

Communiqué de presse

2/10/2014

Les exportations alimentaires belges vers la Chine augmentent de façon spectaculaire

Les exportations vers la Chine ont presque quadruplé en 10 ans et ont connu une augmentation de 60% durant le premier semestre 2014.

Bruxelles, octobre 2014 – Les exportations de l'industrie alimentaire belge vers la Chine ont presque quadruplé entre 2003 et 2013 et poursuivent leur croissance en 2014. Cela qui place la Chine en bonne voie de devenir le 3^{ème}, voire le 2^{ème} marché, pour les exportations hors Europe. Le chiffre d'affaires total de l'industrie alimentaire a, en outre, augmenté de 1,2% durant le premier semestre 2014 par rapport à la même période de l'année passée. Le secteur arrive à de bons résultats à ce niveau, mais FEVIA, la fédération de l'industrie alimentaire, insiste sur l'importance de prendre des mesures complémentaires pour atteindre les objectifs ambitieux de sa stratégie de croissance.

Remarquable accélération de la croissance en 2014

Les exportations de l'industrie alimentaire vers la Chine ont augmenté de façon spectaculaire. Entre 2003 et 2013, les exportations ont presque quadruplé, passant de 27 millions d'euros en 2003 à 98 millions d'euros en 2013. Les premières données de 2014 mettent encore en évidence une accélération de la croissance : durant le premier semestre 2014, les exportations vers la Chine étaient 60% plus élevées qu'à la même période l'année passée.

« Si la croissance garde le même rythme pendant le 2^{ème} semestre, les exportations devraient atteindre au moins les 155 millions d'euros en 2014, ce qui place la Chine en bonne voie de devenir, après les USA, le 3^{ème}, voire le 2^{ème} marché, pour les exportations hors Europe » déclare Bernard Deryckere, le président de FEVIA. « C'est une aubaine pour le secteur, surtout après les pertes d'une partie des exportations vers la Russie, conséquence de l'interdiction d'importation vers ce pays ».

Qualité, diversité et innovation, bases de la croissance

La croissance spectaculaire des exportations vers la Chine n'est pas le résultat d'un seul produit ou d'une seule entreprise mais bien d'une large gamme de produits. « Les produits porteurs traditionnels tels que la bière et le chocolat donnent toujours de bons résultats et représentent ensemble 1/3 du total des exportations vers la Chine » déclare Chris Moris, directeur général de FEVIA. « Mais les produits laitiers, et plus spécifiquement le lait en poudre, constituent le plus gros segment des exportations vers la Chine. A côté de cela, les biscuits belges et les produits belges à base de pommes de terre sont également en vogue sur le marché chinois. »

Les consommateurs chinois sont surtout séduits par la qualité, la variété de l'offre et le caractère innovant des produits belges. Ainsi, les mères chinoises, après plusieurs scandales touchant les produits laitiers locaux, préfèrent le lait en poudre d'origine belge pour leurs bébés. De plus, contrairement aux très exclusifs vins de bordeaux et champagnes, les produits alimentaires belges sont abordables pour la classe moyenne émergente de la Chine urbaine.

Le marché chinois offre aussi, avec 1 milliard de consommateurs, des possibilités énormes pour les produits alimentaires tels que la viande de volaille qui n'y est pas encore disponible aujourd'hui. L'AFSCA (l'Agence

Fédérale pour la sécurité de la chaîne alimentaire) a introduit récemment un dossier vétérinaire technique auprès des services chinois concernés. On peut espérer qu'avec la collaboration des représentants diplomatiques et économiques sur place, cette première étape mène à des possibilités d'exportations supplémentaires.

Maintenir la croissance par des mesures complémentaires

Fin 2012, l'industrie alimentaire belge lançait une stratégie de croissance ambitieuse : une augmentation de 6 milliards du chiffre d'affaires entre 2011 et 2015, dont une part importante devra venir des exportations. Le secteur s'est attelé à promouvoir la plateforme Food.be avec le slogan « Small country. Great food. » dans le but de susciter l'enthousiasme des marchés étrangers pour l'alimentation belge. Ainsi, Food.be sera présent en première ligne l'année prochaine dans le pavillon belge de l'Expo 2015 à Milan. Dans son propre pays, FEVIA, en collaboration avec les régions, prend des initiatives pour stimuler les exportations des entreprises alimentaires belges.

« L'histoire de la croissance chinoise constitue une belle illustration du bon fonctionnement de la stratégie de croissance lancée par l'industrie alimentaire belge fin 2012. Nous constatons en même temps que le chiffre d'affaires de l'industrie alimentaire belge a augmenté d'environ 1,2% durant le premier semestre 2014 » déclare Bernard Deryckere. « Pour réaliser ces objectifs ambitieux de croissance, nous devons croître de 5% chaque année. Nous sommes donc sur la bonne voie mais ce n'est pas encore suffisant. »

Pour atteindre ces objectifs ambitieux, Chris Moris en appelle à trois mesures complémentaires : « Le handicap des coûts salariaux de l'industrie alimentaire s'élève à 21%. Celui-ci doit être réduit de moitié durant la prochaine législature. Deuxièmement, la norme énergétique qui se trouve actuellement sur la table des négociations au niveau fédéral doit également tenir compte des nombreuses petites entreprises intensives en énergie que compte l'industrie alimentaire. Troisièmement, les entreprises exportatrices doivent recevoir un soutien complémentaire. Pourquoi une entreprise exportatrice ne pourrait-elle pas être exonérée d'une partie du précompte professionnel pour ses collaborateurs, à l'exemple de la mesure qui existe pour le personnel de R&D? ».

* * *

Personne de contact :

Nicholas Courant
Communication manager
Tel: +32 (0)2 432 32 53
GSM: +32 (0)478 24 31 49
E-mail: nc@fevia.be

L'INDUSTRIE ALIMENTAIRE EN CHIFFRES (2013)

	Belgique	Evolution 2012-2013	Part dans l'industrie
Emploi	88.700	-0,7%	18,3%
Sites/Implantations	4.600	-2,7%	27,8%
Chiffre d'affaires	€ 48,2 milliards	1,5%	17,1%
Valeur ajoutée*	€ 6,8 milliards	1,7%	15,8%
Exportations	€ 22,1 milliards	2,2%	/
Importations	€ 19,1 milliards	2,3%	/
Investissements	€ 1,2 milliards	-10,2%	17,9%

*chiffres 2012