

// Programme de promotion CHINE 2017-2018 //

OFFRE Venue d'acheteurs METRO - Chine continentale A PARIS ou EN REGION - du 26 au 30 juin 2017



ENJOY
IT'S FROM
EUROPE



METRO
麦法龍

ania
Association Nationale des
Industries Alimentaires

Campagne
cofinancée par
l'Union européenne





L'ANIA, avec le soutien de l'Union européenne, met en œuvre en 2017 et 2018 un **programme d'actions** pour renforcer la présence des entreprises agroalimentaires françaises en **Chine**.

PRÉSENTATION DE METRO CHINE : UN DISTRIBUTEUR QUI A CONQUIS LE CONSOMMATEUR CHINOIS



- METRO est une chaîne de distribution alimentaire grossiste d'origine allemande et présente dans le monde entier.
- C'est aujourd'hui le 3ème distributeur mondial, et a réussi avec succès son implantation en Chine.
- Le premier magasin s'est ouvert en 1996 à Shanghai, et l'entreprise a été l'une des premières à avoir l'autorisation gouvernementale pour développer sa chaîne de magasins en Chine continentale.

PRÉSENTATION DE METRO CHINE : COUVERTURE GÉOGRAPHIQUE DES MAGASINS METRO EN CHINE



87 Magasins à ce jour dans 58 villes chinoises

Plus de 12 000 Employés

5 Millions Consommateurs à travers le pays

€ 2.7 Milliards Ventes en 2014-15, YOY : 17,4%

PRÉSENTATION DE METRO CHINE : QUELQUES CHIFFRES SUR METRO

7 magasins à Shanghai

7 magasins supplémentaires vont ouvrir cette année.

Le lieu du siège social et de la centrale d'achat est à

Shanghai



60% à 70% de produits directement importés par Metro.

Le CA en 2016 sur les produits importés est **2.9 milliards RMB**

13% à 14% de son chiffre d'affaires total annuel est issu de la vente de ses propres marques.

25000 Différents types de produits

4 Millions Clients professionnels



PRÉSENTATION DE METRO CHINE : UN MODELE A LA FOIS B2C ET B2B

METRO CHINE : une chaîne de distribution plus tournée vers le B2C que vers le B2B, souhaitant se concentrer sur la sûreté et la sécurité des aliments.

- ✓ Metro Chine ouvre ses portes à tout type de consommateur, il n'y a pas exclusivement besoin de carte membre. C'est un distributeur B2C visant la classe moyenne émergente au pouvoir d'achat en croissance.
- ✓ C'est aussi un grossiste B2B au service des professionnels, aussi bien des CHR (353 000 contacts) que des autres entreprises de Food Service.
- ✓ Un portefeuille intéressant de professionnels en Chine grâce à un système d'adhésion et de fidélisation à son club PREMIUM efficace.
- ✓ Création d'une plateforme O2O (site et app) et activation sur les réseaux sociaux chinois (Wechat, Weibo, Youku).
- ✓ Lancement de leur propre département Boulangerie cette année.



PRÉSENTATION DE METRO CHINE : POSITIONNEMENT DU DISTRIBUTEUR SUR LE MARCHÉ CHINOIS

Le positionnement de Metro par rapport aux autres acteurs en Chine



LISTE DES MARQUES FRANCAISES PRÉSENTÉS

LISTE DES MARQUES REPRÉSENTÉES

BONDUELLE	BEL NORMANDE	PAYSAN BRETON
LESIEUR	EVIAN	ISIGNY
LUNE DE MIEL	VOLVIC	PRESIDENT
ST. DALFOUR	PERRIER	FELSGOLD
TIPIAK	VITTEL	GRANINI
LA MARNE	BONGRAIN	1664
JACQUOT	HORECA	MINI BABYBEL
CHOCMOD	HAAGEN-DAZS	LA VACHE QUI RIT
JOYAUX DE FRANCE	BONCOLAC	
CEMOI	GAUTIER	
FANTASY	BRIDOR	
ST MICHEL	MILKANA UHT	

LISTE DES PRODUITS RECHERCHÉS

❖ Nouvelles références d'origine France souhaitées via cette opération de Sourcing

✓ Produits laitiers

Laits (gamme); Beurre frais / margarine; Crème; Yaourts, desserts lactés; Fromages à pâtes molles; Fromages à pâte pressée cuite; Fromages à pâte persillée; Fromages fondus

✓ Produits sucrés, biscuiterie, panification fine

Sucre; Edulcorant de table; Confiserie, fruits confits, marrons glacés; Chocolaterie; Panification fine et biscotterie; Produits de boulangerie et viennoiserie; Biscuiterie, pâtisserie; Biscuits salés pour apéritifs; Confitures; Miel / Gelée royale

✓ Produits appertisés, conserves

Légumes appertisés; Champignons appertisés; Tomates appertisées, concentrés, sauces; Fruits appertisés; Poissons, crustacés, mollusques appertisés

✓ Produits surgelés

Glaces, sorbets, crèmes glacées; Desserts surgelés

✓ Produits biologiques

Produits laitiers biologiques;

✓ Produits diététiques et infantiles

Produits infantiles

✓ Epicerie

Sel, poivre, épices et arômes; Vinaigre, conserves au vinaigre; Cornichons, sauce; Café et succédanés; Produits pour petits-déjeuners

✓ Vins et spiritueux; Autres boissons alcoolisées

Apéritifs; Spiritueux (Ready-To-Drink range); Bières;

✓ Boissons non alcoolisées

Jus de fruits et de légumes; Boissons aux fruits; Sodas, colas, tonics;



PRODUITS SPÉCIALISÉS RECHERCHÉS

❖ Produits spécialisés recherchés

- ✓ Produits laitiers
- ✓ Tous les produits IGP et AOP recherchés, pas de format et de conditionnements spéciaux

Attention: La signature d'un contrat de confidentialité est exigée par Metro sur la liste de produits français distribués dans les magasins et la liste de produits que l'enseigne va potentiellement acheter

LES PRODUITS LAITIERS



CONDITIONS D'IMPORTATION

❖ Modalités d'achat des produits importés / origine France :

- ✓ Metro bénéficie d'un certain droit d'import-export à l'issue de l'obtention du certificat gouvernemental de commerce international, elle a le droit d'acheter directement les produits à l'étranger
- ✓ Pour cette opération de sourcing, METRO souhaite s'appuyer sur un opérateur français assurant, pour les fournisseurs retenus, les étapes suivantes de l'approvisionnement : → Collecte et stockage des produits, transport des produits, procédures douanières
- ✓ Cet opérateur français devra être certifié (**Quality System Certificate : ISO9001/HACCP/GFSI ou MAS**) pour accélérer le processus d'achat (il faut souvent 7 à 8 mois pour faire entrer de nouveaux produits dans les magasins). Il sera identifié à l'issue de la phase de rendez-vous.



PROFIL DES ACHETEURS PRÉSENTS



Wesley Yang
Head of Import

Pouvoir de décision pour toutes les catégories de produits.

Une ou deux personnes seront choisies une fois que l'enseigne aura sélectionné les entreprises à rencontrer

❖ Motivations de l'enseigne à référencer de nouveaux produits français

- ✓ Favoriser l'achat des produits à la "source" grâce à sa dimension internationale, gage de prix bas et d'authenticité, et élargir son référencement.
- ✓ Améliorer la structure de catégories de produits, ajouter des produits différenciés, augmenter la compétitivité des produits français

DURÉE DU VOYAGE EN FRANCE

- Date d'arrivée : **Dimanche 25 Juin**
- Date de départ : **1 ou 2 Juillet**
- Nombre de jours disponibles effectifs pour RDV et visites : **5 jours (à confirmer)**
 - **Lundi 26 Juin**: une journée de RDV sur Paris
 - **Mardi 27; Mercredi 28; Jeudi 29 Juin**: 3 journées en région (régions à confirmer en fonction des entreprises sélectionnées)
 - **Vendredi 30 Juin**: une demi-journée ou une journée de RDV sur Paris

RÉTROPLANNING DE CANDIDATURE ET DE SÉLECTION DES ENTREPRISES

	Du 23 Mai au 07 Juin	Du 08 au 12 Juin	Du 12 au 16 Juin	Du 19 au 21 Juin	Du 26 au 30 Juin
Période de candidature des entreprises françaises					
Validation des candidatures par l'ANIA (Eligibilité des produits proposés au programme cofinancé par l'Union Européenne)					
Sélection des entreprises par les acheteurs de METRO pour RDV en France					
Construction du planning					
Présence en France des acheteurs pour RDV					

BREF DESCRIPTIF DE LA SEMAINE FRANCAISE QUI AURA LIEU APRES CETTE PHASE DE SOURCING

❖ Période de promotion possible

Décembre 2017

❖ Nombre de magasins concernés

7 magasins: Shanghai*4, Xi'an*1, Guangzhou*2

❖ Avantages recherchés par l'enseigne :

- Réduction de prix
- Livraison par avion pour la première fois afin de pouvoir participer à la semaine française
- Cadeaux offerts par l'enseigne aux clients à partir d'un certain montant d'achat



CONDITIONS DE PARTICIPATION

Dossier de candidature à renseigner via le lien suivant :

<https://goo.gl/forms/IJCIrozMYEjviu73>

- Pièces à fournir : Application form – Company profile
- Autres pièces facultatives : Catalogue produits / Export price list / ...

**Obligatoire
3 fichiers maximum**

Pour les entreprises sélectionnées uniquement :

- Tarif RDV d'une heure en salle (à Paris ou en région) :
- Tarif RDV sur site (env 3 heures) : siège social ou site de fabrication :

Tarif : 400 € HT

Tarif : 500 € HT

Pour information :

La participation à la semaine française prévue en décembre 2017 fera l'objet d'une autre candidature : (modalités et détails à venir)

Tarif : 1600 € HT



**Attention,
ce programme est cofinancé
par l'Union Européenne.**

Il est de la responsabilité de chaque entreprise de veiller à ne pas percevoir de subvention nationale ou régionale pour financer sa participation aux prestations facturées par
l'ANIA



Votre produit peut-il accéder au marché chinois ?

Vous pouvez consulter suivant la nature de votre produit la **[base de données Expadon \(lien\)](#)** afin de connaître les exigences du pays, les fiches techniques et les certificats existants.

Pour en savoir plus sur le marché chinois, vous pouvez vous connecter à **[l'espace documentaire \(lien\)](#)**

Programme exécuté par :



Programme évalué par :





Laura MARLEY
Responsable Affaires Publiques Européennes
lmalley@ania.net



www.twitter.com/ANIA



Association Nationale des Industries Alimentaires
9, Boulevard Malesherbes, 75008 Paris



www.linkedin.com/ANIA



+33 (0)1 53 83 86 00



www.ania.net