

**AMBASSADE DE FRANCE A SINGAPOUR  
SERVICE ÉCONOMIQUE REGIONAL DE SINGAPOUR**

Le Chef des Services économiques de l'ASEAN

A Singapour, le 1<sup>er</sup> août 2014

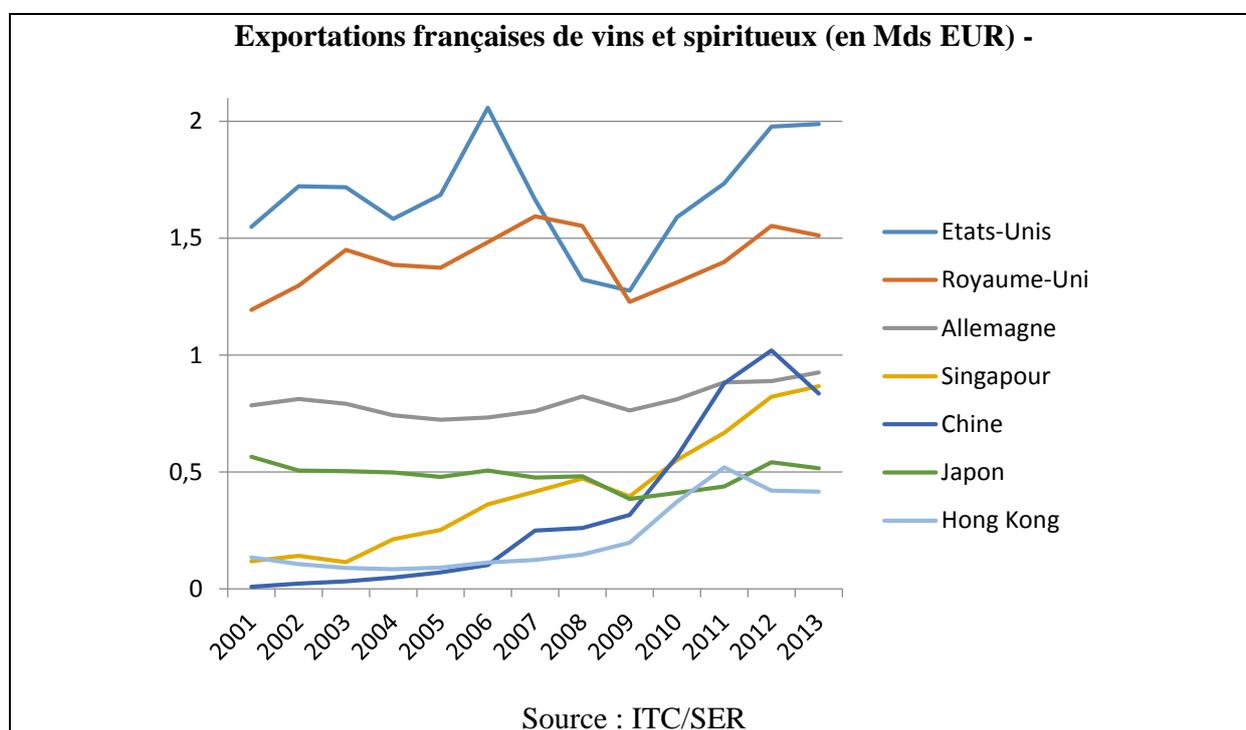
Rédigée par : Sébastien Bouvatier

**NOTE**

**Objet : Les exportations de vins et spiritueux français vers Singapour**

**1 - Une forte progression des exportations de vins et spiritueux en direction de Singapour**

Toutes destinations confondues, les exportations françaises de vins et spiritueux ont représenté 11,12 Mds EUR en 2013<sup>1</sup>, légèrement en-deçà (-0,4 %) des résultats record obtenus en 2012. Les exportations en direction de Singapour ont représenté **847,7 M EUR en 2013**, soit 7,6 % du total des exportations, **en hausse de 5,1 % par rapport à 2012**. Ces chiffres positionnent Singapour comme le **quatrième marché en val EUR** pour les vins et spiritueux français, derrière les Etats-Unis, le Royaume-Uni et l'Allemagne.



En 2001, Singapour n'était située qu'à la 12<sup>ème</sup> position parmi les destinations pour les vins et spiritueux français, la quatrième position étant à cette époque occupée par le Japon. Les années 2000 ont ainsi été marquées par des flux croissants en direction de Singapour qui, en 2013, devance désormais les autres principaux marchés asiatiques (Chine continentale, Japon, Hong-Kong).

En matière de produits exportés, le marché de Singapour est dominé par les spiritueux qui représentent 585,7 M EUR, soit près de 70 % du total des exportations. Il s'agit essentiellement de

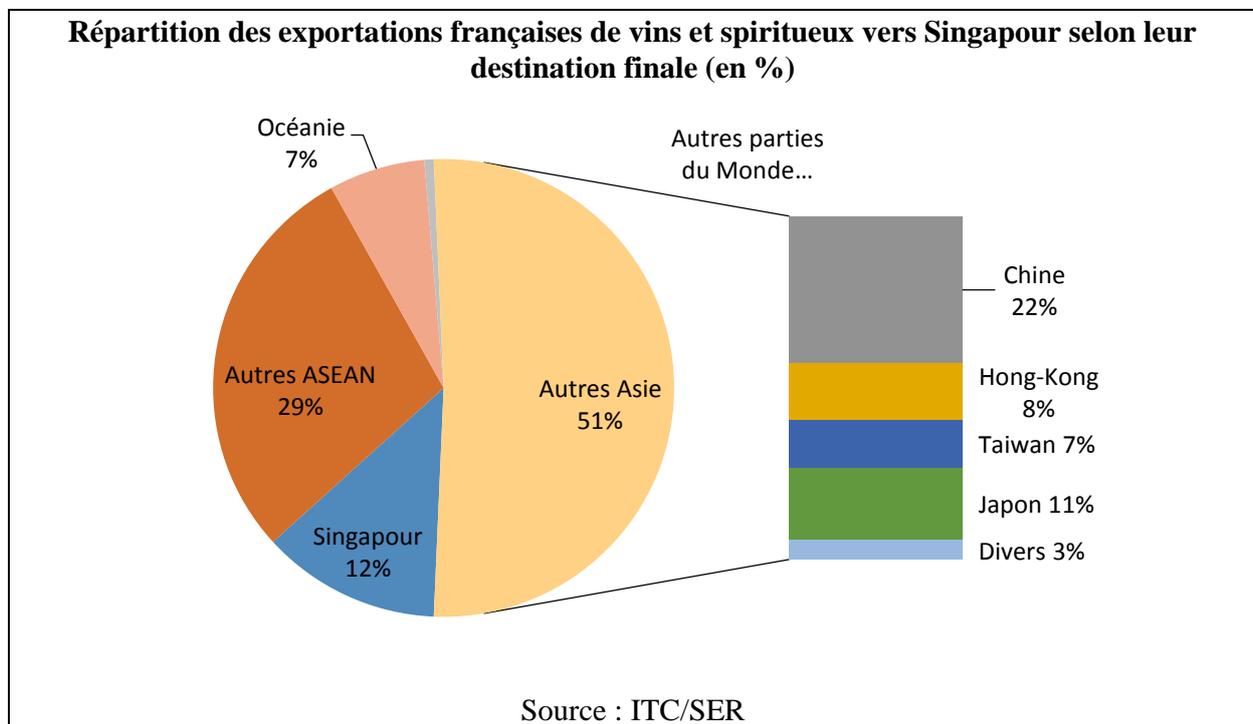
<sup>1</sup> Source : Douanes françaises/Fédération des exportateurs de vins et spiritueux

Cognac pour 566,8 M EUR, soit 97 % du total des spiritueux exportés. Les exportations de vins se chiffrent à 262 M EUR, dont plus de 3/4 de vins effervescents (200,6 M EUR), presque exclusivement du Champagne (200,2 M EUR). Ainsi, **deux produits, le Cognac et le Champagne, concentrent 90 % des exportations françaises de vins et spiritueux en direction de Singapour.**

Les exportations de vins tranquilles vers Singapour ne représentent que 61,3 M EUR. Il s'agit essentiellement de vins tranquilles AOC (56,7 M EUR), parmi lesquels les vins de Bordeaux (42,5 M EUR - 75 %) et de Bourgogne (9,8 M EUR - 17 %) dominent nettement.

## 2 – Des vins et spiritueux destinés à être consommés hors de Singapour voire de l'ASEAN

Comme indiqué précédemment, les exportations françaises de vins et spiritueux sont très concentrées sur trois catégories en matières de nomenclature douanière : 220820 (Cognac), 220410 (Champagne) et 220421 (vins tranquilles). Par ailleurs, pour ces catégories, la France présente une position forte dans les importations Singapouriennes (en val EUR) : 98,3 % pour 220820, 97 % pour 220410 et 44 % pour 220421. Enfin, la production locale pour ces catégories de produits est nulle à Singapour. Ainsi, sous réserve de quelques approximations<sup>2</sup>, il est possible d'estimer la part des exportations de vins et spiritueux français destinée à une consommation à Singapour et celle destinée à la réexportation vers d'autres destinations. Il apparaît que les **exportations en direction de Singapour destinées à une consommation locale** représenteraient **106,6 M EUR**, soit seulement **12,6 % du total. 242,8 M EUR (28,6 %)** sont *in fine* destinés aux autres **marchés de l'ASEAN**, **435,3 M EUR (51,4 %)** aux **marchés d'Asie hors ASEAN** et **57,2 M EUR (6,8 %)** aux **marchés d'Océanie**.



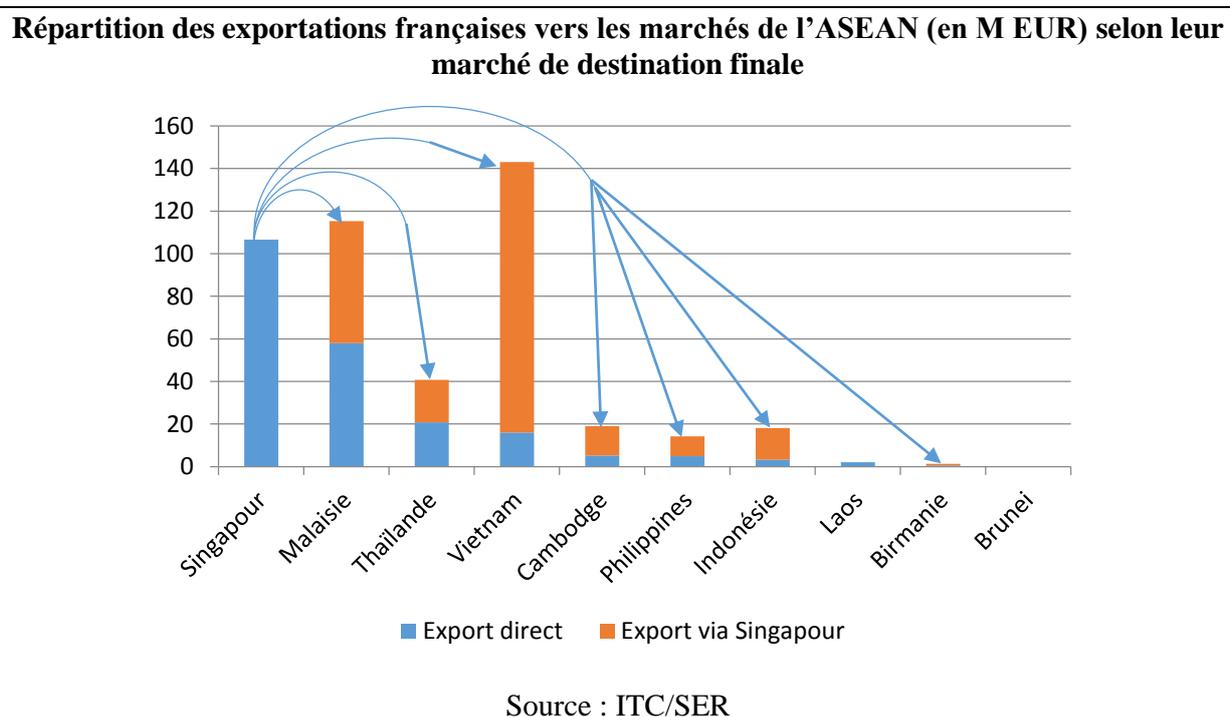
## 3 – Quelle importance relative des marchés pour les vins et spiritueux français au sein de l'ASEAN ?

<sup>2</sup> : Hypothèse 1 : les exportations françaises de vins et spiritueux se limitent strictement aux trois codes douaniers 220820, 220410 et 220421 ; hypothèse 2 : les produits français se comportent comme les produits des autres pays en termes de destinations de réexportation à partir de Singapour.

Cette redistribution très importante des vins et spiritueux français au sein de la région Asie-Pacifique à partir de Singapour amène à reconsidérer l'importance en val EUR absolue de l'ASEAN comme centre de consommation. En effet, **sur les 977,2 M EUR d'exportations comptabilisées en 2013 pour l'ASEAN, seuls 50 % de ces flux sont réellement destinés à l'ASEAN.**

Elle amène également à réviser l'importance relative des différents marchés au sein de l'ASEAN pour les vins et spiritueux français. En effet, **les 2/3 des exportations destinées aux pays de l'ASEAN passent par Singapour avant de rejoindre l'EUR destination finale.** Ainsi, en agrégeant les flux d'exportations directs et indirects, il apparaît que la principale destination au sein de l'ASEAN pour les exportations de vins et spiritueux français est le **Vietnam** (143 M EUR), suivi de la **Malaisie** (115,3 M EUR) et de **Singapour** (106,6 M EUR). La Thaïlande se situe aux alentours de 40 M EUR, le Cambodge, l'Indonésie et les Philippines vers 15-20 M EUR et les exportations vers Brunei, la Birmanie et le Laos demeurent marginales.

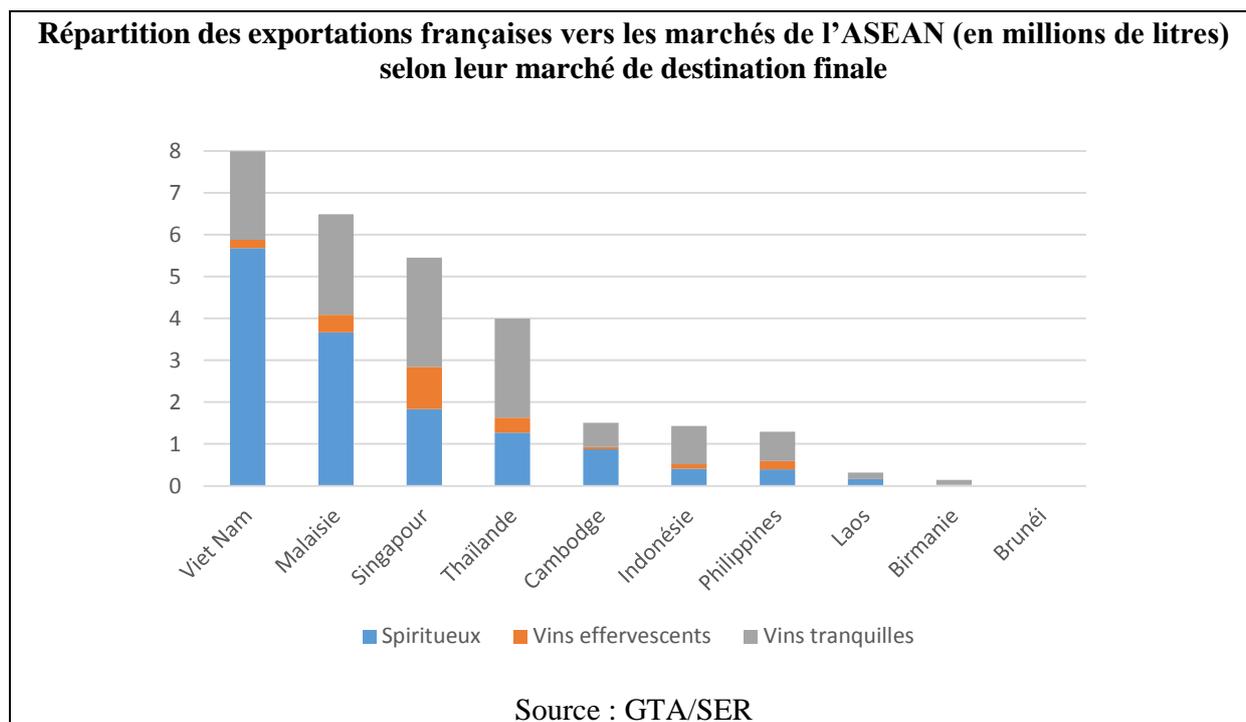
Ces résultats mettent en lumière toute l'importance des **accords de libre-échange** en cours de négociation avec la **Malaisie**, la **Thaïlande** et le **Vietnam** pour la poursuite de la progression des exportations françaises vers l'ASEAN. Plus globalement, compte tenu du rôle pivot de Singapour en Asie-Pacifique, les futurs accords de libre-échange doivent prévoir des **règles adaptées en matière de possibilité d'acheminement des produits via un pays tiers** afin de permettre une efficacité logistique.



En ce qui concerne les volumes de vins et spiritueux français exportés, en appliquant la même méthode que précédemment pour les exportations en val EUR, il est possible d'estimer l'importance relative des différents marchés de l'ASEAN. Globalement, les spiritueux et les vins tranquilles<sup>3</sup> dominent la consommation de produits français. Le **Vietnam** est le premier marché en volume avec près de **8 millions de litres**, suivi de la **Malaisie (6,5 ML)**, de **Singapour (5,5 ML)** et de la **Thaïlande (4 ML)**. Ces chiffres sont globalement cohérents avec les niveaux d'exportation en val EUR précédemment constatés. Toutefois, pour la **Thaïlande**, le montant d'exportations apparaît relativement faible au regard des volumes exportés. Il s'agit très probablement d'un effet induit du régime thaïlandais de taxation des vins et spiritueux importés qui incite à minorer la val EUR

<sup>3</sup> Seules les exportations de vins tranquilles en bouteilles (< 2L) sont comptabilisées.

unitaire des produits. Par ailleurs, ces estimations ne prennent en compte que les réexportations à partir de Singapour, elles ignorent les autres réexportations ayant lieu dans la région, notamment par **voie terrestre**. Il s'agit pourtant d'un élément qui peut être significatif les petits marchés de l'ASEAN, comme **le Laos ou la Birmanie**.



#### 4 – Quelles perspectives pour Singapour en tant que plateforme de réexportation pour les vins et spiritueux français ?

Comme indiqué précédemment, près de 90 % des exportations de vins et spiritueux français en direction de Singapour sont en réalité destinées à d'autres destinations finales au sein de la région Asie-Pacifique. Est-ce que ce rôle de **hub logistique de Singapour** pour ces produits est amené à **se renforcer ou à s'affaiblir dans les années à venir** ?

Les exportations françaises vers Singapour sont, en val EUR, très nettement dominées par le **cognac** et le **champagne**. Ces secteurs sont structurés autour de quelques grandes marques et entreprises qui concentrent fortement l'offre, au contraire d'une production de vins tranquilles beaucoup plus éparpillée. C'est cette **concentration de l'offre** qui permet et justifie la mise en place d'une **organisation logistique à l'échelle régionale**. Cependant, en fonction de la taille des entreprises concernées, de l'organisation de l'EUR chaîne de production et de distribution et de l'EUR histoire, le hub logistique de Singapour occupe une place plus ou moins importante dans la distribution de leurs produits, à la fois dans l'extension géographique des marchés couverts à partir de Singapour ainsi que dans l'étendue des opérations réalisées (simple point de passage, stockage, étiquetage, emballage,...). En revanche, dans tous les cas, les entreprises **soulignent le caractère non mature et fortement volatile des marchés de la région**, ce qui rend nécessaire une grande **proximité et réactivité** afin de pouvoir s'adapter aux évolutions de la demande.

Dans les **5 années** à venir, d'après les opérateurs, le rôle de Singapour comme hub logistique pour les vins et spiritueux français devrait **encore se renforcer**. En effet, au-delà de sa **localisation** et de la qualité de ses **infrastructures**, Singapour dispose d'avantages très forts en matière de **qualité de service en matière de logistique**, qu'il s'agisse des opérateurs du secteur public ou du secteur privé. Ainsi, les opérateurs soulignent la fiabilité, la rapidité et l'absence d'imprévus et de pertes qui caractérisent Singapour. Même si les coûts sont supérieurs à ceux d'autres ports de la région, ils

demeurent **concurrentiels** au regard de la qualité des services associés. Par ailleurs, pour le stockage, Singapour est meilleur marché que Hong-Kong ou Shanghai. Enfin, Singapour se caractérise également par un **faible niveau de corruption**. Au final, l'émergence de solutions logistiques alternatives ou complémentaires paraît peu probable avant **une dizaine voire une quinzaine d'années**.

La mise en place d'un hub logistique à Singapour présente également des **avantages organisationnels** pour les entreprises concernées. Leurs **pôles d'expertise logistique** basés à Singapour peuvent assurer le déploiement de nouveaux outils et méthode, former et apporter un appui technique aux équipes présentes sur les différents marchés de la région. En parallèle des activités de logistique pure, la concentration des flux facilite la réalisation de certaines opérations financières, comme par exemple la gestion du **risque de change**, un domaine où Singapour dispose également d'une offre de service.