FICHE MARCHÉ

Les Vins & Spiritueux à Singapour

Présentation du marché

Singapour est un marché porteur pour les vins et spiritueux (V&S). Il est certes limité par sa superficie (714,3 km^2) et sa population (5,4 millions d'habitants), mais il demeure le plus mûr d'Asie du Sud-Est, avec une consommation qui continue d'augmenter (+6 % en moyenne sur les 5 dernières années). Le potentiel de ce marché est renforcé par la présence d'une importante communauté d'expatriés bénéficiant d'un pouvoir d'achat élevé et surtout par des arrivées massives de touristes (15,5 M en 2014), qui constituent un segment important, à ne pas négliger.

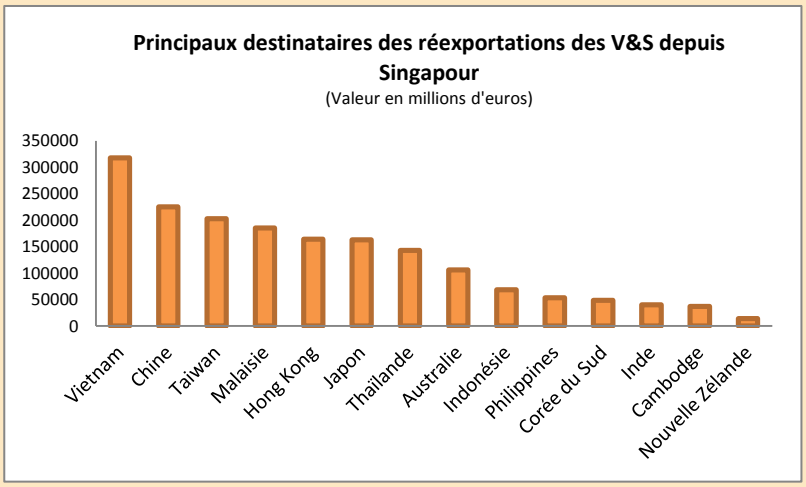
Ce potentiel, conjugué à un positionnement géographique idéal, font de Singapour une plateforme incontournable de distribution et de logistique dans la région, tout en constituant un marché de test pour s'y développer.

La France domine le marché des vins et spiritueux à Singapour en valeur

Le montant total des importations singapouriennes de vins et spiritueux s'est élevé à 1,65 Md EUR en 2014, en baisse de 5% par rapport à l'année précédente. Ce recus s'explique avant tout par le volume important des V&S en stock. La France représente plus de la moitié de ce marché, avec un total de 971 M EUR (58,7%), suivie par le Royaume-Uni (25,8%) et les Etats-Unis (2,8%). Les Cognacs arrivent en tête du marché des spiritueux avec 53,6% de part de marché (pdm) en valeur, représentant plus de 633 M EUR en 2014 (-12,5% par rapport à 2013). Les Champagnes occupent la première place en valeur du marché des vins (270 M EUR, +31,3% entre 2013 et 2014), alors que l'ensemble des vins tranquilles français représente 104 M EUR (+24,5% par rapport à 2013).

Le marché de la réexportation

Près de 80% des importations des vins et spiritueux à Singapour sont réexportées vers d'autres pays d'Asie. La Malaisie, la Thailande et le Vietnam sont les premiers destinataires, absorbant respectivement 15,3% et 11% de la valeur totale des importations arrivées sur l'île. La Chine (10%), Taiwan (9%), le Japon (7%) et Hong Kong (7%) comptent aussi parmi les principaux destinataires pour la réexportation. Ces données confirment la place de Singapour comme une plateforme logistique et de distribution pour l'ensemble de l'Asie Pacifique.

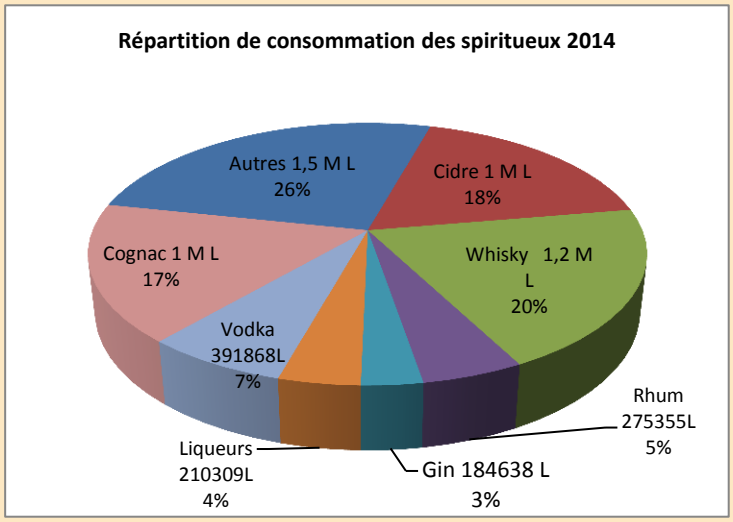


Consommation locale des V&S

Avec plus de 9,5 M litres consommés en 2014, les vins tranquilles font partie des boissons préférées des consommateurs à Singapour et qui ont connu une hausse de 2,5 % par rapport à 2013. Les vins pétillants représentent seulement 9% de part de marché avec 1 M de litres.

Consommation de vins en 2014		
Vins tranquilles	9,5 M litres	87 % pdm
Vins pétillants	1 M litres	9% pdm
Autres vins	368 671 litres	4% pdm

Côté spiritueux, la consommation du whisky réprésente 20% de part de marché, talonnée par celle du cognac (17% pdm). La consommation totale de spiritueux connait une baisse de -2,2%, passant de 5,9 à 5,8 M de litres entre 2013 et 2014.



Source : GTA/ Département Agrotech Business France de Singapour

© 2015 – BUSINESS France

Opportunités et perspectives d'exportations

Au coeur d'une zone qui connaît depuis plusieurs années une croissance moyenne supérieure à 6 %, Singapour demeure un marché attractif pour les V&S français. Il est cependant important de garder à l'esprit quelques points pour réussir son développement.

- **Les circuits de distribution :** Le secteur CHR joue un rôle de premier ordre dans la consommation des vins et spiritueux (60% en volume). L'évolution des modes de vie a un impact sur les achats directs de V&S par les consommateurs. La grande distribution est également un intervenant majeur (40% en volume), et continue de se développer avec quelques acteurs comme NTUC FairPrice, Cold Storage. L'abondance de l'offre confère aux acheteurs des CHR et GMS une position de force, leur permettant d'exiger des coûts de référencement très importants. La vente directe par internet et via les cavistes ou les bars à vins continue de se développer et concerne principalement le vin. Enfin, porté par l'aéroport de Changi (plus de 54 M de passagers en 2014), et le port (1,6 M de passagers en 2014), le marché hors-taxes (duty free) est en croissance.
- **Les principaux décideurs :** Les importateurs jouent encore un rôle très important dans l'introduction des vins et spiritueux sur le marché local, même s'ils sont concurrencés par la grande distribution. Le nombre de cavistes s'est rapidement développé, les plus connus se servant de leur notoriété pour se développer dans la région.
- **Une règlementation peu contraignante :** le système de taxation des V&S est entré en vigueur en 2008 : les V&S ne sont pas soumis à des droits de douane mais à des droits d'accise basés sur la teneur en alcool. Une augmentation de 25% sur la taxation des V&S est appliquée depuis le 21 février 2014 (88 SGD par litre d'alcool pur pour les vins et spiritueux). Les étiquettes doivent comporter les mentions suivantes en anglais : la quantité nette minimum en unités métriques, le nom et l'adresse de l'importateur ou du producteur, le pays d'origine. En outre, tous les importateurs et exportateurs sont tenus de s'inscrire auprès du *Customs and Excises Department* et doivent être enregistrés auprès de l'*Accounting and Corporate Regulatory Authority* (ACRA) pour obtenir un numéro d'immatriculation générale. Les déclarations en douane sont ensuite présentées et traitées via un système d'échange de données informatisées appelé *TradeNet*. Le déclarant peut être l'importateur/exportateur, son transitaire ou son agent.

Pour aller plus loin dans la prospection de vos marchés

BUSINESS FRANCE et ses bureaux à l'étranger vous proposent de faciliter vos négociations avec les bons interlocuteurs étrangers pour développer de nouveaux marchés grâce à des **prestations sur mesure.**

- **La Mission de prospection :** passez à l'action

Le bureau Business France à Singapour organise votre programme de rendez-vous sur place et vous fournit les informations nécessaires à la bonne préparation de vos entretiens.

- **Le suivi de contacts :**

Vous permet d'approfondir votre connaissance des acteurs locaux rencontrés et d'évaluer la pertinence d'un partenariat (le nombre de contacts à définir). Cette prestation peut être souscrite suite à une participation à un **pavillon France**, une **Rencontre d'acheteurs**, une **Présentation de produits** ou une **Mission de prospection individuelle**.

Pour toute information relative à ce secteur d'activité, contactez :

ISABELLE NGUYEN Tél : +65 6880 7899: +65 6880 7863/ Email : isabelle.nguyen@businessfrance.fr

Retrouvez le détail de nos prestations sur **www.ubifrance.fr**

© 2015 – Business France et ses bureaux à l'étranger

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 et ses bureaux à l'étranger, est interdite et constitue un délit de contrefaçon sanctionné par l'article L. 335-2 du code de la propriété intellectuelle.

Clause de non-responsabilité

BUSINESS FRANCE et ses bureaux à l'étranger ne peuvent en aucun cas être tenues pour responsables de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication dans un but autre que celui qui est le sien, à savoir informer et non délivrer des conseils personnalisés. Les coordonnées (nom des organismes, adresses, téléphones, télécopies et adresses électroniques) indiquées dans cet ouvrage ont été vérifiées avec le plus grand soin. BUSINESS FRANCE et ses bureaux à l'étranger ne sauraient en aucun cas être responsables d'éventuels changements.

BUSINESSFRANCE

Auteur : Bureau Business France de Singapour
Adresse : 101-103 Cluny Park Rd, 259595
Tél : 65-68807899/Fax : 65-6880 7863
www.ubifrance.fr/sg

Rédigée par : Isabelle NGUYEN
Revue par : Frédéric ROSSI

Version de mars 2015