
PRODUITS

VINAMILK

VINAMILK

Spoon Yoghurt



- With various flavors
- Main competitors: Dutch Lady

Cheese and ice cream



- Ice cream is offered with various flavors
- Cheese is produced from French production line and has very high nutritious value
- Main competitors: Kinh Do

Healthy beverages



- A strong brand, which specializes in pure fruit juice, green tea, milk mixed fruit juice, soft drinks and soya-bean milk
- Main competitors: Tan Hiep Phat, URC, Uni-president, Tribeco





Laits de consommation
Principaux acteurs vietnamiens :
VINAMILK, TH TRUEMILK, DUTCH LADY
Concurrence de laits UHT
d'importation : nombreuses marques



Yaourts : marché en forte expansion
principalement VINAMILK (~40% du
marché), TH MILK (~7-9%) et DUTCH
LADY

Efforts d'innovation : VINAMILK par ex.
avec R&D sur les ferments bifidus, les
formules light, les ingrédients santé
(aloe vera, ...)



Poudres de lait
VINAMILK, NESTLE, DUTCH LADY
ABBOTT et MEAD JOHNSON, plus nb
DUMEX, NUTRIFOOD, ...



Laits concentrés
principalement VINAMILK et DUTCH
LADY



PARTS DE MARCHÉ DE VINAMILK
de source enquête Business France

Part de marché global ~ 50%.

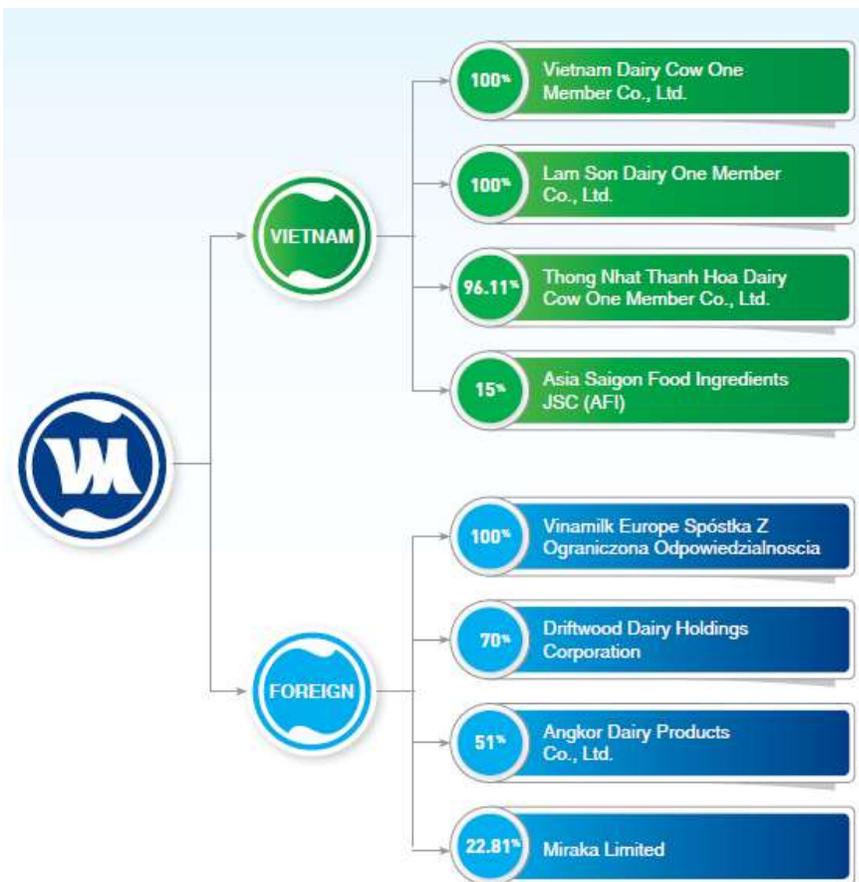
Atout du nombre et de la localisation de
ses usines à même de couvrir l'ensemble
du territoire.

Marché des laits de consommation :
part de marché de l'ordre de 54% en 2015.

Marché des yaourts : de l'ordre de 80%.

Marché des laits concentrés : de l'ordre de
85%.

Marché des laits en poudre, laits infantiles
et autres : de l'ordre de 30%.



Développement international de VINAMILK

Implantations à l'étranger :

En investissant avec la société néozélandaise MIRAKA, VINAMILK affirme sa stratégie internationale : 13 M USD d'investissements et une participation au capital de près de 23%.

La JV au Cambodge a fait quant à elle l'objet d'un investissement de 23 M USD.

Le groupe vient de racheter 30% du capital de la société laitière californienne DRIFTWOOD DAIRY, portant à 100% sa participation au capital.

Le groupe chercherait à présent à racheter une société laitière en Europe.

Exportations :

Officiellement plus de 42 marchés à l'export.

Capacité de sa mega dairy dans la province de Binh Dong (inauguration en septembre 2013 ; près de 114 M USD d'investissements) portée à 800 M L/an de manière à servir sa stratégie export.

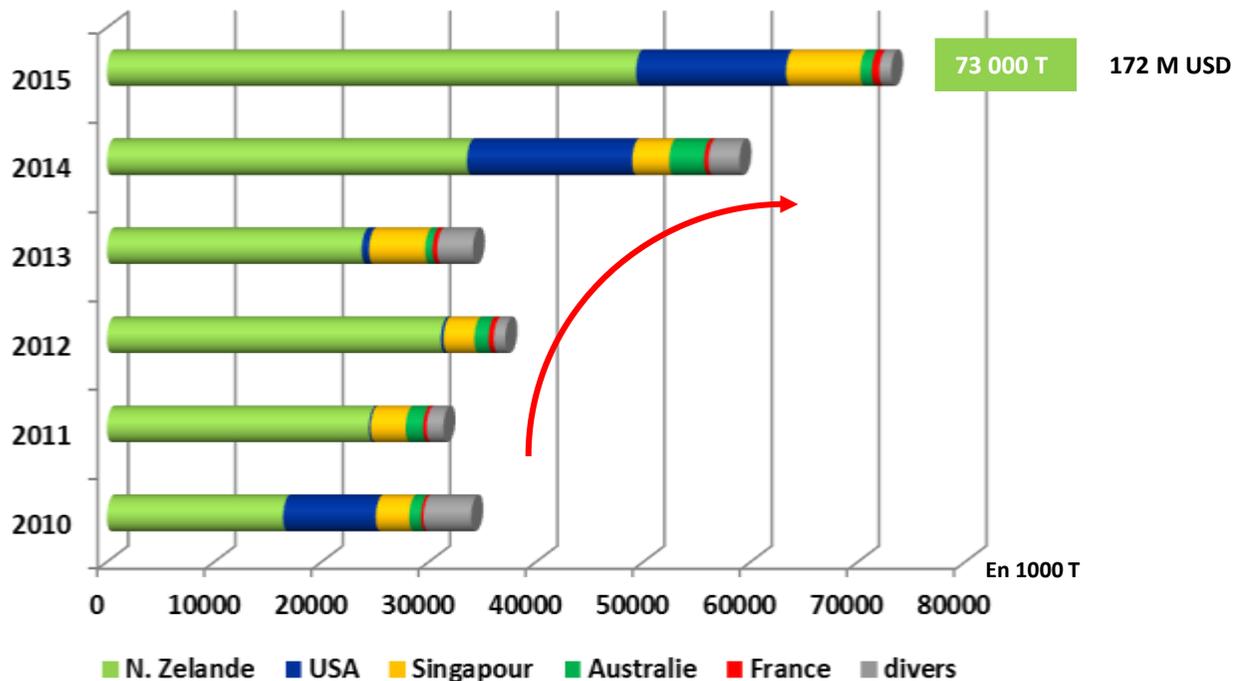
CA export ~ 242 M USD en 2015, soit +77% par rapport à 2014.

(*) VINAMILK a racheté les 30% de parts restantes de DRIFTWOOD DAIRY, laquelle société est désormais pleine propriété de VINAMILK.

Evolution des importations vietnamiennes de poudres de lait

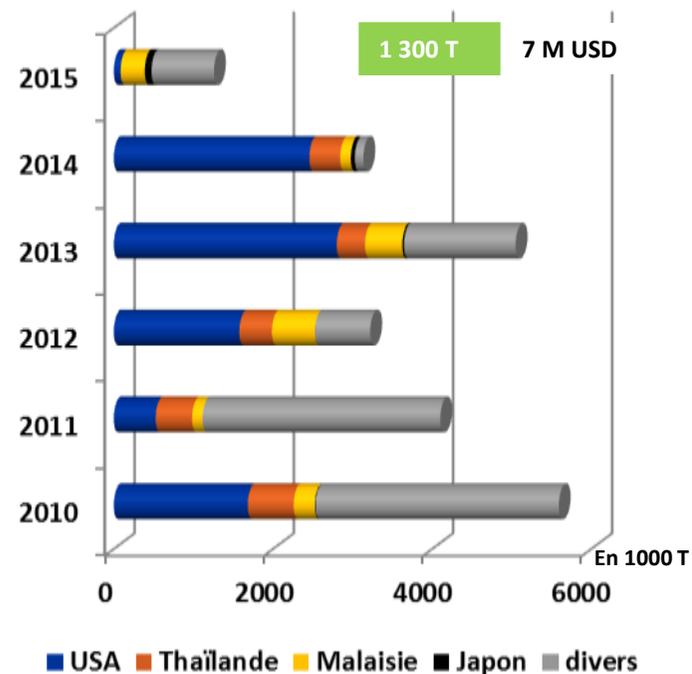
(Source : COMTRADE, selon douanes des pays exportateurs)

Poudres grasses



POUDRES DE LAIT
MARCHÉ VIETNAMIEN

Poudre maigre



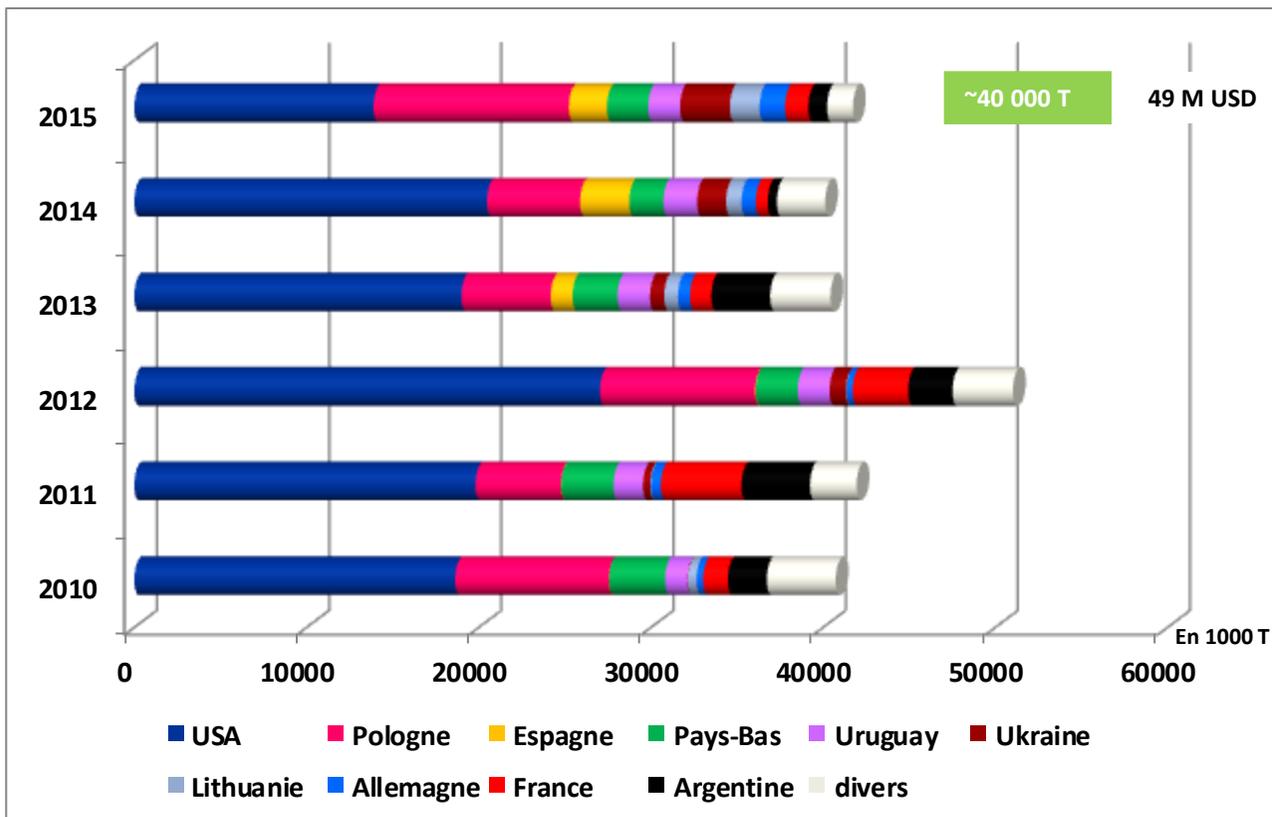
➔ Confirmation du rôle prépondérant du groupe FONTERRA



Présence probable de poudres ré-engraissées.
Des pays de l'ASEAN font office de plates-formes de ré-exportation.

Evolution des importations vietnamiennes de lactosérum

(Source : COMTRADE, selon douanes des pays exportateurs)



**POUDRES DE LACTOSERUM
MARCHÉ VIETNAMIEN**

➔ Marché en apparence stable autour de 40 000 T/an
➔ Rôle prépondérant des Etats-Unis et de la Pologne.

Focus « meunerie »

Le riz est naturellement la 1^{ère} céréale consommée et le blé traditionnellement marginal dans le régime alimentaire vietnamien.

La situation n'évolue que lentement avec les convenience foods et fastfoods.

Contrairement aux Chinois, les Vietnamiens consomment peu de pain cuit à la vapeur. Leur consommation se tourne avant tout vers un pain dérivé de la baguette (héritage de l'influence française), le « banh mi » ; le pain de mie de type anglo-saxon constitue quant à lui un marché réduit.

La consommation de pain est passée en 15 ans de 2 kg/hab./an à près de 10-12 kg, un niveau qui reste faible comparé à celui de Hong Kong ou de Singapour (près de 30 kg/hab./an).

Par ailleurs, l'industrie des nouilles instantanées s'est fortement développée.

Le marché du blé est par conséquent prometteur.

Le Viêt-Nam importe quelque 2,5-2,6 M T de blé chaque année.

Se reporter au graphique ci-après.

Le marché vietnamien de la farine serait de l'ordre de 600 000 T/an.

Selon les estimations australiennes :

- ➔ 1^{er} secteur utilisateur : les noodles avec entre 40 et 50% du marché des farines (farines de force moyenne) ; le Vietnam est le 4^{ème} pays consommateur de noodles au monde ;
- ➔ La boulangerie ~ 35-40% ;
- ➔ L'alimentation animale ;
- ➔ Divers.

Les structures de meunerie sont diverses.

- ➔ Pléthore de petits moulins ;
- ➔ Une vingtaine de moulins industriels dont les leaders en processus de fusion acquisitions, accroissement de capacité ; ces entités importent en direct et par cargos entiers panamax.

Ils représenteraient près de 75% de la capacité installée.

INTERFLOUR VIETNAM

- ➔ Cap 1 000 T/jour
- ➔ Cap 250 000 T farine/an

VIETNAM FLOUR MILLING (VFM), filiale de FFM BEHRAD – Malaisie et VFM-WILMAR (JV)

- ➔ Cap au moins égale à 1 000 T/j

MEKONG FLOUR MILL (filiale à 100% de MALAYSIAN FLOUR MILLS GROUP)

- ➔ Cap de 1 000 T/j

CG-SC GLOBAL MILLING (usine inaugurée en mai 2015)

- ➔ JV ESMEERALD GRAIN (filiale de SUMITOMO)/CHEIL JEDANG/CHIBA FLOUR MILLING
- ➔ Cap de 500 T/j

A noter que l'enrichissement des farines n'est pas inscrite à la politique nationale ; en revanche, les meuniers cherchent à se différencier, l'enrichissement des farines leur offre cette possibilité.



La boulangerie constitue le 2^{ème} secteur utilisateur de farines derrière les noodles.

Il s'agit pour l'essentiel - à hauteur de 75-80% - de boulangeries artisanales. La boulangerie industrielle est encore marginale.

- Artisans traditionnels : pas de dynamique d'investissements (économie cash et accès problématique au crédit) ;
- Boulangeries semi-industrielles : plusieurs acteurs (KINH DO du groupe MONDELEZ, DUC PHAT, ...);
- Boulangerie industrielle : un seul acteur, ABC, dont la ligne de fabrication est française.

Répartition de l'utilisation de farines en boulangerie pâtisserie

- Pain, croissant et viennoiserie ~70% ;
- Gâteaux ~30%.

Envergure des boulangeries artisanales :

- De 50 à 200 kg de farine/jour.

Le prix de gros moyen de la farine est de 10-12 000 VND/kg (~ 0,40-0,50 EUR/kg).

- Farines fabriquées à partir de blé australien APH, AH, APW, avec correction assurée par des blés nord-américains



Le bromate de potassium ne serait quasiment plus utilisé au Viêt-Nam (améliorant de panification largement utilisé durant la période d'embargo) depuis son interdiction en janvier 2015 mais des stocks existent encore ; en revanche l'usage d'ADA (azodicarbonamide) est légal et toujours pratique courante en boulangerie.

OPPORTUNITES

- Marché totalement dépendant des importations de blé et autres céréales
- Opportunités pour des moulins étrangers (implantation) ;
- Opportunités tous améliorants de panification et ingrédients d'enrichissement des farines ;
- Bonne image de l'agriculture française et des entreprises françaises ;
- Démantèlement des droits dans le cadre de l'ALE UE/Viêt-Nam.

HANDICAPS

- Conditions ALE UE/VIETNAM moins favorables que TPP pour le blé et les farines ;
- Droit de douane nul pour le blé australien et perspective de droit nul sur les farines de blé dès 2017;
- Blé australien bien adapté (nouilles, etc.) en APW grade ou white premium mais aussi AH et APW;
- Port céréalier INTERFLOUR, le seul à accueillir des navires Panamax.





1 Interflour Group Pte Ltd
 Group Headquarters & Group Procurement
 75 Bukit Timah Road
 #06-02/03 Boon Siew Building
 Singapore 229833
 Tel: (65) 6250 8626
 Fax: (65) 6253 8361
 Email: corporate@interflour.com.sg

1 PT Eastern Pearl Flour Mills
 Flour Mill
 302 Jalan Hatta
 Makassar 90164
 Sulawesi Selatan
 Indonesia
 Tel: (62411) 322 220
 Fax: (62411) 319 454

1 PT Eastern Pearl Flour Mills
 Corporate Office / Sales Head Office
 CIMB Niaga Plaza 6th Floor,
 Jl. Jend. Sudirman Kav. 25
 Jakarta 12920, Indonesia
 Tel: 62-21-526 7725
 Fax: 62-21-526 7715

1 Prestasi Flour Mill (M) Sdn. Bhd.
 Sales & Flour Mill Office
 Lot 55711, Jalan Tanjong
 Dry Bulk Terminal
 Westport, Port Klang
 42020 Selangor
 West Malaysia
 Tel: (603) 3101 1998
 Fax: (603) 3101 1898

1 Sarawak Flour Mill Sdn. Bhd.
 Sales & Flour Mill Office
 Lot 724 Block 7
 Demak Laut Industrial Park
 Jalan Bako
 93050 Kuching
 Sarawak, East Malaysia
 Tel: (6082) 439 318/6/7
 Fax: (6082) 439 319

1 Interflour Sabah Sales Office
 Block C, Lot 1-2,
 Thnam Business Centre,
 Mile 6, Jalan Tuaran,
 88450 Kota Kinabalu, Sabah,
 Tel: (6088) 441 516/7/8
 Fax: (6088) 441 400/420708

1 Sabah Flour and Food Mills Sdn. Bhd.
 Flour Mill
 Pulau Enoh
 Ranca-Ranca Industrial Complex
 87023 Labuan
 East Malaysia
 Tel: (6087) 412 211
 Fax: (6087) 414 484

1 Lahad Datu Flour Mill Sdn. Bhd.
 Flour Mill
 Jalan Kastam Baru
 Batu 2 1/2
 91120 Lahad Datu
 Sabah, East Malaysia
 Tel: (6089) 887 735/6/7
 Fax: (6089) 887 718/28

1 Interflour Vietnam Ltd
 Ho Chi Minh City Office
 72B Tran Quoc Toan, Ward 8
 District 3
 Ho Chi Minh City
 Vietnam
 Tel: (84-8) 3830 5525
 Fax: (84-8) 3820 5878

1 Interflour Vietnam Flour Mill
 Tan Phuoc Commune
 Tan Thanh District
 Ba Ria - Vung Tau Province
 Vietnam
 Tel: (8464) 3936 936
 Fax: (8464) 3936 946

GRAIN TERMINAL
11 Vietnam - Cai Mep Agri Port (CAP)
 Grain Terminal & Storage
 Tan Phuoc Commune
 Tan Thanh District
 Ba Ria - Vung Tau Province
 Vietnam
 Tel: (8464) 3936 936
 Fax: (8464) 3936 946

12 Intertech Asia Sdn. Bhd. (Panatura)
 Lot 55711, Jalan Tanjong
 Dry Bulk Terminal
 Westport, Port Klang
 42009 Selangor
 West Malaysia
 Tel: (603) 3101 1868
 Fax: (603) 3101 1079

R&D
17 Interflour R&D Centre
 Block CG1-CG4,
 UPM-MTDC Technology Centre III,
 University Putra Malaysia
 43400 Serdang, Selangor
 West Malaysia
 Tel: (603) 8943 3868
 Fax: (603) 8041 9968

www.interflour.com

Focus INTERFLOUR VIÊT-NAM

Filiale (2001) du groupe singapourien
 INTERFLOUR (dont le capital est détenu à 50% par
 la coopérative australienne CBH et SALIM-
 Indonésie)

Propre port céréalier *Cai Mep Port* (à 80 km de HCMV)

- ➔ Le seul port à réceptionner des navires céréaliers Panamax de 75 000 T (tonnage DWT) ;
- ➔ 3 appareils de déchargement de navires (1 X 1 200 TPH, 2 X 300 TPH) ;
- ➔ 1 appareil de chargement de navire (500 TPH) ;
- ➔ 3 entrepôts : 160 000 T de capacité ;
- ➔ 4 lignes d'ensachage de 100 T/h de capacité.

Meunerie

- ➔ Moulin de Cai Mep d'une capacité de 1 000 T/j, soit une capacité annuelle de 250 000 T ;
- ➔ Moulin de Danang d'une capacité de 70 000 T/an.

Sur une capacité totale de 2 M T en Asie du sud-est sur 9 sites industriels.

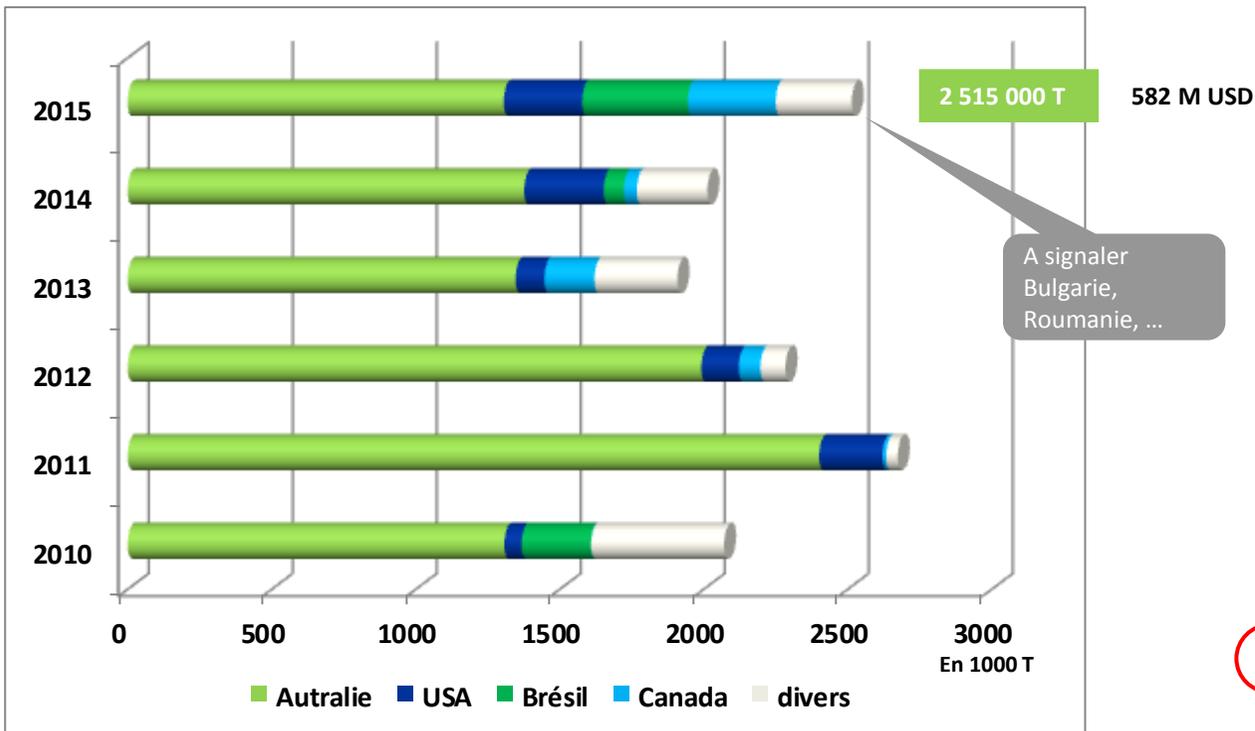
Approvisionnement

- ➔ INTERFLOUR TRADING depuis 2012 ;
- ➔ Blé : origine australienne privilégiée + Etats-Unis ;
 2014 : 1,5 M T de blé à 70% d'Australie + 600 000 T de blé d'origine WA (Western Australia) ;
- ➔ Importation de son de blé de l'usine du groupe en Indonésie depuis 2013.

Projet de malterie

- ➔ Usine en cours de construction sur le site Cai Mep ;
- ➔ Objectif initial de 110 000 T de malt par an ;
- ➔ A terme : 220 000 T/an .

Evolution des importations vietnamiennes de blé
 (Source : COMTRADE, selon douanes des pays exportateurs)



BLE
MARCHE VIETNAMIEN

Les importations vietnamiennes de blé s'élevaient à 2,5 M T en 2015, pour un montant de 582 M USD.

- ➔ L'Australie ne tarit pas d'efforts sur le Viêt-Nam, son 2^{ème} ou 3^{ème} marché selon les années, derrière l'Indonésie.
- ➔ La concurrence vient des USA, du Brésil et du Canada.

! Le VN déclare importer 2,1 M T de blé en 2014 pour un montant de 650 M USD.

! Le tonnage indiqué selon USDA comporterait de 20 à 25% de blés fourragers. Le blé fourrager pourrait expliquer une partie de la hausse constatée en 2015 : +100-200 000 T.

Focus « industrie brassicole »

D’ores et déjà au 1^{er} rang en Asie du sud-est en termes de volume, le marché vietnamien de la bière est considéré comme un marché des plus prometteurs en Asie **avec, chaque année, 1 million de consommateurs supplémentaires et un pouvoir d’achat en progression.**

Chiffres clefs (*se reporter au « focus marché de la bière »*) :

- ➔ Marché estimé à 38 M HL en 2016 ; le seuil de 40 M HL devrait être franchi à court terme ;
- ➔ La bière représente 94% de l’alcool consommé ;
- ➔ Tendances de la consommation en faveur des bières premium ;
- ➔ Soit un marché calculé du malt de l’ordre de 300 000 T en 2016 ;
- ➔ Selon enquête, le marché du malt se situerait autour de 380-400 000 T.

Les besoins en malt sont estimés entre 300 (marché calculé) et 400 000 T/an selon les sources sur le terrain.

Les acteurs :

- ➔ De petites brasseries : niveau de consommation de l’ordre de 1 000 T de malt/an (approvisionnement via revendeurs) ;
- ➔ Les grands faiseurs : niveau de consommation de l’ordre de 50-60 000 T de malt/an (importations directes) :
 - Le groupe HEINEKEN est devenu un acteur majeur avec plusieurs usines ; le Viêt-Nam est son 2^{ème} marché au monde avec perspective de devenir le 1^{er} à l’horizon 2020.
 - CARLSBERG, SAPPORO, SABMILLER, HABECO, SABECO, ...



Les importations d’orge, toutes qualités confondues, n’atteignent pas les 50 000 T en 2015 selon les statistiques des pays fournisseurs tandis que les importations de malt dépassent à présent les 400 000 T. Cf graphiques ci-après.

Fait notoire en passe de bouleverser considérablement l’approvisionnement du marché vietnamien en malt, les investissements de INTERFLOUR dans une malterie dans la région de HCMV. Le seul concurrent est une petite malterie locale (30 000 T/an).

Se reporter à la synthèse ci-contre.

OPPORTUNITES

- Orge brassicole et malt ;
- Marché dépendant des importations de malt et (ou) d’orge brassicole ;
- Marché encore ouvert à l’implantation d’une nouvelle malterie ;
- Bonne image de l’agriculture française et des entreprises françaises ;
- Démantèlement des droits dans le cadre de l’ALE UE/Viêt-Nam.

HANDICAPS

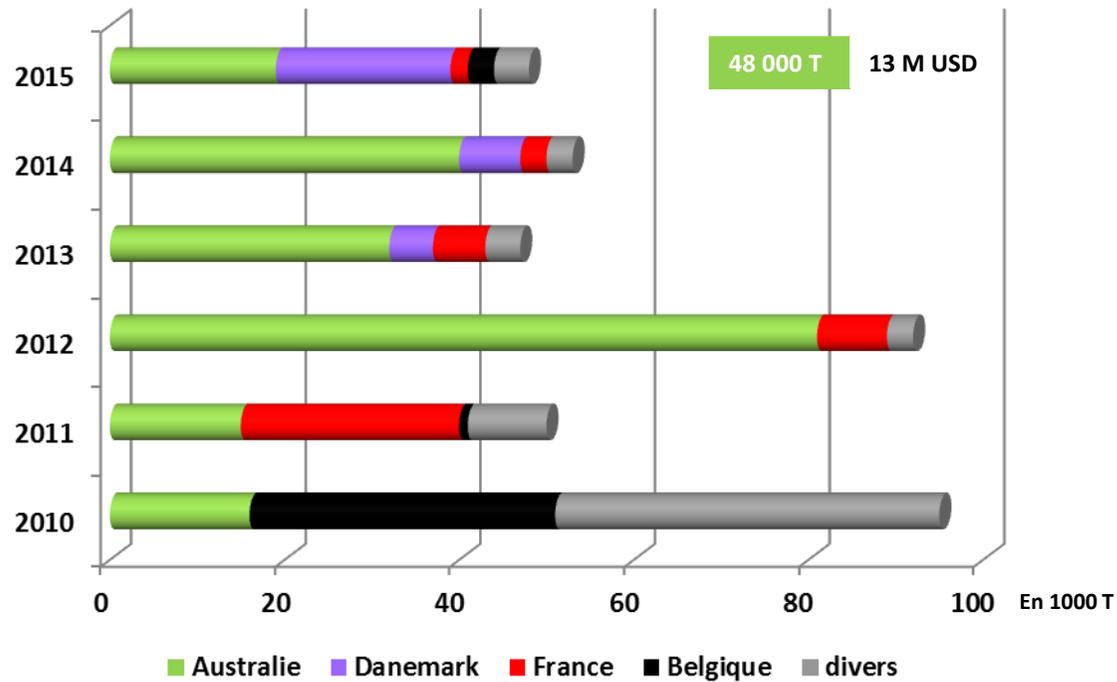
- Démantèlement lent des 5% de droits de douane dans le cadre de l’ALE UE/VIËT-NAM ;
- L’Australie bénéficie d’ores et déjà d’un droit nul sur le malt ;
- Marché en partie captif avec l’implantation de la malterie INTERFLOUR.

INTERFLOUR

JV Coopérative australienne CPH
Port céréalier privé CAI MEP AGRI PORT
Meunerie INTERFLOUR sur site

Implantation d’une malterie INTERMALT au Viêt-Nam (HCMV) – investissement de 90 M USD
Phase 1 : 110 000 T malt ~ 135 000 T orge
A terme : 220 000 T malt ~ 270 000 T orge

Evolution des importations vietnamiennes d'orge
 (Source : COMTRADE, selon douanes des pays exportateurs)

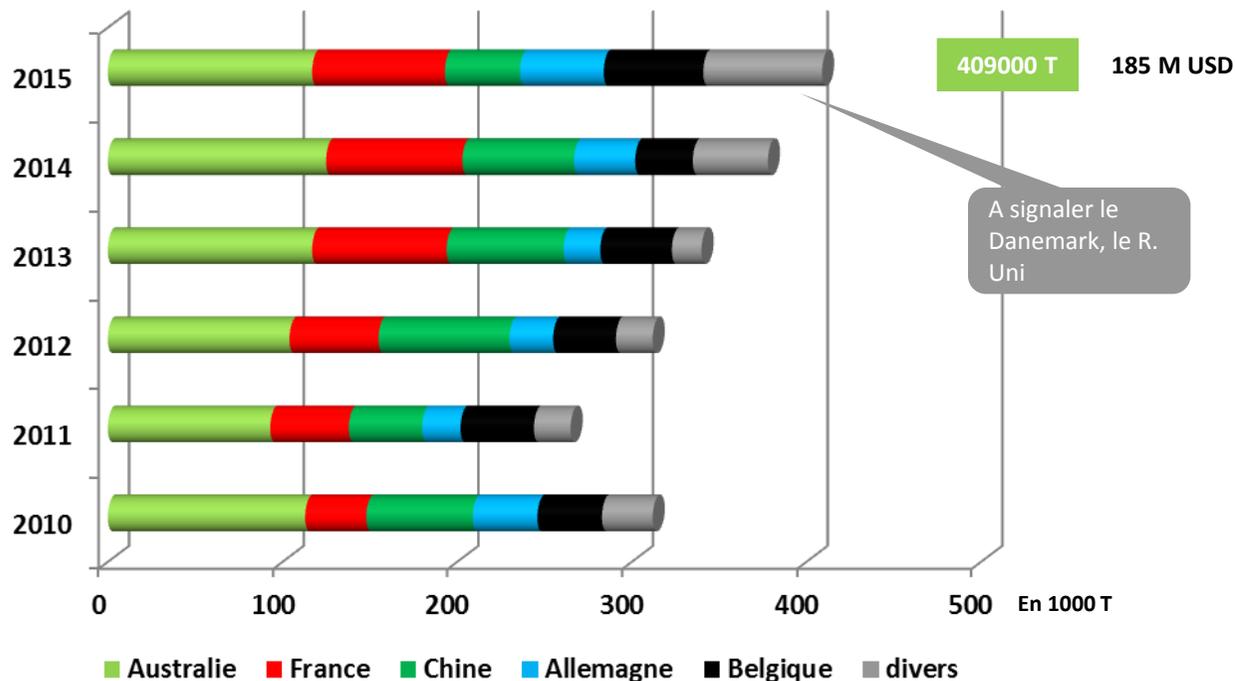


ORGE
MARCHE VIETNAMIEN

Les importations d'orge sont tombées en dessous de 50 000 T/an en 2015.
 ➔ L'Australie est fortement positionnée sur ce marché, tant en orge qu'en malt.

Le Viêt-Nam déclare importer 53 000 T d'orge en 2014 pour un montant de 16,5 M USD.

Evolution des importations vietnamiennes de malt
 (Source : COMTRADE, selon douanes des pays exportateurs)



MALT
MARCHÉ VIETNAMIEN

Les importations vietnamiennes ont franchi le seuil des 400 000 T en 2015 pour un montant de 185 M USD.

- ➔ La France a, pour principal concurrent sur ce marché, l'Australie.
- ➔ L'Allemagne est également un concurrent dynamique.
- ➔ Le malt chinois devrait en revanche poursuivre sa chute sur le marché, suite aux multiples scandales sanitaires qui affectent cette origine, tous produits confondus.

Il est possible que le Viêt-Nam réexporte du malt.

Le Viêt-Nam déclare importer 300 000 T de malt en 2014 pour un montant de 204 M USD.

Focus « industrie de l'alimentation animale »

Le Viêt-Nam est devenu un important producteur d'aliments du bétail ; en région Asie Pacifique, il figure parmi les pays à plus forte dynamique en la matière au côté de l'Inde, de l'Indonésie et de la Nouvelle Zélande.

Le classement ALLTECH 2015 des pays producteurs d'aliments du bétail classe le Viêt-Nam au 17^{ème} rang mondial avec près de 14 M T , juste derrière les Pays-Bas.

Le pays est très dépendant des importations de matières premières, à hauteur de 60% environ de ses besoins, en apport protéique surtout et naturellement pour tous ingrédients et additifs tels que acides aminés, vitamines, etc.; son déficit en fourrages grossiers est également une contrainte majeure.

C'est un marché délicat à évaluer. Sa croissance annuelle serait à 2 chiffres.

Selon les données officielles vietnamiennes :

- ➔ Production d'aliments composés (aliment commercial) de l'ordre de 19 M T dont 3 M T d'aliments pour l'aquaculture et plus de 13 M T pour l'élevage porcin ;
- ➔ Besoins en alimentation animale évalués, par le Ministère de l'Agriculture (MARD), à près de 27 M T dont 17-18 M T d'aliments du bétail ;
- ➔ **Marché dépendant des importations de céréales** –maïs en premier lieu – et de soja ;
- ➔ **Importations d'aliments composés ~ 1,5 MT** environ selon l'USDA.

Au maïs de source locale s'ajoute le maïs d'importation, en très forte progression en 2015 selon les déclarations des pays fournisseurs. **Le Viêt-Nam est ainsi devenu un importateur majeur de maïs.**

- ➔ Maïs ~ 3 à 7 M T: hausse importante des importations en 2015, dépassant les 7 M T (selon les pays fournisseurs).
- ➔ Blé et orge : importations de l'ordre de 500-600 000 T ;
- ➔ Sons : autour de 400-500 000 T/an (selon les pays fournisseurs) ;
- ➔ DDGS (drèches sèches de distillerie) : 500-700 000 T/an .;
- ➔ Soja grain ~1,6 M T ;
- ➔ Tourteaux de soja, colza, etc. : 4,8M T d'importations en 2015, selon les pays fournisseurs.
- ➔ Farines de viande et de poisson : de l'ordre de 400 000 T/an.

Se reporter aux graphiques ci-après page 88.

OPPORTUNITES

- Marché dépendant des importations de matières premières de base, ingrédients et additifs ;
- Céréales et sons ~ 8 M T d'importations;
- Tourteaux ~ 5 M T d'importations ;
- DDGS ~ 500-700 000 T d'importations ;
- Plusieurs spécialistes français de la nutrition et de la santé animales implantés ;
- Bonne image de l'agriculture française et des entreprises françaises ;
- Démantèlement des droits dans le cadre de l'ALE UE/Viêt-Nam.

HANDICAPS

- Durcissement en 2015 des conditions d'importation d'ingrédients pour l'alimentation animale (normes sur les métaux lourds, etc. avec marges d'incertitude sur les analyses extrêmement réduites) ;
- Enregistrement de nouveaux produits extrêmement difficile ;
- Réglementations mouvantes.

La fabrication **d'aliments composés** s'est fortement développée au Viêt-Nam, sans pouvoir répondre encore à la demande en termes de quantité et surtout de qualité/prix.
 Une part importante de l'aliment est fabriqué par les éleveurs, entre 10 et 20% du tonnage.

Le potentiel de marché est considérable et encore porteur pour de nouveaux acteurs.

Son tissu industriel s'avère être fragmenté avec 240 usines de toutes tailles, de tous niveaux technologiques.
 C'est un secteur dominé, en part de marché (~60-70%) comme en niveau technologique, par des entreprises étrangères : une soixantaine de sociétés étrangères dont une quarantaine 100% capital étranger.

- ➔ Groupe thaïlandais CHAROEN POKPHAND (CP), implanté au Viêt-Nam depuis le début des années 90, No1 avec une capacité annoncée de 3.8 million tons et une production estimée autour de 2-2,5 M T ;
- ➔ CARGILL qui dispose de plusieurs usines (8, sous toutes réserves) : plus de 1 M T ;
- ➔ GREEN FEED : plus de 1 M T ;
- ➔ DE HEUS à l'expansion impressionnante depuis son arrivée en 2009 et dont la 5^{ème} usine a été inaugurée en 2015 : de l'ordre de 750-800 000 T ;
- ➔ ANT (conglomérat DACHAN FOOD ASIA Taiwan) : 700-800 000 T ;
- ➔ L'ambitieux groupe chinois NEW HOPE ;
- ➔ Le groupe pan-asiatique basé à Singapour JAPFA qui vise tout particulièrement au Viêt-Nam la filière avicole : de l'ordre de 600 000 T.

Plusieurs sociétés françaises de la nutrition et de la santé animale sont implantées au Viêt-Nam, constituant ainsi une présence française solide dans les filières d'élevage (INVIVO NEOVIA, TECHNIA, OLMIX).

A noter que le groupe philippin ABOITIZ (PILMICO) a acquis en 2015 VHF, le 4^{ème} fabricant vietnamien d'aliments pour l'aquaculture, d'une capacité annuelle de 130 000 T.

Signalons également la présence du groupe néerlandais NUTRECO : aquafeed + usine inaugurée en 2014.avec objectif de produire des prémixes , compléments minéraux et concentrés pour jeunes animaux.

Plusieurs leaders locaux :

- ➔ Le géant MASAN via sa filiale MASAN NUTRITION avec PROCONCO depuis 2015 : plus de 1,5 M T (en passe de racheter GREEN FEED au moment de l'enquête) ;
- ➔ DABACO qui s'engage dans ce secteur avec un plan ambitieux (objectif à terme de 1 M T/an) ;
- ➔ HOA PHAT JSC, groupe sidérurgique dont le siège est à Hanoi, investisseur en élevage ;
- ➔ HUNG VUONG, groupe aquacole du delta du Mékong (capacité annoncée de 1.5 M T) qui annonce vouloir investir en alimentation animale avec objectif de 2 M T/an (liens avec le Danemark pour le secteur porcin).

Groupe MASAN

Important conglomérat vietnamien
 CA 2015 en forte hausse avec près de 30,6 trillions VND dont 14 à l'actif des protéines animales .

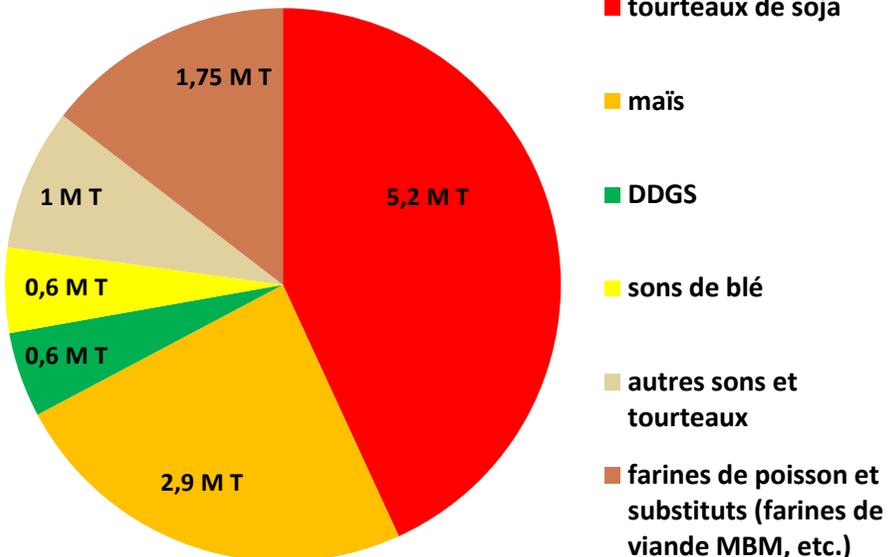
Groupe investisseur en élevage.

Parmi les leader (2^{ème} rang selon le groupe) de l'alimentation animale au Viêt-Nam, avec ambition d'atteindre 50% de part de marché.

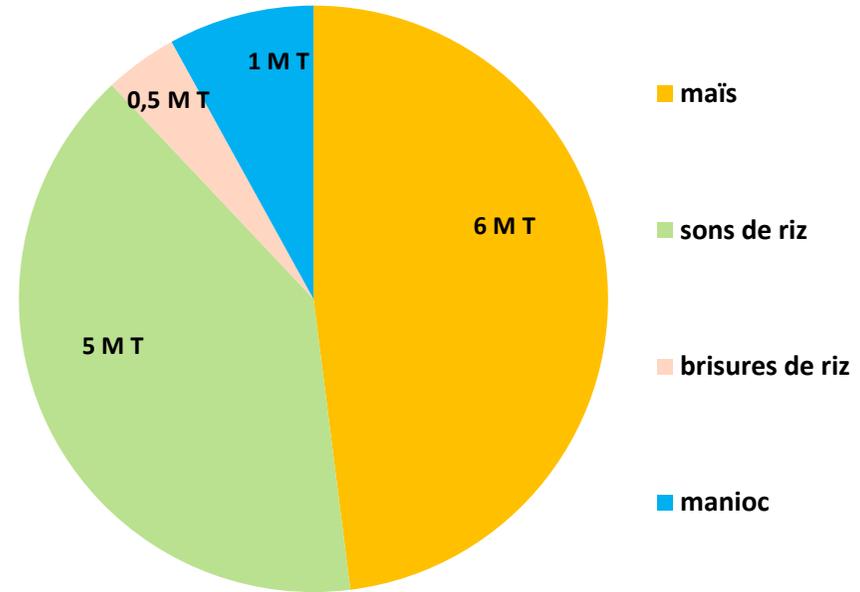
En ce qui concerne l'alimentation animale :
 MASAN NUTRI-SCIENCE Co Ltd (ex-SAM KIM Co)
 PROCONCO (52% du capital)
 AGRO NUTRITION Co (ANCO) (70% du capital)

1 usine de traitement du maïs
 6 usines de fabrication d'aliments du bétail et 3 usines spécialisées dans l'aliment pour poissons.
 Capacité totale annuelle : 3,8 M T

Importations de matières premières pour l'alimentation animale
Prévisions 2016
(Source : USDA)



Sourcing local de matières premières pour l'alimentation animale
Prévisions 2016
(Source : USDA)

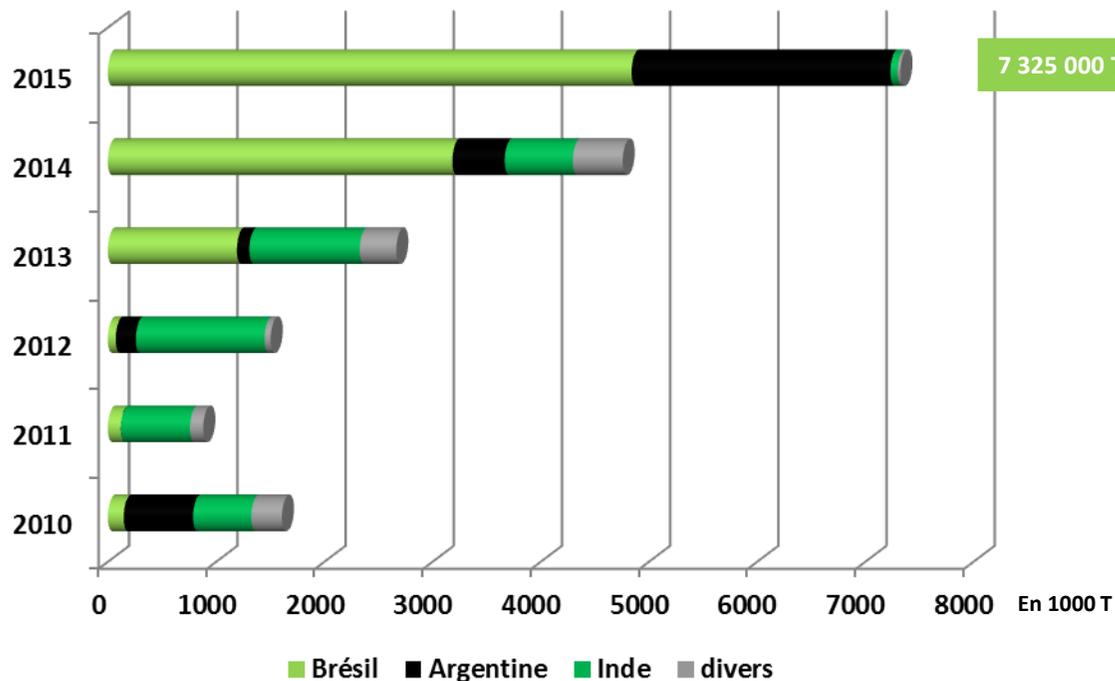


TOTAL : 26,05 M T
aliment industriel ~ 63%
aliment fermier ~ 37%

Importations d'aliments : 1,5 M T

Evolution des importations vietnamiennes de maïs grain

(Source : COMTRADE, selon douanes des pays exportateurs)



MAÏS
MARCHÉ VIETNAMIEN

1 280 M USD

Les importations en forte hausse en 2015 s'expliqueraient par des cours mondiaux attractifs.

➔ Marché dominé par les exportateurs latino-américains.

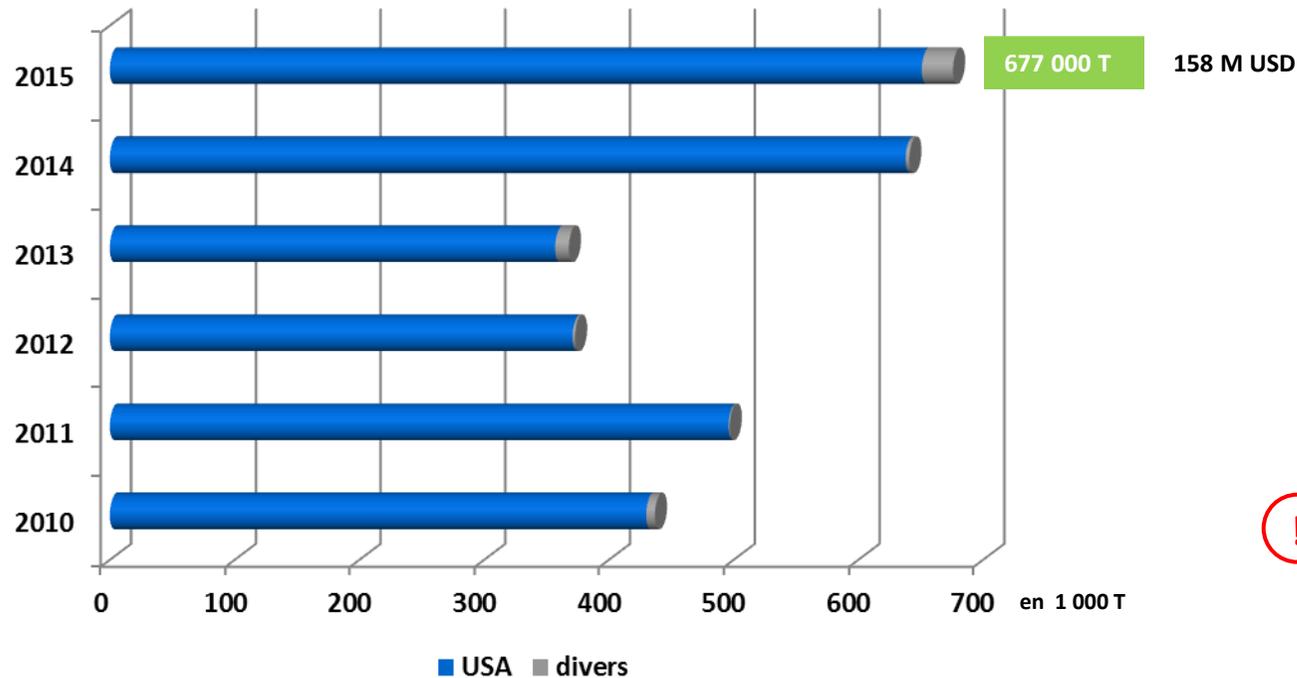


Le Viêt-Nam déclare importer 4,75 M T de maïs grain en 2014 pour un montant de 1 170 M USD.



Cours très attractif
Flux de réexportation de l'ordre de 500 000 T/an selon USDA

Evolution des importations vietnamiennes de DDGS
 (Source : COMTRADE, selon douanes des pays exportateurs)



DRECHES
MARCHE VIETNAMIEN

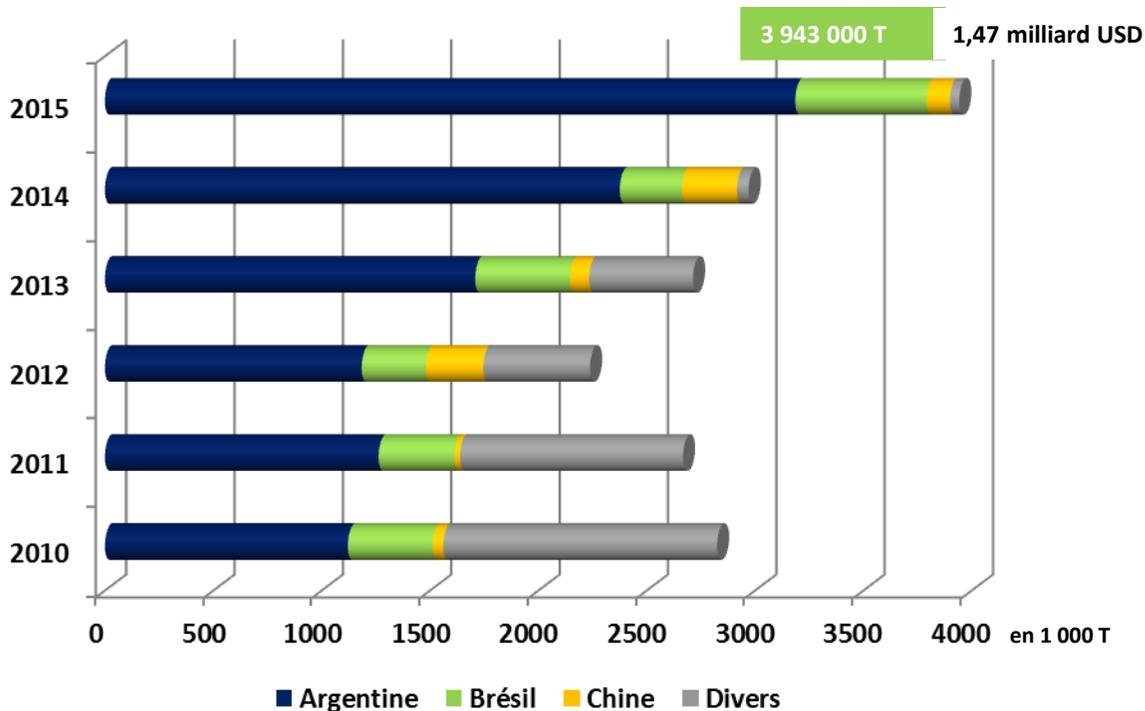
Marché à l'importation non négligeable : montant de 158 M USD en 2015.
 ➔ Marché dominé par les Etats-Unis.

! Pour l'année 2014, le Viêt-Nam déclare à l'importation un tonnage de 615 000 T, pour un montant de 177 M USD.

Evolution des importations vietnamiennes de tourteaux d'oléagineux

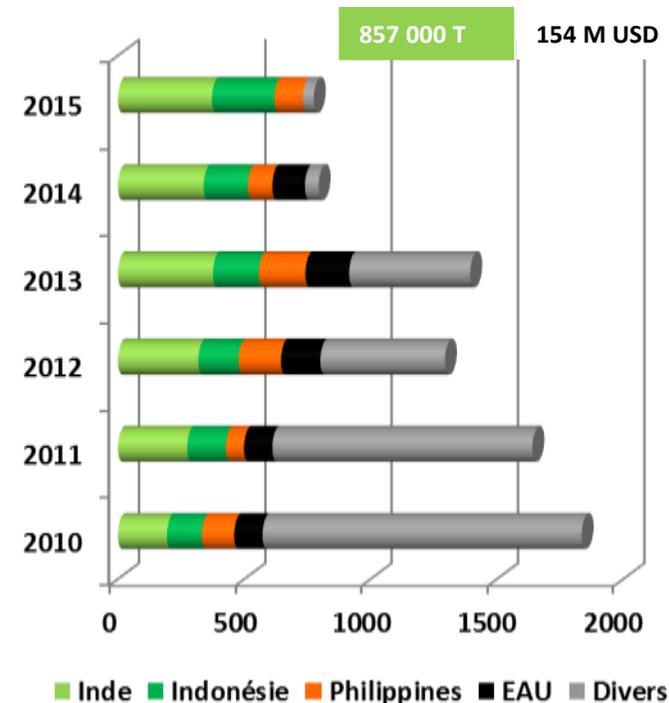
(Source : COMTRADE, selon douanes des pays exportateurs)

Tourteaux de soja (SH 2304)



TOURTEAUX MARCHÉ VIETNAMIEN

Autres tourteaux, sauf arachide (SH 2306)

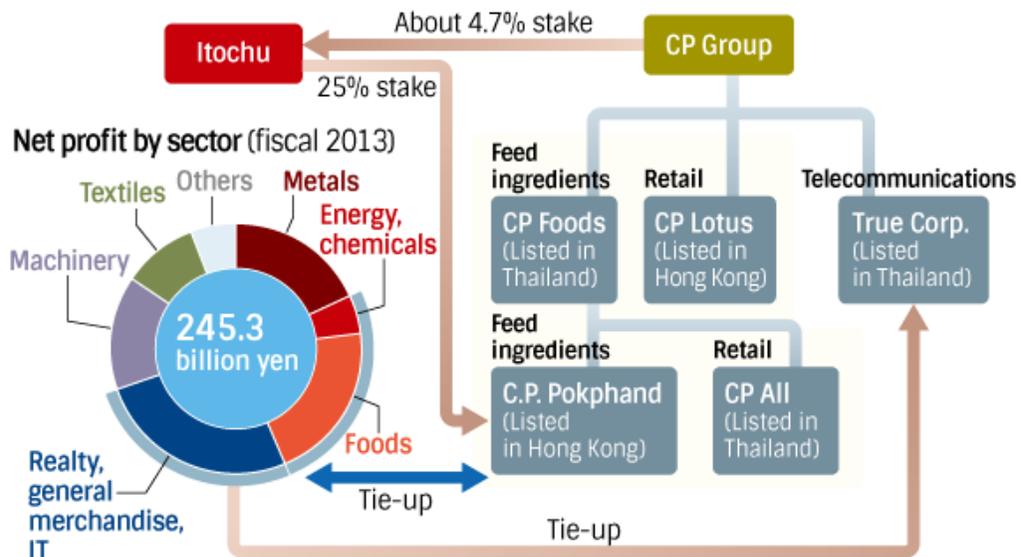


➔ Pour mémoire : à rajouter les importations vietnamiennes de tourteaux d'arachide en 2015 : 3 000 T, à 100% en provenance d'Inde.



Pour l'année 2014, le Viêt-Nam déclare à l'importation un tonnage de 3,1 M T de tourteaux de soja, pour un montant de 1,9 milliard USD.

Overview of Itochu-Charoen Pokphand Group tie-up



CP Binh Duong

Focus CP VIÊT-NAM

Le groupe CHAROEN POKPHAND est implanté au Viêt-Nam depuis 1993

Groupe intégrateur

- Plus de 90% du CA de CP VIETNAM provient de ses activités d'agriculture et élevage, y compris aquacole (production de crevettes), et de la fabrication d'aliments du bétail.
- Le groupe investit dans la transformation des viandes (produits intermédiaires et prêts à consommer) mais cela reste encore une activité secondaire en termes de CA.
- Effectif supérieur à 10 000 employés.

8 usines d'alimentation animale d'une capacité totale de près de 4 M T

- Viêt-Nam Nord (2) et Viêt-Nam Sud (6)
- 5 unités polyvalentes (cap de 2,3 M T)
- 3 unités spécialisées dans la nutrition des poissons (cap de 1,5 M T)

Les segments d'intégration

- Poulet de chair
- Ponte
- Porcins : 40 à 50 000 truies en élevages CP
- Aquaculture : production de crevettes pour l'exportation (à destination du Japon à hauteur de près de 90%)

Réseau de magasins et kiosques de fastfood : plan de développement de minimum 20% par an en nombre d'établissements

- Magasins « CP Fresh Mart »
- Magasins « CP Shop »
- Kiosques « Five Sar »

Focus industrie sucrière

Synthèse succincte, pour mémoire :

- Croissance du marché du sucre de l'ordre de 3%/an ;
- Consommation nationale estimée officiellement (donnée 2012) à 16 kg/hab. (consommation nettement plus importante dans le sud du pays que dans le nord).
- Production de canne à sucre ~ 16 M T en 2013-2014 (de source MARD) ;
- Soit 1,6 M T de sucre ;
- Exportations de sucre ~200 000 T à destination de la Chine (de source officielle).
- Importations de sucre ~440 000 T.

Cette filière se caractérise par un coût de production du sucre raffiné relativement élevé, autour de 520-620 USD/T. Ce qui la rend vulnérable face à la concurrence, de la Thaïlande notamment.

Un thème important à l'ordre du jour : la mécanisation de la culture et de l'irrigation pour réduire le coût de production.

SBT, devenue Thanh Thanh Cong Tay Ninh J.S.C. ou TTC en décembre 2013, est le leader privé de l'industrie sucrière vietnamienne en partie étatique.

Cf synthèse ci-après.

- TTC et BHS ~ 15 000 + 10 000 ha de plantation ; capacité ~10 000 T + 6 500 T canne/j
- QNS ~20 000 ha de plantations ; capacité ~12 500 T canne/j
- GIA LAI CANE SUGAR THERMOELE ~ 17 000 ha de plantations, capacité ~ 11 000 T canne/j

TTC a investi dans la cogénération : production de l'ordre de 79 MW sous assistance technique GEC.

TTC est implanté au Cambodge (plantations de canne à sucre) et envisage d'investir au Laos.

Industrie sucrière vietnamienne de source VSSA



Triangle économique
HCMV – Dong Nai
– Binh Duong

SCALE OPERATION



TTC a repris BETRIMEX



Groupe TTC
(Thanh Thanh Cong Tay Ninh SC) ex-SBT

Important groupe financier vietnamien
21 sociétés, 9 550 salariés
TOTAL assets 2016 : 1,613 milliard USD

Investisseur dans l'immobilier, l'énergie, le tourisme, l'éducation, la canne à sucre, l'agriculture.

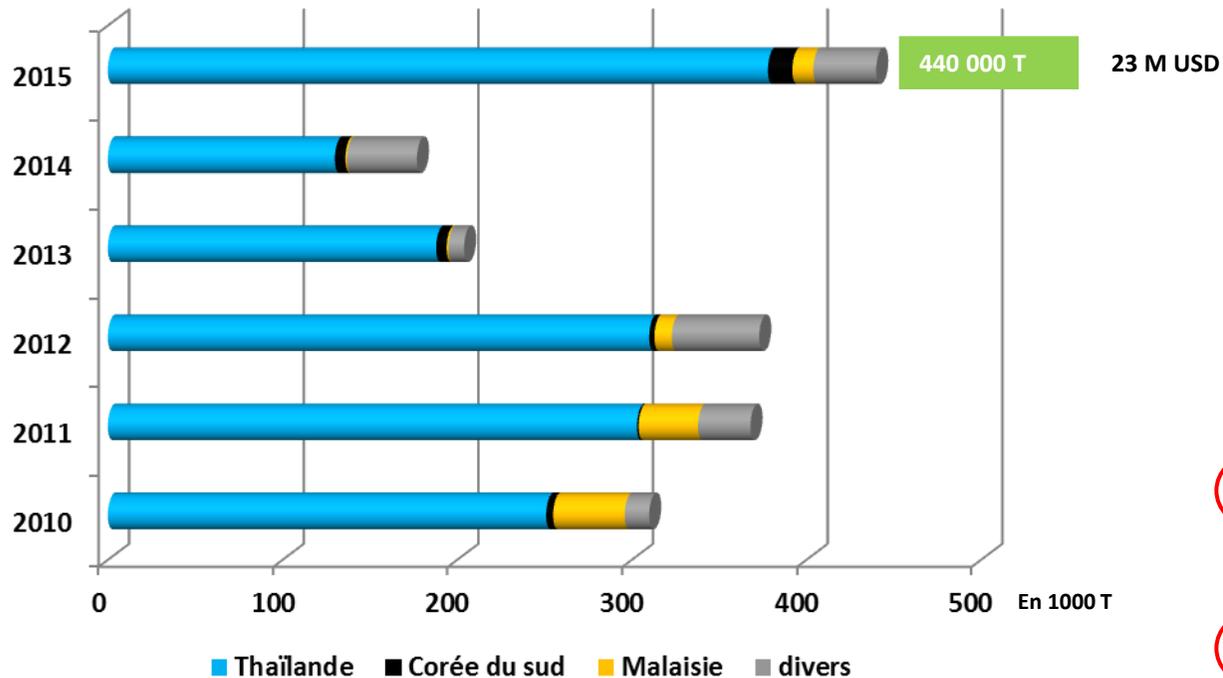
Leader privé de l'industrie sucrière vietnamienne.

Accord de fourniture de PEPSICO Vietnam
8 entreprises du secteur sucrier :

- Sucrierie Bourbon Tay Ninh
- Sucrierie Bien Hoa Dong Nai
- Sucrierie Bien Hoa Ninh Hoa
- Sucrierie Bien Hoa Phan Rang
- TTC Gia Lai
- TTC Trading (Thanh Thanh Cong Trading JSC)
- TTC plastic
- SCRD (Thanh Thanh Cong Sugar cane and Sugar Research and Development Center)

En recherche de transferts de technologies (transformation de la mélasse en nutriments pour levures et autres), et valorisation de la bagasse en alimentation animale.

Evolution des importations vietnamiennes de sucre
 (Source : COMTRADE, selon douanes des pays exportateurs)
 Fournisseurs de plus de 10 000 T



SUCRE MARCHÉ VIETNAMIEN

Le Viêt-Nam importe des volumes fluctuants de sucre.
 ➔ La Thaïlande totalise 85% des flux formels en volume en 2015.

! Flux informels via Cambodge et Laos : nd

! Le démantèlement des droits de douane est considéré comme une menace pour l'industrie sucrière locale en crise.
 2 tarifications distinctes dans les limites de quota contrôlés par le Ministère de l'Industrie et du Commerce :
 - ASEAN (CEPT/AFTA)
 - Hors ASEAN (OMC)
 Au-delà du quota, les droits de douane sont élevés ~80-100% fonction du type de sucre

Focus ingrédients alimentaires

Le marché des ingrédients alimentaires est éminemment porteur et diversifié.

➔ Le malt : cf chapitre « Focus industrie brassicole »

Les investissements en cours de INTERFLOUR VIÊT-NAM sont susceptibles de couvrir rapidement 1/3 de la demande.

C'est néanmoins un marché porteur pour un outsider en production locale compte tenu des perspectives de croissance du marché de consommation de la bière.

Le marché reste ouvert pour des malts d'importation mais non totalement à l'abri de barrières non tarifaires.

A noter la lenteur de démantèlement des 5% de droit de douane sur le malt dans le cadre de l'ALE UE/Viêt-Nam.

➔ Les ingrédients de panification

Sont à signaler :

- INTERTECH ASIA (PANATURA) du groupe INTERFLOUR : société basée en Malaisie ;
- PURATOS : acteur dominant du fait de son usine au Viêt-Nam avec service de formulation à façon et stocks ;
- LESAFFRE : acteur dominant sur le marché de la levure.

En ce qui concerne les améliorants de panification, le marché est porteur du fait de farines trop fortes issues des blés australiens. Mais l'environnement concurrentiel fait qu'il ne peut être véritablement exploité sans une implantation locale.

➔ Les amidons modifiés

Le Viêt-Nam est à la fois producteur (dérivés de manioc et de patate douce) et importateur d'amidons. *Se reporter au graphique ci-après.*

Parmi les entreprises phares dans ce domaine : VEDAN VIETNAM.

➔ Les ingrédients du lait

Le Viêt-Nam est un marché d'ingrédients du lait : de bonnes perspectives sur ce marché appelé à l'expansion. Se reporter au Focus industrie laitière.

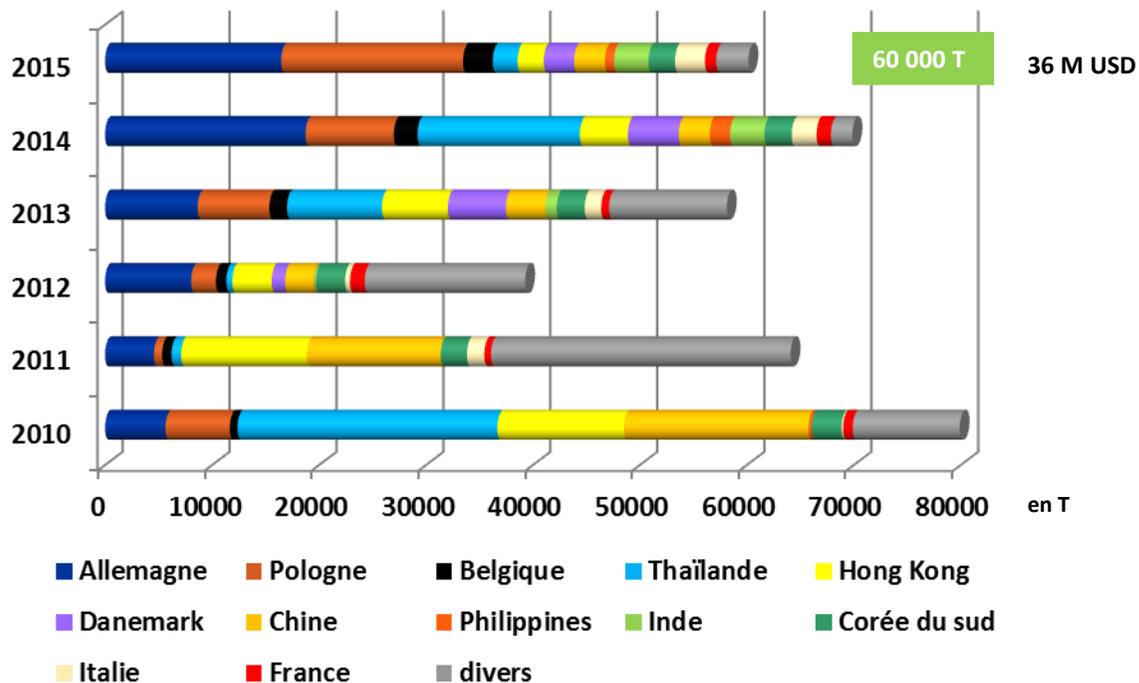
Pour mémoire, le groupe VINAMILK importe à lui seul quelque 50-55 000 T de poudres de lait/an.

Il convient de signaler également les perspectives en matière de :

- ➔ Ovoproduits
- ➔ Colorants et arômes

Evolution des importations vietnamiennes d'amidons

(Source : COMTRADE, selon douanes des pays exportateurs)



AMIDONS
MARCHÉ VIETNAMIEN

Un marché relativement modeste d'un montant de 36 M USD.

➔ Allemagne, Pologne et Thaïlande sont en tête des pays fournisseurs.



Des flux complexes au sein des pays de l'ASEAN + Hong Kong : Thaïlande, Hong Kong, Philippines, Viêt-Nam, ...



Opportunités offertes par le marché de consommation

Dynamique de la distribution alimentaire

Attirés par le potentiel de croissance pour le commerce de détail au Viêt-Nam sur les 5 à 10 années qui viennent ~plus de 8%/an, les groupes asiatiques se ruent au Viêt-Nam.

Rappelons que, depuis 2015, les investisseurs étrangers peuvent acquérir la totalité du capital et monter des sociétés à 100% de capital étranger dans le commerce de détail, et ce, en conformité avec les accords passés par le Viêt-Nam à l'OMC.

Les groupes asiatiques amènent avec eux :

- ➔ Des concepts marketing ;
- ➔ Des corners diversifiés plats préparés de type « fast-food-to-go » ;
- ➔ Food courts dans les malls AEON, etc.
- ➔ Leur concept de convenience stores parfaitement adapté au marché vietnamien en pleine métarmorphose.

Deux groupes thaïlandais se montrent très ambitieux ainsi qu'un groupe de distribution sud-coréen :

- ➔ Le groupe BERLI JUCKER (BJC) : a repris BIG C au groupe CASINO qui a mis fin à son aventure vietnamienne ;
- ➔ Le groupe LOTTE qui se fixe l'objectif d'ouvrir une soixantaine de supermarchés d'ici à 2020. A noter que le groupe sud-coréen développe, au Viêt-Nam, sa chaîne de fastfood LOTTERIA ainsi que des shopping malls et des hôtels ;
- ➔ THAI CHAROEN CORPORATION (TCC) qui a racheté, en 2016, les cash & carry METRO au Viêt-Nam (transaction d'un montant de 655 M EUR).

Le groupe japonais AEON ne l'est pas moins

- ➔ Ce sont des malls mais également des supermarchés « Aeon » et des convenience stores « Ministop ».

Autre groupe japonais présent : ITOCHU avec FAMILY MART.

Il convient d'ajouter le groupe de distribution de Malaisie, GIANT, avec 1 hypermarché.

Arrivée du groupe AUCHAN

- ➔ 5 établissements en juillet 2016 ;
- ➔ Objectif de 11 hypermarchés de 6-10 000 m² + supermarchés de 2-2 500 m² : au total objectif de 300 établissements à l'horizon 2021.

Expansion du format « Convenience store » : + 100 établissements/trimestre sur 2015

Leaders :

- ➔ FAMILY MART (ITOCHU) : enseigne « *Family Mart* » (Japon)
- ➔ AEON : enseigne « *MiniStop* » (Japon)
- ➔ BJ, propriétaire de METRO : enseigne « *B's Mart* » (Thaïlande)
- ➔ CIRCLE K INTERNATIONAL : Enseigne « *Circle K* » (USA)
- ➔ Chaînes vietnamiennes : « *Shop'N Go* », « *VinMart* »

En perspective, entrée sur le marché dès 2018 de « 7-Eleven » (accord de franchise avec SEVEN SYSTEM VIETNAM) (Japon)



ANNAM GOURMET

Au rang des groupes vietnamiens majeurs de la grande distribution :

- ➔ COOP MART, de grande réputation ;
- ➔ VIN MART: plusieurs formats, supermarchés, « mini-markets » et convenience stores ;
- ➔ OCEAN MART du conglomérat financier OCEAN, lié à VINGROUP.

Par ailleurs, la distribution de produits gourmets s'affirme avec des sociétés telles que :

- ➔ ANNAM GOURMET (cf ci-contre)

La cible de ces sociétés :

- ➔ La clientèle vietnamienne aisée, en vif développement au cours des 3 dernières années ;
- ➔ Les expatriés : asiatiques (notamment Japonais et Sud-coréens), européens, océaniens, etc.
- ➔ Les touristes.

Bémol toutefois : bien que le revenu par habitant et par an soit à HCMV par ex. près de 2 fois et demi la moyenne nationale, le pouvoir d'achat de la classe moyenne vietnamienne reste limité.

Pour ces établissements de haut de gamme, des filières se mettent en place pour assurer un approvisionnement de qualité adaptée en produits frais

- ➔ Fruits et légumes par exemple : partenariats entre distributeurs et investisseurs en horticulture dans la région de Dalat tout particulièrement (capitaux japonais, sud-coréens, ...).

Les consommateurs vietnamiens sont considérés comme étant les consommateurs les plus sensibles à la sécurité alimentaire en Asie, devant Taiwan.



Exemple du groupe ANNAM

Groupe de 2 sociétés

- ➔ ANNAM FINE FOOD : en charge de l'importation distribution et de la logistique
- ➔ ANNAM GOURMET MARKET : spécialisée dans le commerce de détail et le sourcing local

Entrepôts à Cat Lai, HCMV et plates-formes dans le nord et le centre du pays

5 magasins

- ➔ 2 à Hanoi
- ➔ 4 à Saigon

Ouverture à court terme d'un 6^{ème} établissement (1300 m²)

Pour mémoire, 1^{er} magasin ouvert en 2001
 Activité traiteur avec ANNAM CAFE GOURMET
 Importation distribution de YVES ROCHER

VIETNAM, CAMBODIA, LAOS AND MYANMAR

SYNTHESE OPPORTUNITES PRODUITS DE CONSOMMATION

→ Fruits et légumes

- ● ● Pomme et kiwi
- ● Marché de niche pour d'autres fruits tempérés : pêche brugnol nectarine, cerise, ...
- Marché de niches pour certains légumes : champignons, ...
- Pomme de terre
- Fruits et légumes surgelés

→ Viandes

- ● Viande bovine (spécialités pour la restauration de luxe et « découpes de boucher » de gamme intermédiaire)
- Viande de volaille
- Viande d'agneau pour la restauration de luxe
- Charcuterie

→ Produits laitiers

- ● Fromages en premier lieu, laits UHT, et marché de niche pour du beurre pour la restauration
- Laits et produits infantiles

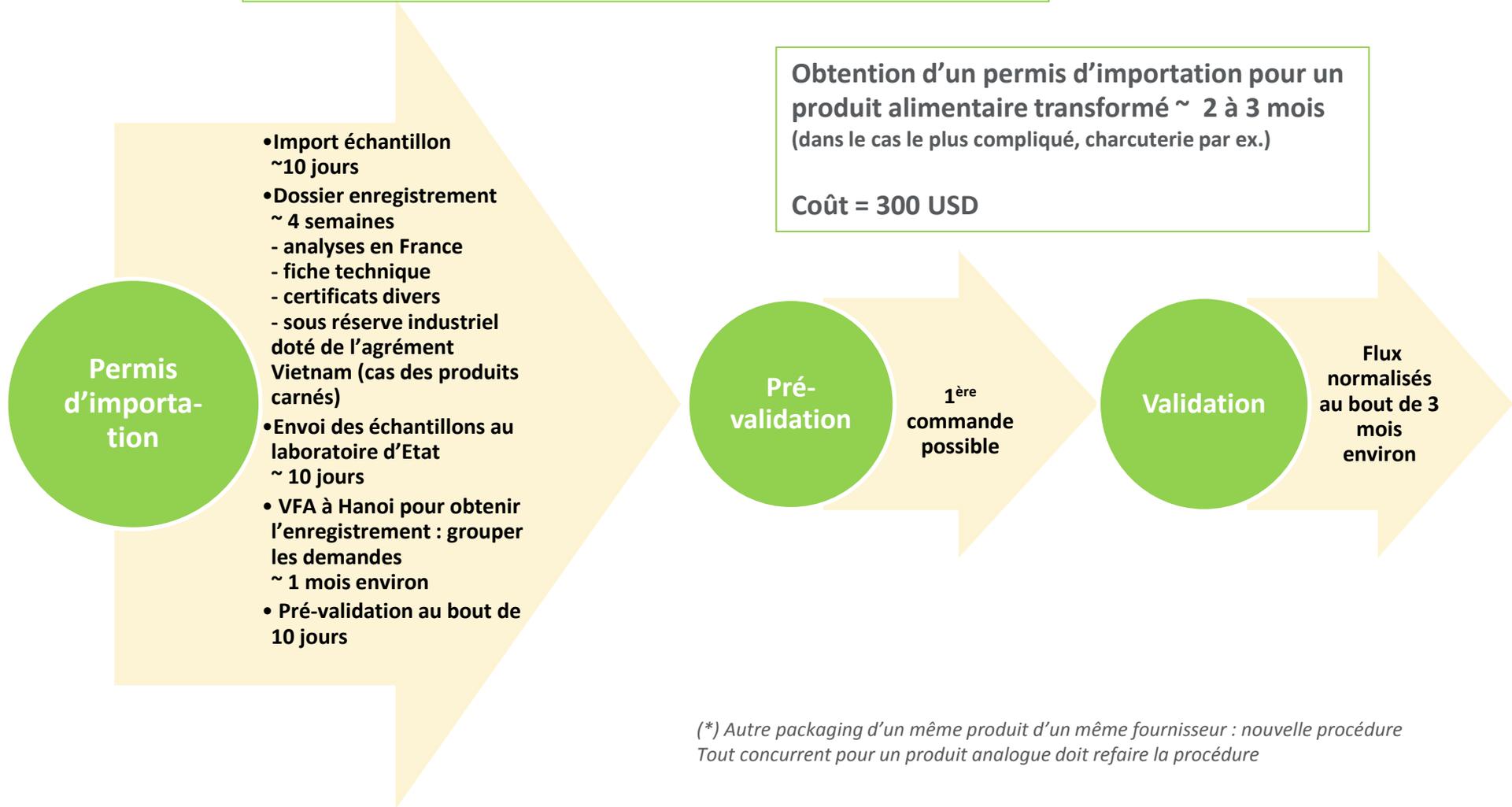
→ Produits de la mer

- ● Fruits de mer et crustacés
- ● Poissons spécialités pour la restauration

→ Produits d'épicerie fine

- Biscuiterie, confiserie, chocolaterie, ...
- Huiles, vinaigre, condiments

Procédures pour l'obtention d'un permis d'importation
 - Cas le plus compliqué d'un produit transformé type produit carné-valable pour 1 produit/1 fournisseur/1 packaging*
 (Source : enquête Business France)



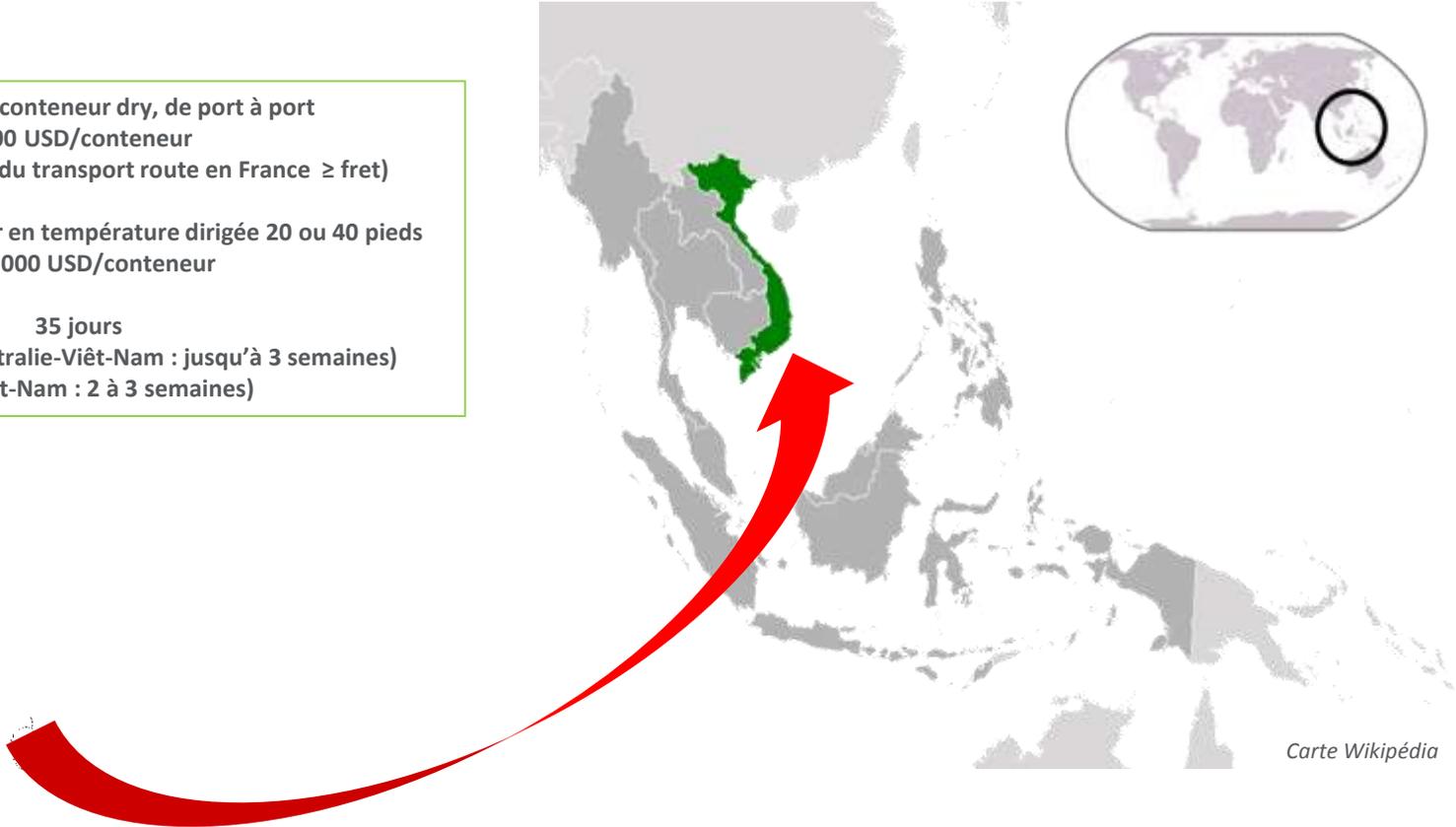
(*) Autre packaging d'un même produit d'un même fournisseur : nouvelle procédure
 Tout concurrent pour un produit analogue doit refaire la procédure

Coûts d'approche : les exportateurs français ne sont pas pénalisés comparés à ceux d'Amérique et d'Océanie
Le principal facteur discriminant : les droits de douane
(Source : enquête Business France auprès de BOLLORE/SDV)

Fret maritime-conteneur dry, de port à port
 ~500 USD/conteneur
 (pour mémoire, coût du transport route en France ≥ fret)

Fret maritime-conteneur en température dirigée 20 ou 40 pieds
 ~ 2-3 000 USD/conteneur

35 jours
 (Par comparaison Australie-Viêt-Nam : jusqu'à 3 semaines)
 (USA-Viêt-Nam : 2 à 3 semaines)



Carte Wikipédia

Fret aérien Paris-HCMV
 ~ 2,5 EUR/kg



Focus AEON VIETNAM

AEON considère le Viêt-Nam comme étant son 2^{ème} marché du sud-est asiatique après la Malaisie.
Objectif de 200 établissements et CA de 100 milliards JPY

Près de 700 M USD d'investissements au Viêt-Nam (en date de juillet 2015)

1^{er} mall AEON inauguré en 2014

➔ 4 malls au Viêt-Nam

Rachats 2015

- ➔ 30% de FIVIMART Co ~une vingtaine d'établissements à Hanoi
- ➔ 49% de CITIMART Co ~un trentaine d'établissements, principalement à HCMV

Source : AEON



Focus chaîne du froid

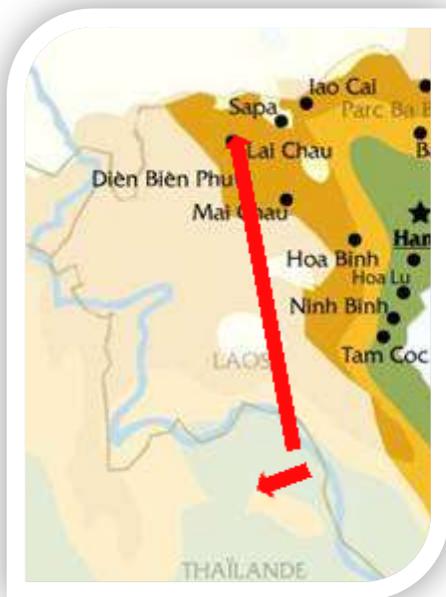
La chaîne du froid actuelle est très déficiente et handicape considérablement la distribution du frais comme du congelé.

C'est un marché potentiel important pour les logisticiens et les équipementiers.

Parmi les réalisations récentes identifiées :

- Plate-forme de froid HASFARM à HCMV (fleurs)
- Entrepôts frigorifiques d'acteurs des produits de la mer à HCMV

Le transport frigorifique est relativement coûteux au Viêt-Nam.



Transport camion frigo Dalat /Hanoi (cas des fruits et légumes) :
5-6 000 VND/kg
~ 0,20-0,25 EUR/kg

Dalat /HCMV :
500-700 VND/kg
~ 0,02-0,03 EUR/kg



Marché de gros BINH DIEN de HCMV

Gestionnaire : SATRA

- ➔ Flux de produits ~ 2 500 T/nuit
~ 4,3 M EUR (produits de la mer à 65%)
- ➔ 30 000 travailleurs et acheteurs/nuit

Site de 65 ha dont 34 aménagés, 6 halls dont 2 ½ opérationnels (produits de la mer et fruits/légumes).

Chambres froides ~20 000 T de capacité
Unité de traitement des déchets
~2 500 m3/nuit

Projets

- ➔ Regrouper le commerce de gros des fleurs de HCMV sur le seul marché de Binh Dien.
- ➔ SATRA détentrice d'une licence d'importation ; projet d'extension de la capacité frigorifique pour accueillir des fruits d'importation.

En quête de transferts de technologies

- ➔ Gestion et organisation /aménagement du marché dans une optique de « durabilité ».

Focus potentiel de marché pour les fruits et légumes français

Le marché des fruits est celui qui offre le plus d'opportunités. Les Vietnamiens sont en effet grands consommateurs de fruits frais ; de plus, comme au Japon, les fruits sont des présents particulièrement prisés.

La pomme et le kiwi figurent en tête de liste ; il s'agit dans ce cas d'un marché de masse convoité, travaillé de longue date pas la Chine d'une part, la Nouvelle Zélande et les Etats-Unis d'autre part. **Se reporter aux graphiques ci-après.**

- ➔ Préférence pour des pommes de calibre 80-84+ ;
- ➔ De valeur brix élevée.

A noter que le marché vietnamien est ouvert depuis peu aux pommes françaises.

Il convient de rajouter le raisin de table, marché plus limité mais à fort potentiel de développement. Se reporter aux graphiques ci-après.

Il existe également une demande pour des fruits tempérés de saison pour le commerce de détail en produits gourmet et la restauration.

- ➔ La cerise, la pêche, le brugnion et la nectarine, l'abricot, ... représentent des marchés de niche à ne pas négliger. Les cerises d'Amérique du nord sont commercialisées à des prix très élevés.
- ➔ Il convient de rajouter le melon ;
- ➔ En ce qui concerne la poire, il convient d'en mentionner le mode de consommation au Viêt-Nam, au sel ; la poire doit être de couleur naturelle (verte de préférence), à chair ferme et croquante ; le fruit ne doit pas s'abîmer ni se ramollir rapidement ;
- ➔ Les petits fruits font l'objet d'une production locale encore limitée bien qu'à potentiel avec possibilité de production 12 mois sur 12 moyennant transferts de technologies (cas de la framboise par exemple et de la fraise) ; il a été signalé des importations de myrtilles des Etats-Unis et de fraises de Corée du sud et de Chine.

RELEVES DE PRIX DE DETAIL

Pommes de gros calibre NZ 193 000 VND/kg ~7,90 EUR
Jusqu'à 350 000 VND (Envy) ~14 EUR
Pommes USA de 68 à 94 000 VND/kg ~2,80-3,80 EUR
Variétés Fuji, Gala, Jazz et Envy

Pommes France : 62 000 VND/kg ~ 2,50 EUR
(Red Chief)

Cerises USA : 498 000 VND/kg ~20,30 EUR

Raisins USA : 181 – 429 000 VND/kg ~7,40-17,50 EUR

Kiwis NZ : 80-95 000 VND/kg (kiwi vert) ~3,30-3,90 EUR
135-200 000 VND/kg (kiwi jaune) ~ 5,50-8,20 EUR



A noter que les fruits et légumes vietnamiens, produits en abondance, suscitent de plus en plus la méfiance des consommateurs, faute de garanties sur la qualité sanitaire des produits. En réponse, les Pouvoirs publics ont lancé récemment un programme VietGAP conçu pour développer des filières agricoles « saines ».

En ce qui concerne les légumes, les restaurateurs expriment des demandes particulières pour :

- ➔ Céleri rave et autres spécialités de saison ;
- ➔ Champignons frais : toute une gamme à décliner.

En ce qui concerne la pomme de terre, les avis sur les opportunités de flux d'exportation à destination du Viêt-Nam sont mitigés, voire négatifs devant, d'une part le prix excessif des pommes de terre d'importation, Chine exceptée, d'autre part le potentiel de production locale de qualité, dans la région de Dalat notamment.

Il convient toutefois de signaler le déficit de marché important, la production locale ne couvrant la demande que 8 mois sur 12.

- ➔ Importations vietnamiennes 2015 ~ 80 000 T, de Chine pour l'essentiel dont la qualité est contestée ;
- ➔ Sans compter les flux informels de Chine (estimés à plus de 30 000 T/an) ;
- ➔ Ont été signalées des importations de pommes de terre des Etats-Unis et d'Allemagne.

Marché de niche pour une offre française segmentée ? L'enquête ne permet pas d'en juger.

D'une manière générale, l'offre française dispose d'un potentiel indiscutable ; des efforts importants sont nécessaires pour la promouvoir, face à celles des concurrents, océaniques et américains notamment.

- ➔ **Communiquer sur les méthodes de production, les terroirs ;**
- ➔ **Evénements à organiser ;**
- ➔ **Mettre en avant la « traçabilité » française ;**
- ➔ **Il semble opportun d'intégrer dans toute promotion les enfants et les mères, avec campagnes ludiques d'information et d'éducation.**

VIETGAP



Système de normes conçu sous assistance technique JICA fin des années 2000.

Sur la base des systèmes ASEANGAP, EUREPGAP, GLOBALGAP et FRESHCARE

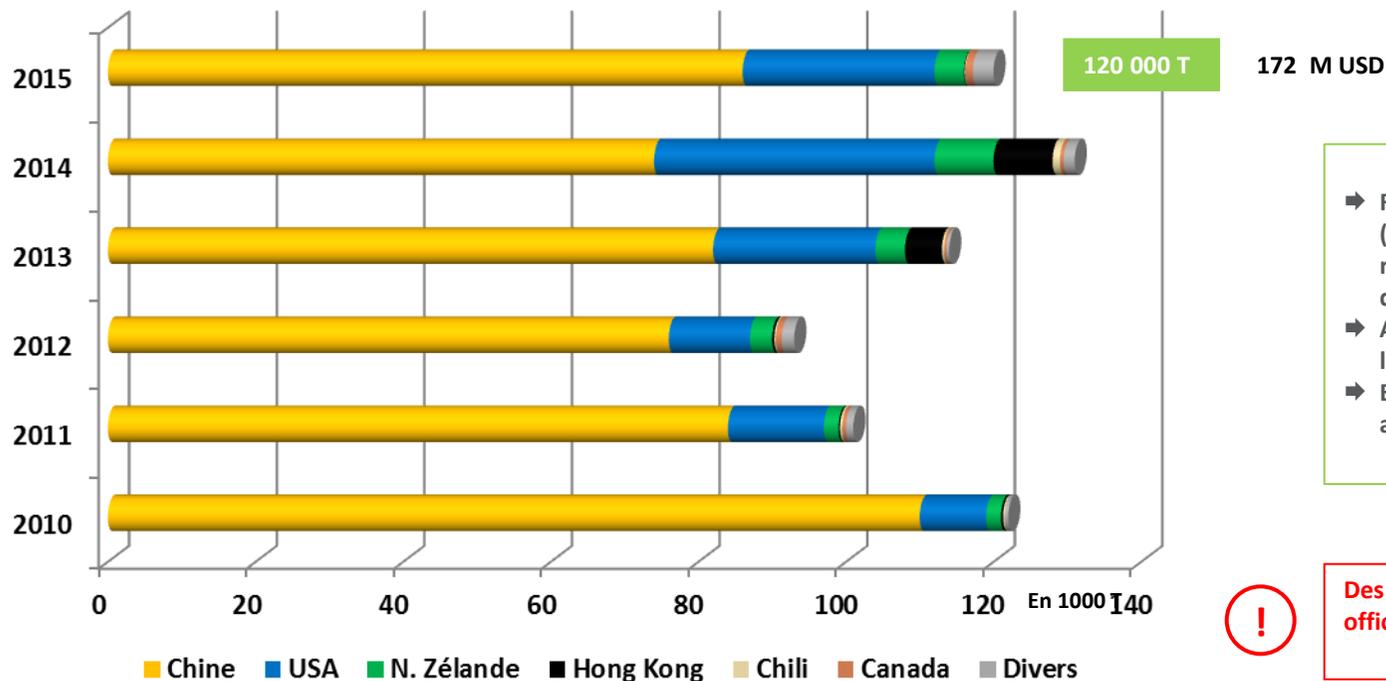


Decision No. 84/2008/QD-BNN

Evolution des importations vietnamiennes de pommes

(Source : COMTRADE, selon douanes des pays exportateurs)

En tonnage



**POMMES
MARCHÉ VIETNAMIEN**

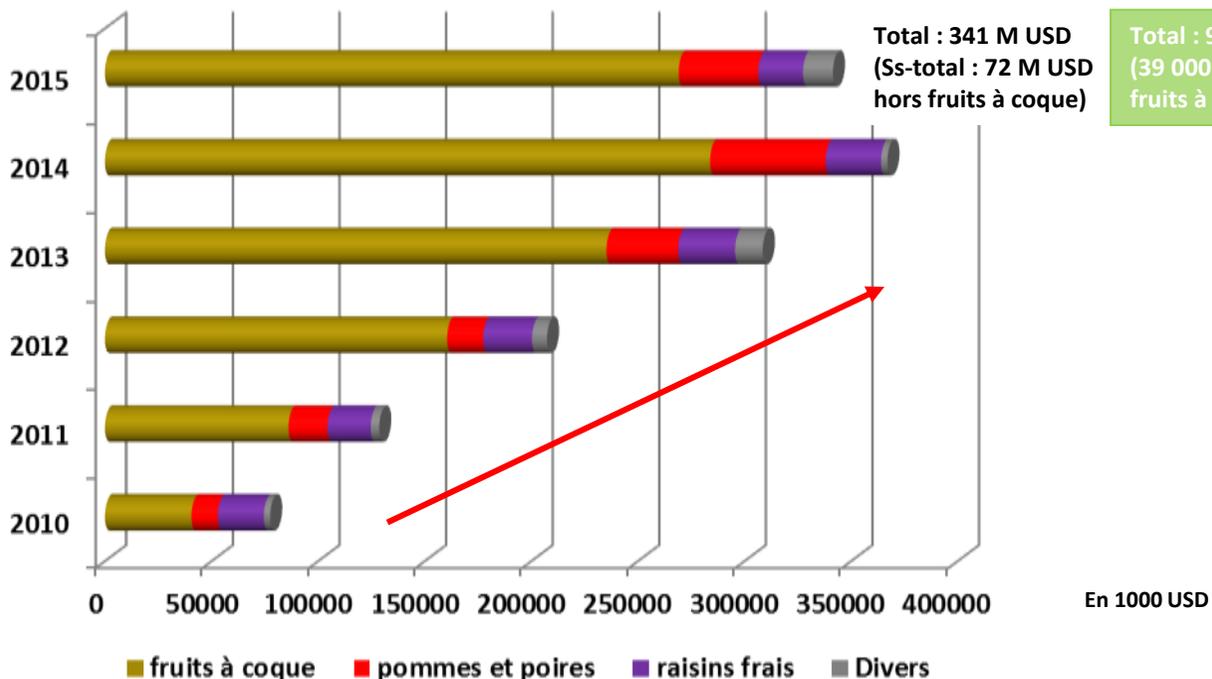
- ➔ Retour de la France dès 2015 avec près de 500 T (« retour » à relativiser, les tonnages modestes ont rarement dépassé les 400 T au cours des 20 dernières années).
- ➔ A signaler les volumes encore limités réalisés par l’Afrique du sud et la Pologne (~200 T).
- ➔ Et également la Corée du sud, laquelle exporte par ailleurs des poires chinoises.



Des pays de l’ASEAN et Hong Kong font probablement office de plates-formes de ré-exportation.

Evolution des exportations étasuniennes de fruits frais vers le Viêt-Nam

(Source : COMTRADE, selon douanes des USA)



Total : 96 000 T
(39 000 T hors fruits à coque)

Total : 341 M USD
(Ss-total : 72 M USD hors fruits à coque)

FRUITS FRAIS
FOCUS ETATS-UNIS
Viêt-Nam 12^{ème} marché

- Fruits frais
- ➔ Pommes : 27 000 T pour un montant de 37 M USD
 - ➔ Raisins : 7 000 T pour un montant de 21 M USD.
 - ➔ Agrumes : 2 400 T pour un montant de 3 M USD.
 - ➔ Cerises (et marginalement, autres fruits tempérés) : 500 T pour un montant de près de 3 M USD.

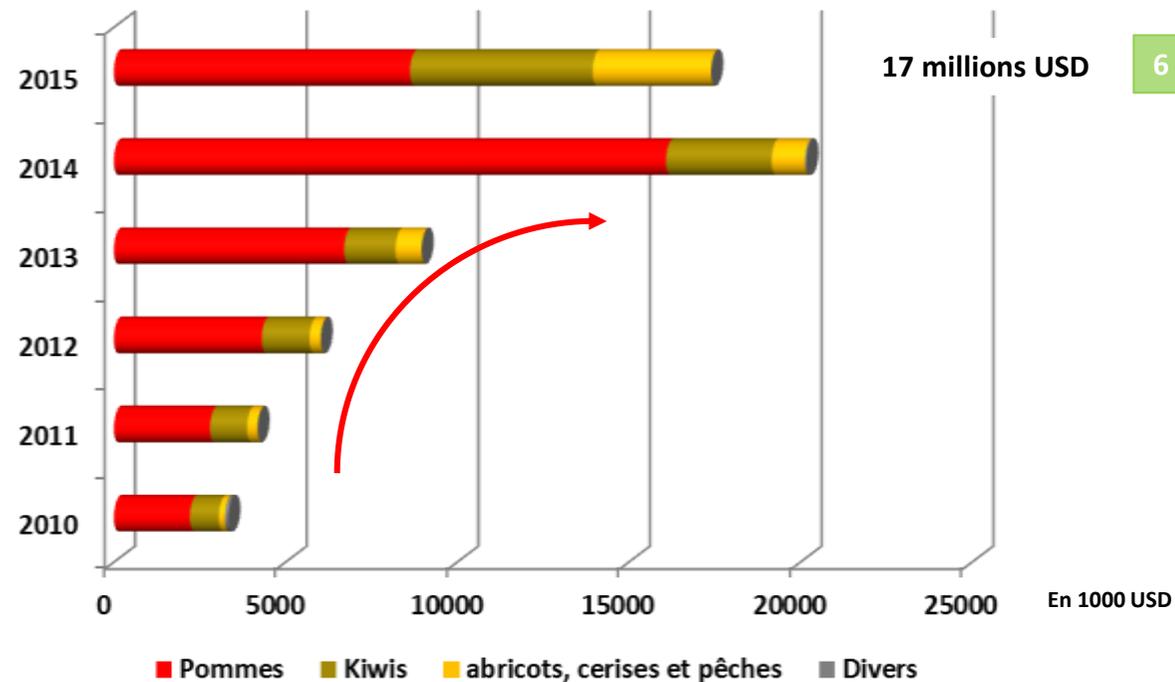


Efforts de promotion importants.



Selon TPP signé en octobre 2015 :
- Démantèlement des droits de douane en 3 ans à dater de la validation de l'accord ;
- Droit actuel de 10%.

Evolution des exportations néo-zélandaises de fruits frais vers le Viêt-Nam
 (Source : COMTRADE, selon douanes de Nouvelle Zélande)



FRUITS FRAIS
FOCUS NOUVELLE ZELANDE
 Viêt-Nam 18^{ème} marché

Fruits frais

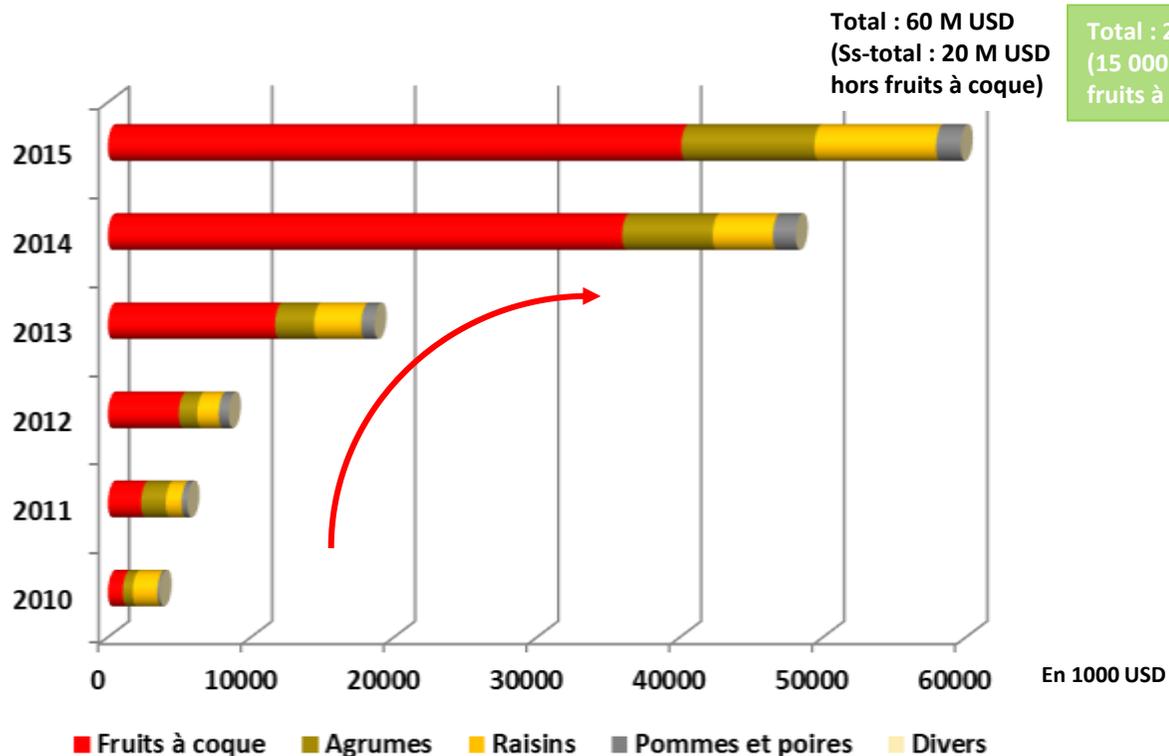
- ➔ Pommes : 4 200 T pour un montant de 8,6 M USD.
- ➔ Kiwis : 1 800 T pour un montant de 5 M USD.
- ➔ Abricots et pêches : 300 T pour un montant de près de 3,5 M USD.



Efforts de promotion importants.

Evolution des exportations sud-africaines de fruits frais vers le Viêt-Nam

(Source : COMTRADE, selon douanes d'Afrique du sud)



Total : 23 000 T
(15 000 T hors fruits à coque)

FRUITS FRAIS
FOCUS AFRIQUE DU SUD
Viêt-Nam 12^{ème} marché

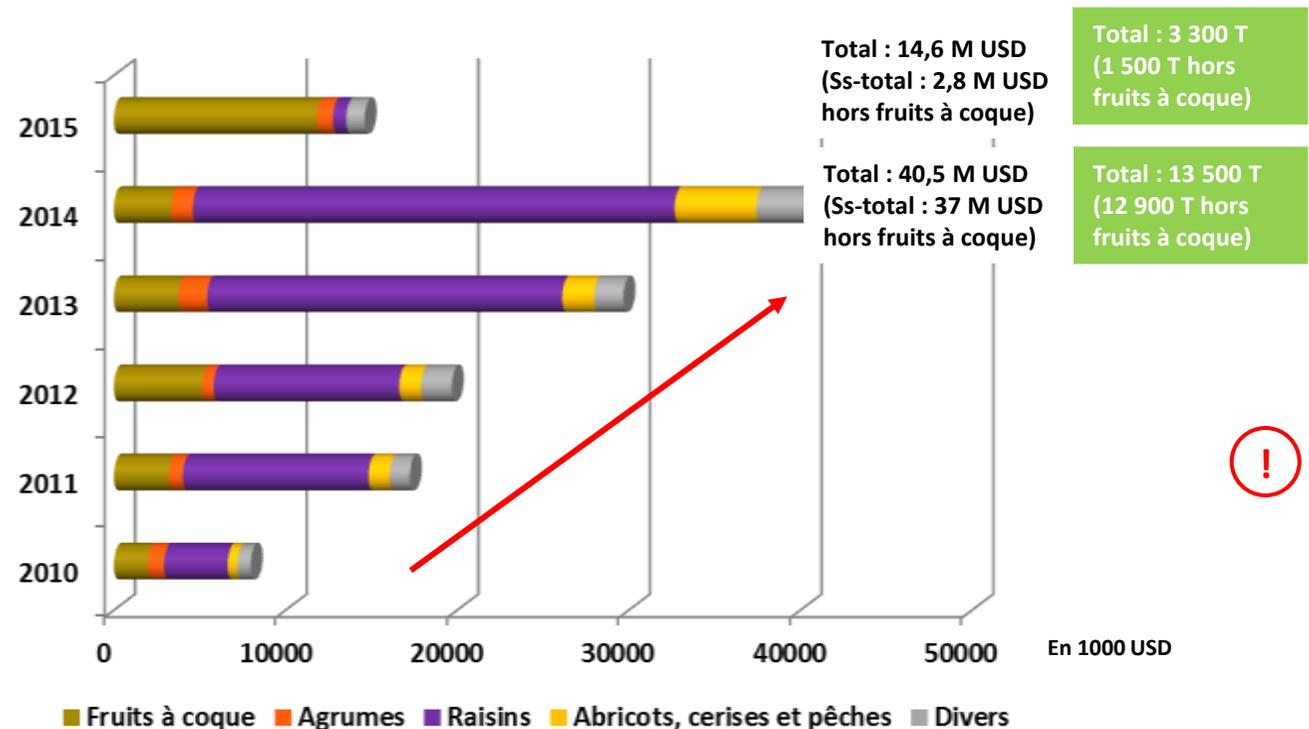
Fruits frais

- ➔ Agrumes : 9 100 T pour un montant de 9,3 M USD.
- ➔ Raisins : 4 000 T pour un montant de 8,5 M USD.
- ➔ Poires à hauteur de 85% et pommes : 1 400 T pour un montant de près de 1,7 M USD.



Marché ouvert aux fruits sud-africains depuis 2012. Efforts de promotion importants.

Evolution des exportations australiennes de fruits frais vers le Viêt-Nam
 (Source : COMTRADE, selon douanes d'Australie)



**FRUITS FRAIS
 FOCUS AUSTRALIE**

Fruits frais en 2014 (avant fermeture du marché)

- ➔ Produits phares, les raisins de table : 10 200 T pour un montant de 28 M USD.
- ➔ Pêches et nectarines : 900 T pour un montant de 4,8 M USD.
- ➔ Agrumes : 900 T pour un montant de près de 1,3 M USD.

!

L'Australie doit sa contreperformance de 2015 à la fermeture du marché vietnamiens aux fruits frais australiens cette même année.
 Reprise attendue en 2016 pour le raisin de table.

Les exportateurs australiens visent par ailleurs le marché de la pomme.

Focus potentiel de marché pour les viandes

Le niveau de consommation de viandes est estimé, globalement, autour de 50 kg /habitant/an dont viande porcine ~ 28kg/hab./an et viande volaille ~13 kg/hab./an.

La consommation vietnamienne de viandes a ceci de spécifique : la viande porcine est de loin la 1^{ère} viande consommée, loin devant la volaille et la viande bovine.

- ➔ **Viande de porc** : environ 2,6 millions T pour l'année 2015 ;
Production et consommation équilibrées ;
- ➔ **Viande de volaille** : environ 1,1 M T pour l'année 2015 ;
Production couvrant moins de 50% de la consommation ;
- ➔ **Viande bovine** : environ 800-900 000 T ;
Production couvrant moins du quart de la consommation.

Les consommateurs les plus aisés se reportent volontiers sur la viande bovine, de meilleure image que la viande de porc.

- ➔ Consommation de viande bovine à potentiel de développement.

L'offre française dispose d'un potentiel de débouchés, à moduler selon les segments ; des efforts importants sont nécessaires pour la promouvoir, face à celles des concurrents très solidement positionnés et dotés de moyens de promotion importants.

Il est courant d'entendre que les exportateurs australiens ont « *formé le palais vietnamien* » à la saveur de leurs viandes (viandes bovines et ovines) ; les viandes américaines n'ont pas eu de peine à s'introduire dans le sillage de leurs concurrentes australiennes.

La viande bovine française telle qu'elle est perçue : « *moins de saveur* » et « *de moindre tendreté* ».

- ➔ Information sur les viandes, les races, les terroirs, les modes de production (grassfed/grainfed), les intrants, les modes de consommation, etc.
- ➔ Événements à organiser, master class sur la découpe française, etc.
- ➔ Communication sur la qualité, accent à mettre naturellement sur la « traçabilité » française.



L'offre australienne de viandes bovines

Wagyu beef

Coupes diverses et découpes nobles :
tenderloin, rib eye, striploin, ...

Communication sur la qualité exceptionnelle de la viande, la nutrition animale spécifique, la conduite « free range », etc.

Viande certifiée MSA

Gamme diversifiée : young beef et prime beef, race Angus et autres, viande grassfed et grainfed, marques de producteurs

Les prix de gros de viandes gourmet Quelques ordres de grandeur

V. réfrigérées

Striploin Wagyu australien 1,8-3 M VND/kg
(~ 75-120 EUR/kg)

Striploin grassfed beef australien ~ 350-700 000 VND/kg
(~ 15-30 EUR/kg)

Rib eye des Etats-Unis ~ 30 EUR/kg

V. congelées

Short rib d'Australie ~ 200-400 000 VND/kg (~8-16 EUR/kg)

Short rib USA ~ 300 000 VND/kg (~12 EUR/kg)

Wagyu striploin du Japon ~ 4 MVN/kg (~160 EUR/kg)

Deux segments à distinguer :

1. Les viandes destinées à la transformation

Les besoins sont qualifiés « d'importants », le Viêt-Nam est déficitaire en la matière et les flux à l'importation ne peuvent que se développer.

- ➔ En guise de référence, le leader, VISSAN, produit de l'ordre de 1 M T de viandes transformées/an ; ses besoins en viandes d'importation sont « *importants* » et ses besoins en VSM sont estimés entre 1 à 2 000 T/an.

2. Les viandes de consommation directe

La viande bovine

En restauration, trois, voire quatre sous-segments doivent être abordés : les découpes haut de gamme en cuisine gastronomique et les viandes destinées aux buffets en hôtellerie de luxe et à la restauration de milieu de gamme.

Il convient de noter la prolifération de chaînes de restaurants avec la viande bovine comme spécialité (barbecues coréens - RedSun's King BBQ par ex. et steakhouses) avant tout à HCMV et Hanoi mais également dans d'autres villes .

Le développement de la distribution moderne est un autre facteur en faveur du développement du marché.

- ➔ Viande d'Australie et de Nouvelle Zélande (en bœuf et agneau également) ; découpe phare : la bavette d'aloyau ;

Ces origines bénéficient d'un droit de douane réduit dans le cadre de leur ALE avec l'ASEAN : 5% sur la viande bovine en 2016 (droit nul dès 2018) ;

- ➔ Efforts notables des USA, en anticipation du TPP ; à noter que l'USMEF a obtenu mi-2015 la levée des restrictions vietnamiennes sur l'âge des bovins (moins de 30 mois) dont est issue la viande bovine US exportée ;
- ➔ Flux importants de viande indo-pakistanaise destinée à la transformation et au catering de masse (viande par excellence de la soupe vietnamienne phở au boeuf).

A noter les importations de bétail sur pied d'Australie

- ➔ Pour finition et abattage (VISSAN est l'un des importateurs) ;
- ➔ Viande vendue « fraîche », en supermarchés à prix compétitif par rapport à la viande locale.



La demande vietnamienne de viandes destinées à la transformation porte principalement sur :

PORC

1. Picnic shoulder 80/20
2. Shoulder 4D / 2D
3. Bone in hams
4. Front hocks
5. Back skin - defatted
6. Back fat/Ham fat/Butt fat
7. Jowls skinless, slashed
- 8 Bellies sheet ribbed, skin on, boneless
9. Loin boneless, chain off

VOLAILLE

1. Chicken MDM
2. Thigh boneless, skinless

La viande porcine

La restauration gastronomique porte sa confiance sur les viandes d'importation, faute de qualité garantie en production locale.

Le développement de la distribution moderne est un autre facteur favorable aux viandes porcines d'importation ou viandes produites localement selon cahier des charges de l'acheteur.

- ➔ Viande de haut de gamme destinée à la restauration gastronomique : cas identifié de découpes importées d'Espagne pour les plats à la carte ;
- ➔ Viande de porc « bio » locale.

Des viandes porcines de diverses origines sont présentes sur le marché : ont été signalées, outre l'Espagne, les USA, le Canada, le Japon, ...

La charcuterie

Mêmes distinctions que précédemment :

- ➔ Haut de gamme : charcuterie espagnole à la carte (jambon « Iberico » - connu au Viêt-Nam -, chorizo), charcuterie italienne, et dans une moindre mesure de France (saucisson sec) ;
- ➔ Qualité intermédiaire et entrée de gamme : produits de charcutiers artisans locaux et charcuterie industrielle locale pour les buffets (VISSAN, CP, etc.).

Les entreprises vietnamiennes ne poussent pas le process, faute de technicité et compte tenu du climat. Ce sont les restaurateurs qui finissent parfois le produit par séchage.

Segment qui semble le plus porteur : la gamme intermédiaire, entre charcuterie locale et haut de gamme d'importation.

A noter la présence de rares charcutiers européens au Viêt-Nam : au moins un artisan français.

La viande de volaille

Selon les statistiques des échanges disponibles, l'essentiel du tonnage est constitué de cuisses de poulet congelées.

La France se positionne sur le marché de niche des spécialités pour les chefs cuisiniers, à savoir les coquelets, cailles, etc.



Suggestions en matière de marketing sur la viande (bovine) française

Ecouter les opérateurs vietnamiens ; s'informer

Expliquer

Communiquer sur l'élevage français, les races, les méthodes d'élevage, les terroirs, ...

Mettre en valeur les spécificités de l'offre française, notamment en matière de sécurité alimentaire et de traçabilité

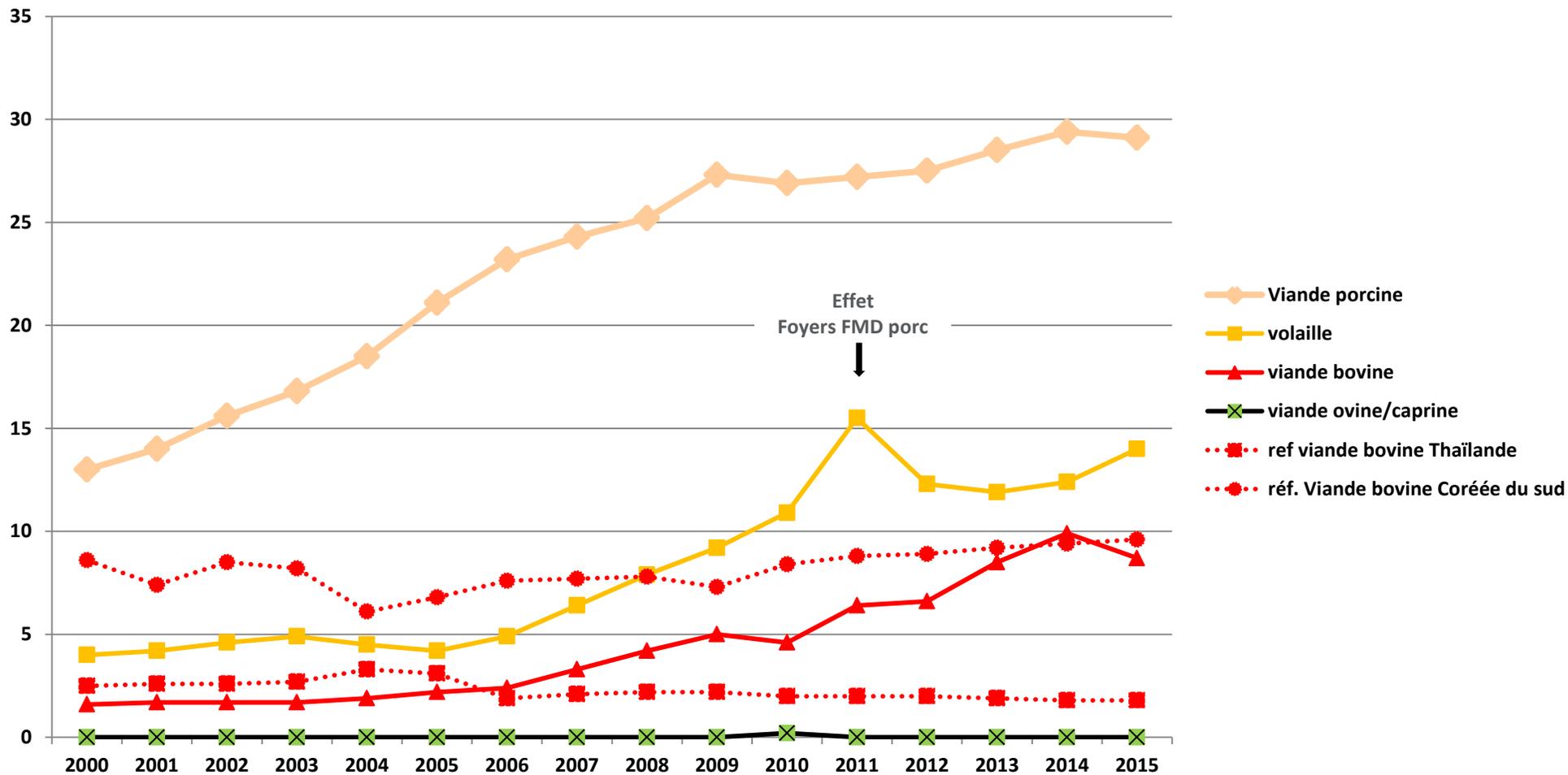
Communiquer sur la découpe française, organiser des master classes pour sensibiliser les chefs cuisiniers

Communiquer sur la façon de cuisiner chaque découpe

Charcuterie locale



Evolution de la consommation vietnamienne de viandes en kg/hab.
(Source : OCDE 2016)

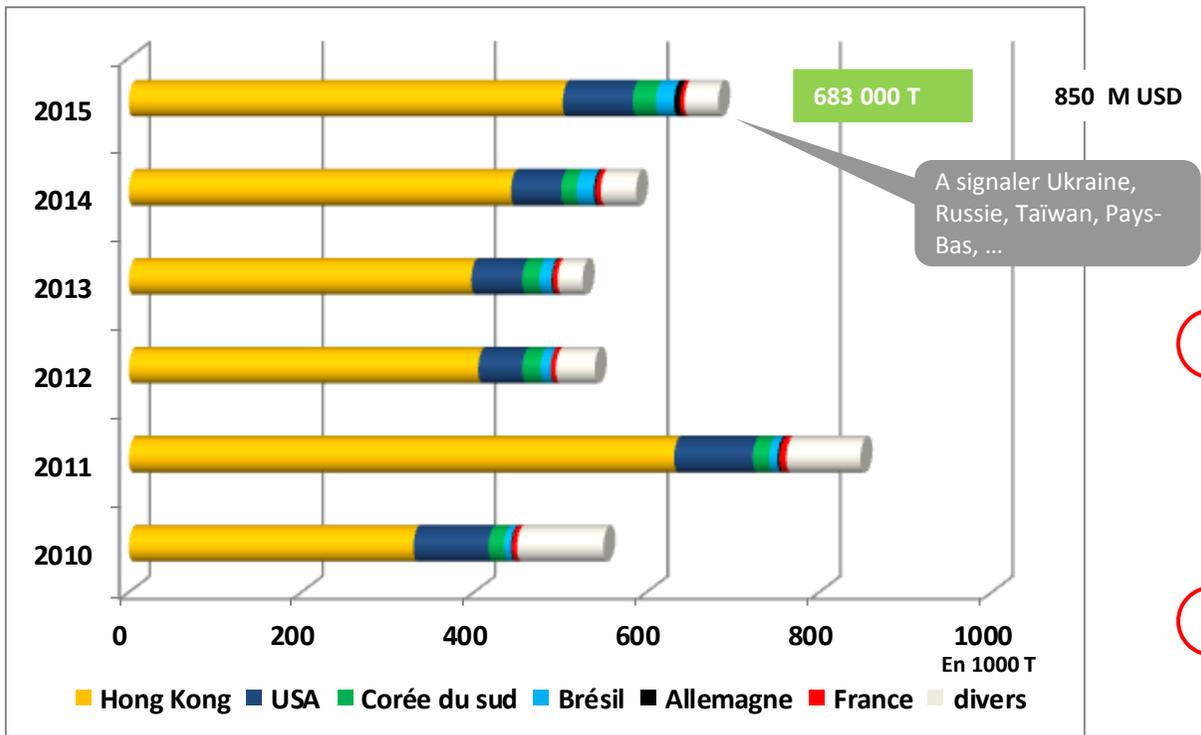


VIANDE DE VOLAILLE MARCHÉ VIETNAMIEN

Evolution des importations vietnamiennes de viande de volaille

(Source : COMTRADE, selon douanes des pays exportateurs)

Fournisseurs de plus de 5 000T en 2015



Importations en hausse : 683000 T en 2015, soit +16% par rapport à 2014.

- ➔ Confirmation du rôle de plate-forme de réexportation de Hong Kong ;
- ➔ Cuisses de poulet congelées pour près de 85% du tonnage et ailes congelées pour environ 7%.

Hong Kong fait office de plate-forme de réexportation.

- ➔ Hong Kong déclare exporter vers le Viêt-Nam 503 000 T en 2015 ;
- ➔ Pour mémoire, Hong Kong importe, cette même année, 785 000 T, principalement des USA (36%), du Brésil (31%) et de Chine (19%)

En rubrique 0207, le Viêt-Nam déclare seulement 58 000 T d'importation en 2014 pour un montant de 104,5 M USD.

VSM en 16 02 (et plus précisément 160232 pour la VSM de poulet) :

- Selon les douanes de pays exportateurs : les importations vietnamiennes de VSM de poulet seraient de 46 000 T en 2015, en provenance de Hong Kong à hauteur de plus de 99% (flux de réexportation).
- Pour mémoire la totalité de la rubrique 1602 ~60 000 T en 2015.

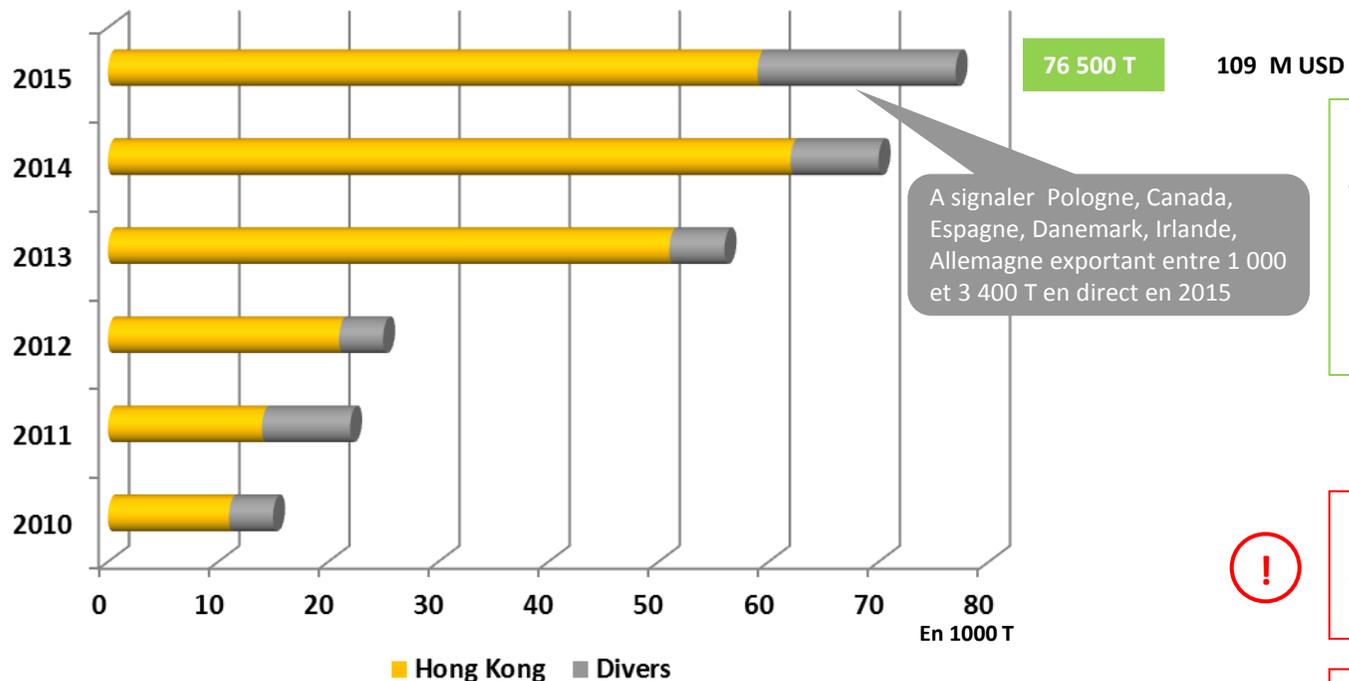


VIANDE DE PORC MARCHÉ VIETNAMIEN

Evolution des importations vietnamiennes de viande de porc

(Source : COMTRADE, selon douanes des pays exportateurs)

Fournisseurs de plus de 5 000 T en 2015



Les importations vietnamiennes s'élèvent à 76 500 T en 2015. Il s'agit, pour l'essentiel, de viande destinée à la transformation.

➔ Confirmation du rôle de plate-forme de réexportation de Hong Kong, principalement en 020329.

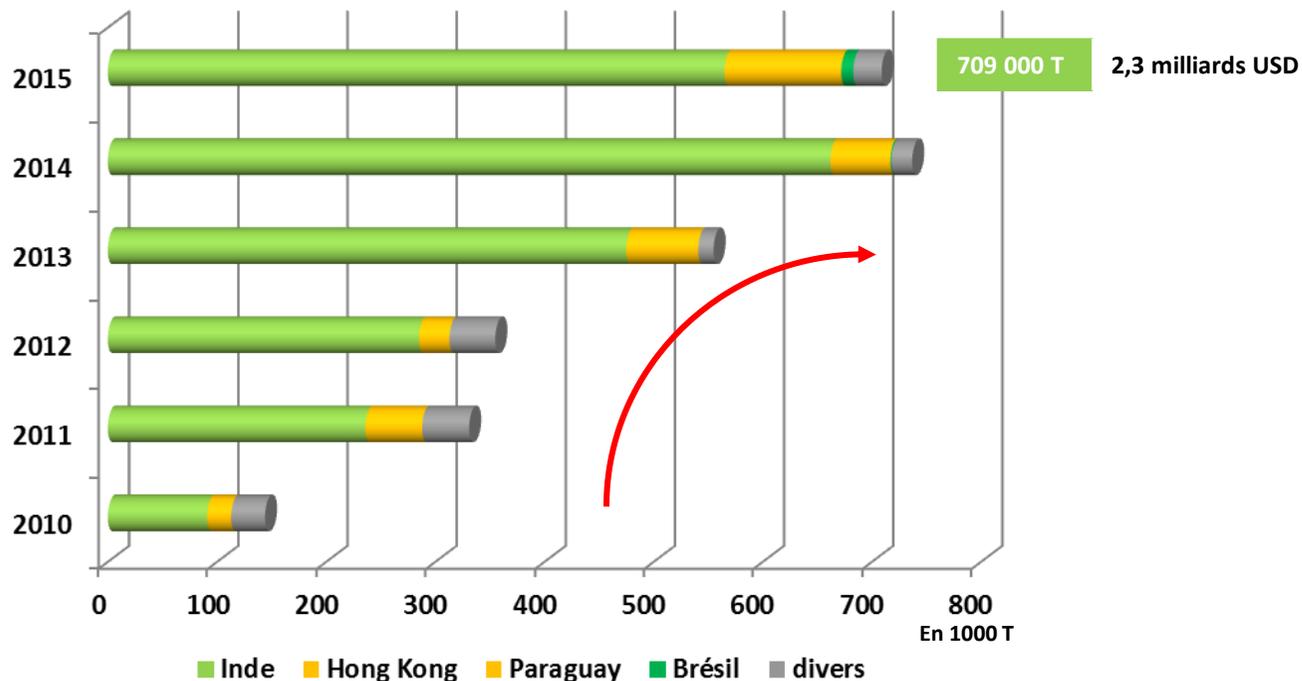
En rubrique 0203, le Viêt-Nam déclare seulement 3 000 T d'importation en 2014 pour un montant de 9 M USD.

Hong Kong joue le rôle de plate-forme de réexportation. Hong Kong importe 250 000 T par an, de Chine, Brésil, Allemagne, USA, Pays-Bas, ...



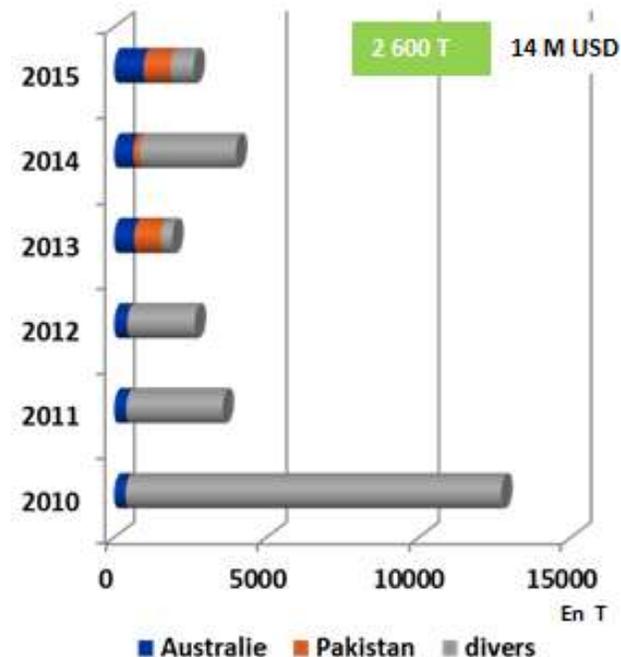
Evolution des importations vietnamiennes de viande bovine
(Source : COMTRADE, selon douanes des pays exportateurs)

Viandes bovines congelées
Viande désossée pour l'essentiel (à 99% en 2015)



VIANDE BOVINE
MARCHE VIETNAMIEN

Viandes bovines réfrigérées



- ➔ L'Inde totalise 80% des importations vietnamiennes de viandes bovines congelées.
- ➔ L'Australie n'apparaît pas au sein des fournisseurs principaux du Viêt-Nam en viande bovine, viande réfrigérée exceptée ; en revanche l'Australie exporte du vif pour la finition et l'abattage ~ 355 000 têtes en 2015 (jusqu'à 500 000 têtes par an selon enquête).



Selon les douanes vietnamiennes, importations de viandes bovines congelées : 16 000 T en 2014 (Inde à 64%), pour un montant de 82,2 M USD.



Flux de réexportation par le Viêt-Nam de viandes bovines d'importation: nd Chine !



Hong Kong intervient comme plate-forme de réexportation. Pour mémoire, Hong Kong a importé 280 000 T de viandes bovines congelées en 2015 et 400 000 T en 2014, d'origines Brésil et USA pour près de 90%.

Focus potentiel de marché pour les produits de la mer

Comme dans le cas des viandes, il s'avère difficile d'estimer avec précision les importations vietnamiennes de produits de la mer.

Selon les statistiques des pays déclarants, le Viêt-Nam se classe au rang des tout premiers importateurs au monde.

- Rubrique 03 dans sa globalité : Viêt-Nam , 8^{ème} pays importateur en valeur avec 4,3 milliards USD en 2015 ;
- Rubrique 0306 « Crustacés » : Viêt-Nam 2^{ème} pays importateur au monde avec un montant de 2,3 milliards USD ;
- Rubrique 0303 « Poissons congelés, filets exceptés » : Viêt-Nam 5^{ème} pays importateur au monde avec un peu plus de 1 milliard USD ;
- Rubrique 0307 « Mollusques » : Viêt-Nam 7^{ème} importateur au monde avec 0,5 milliard USD.

Se reporter au graphique ci-après.

La France occupe une place modeste au rang des pays fournisseurs du Viêt-Nam sur ce segment. Le Viêt-Nam n'en représente pas moins le 5^{ème} client en ce qui concerne la rubrique 0303.

- Sur le segment 0303, nos exportations sont constituées à 90% de légine, un poisson particulièrement apprécié en cuisine japonaise ;
Des flux pour la pré-transformation au Viêt-Nam pour la réexportation ne sont pas exclus.
- Sur le segment 0306 : il s'agit à 60% de crevettes congelées et à 34% de langoustes congelées.

Selon l'enquête il conviendrait d'étudier plus en profondeur le marché particulièrement lucratif des fruits de mer.

Un marché de petite niche à explorer pour les exportateurs français : l'huître pour la restauration gastronomique et autres spécialités : moules, rougets, ...



La demande vietnamienne porte principalement sur :

Crustacés : 54% des importations vietnamiennes de produits de la mer (selon douanes des pays exportateurs)

Crustacés autres que crevettes, ... (0306137) ~62% en valeur 2015
Langoustes ~ 23% "

Poissons congelés : 26% "

Rubrique « autres » (039389) ~ 46% en valeur 2015

Flétan et autres poissons plats

Légine

Maquereau

Saumon du Pacifique

Thon, etc.

Mollusques : 12% "

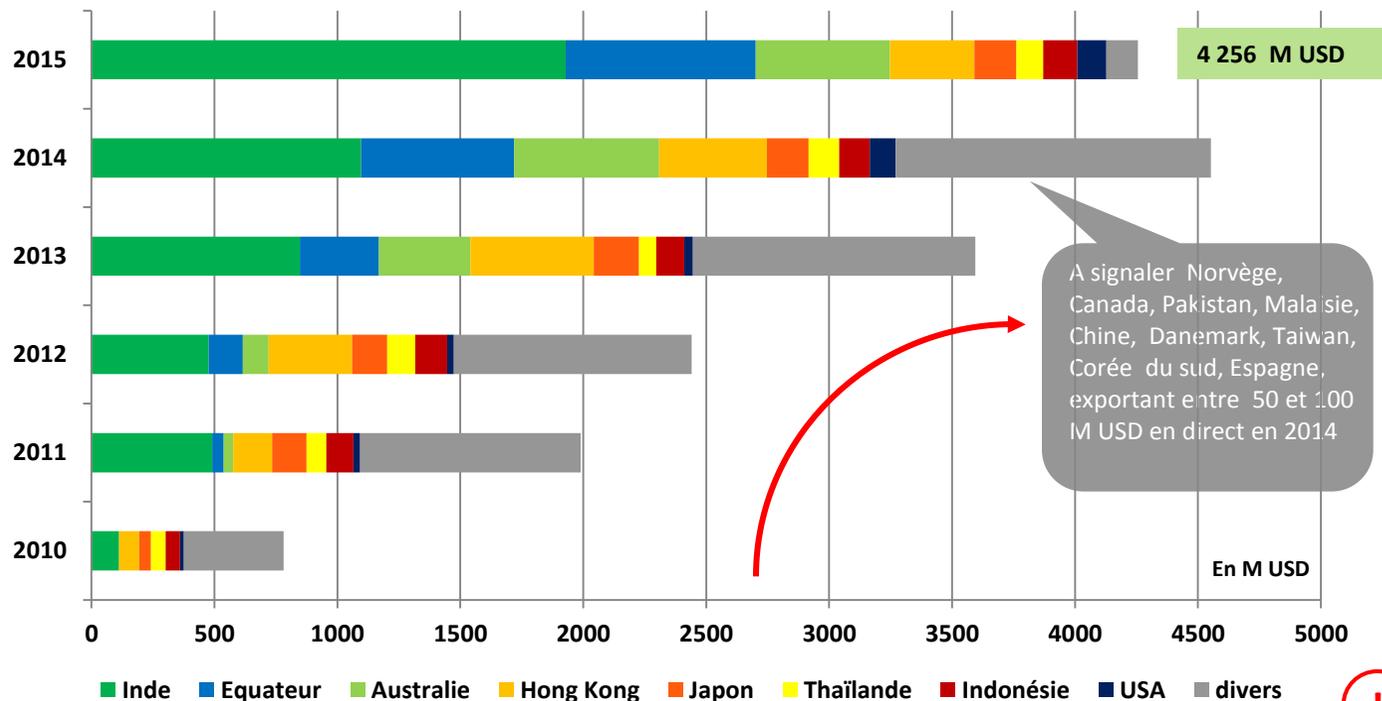
Seiche et calmar ~ 51 % en valeur 2015

Coquille Saint-Jacques, ormeaux, etc.

Evolution des importations vietnamiennes de produits de la mer

(Source : COMTRADE, selon douanes des pays exportateurs)

Fournisseurs de plus de 100 M USD en 2015



**PRODUITS DE LA MER
MARCHÉ VIETNAMIEN**

Importations vietnamiennes en 2015 :

- ➔ Positionnement de l'Inde avec près de 45 % des importations vietnamiennes en valeur 2015
- ➔ L'Equateur avec 18 %
- ➔ L'Australie avec 13 %

A signaler Norvège, Canada, Pakistan, Malaisie, Chine, Danemark, Taiwan, Corée du sud, Espagne, exportant entre 50 et 100 M USD en direct en 2014

En rubrique 03, le Viêt-Nam déclare seulement 229 000 T d'importation en 2014 pour un montant de 1 049 M USD.

France : 21 M USD en 2015



Focus potentiel de marché pour les laits en poudre et laits infantiles

Au Viêt-Nam, la seule vision de la grande distribution est trompeuse, elle l'est d'autant plus pour ce segment particulier de produits ; les laits en poudre sont en effet majoritairement distribués via d'autres voies, les détaillants traditionnels.

Si les laits français sont présents sur le marché, leur part de marché reste très modeste.

Des opérateurs solidement positionnés :

- ➔ Le leader laitier vietnamien VINAMILK, bonne notoriété et remarquable réseau de distribution ~ 25% du marché ;
- ➔ La multinationale ABBOTT (3A NUTRITION VIETNAM) et son très fort lobbying auprès des maternités et corps médical ~30% du marché avec une très large gamme ;
- ➔ MEAD JOHNSON (MEAD JOHNSON NUTRITION VIETNAM) avec également une très large gamme.

Il convient de citer également :

- ➔ FONTERRA plutôt sur le marché des poudres de type « *Anlene Li calcium* », son produit phare, ainsi que « *Annum Materna* », leader sur le marché des laits maternels ;
- ➔ FC (FRIESLAND CAMPINA VIETNAM) ;
- ➔ NESTLE (NESTLE VIETNAM) ;
- ➔ Autres : DUMEX, marques françaises, MEIJI, ...

L'environnement culturel doit être pris en compte :

- ➔ A l'égard de l'allaitement ;
- ➔ Par rapport au mode de décision familial : mères et grands-mères.

Le marketing des leaders est appuyé par des actions à connotation caritative :

- ➔ Appui au Ministère de la Santé sur les questions de sécurité sanitaire : le groupe MEAD JOHNSON par ex.
- ➔ Partenariats et opérations marketing dans les maternités : ABBOTT par ex. et le TOTAL NUTRITION THERAPY PROGRAM entre autres ;
- ➔ Actions caritatives : ABBOTT FUND (montant alloué annoncé de plus de 10 M USD sous forme de subventions et donations.

La publicité directe étant théoriquement interdite sur les laits infantiles, les acteurs se servent des laits spéciaux et médicalisés pour enfants comme pour adultes (femmes enceintes notamment) pour promouvoir leur gamme.

C'est un marché très concurrentiel où les divers protagonistes s'affrontent sur :

- ➔ Le prix ;
- ➔ Et surtout la sécurité d'approvisionnement.

A noter que les laits infantiles classiques (hors spécialités) font l'objet de prix plafonnés par le Ministère de la Santé.



Clôture d'une maternité à HCMV

VINAMILK

Origine : 1976
Société laitière par actions (Bourse de HCMV, HOSE) *cf fiche détaillée*

Le groupe VINAMILK possède un centre hospitalier AK CLINIC

Gamme étoffée de lait infantiles sous marque « Dielac »

Parmi les partenariats : Chr HANSEN, LONZA, DSM

DielacAlpha Gold Special Nutrition Product for different ages

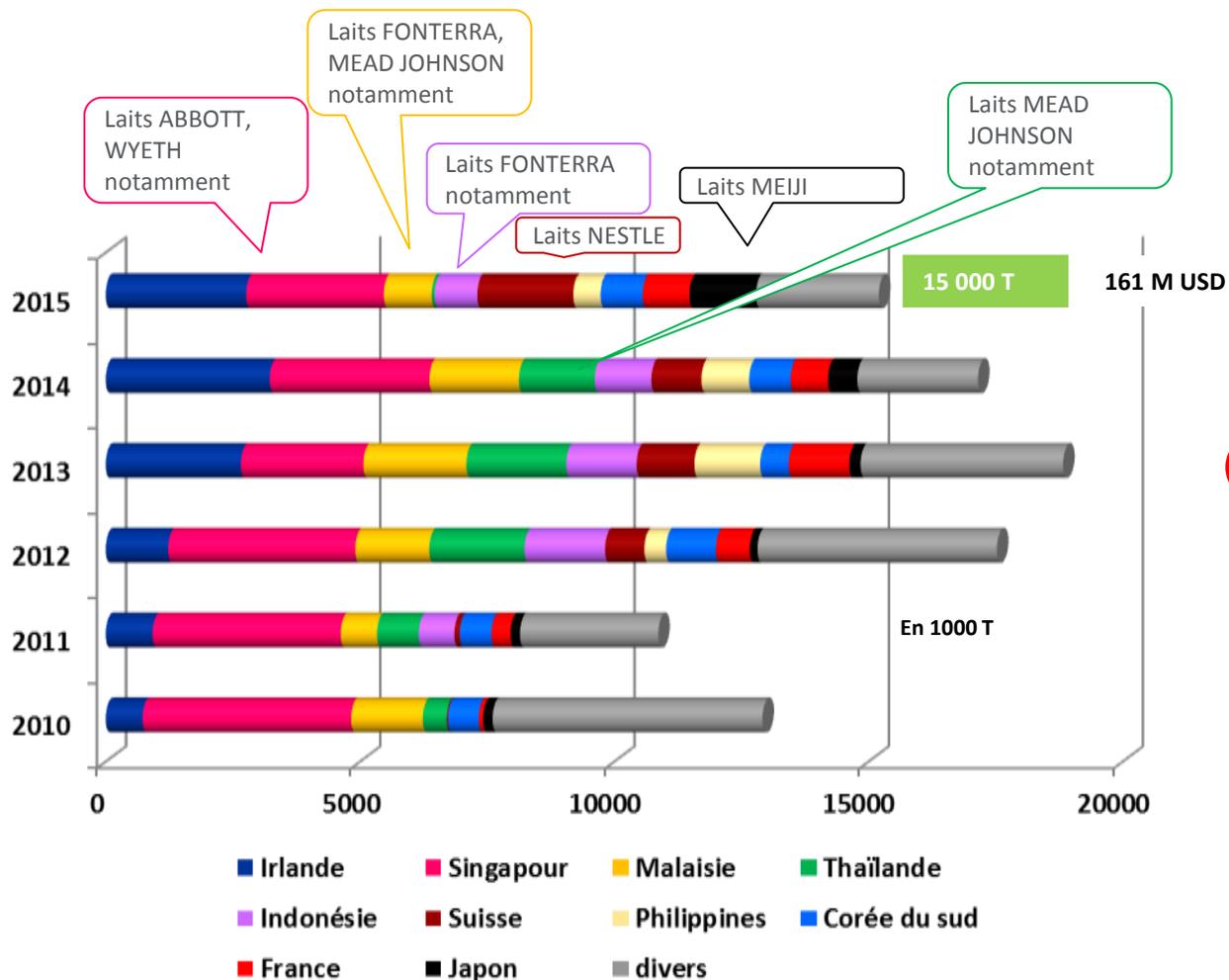
Dielac Alpha Gold 4: 2 - 4 years old
Dielac Alpha Gold 5: Above 4 years old



LAITS INFANTILES MARCHÉ VIETNAMIEN

Evolution des importations vietnamiennes des laits infantiles

(Source : COMTRADE, selon douanes des pays exportateurs)



Importations formelles 2015 ~ 15 000 T pour un montant de 161 M USD.

➔ Marché en apparence stable



Les laits infantiles, comme souvent, font l'objet d'un commerce de valise.

Focus potentiel de marché pour les fromages

La consommation de produits laitiers (lait en No1, yaourt en No2, fromage en No3) est, d'une manière générale, appelée à progresser, au gré de l'élévation du pouvoir d'achat.

- ➔ Marché estimé à environ 6 000 T/an, tous fromages confondus, y compris le secteur HORECA.

Le fromage fondu reste le fromage de référence, il constitue toujours l'essentiel du marché. La palme de la notoriété revient au groupe BEL, implanté localement et qui a façonné de longue date ce marché avec la « *Vache qui rit* ».

La consommation de fromage tend à se développer via les fastfood : sous la forme de pizza notamment ou dans les sandwiches vietnamiens « *banh mi* ».

Il existe naturellement un marché de niche pour les fromages fins.

A noter que la consommation dans le nord du Viêt-Nam reste très en retrait par rapport à celle du sud du pays.

- ➔ Fromage fondu : « marché de masse » des enfants jusqu'à 12 ans ;
- ➔ Fromage pour la restauration ; présence d'analog cheeses sur le marché (fromage de type mozzarella ré-engraissée d'origine asiatique, Singapour probablement) ;
- ➔ Fromages fins pour la restauration de luxe et les rayons de produits gourmets.

Le groupe FONTERRA s'avère être très agressif en termes de volume exporté à destination du Viêt-Nam, les statistiques des échanges internationaux en attestent.

- ➔ Groupes français ;
- ➔ FONTERRA annonce détenir près de 50% des importations, ce qui semble être excessif.

Les produits importés « à base de lait » bénéficiaient, jusqu'en 2015, d'un laissez passer. Depuis le 1^{er} janvier 2016, ils sont assujettis aux procédures d'enregistrement comme tout autre produit alimentaire.

En ce qui concerne les producteurs locaux, bien qu'ils affichent l'intention de s'y lancer, l'investissement s'avère être trop lourd au regard de l'étroitesse actuelle du marché.

- ➔ VINAMILK doté d'une ligne de fabrication de grande capacité mais ne fabriquerait pas plus de 50 T/mois

L'enfant est la cible première des fournisseurs ainsi que les jeunes de moins de 25 ans.

Le marché des sandwiches et des fastfoods (pizzas) contribuent à la croissance de la consommation de fromage.

RELEVES DE PRIX DE DETAIL

Fromages fins à la coupe

60 - 170 000 VND/100g ~ 25-70 EUR/kg

Lait UHT

Entrée de gamme avec des laits australiens et uruguayens

36-38 000 VND/L ~ 1,50-1,60 EUR

Milieu de gamme avec lait Anchor

~50 000 VND/L ~ 2 EUR

Haut de gamme avec laits européens

Laits français ~50-56 000 VND/L ~ 2-2,30 EUR

Laits Emmi : 76 000 VND/L ~ 3,10 EUR

Lait « bio » (R. Uni) 78 000 VND/L ~ 3,20 EUR

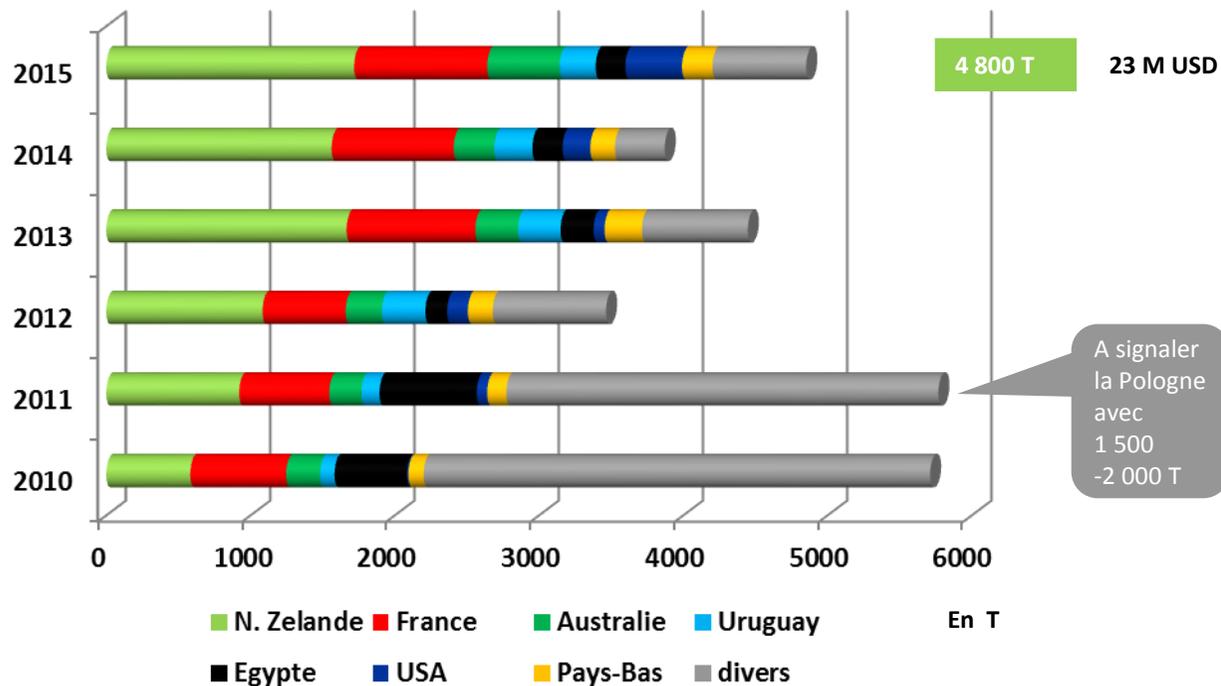
En guise de comparaison, lait pasteurisé/longue conservation local ~ 1,50-1,70 EUR/L



Evolution des importations vietnamiennes de fromages

(Source : COMTRADE, selon douanes des pays exportateurs)

Fournisseurs de plus de 100 T



**FROMAGE
MARCHÉ VIETNAMIEN**

Sur total 2015 de 4 800 T selon les douanes des pays exportateurs :

- ➔ Fromages fondus ~ 1 100 T, soit près de 25%
 - France ~600 T
 - Egypte ~ 200 T
 - Nouvelle Zélande/Australie ~200 T
- ➔ Confirmation du rôle prépondérant de FONTERRA avec, notamment sa gamme « Anchor Food Professional » (cheddar, ...)



Présence de fromages « analog cheese », fromage d'imitation de type mozzarella en provenance de Singapour notamment.

Focus potentiel de marché pour les boissons alcoolisées

Les Vietnamiens sont traditionnellement des consommateurs d'alcool de riz et autres, boissons souvent artisanales voire issues de la distillation par les familles.

Le marché de la bière

Le marché de la bière a connu un développement spectaculaire au cours des dix dernières années pour atteindre actuellement près de 94% de la consommation d'alcool.

- ➔ Marché évalué à 38 M hl en 2016 (de source HEINEKEN) ;
- ➔ Soit une consommation proche de 41 L/habitant.

Les 4 leaders, à savoir HABECO (Hanoi bière), SABECO (Saigon bière bleue/rouge, « 333 »), HEU BREWERY et VBL, contrôleraient environ 80% du marché, un marché régionalement fortement segmenté :

- ➔ Viêt-Nam du nord : marché dominé par HABEVO ainsi que APB ;
- ➔ Viêt-Nam centre : HEU BREWERY (CARLSBERG) et VBL (HEINEKEN) ;
- ➔ Viêt-Nam sud : VBL ainsi que VIETNAM BREWERY et SABECO.

En dehors de HEINEKEN, CARLSBERG et SAN MIGUEL qui ont racheté ou acquis des participations dans des brasseries locales, d'autres groupes se positionnent tels que SAB MILLER ou SAPPORO.

Il existe par ailleurs de nombreuses petites brasseries locales.

La sophistication du marché passe également par l'importation de bières spécialités, d'Europe tout particulièrement.

L'ouverture prochaine du capital de SABECO annoncée par le Ministère de l'Industrie en juin 2016 aigüise l'appétit d'un certain nombre de multinationales au rang desquelles THAIBEV, ASHAHI, HEINEKEN et SAB MILLER.

En guise de référence, le marché vietnamien est considéré par le groupe HEINEKEN comme étant son marché le plus lucratif au monde derrière le Mexique.

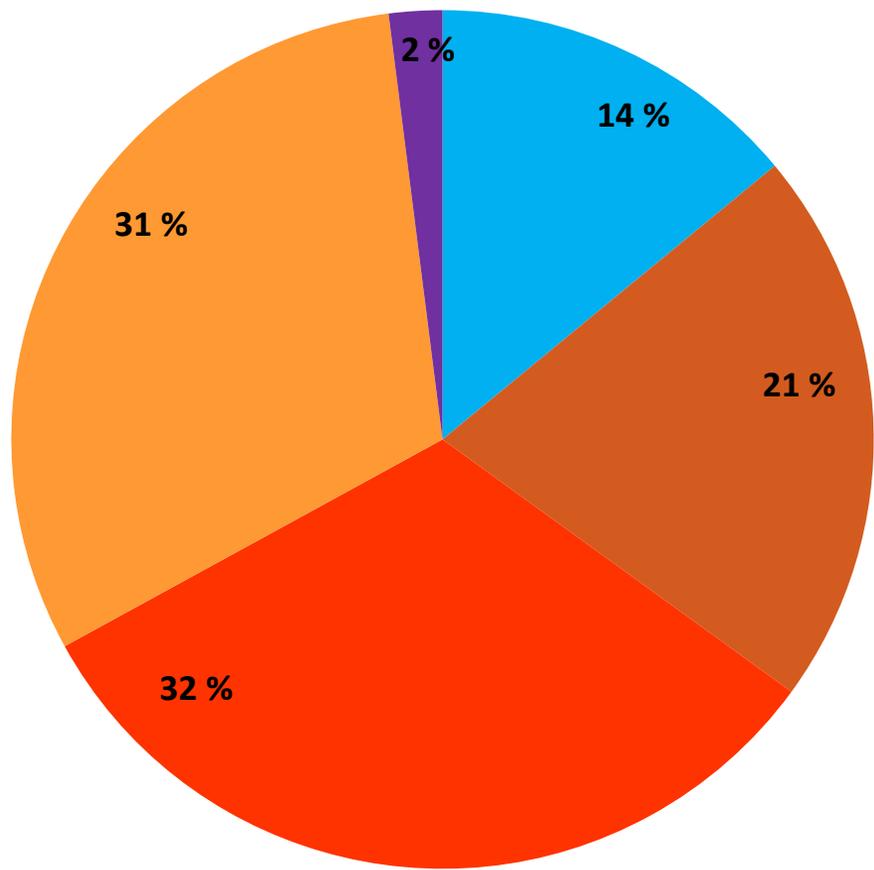
La bière « premium » représenterait 21% du marché selon HEINEKEN (en 2015), la bière de milieu de gamme ou « mainstream », environ 71%, et la bière d'entrée de gamme, 8%. La tendance est en faveur de la bière premium compte tenu de l'urbanisation croissante de la population et de la progression du pouvoir d'achat.

Le groupe estime que près d'un million de jeunes consommateurs potentiels supplémentaires arrivent chaque année sur le marché.

A noter le niveau de la taxe d'excise sur la bière : 55%.

Le développement probable de la fabrication locale de bière laisse présager un développement du marché de l'orge ou du malt (*se reporter au chapitre consacré*).

Marché vietnamien des boissons en % volume
 (Source : HEINEKEN)
 Les bières représentent 31% des boissons consommées, les vins et autres boissons alcoolisées, seulement 2%



Consommation des bières ~ 41 L/hab. en 2016
 équivalente à celle des soft drinks

Projection 2020 ~ 44 L en 2018

- boissons laitières
- boissons chaudes
- boissons gazeuses
- bières
- autres boissons alcoolisées

Le marché des vins

Le vin est importé en totalité au Viêt-Nam. Il n'y aurait jamais eu de vin local fabriqué à partir de raisin, uniquement dans le passé du « vin de fruits » fabriqué à partir de jus de raisin, voire de mûres du mûrier platane.

C'est un marché « jeune » (« pas de recul », « pas d'a priori »), de consommateurs traditionnellement tournés vers l'alcool de riz, d'où l'attractivité de vins charpentés chargés en alcool, type vins chiliens de cépage Malbec. Tous les témoignages convergent pour dire que les palais s'affinent et que le marché est en voie de sophistication.

La croissance de la consommation de vins est difficile à estimer faute de données fiables sur les échanges : **de 10%/an de source officielle à 17%/an de source officielle.**

Il est observé une forte hausse de la consommation au moment du Têt et lors d'événements sportifs tels que la Coupe de l'ASEAN, la Coupe d'Europe, etc.

Répartition en volume (enquête Business France) :

- ➔ Vins rouges : 60-70% du marché
- ➔ Vins blancs : 25-30%
- ➔ Vins rosés : 3-5%

La France est bien positionnée sur ce marché avec des exportations directes de vin en bouteilles et des importations via plates-formes asiatiques en perfectionnement actif (embouteillage sur zone).

Des entreprises ont été créées en effet par des entrepreneurs français, notamment pour la mise en bouteille de vin vrac importé de France sur plates-formes régionales, en Malaisie notamment.

Une forte poussée des challengers est observée et devrait inciter à un **regain d'efforts marketing des exportateurs français et de nouvelles stratégies.**

- ➔ Le phénomène des vins chiliens ; les exportateurs chiliens ont su s'imposer sur le segment des vins « d'excellent rapport qualité/prix » ; à noter que les exportateurs chiliens réduisent leur exportations de vins en bouteille à destination du Viêt-Nam avec report sur des exportations de vrac sur plates-formes asiatiques pour l'embouteillage (la Thaïlande a été citée)
- ➔ L'Australie également a su tirer son épingle du jeu ;
- ➔ L'Afrique du sud devrait s'affirmer ;
- ➔ L'Argentine est également signalée ;
- ➔ **Il est prévu une montée en puissance des exportateurs italiens.**

En guise d'illustration

Un Bordeaux supérieur d'un prix de gros en France de 2,50-3 EUR/b.



Prix de gros au VietNam ~ 13-13,50 EUR/b.
(importation directe)

Pour référence, ordre de grandeur de prix de gros de vins chiliens ~ 7 EUR/b.

Quelques pistes à prospecter :

- L'organisation de master classes (formation de professionnels vietnamiens) et de cours de dégustation pour les amateurs ; les nouvelles générations des classes moyennes adhèreraient à ces formations ~loisirs et témoigneraient de leur expérience dans les médias sociaux ;
- Organisation de concours d'œnologie.

Dans le cadre de l'accord de libre échange négocié entre le Viêt-Nam et l'UE

- Exemption totale des droits de douane au terme de 7 ans à compter de l'entrée en vigueur de l'accord, soit 2018 (date non encore fixée) + 7 ans ;
- Sauf dans le cas de la bière : 2018 + 10 ans.

Nouvelle loi sur les alcools passée en avril 2016 (Law 106/2016/QH13)
Date d'application : 1^{er} juillet 2016

Formule complexe du montant servant de base à la taxation
Hausse de la SCT selon un échancier par catégorie de produits

Boissons alcoolisées de plus de 20% de degré d'alcool en volume

Au 1^{er} janvier 2016 : 55% ad valorem

Au 1^{er} janvier 2017 : 60% "

Au 1^{er} janvier 2018 : 65% "

Boissons alcoolisées de degré d'alcool inférieur à 20% (cas des vins)

Au 1^{er} janvier 2016 : 30% ad valorem

Au 1^{er} janvier 2018 : 35% "

Bières

Au 1^{er} janvier 2016 : 55% ad valorem

Au 1^{er} janvier 2017 : 60% "

Au 1^{er} janvier 2018 : 65% "

Droits de douane et taxes sur les vins

Droit de douane général : 50%

Droit d'excise : 25%

TVA : 10%

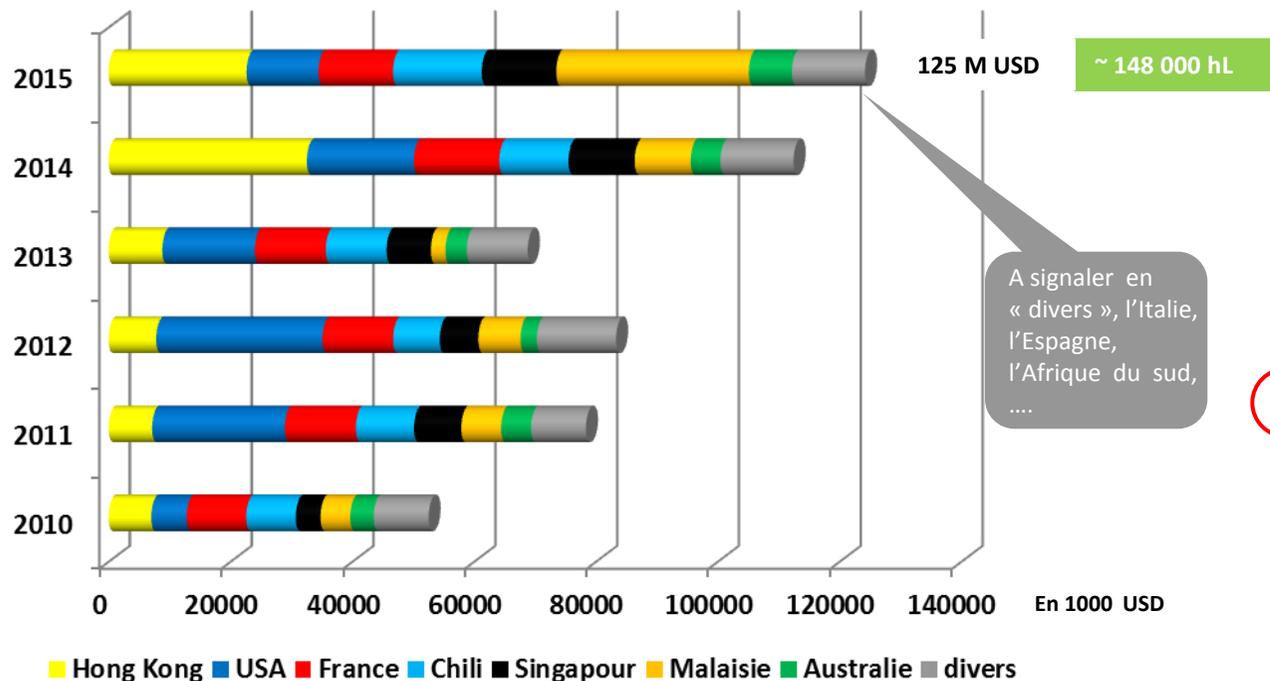
SCT (Special Consumption Tax) : 30% en juillet 2016

Sous-total de 115%

+ Autres taxes : nc



Evolution des importations vietnamiennes de vins
 (Source : COMTRADE, selon douanes des pays exportateurs)



VINS
MARCHÉ VIETNAMIEN

Un marché de 148 000 hl en 2015 selon les douanes des pays exportateurs.
 ➔ Marché en expansion

Certains pays font office de plates-formes de réexportation.
 C'est le cas de Hong Kong qui a importé, en 2015, quelque 218 000 hL de France, 122 000 hL d'Australie, 85 000 hL des USA, 63 000 hL du Chili, soit 634 000 hL globalement.



Dynamique de la restauration hors foyer

Si le secteur du food service a connu une très forte croissance au cours des dernières années, il semble que celle-ci ralentisse, preuve d'une certaine maturité de ce secteur devenu par ailleurs très concurrentiel.

- ➔ Le marché vietnamien du food service se classerait au 3^{ème} rang au sein de l'ASEAN, avec un chiffre de ventes de l'ordre de 21 milliards USD en 2015, derrière l'Indonésie (~ 40 milliards USD) et la Thaïlande (~ 24 milliards USD) (de source EUROMONITOR) ;
- ➔ Il affiche le taux de croissance le plus élevé de la zone : +78% entre 2011 et 2015 ;
- ➔ Pléthore d'acteurs indépendants(~97% du CA global 2015), forts d'une grande souplesse ;
- ➔ De grandes chaînes (~3% "): place aux acteurs étrangers (LOTTERIA, JOLLIBEE, KFC, McDONALD'S, SUBWAY, STARBUCKS, BURGER KING, PIZZA HUT, DOMINO PIZZA, TEXAS CHICKEN, ...).

La restauration hors foyer constitue un loisir pour les jeunes générations.

Le pouvoir d'achat des foyers est de 3 à 5 fois supérieur à la moyenne nationale dans les grandes agglomérations de HCMV, Hanoi, Dan Nang ou Can Tho.

EUROMONITOR évalue à 36,5 M USD les ventes en food service en 2014, toutes catégories, des Food courts aux restaurants japonais ou coréens (barbecue).

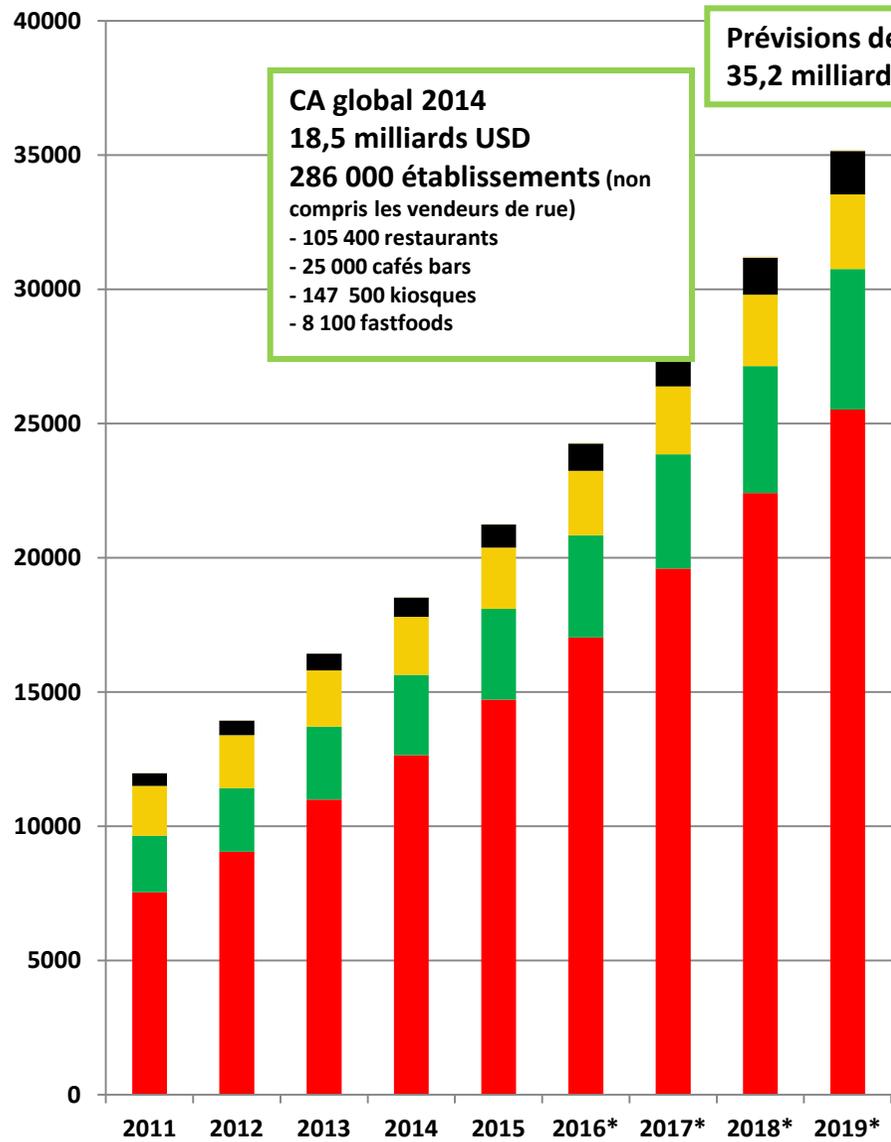
Le nombre d'hôtels aurait doublé en 10 ans.

- ➔ Exemple de Nha Trang qui s'est complètement métamorphosée en station balnéaire pour une clientèle russe et chinoise, avec plusieurs liaisons directes Russie-Nha Trang (Moscou, Irkoutsk, Vladivostok) : tourisme de masse.



Sur 558 000 établissements en 2013 selon USDA :

- 440 000 kiosques et vendeurs de rue
- 8 000 restaurants fastfood
- 85 000 restaurants
- 24 000 bars/caféterias
- 12 500 hôtels et resorts (3 200 km de côtes au Viêt-Nam)



CA global 2014
18,5 milliards USD
286 000 établissements (non compris les vendeurs de rue)
 - 105 400 restaurants
 - 25 000 cafés bars
 - 147 500 kiosques
 - 8 100 fastfoods

Prévisions de CA global 2019
35,2 milliards USD

Evolution du secteur RHF
 (Source : EUROMONITOR 2016)
 Ventes en millions USD

- livraison à domicile
- fastfoods
- kiosques de rue
- cafés bars
- restaurants

26 millions USD en 2015
 Perspectives 2019 ~66 millions USD

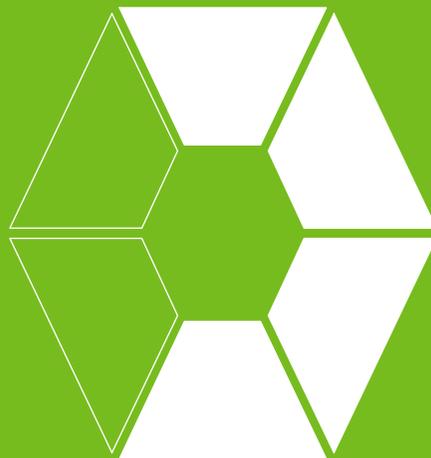


OPPORTUNITES

- En restauration de haut de gamme : produits et ingrédients gourmet tels que viandes françaises, fruits de mer, champignons, légumes, etc.
- Événements festifs : goût pour les banquets pour les mariages entre autres et besoins spécifiques à explorer (vins, fruits, etc.) ;
- Restauration japonaise : marché de niche pour certains poissons.

HANDICAPS

- Hôtellerie : marché de prix, y compris en hôtellerie de luxe (buffets et petits-déjeuners)
- Restauration : marché de prix ; fort développement par exemple des restaurants barbecue coréens BBQ (viandes d'Océanie)
- Fastfood : marché de prix



Principaux salons professionnels à recommander

SALONS PROFESSIONNELS

Agenda : les dates à retenir en 2017

FEVRIER (22 au 24)	COMPACK
MARS (21 au 23)	PROPAK
MARS (22 au 25)	VIETNAM FOOD TECH
AVRIL (25 au 27)	FOOD & HOTEL VIETNAM
AVRIL	VIETFOOD & BEVERAGE (également en novembre)
JUIN (1 au 3)	VIETNAM INTERNAT. RETAIL &FRANCHISE
JUIN (13 au 15)	FOODPACK VIETNAM
JUILLET (20 au 21)	SUGAREX VIETNAM
AOUT (9 au 12)	PROPACK
AOUT (25 au 26)	AGRO MACHINERY VIETNAM
AOUT (30 au 31)	VIETFISH
OCTOBRE	ILDEX INDONESIA (ILDEX VIETNAM en 2018 – 14 au 16 mars)
NOVEMBRE	VIETFOOD & BEVERAGE (également en avril)
2018	FOOD INGREDIENTS VIETNAM (mai 2018)



ILDEX





Sous la tutelle de :

Ministry of Industry and Trade of Vietnam
 Ministry of Agriculture and Rural Development of Vietnam
 Ministry of Science & Technology of Vietnam
 Directorate for Standard & Quality of Vietnam

Co-organisateurs :

Vietnam Beverage, Alcohol & Beer Association (VBA)
 Ho Chi Minh City 's Food & Foodstuff Association (FFA)
 Vietnam Tea Association (VITAS)

Pays représentés:

Australie, Biélorussie, Chine, France, Allemagne, Hong Kong,
 Hongrie, Indonésie, Italie, Japon, Corée du sud, Lituanie,
 Malaisie, Pologne, Espagne, Singapour, Russie, Taiwan,
 Thaïlande, USA, Viêt-Nam

VIETFOOD & BEVERAGE

Événement international

- Edition 2017 : 9-12 août
- Centre des expositions SAIGON EXHIBITION CONVENTION CENTER (SECC)
- Organisateur : Vietnam National Trade Fair & Advertising (VINEXAD)
www.vinexad.com.vn
info@vinexad.com.vn
- 425 exposants de divers pays,
- 9200 visiteurs professionnels + 6150 visiteurs grand public
- Vingtaine de pays représentés
- 5 pavillons nationaux : Viêt-Nam, Chine, Corée du sud, Taïwan, Malaisie et Pologne

<http://hcm.foodexvietnam.com/en>

PROPAK VIETNAM 2017
Food.Drink.Pharma

21-23/3/2017
WWW.PROPAKVIETNAM.COM

THE 12TH INTERNATIONAL PROCESSING & PACKAGING EXHIBITION FOR VIETNAM

PROPAK VIETNAM 2016 QUICK FACTS	
6100 sqm Exhibition Area	351 Exhibiting Companies
07 International Group Pavilions From 32 Countries / Regions	7288 Trade visitors From 39 Countries/ Regions

For space enquiries, please contact:

VIETNAM E: exhibit@vietallworld.com T: +84 8 3930 7618 F: +84 8 3930 7618	ASIAN CO-ORDINATOR E: davin@vietallworld.com T: +65 6233 6766 F: +65 6233 6768	INTERNATIONAL CO-ORDINATOR E: mazandhawik@vietallworld.com T: +44 (0)20 7940 2108 F: +44 (0)20 7940 2111
---	--	--

SAIGON EXHIBITION & CONVENTION CENTER (SECC) - 799 Nguyen Van Linh, District 7, Ho Chi Minh City, Vietnam



PROPAK VIETNAM 2016 - QUICK FACTS

- 6100** Sqm / Exhibition Area
- 351** No. Of Exhibitors | From 32 countries / regions
- 7288** No. Of Trade Visitors | From 39 countries/ regions
- 7** International Group Pavillions

PROPACK

Événement international
Packaging et processing

→ Edition 2017 : 21-23 mars

→ Centre des expositions SAIGON EXHIBITION CONVENTION CENTER (SECC)

→ Organisateur :

Singapore Exhibition Services Pte. Ltd-Vietnam
Rep. Office à HCMV

Tel: +84 8 3930 7618

www.vietallworld.com

propakvietnam@vietallworld.com

VCCI Exhibition Service Co.,Ltd à HCMV

Tel: +84 8 3932 0177

www.vietchamexpo.com

info@vietchamexpo.com

→ 350 exposants de divers pays,

www.propakvietnam.com

EXCLUSIVE PACKAGING EXPO FOR VIETNAM

FEB, 22 - 24, 2017

SECC | Ho Chi Minh City | Vietnam



REGISTER TO VISIT

REGISTER TO EXHIBIT

COMPACK

Événement international
Packaging et processing

→ Edition 2017 : 22-24 février

→ Centre des expositions SAIGON EXHIBITION
CONVENTION CENTER (SECC)

→ Organisateur :

Smart Expos & Fairs Pvt. Ltd.

New No. 116, Old No. 81, Manickam Lane

Mount Road, Guindy

Chennai 600 032, Tamilnadu

India

Tel: +91 (44) 2250 1985

www.smartexpos.in

info@smartexpos.in

<http://www.compackexpo.com/vietnam/>



compack
COMPLETE PACKAGING EXPO
Presents

SELECT YOUR LOCATION

<p>VIETNAM</p> <p>Feb 22 - 24, 2017 SECC, Ho Chi Minh City</p>	<p>MYANMAR</p> <p>Sep 15-17, 2017 TATMADAW HALL, Yangon</p>
<p>SOUTH AFRICA</p> <p>Nov 16 - 18, 2017 SCC, Johannesburg</p>	<p>KENYA</p> <p>Dec 13 - 15, 2017 KICC, Nairobi</p>



ILDEX

Événement international
Elevage , produits animaux, produits
laitiers

→ Edition 2016 : 23-25 mars – prochaine édition :
14-16 mars 2018

→ Centre des expositions SAIGON EXHIBITION
CONVENTION CENTER (SECC)

→ Organisateur :
VEAS - Minh Vi Exhibition & Advertisement
Services Co., Ltd à HCMV
Tel: +84 8 3842 7755
www.veas.com.vn
info@veas.com.vn

VNU Exhibitions Asia Pacific Co.,Ltd.
Bangkok, Thailand
Tel. : +662 670 0900
www.vnuexhibitionsap.com
info@vnuexhibitionsap.com

→ Edition 2016 ~ 200 exposants d'une trentaine
de pays ; plus de 7 000 visiteurs

www.ildex.com.vn





FOOD&HOTELVIETNAM2017'S PROJECTED STATISTICS

 **10,000** Sqm / Exhibition Area

 **520** No. Of Exhibitors | From 36 countries / regions

 **13** International Group Pavillions

**The figures are based on projected statistics and are intended to serve as a guide only.*

FOOD & HOTEL VIETNAM

Événement international

- Dernière édition : 2015
Prochaine édition : 25-27 avril 2017
- Centre des expositions SAIGON EXHIBITION CONVENTION CENTER (SECC)

→ Organisateur :
Singapore Exhibition Services Pte. Ltd-Vietnam
Rep. Office à HCMV
Tel: +84 8 3930 7618
www.vietallworld.com
propakvietnam@vietallworld.com

VCCI Exhibition Service Co.,Ltd à HCMV
Tel: +84 8 3932 0177
www.vietchamexpo.com
info@vietchamexpo.com

- 2015 : plus de 9000 m² ; plus de 10 000 visiteurs dont 800 visiteurs étrangers ; 37 pays représentés

[www. foodnhotelvietnam.com](http://www.foodnhotelvietnam.com)

2016 VIETNAM EcoTech

INTERNATIONAL EXHIBITION ON ECOLOGICAL TECHNOLOGY VIETNAM 2016



INTERNATIONAL EXHIBITION ON ECOLOGICAL TECHNOLOGY VIETNAM 2016

BLESSING MESSAGE



MINISTRY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY

The Ministry of Science and Technology of Vietnam would like to express the warmest welcome to the International Exhibition on Vietnam Ecological Technology 2016 - ECOTECH VIETNAM 2016 which is directed by the National Office in Southern Region (Ministry of Science and Technology), and organized by National Trade Fair and Advertising JSC - VINEXAD (Ministry of Industry and Trade) and The Center for Science and Technology Application and Service - STAS under National Office in Southern Region from May 05 - 11th 2016 in Ho Chi Minh City in terms of ecological technologies, agriculture, food processing, industry, construction, transport, energy with applications of environment friendly technologies and products.

The Ministry of Science and Technology believes that the exhibition will be a good opportunity for local and foreign businesses to search for a growing potential market attractive to investments from the region and the world. Furthermore, it also plays a role as a focus for trade, investment promotion, cooperation and technological transfer in production, business, machinery and environment friendly products with aim to make practical contributions to the industrialization and modernization process and sustainable development of the country.

I wish all the best and every success to the Exhibition.

Minister of Science and Technology
Nguyễn Xuân

WHY EXHIBIT?

VIETNAM POTENTIAL MARKET FOR ECO FRIENDLY TECHNOLOGY

The average growth rate of Vietnamese economy each year reaches over 7%, the people lives improve significantly and the structure of the economy has been gradually shifting toward industrialization. In order to promote sustainable growth of the economy, Vietnam has been building the national strategy and plan of national acts for green growth. Within the scope, there is a focus on the goal for sustainable development and environmental protection through the key solution which will strongly promote research and application of science and technology as well as acquire the transferred technologies from developed countries.

Climate change along with environmental pollution pushed many entrepreneurs to develop an alternative for sustainable growth. Applying green technologies, using renewable energy is the common trend of the big manufacturers including the manufacturers of house hold appliances.

Demand of investment for technology to protect the environment of Vietnam is more and more increasing, especially within demanding industries and economic areas such as cement, steel, electricity, pulp and paper industry, chemicals, industrial parks, etc.

According to the Law on environmental protection, when the organizations, enterprises or individuals invest in the environmental protect domain in which new science and technology solutions are applied, they will have the priority to get loans from environmental protection funds; in particular, for the investment projects on scientific research, transfer and application of technology for treatment and recycling of solid waste, eco-friendly technology will be received support incentives on land, capital, duty free or tax reductions, market support. With these policies, there are hopes and stronger promotions for activities of research, new technology application to protect the environment and contribute to create a green, clean and better environment.

The potential of development has created an unique attraction of Vietnam market for this economic sector.

EXHIBIT PROFILE

ENVIRONMENT TECHNOLOGY



- * Waste
- * Water
- * Air
- * Land
- * Noise and Vibration
- * Production
- * Environmental Services.

AGRICULTURE, FOOD PROCESSING



- * Cultivation
- * Breeding
- * Aquaculture
- * Forestry
- * Post-harvest Technology
- * Processing Technology
- * Food Processing

INDUSTRY



- * Clean Technology
- * Power
- * Mining
- * Occupational Safety & Health
- * Ecological and Industrial Safety

CONSTRUCTION



- * Urban Ecology
- * Construction Technology
- * Ecology Construction Material
- * Indoor/outdoor Furniture and Decoration

VEHICLES AND TRANSPORTATION



- * Vehicles
- * Projects
- * Technology and Material
- * Fuel Solution

ECO INNOVATION CONSULTING



- * Quality and Productivity Improvement, Cost Reduction
- * Management Strategy
- * Environment Protection & Energy Saving
- * Engineering



CONSUMER GOODS



- * Housewares
- * Detergent
- * Children Products, Toys
- * Office Equipment and Stationery

OPENING HOUR

- * 2nd May 2016: Moving in, construction
- * 4th May 2016: Clearing / Setting up
- * 6th May 2016:
 - Opening Ceremony is held at 9:00am
 - Opening time from 9:00am - 6:00pm
- * 6th May 2016: Opening time from 9:00am - 6:00pm
- * 7th May 2016:
 - Opening time from 9:00am - 5:00pm
 - Closing on Signing Contract if any is held at 1:00pm
 - Moving out from 5:00pm

ACTIVITIES/FUNCTIONS

- * Exhibiting
- * Business matching programme is arranged by Organizers
- * Thematic seminar/conference on topics as follows:
 - Policy of developing science and technology in Vietnam
 - Business opportunities in Vietnam
- * Thematic presentations are held according to request of exhibitors
- * Industrial tours to industrial zones
- * Necessary on signing contracts if any

ECOTECH

Technologies liées à l'écologie

→ Edition 2016 : 30 novembre- 2 décembre ;
prochaine édition : mai 2017.

→ Centre des expositions SAIGON EXHIBITION
CONVENTION CENTER (SECC)

→ Organisateur :
VIETNAM NATIONAL TRADE FAIR & ADVERTISING
(VINEXAD) à Hanoi

Tel: +84 4 3825 5546
www.vinexad.com.vn
info@vinexad.com.vn

www.ecotechvietnam.com





Programme de séminaires sur 3 jours

Exemples 2016

Innovate with chicory fibre and pea protein by Cosucra Groupe Warcoing

Sweetener market trends, challenges and natural solutions by Morita Kagaku Kogyo Co., Ltd.

...

A la une en 2016 : “ASEAN alcohol seminar”

Alcoholic beverages have experienced growth in Vietnam. Find out more about their potential across ASEAN

Food manufacturing executive forum :

“Ingredients Network – Creating Opportunities and Food Industry Updates for Success”

FOOD INGREDIENTS

Événement international
Industries alimentaires, ingrédients et additifs

→ Edition 2016 : 18-20 mai 2016

prochaine édition : 16 au 18 mai 2017

→ Centre des expositions SAIGON EXHIBITION CONVENTION CENTER (SECC)

→ Organisateur :

UBM Asia (Thailand) Co Ltd

Tel : +66 0 2642 6911

www.ubmthailand.com

info-th@ubm.com

→ Une centaine d'exposants de divers pays,

www.figlobal.com/vietnam/



Avec la participation de :

Tous les Jours, Dart Chocolate, Curves, GNC, Uncle Bill, SuperBrain;
Cabinet de juristes spécialisés : Limcharoen Hughes & Glanville, Harvey Law Group;
Equipementiers : entre autres Dinh Thien

Pays représentés : Thaïlande, Malaisie, Singapour, Japon, USA, France, Suisse, Corée du sud, Viêt-Nam



VIETNAM INTERNATIONAL SHOP & FRANCHISE

Événement régional

→ Edition 2016 (8^{ème} édition) : 8-10 juin
Prochaine édition : 1^{er} au 3 juin 2017

→ SECC

→ Organisateurs : KITA et COEX, partenaires du VIETNAM MINISTRY OF TRADE

COEX Representative office in Vietnam

→ ~ 9 000 m² et 400 exposants de divers pays,
~ 10.000 visiteurs

www.vietrf.com



VIETFISH

Événement international

- Edition 2016 : 3-5 août
Prochaine édition : 29 au 31 août 2017
- Centre des expositions SAIGON EXHIBITION CONVENTION CENTER (SECC)
- Organisateur :
Vietnam Association of Seafood Exporters and Producers (VASEP)
www.seafood.vasep.com.vn
vasephcmc@vasep.com.vn
- ~200 exposants de divers pays

www.vietfish.com.vn





VIETNAM FOODTECH

Événement international

→ 16^{ème} édition : 12-15 octobre 2016
Prochaine édition : 5 au 7 octobre 2017

→ Centre des expositions SAIGON EXHIBITION
CONVENTION CENTER (SECC)

→ Organismes :
VIETNAM NATIONAL TRADE
FAIR & ADVERTISING
(VINEXAD)

Hanoi
Tel: +84 4. 3825 5546
www.vinexad.com.vn
info@vinexad.com.vn

**CHANCHAO INTERNATIONAL
CO.,LTD**

Taipei, Taiwan
Tel: +886-2-2659 6000
www.chanchao.com.tw

→ ~ 40 000 m² et plus de 200 exposants de divers
pays,



VIETSTOCK

Événement international

→ Edition 2016 : 19-21 octobre
Prochaine édition : 17-18 octobre 2018

→ Centre des expositions SAIGON EXHIBITION CONVENTION CENTER (SECC)

→ Sous la tutelle du MARD

→ Organisateur :

UBM Malaysia

UBM Asia (Thailand) Co Ltd
Bangkok, Thailand
Tel : +66 0 2642 6911
www.ubmthailand.com
info-th@ubm.com

→ 300 exposants de divers pays
→ Près de 9 000 visiteurs professionnels

www.vietstock.org



Equipements et technologies de l'industrie alimentaire, technologies du conditionnement et du stockage des denrées alimentaires, technologies afférentes à la chaîne du froid, à la sécurité alimentaire et à l'hygiène, etc.

**VIETNAM
FOODEXPO
2016 & VIETNAM
FOODTECH 2016**

Industrie alimentaire : boissons, produits laitiers, produits transformés de viandes et de poissons, confiserie, etc.

Productions agricoles: fruits et légumes, thé, café, poivre, noix de cajou, etc.

Produits de l'élevage et de la pêche

VIETNAM FOOD EXPO

Événement international

→ Edition 2016 : 16-19 novembre
Prochaine édition : 15-18 novembre 2017

→ Centre des expositions SAIGON EXHIBITION CONVENTION CENTER (SECC)

Organisateur :

**VIETRADE-Vietnam Trade
Promotion Agency**
Hanoi
Tel: +84 4 3936 4792

**ADPEX JOINT STOCK
COMPANY**
Ho chi minh City
Tel: +84 8 3823 9052
www.adpex.vn
adpex@adpex.vn

→ 1^{ère} édition en 2015 : 10 000 m² , environ 300 exposants, sociétés vietnamiennes à 80% et étrangères à 20% (quinzaine de nationalités, principalement asiatiques). Plus de 20 000 visiteurs, vietnamiens pour l'essentiel, grand public à 45%.

VIETNAM EXPO
2017 THE 27TH VIETNAM INTERNATIONAL TRADE FAIR



Number of Exhibitors	620 booths of 500 participants	
Coming from 23 Countries and Territories		
Algeria, Australia, Belarus, Cambodia, China, Cuba, Czech, DPR.Korea, Finland, India, Indonesia, Italia, Korea, Laos, Mongolia, Nepal, Pakistan, Switzerland, Singapore, Taiwan, Thailand, Turkey, Vietnam...		
6 Foreign National Pavillons	Algeria CuBa China	Belarus Korea Viet Nam

VIETNAM INTERNATIONAL TRADE FAIR EXPO

International Trade Fair

→ Edition 2016 : 30 novembre-3 décembre
Prochaine édition : 19 au 22 avril 2017

→ Hanoi International Exhibition Center

Sous la tutelle du Ministère de l'Industrie et du Commerce

→ Organisateur : VINEXAD

VIETNAM NATIONAL TRADE FAIR & ADVERTISING (VINEXAD)

Hanoi

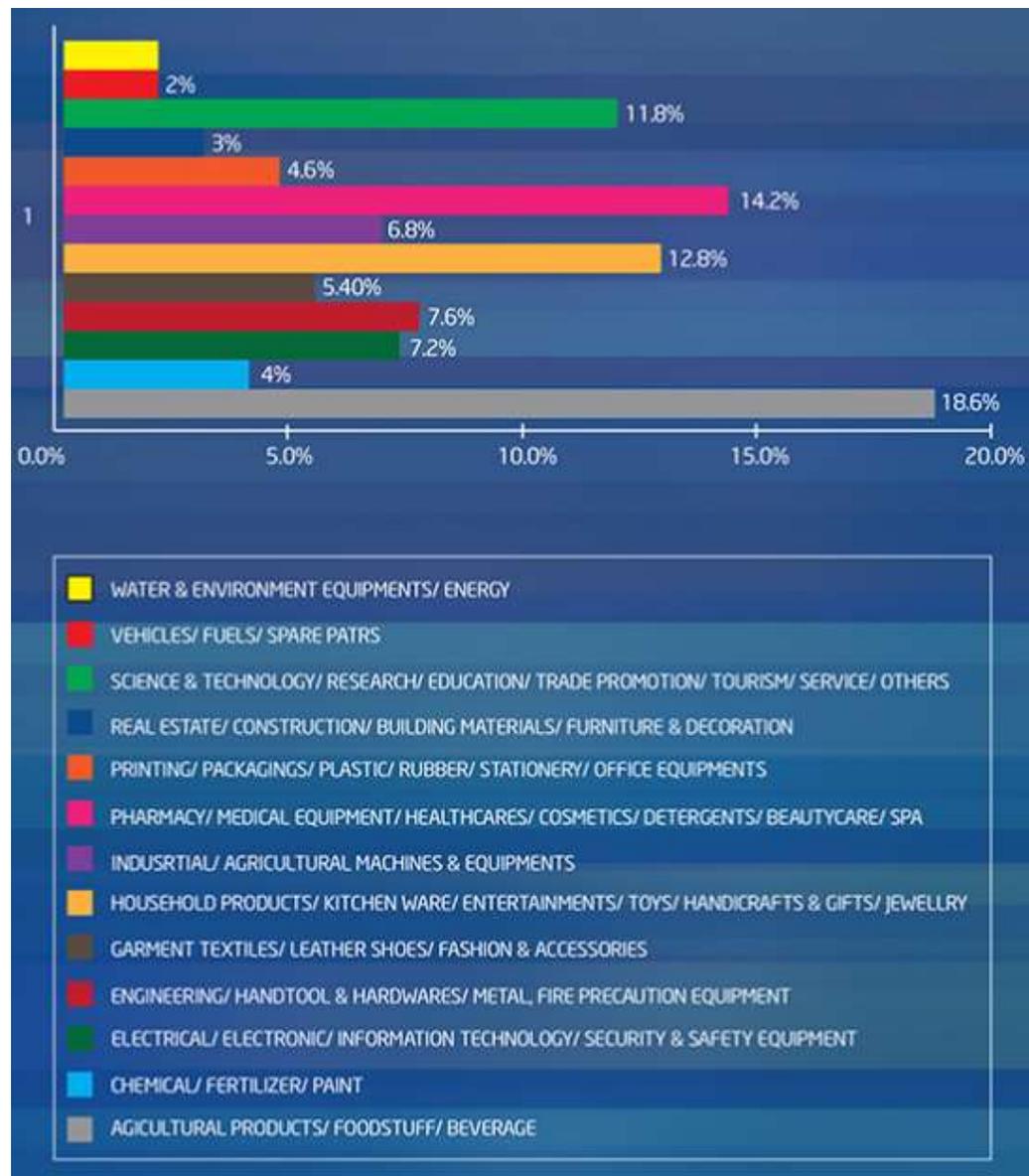
Tel: +844 3825 5546

www.vinexad.com.vn

info@vinexad.com.vn

→ ... exposants de divers pays,

www.vinexad.com.vn



**DIVERS EVENEMENTS
EN AGRICULTURE**



AGROVIET – Hanoi
16^{ème} édition en novembre 2016

Sous la tutelle de :

Ministry of Agriculture and Rural Development (MARD)

Sponsorisé par :

Ministry of Industry and Trade
Ministry of Science and Technology
Vietnam Farmer's Union

Organisateur :

Trade Promotion Centre for Agriculture (AGRITRADE)



HCMV
28-09 au 2-10 2016

Organisateur :
Dong Nam Promotion - TGB



1500 collaborateurs dans 70 pays répartis en 18 zones

NOTRE OFFRE

Business France vous propose quatre gammes complètes de produits et services d'accompagnement pour vous aider à identifier les opportunités des marchés et à concrétiser vos projets de développement international.

GAMME CONSEIL

Pour obtenir la bonne information sur les marchés étrangers et bénéficier de l'expertise des spécialistes du réseau Business France.

GAMME CONTACTS

Pour identifier vos contacts d'affaires et vous faire bénéficier de centaines d'actions de promotion à travers le monde.

GAMME COMMUNICATION

Pour communiquer à l'étranger sur votre entreprise, vos produits et votre actualité.

VOLONTARIAT INTERNATIONAL EN ENTREPRISE (V.I.E)

Pour optimiser votre budget ressources humaines à l'international.

Retrouver le détail de nos produits sur : www.businessfrance.fr

CONTACTS

Business France Paris / AGROTECH
77, bd Saint-Jacques – 75014 Paris
Tél. : + 33 4 96 17 25 11
Courriel : anne.bernard@businessfrance.fr

Réalisé par Anne Bernard
Revu par Stéphanie Leo

Toute reproduction, représentation, intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, sur quelque support que ce soit, papier ou électronique, effectuée sans l'autorisation écrite expresse de Business France, est interdite et constitue un délit de contrefaçon sanctionné par l'article L.335-2 du code de la propriété intellectuelle.

La présente prestation est/sera délivrée au client dans le cadre des CGV de Business France.

Le client reconnaît en avoir pris connaissance et y souscrire sans réserve.

Business France © 2016