

25 avril 2007

La Chine offre des débouchés pour le prêt-à-porter français et les produits de luxe

Afin d'aider les exportateurs de produits de luxe et de prêt-à-porter à cerner les opportunités en Chine et identifier des acheteurs potentiels, UBIFRANCE publie quatre ouvrages consacrés à ces secteurs en Chine. Réalisés par les Missions Économiques de Chine ou le service des études d'UBIFRANCE, ces ouvrages sont destinés à aider les entreprises françaises à prospecter ce vaste marché.

Le marché du luxe en Chine et à Hong Kong

Cette étude réalisée par UBIFRANCE offre une analyse détaillée de l'offre et de la demande par secteur (habillement, cuir, parfumerie-cosmétique, luxe dans la maison, accessoires et cadeaux...) et des opportunités pour les entreprises françaises. Elle fournit 58 fiches opérationnelles présentant les principaux acteurs de l'univers du luxe en Chine et à Hong-Kong.

Cette étude a porté sur cinq grandes zones géographiques : Pékin, Canton, Shanghai, Chengdu et Hong Kong.

1 % de la population chinoise, soit 13 millions d'habitants, détiennent à eux seuls 40 % des richesses du pays. Cette classe constitue une cible privilégiée pour le luxe à la française.

La dynamique de ce marché potentiel passe également par Hong Kong qui assure toujours une passerelle commerciale vers la Chine continentale. Le territoire hongkongais, très occidentalisé dans ses comportements d'achats, reste un important débouché pour les marques de luxe.



Le marché du prêt-à-porter à Hong Kong

Ce Guide Répertoire réalisé par la Mission Économique de Hong Kong et édité par UBIFRANCE, offre une vision précise et actualisée du marché : ses tendances, les opportunités, la demande locale pour les produits français, la distribution ou la concurrence... Il est complété par la présentation de 39 distributeurs. Il permet aux lecteurs d'identifier des partenaires potentiels grâce à des informations précises sur les produits recherchés.

Hong Kong est une des régions les plus dynamiques au monde dans le secteur de la mode et la France en est le troisième fournisseur. Cela justifie amplement la publication d'un tel ouvrage.

Le marché du prêt-à-porter, soins, accessoires pour enfant en Chine

Ce Guide-répertoire a été conçu pour aider les entreprises françaises du secteur de la puériculture (produits de soin et accessoires) à se familiariser avec le marché chinois, évaluer son potentiel et à s'y introduire dans les meilleures conditions.

Cet ouvrage comporte une analyses approfondie sur près de 90 pages de l'univers et de la place de l'enfant en Chine ainsi qu'une présentation des principaux segments de marché susceptibles d'intéresser l'offre française.

On y trouve des informations détaillées et les coordonnées de plus de 60 sociétés chinoises spécialisées dans ce secteur et intéressées par les marques françaises.



Le marché du prêt-à-porter féminin en Chine

La France peut-elle prendre des places sur le marché du prêt-à-porter chinois, sachant que la Chine est le premier producteur mondial du secteur ? Est-il sage d'investir du temps et de l'argent dans un pays qui pratique aussi ouvertement la contrefaçon ?

Les questions sont légitimes mais le dialogue qu'entretiennent les Missions Économiques de Pékin, Shanghai et Canton avec les opérateurs chinois du secteur du prêt-à-porter féminin fait apparaître des opportunités et des niches pour notre offre.

Voici donc un panorama complet des opportunités qui peuvent s'ouvrir aux exportateurs. Cet ouvrage conçu pour une première approche de la Chine, propose aux marques françaises déjà présentes une actualisation précieuse des données sur le marché chinois (notamment les évolutions concernant l'entrée de la Chine dans l'OMC ou l'accord de libre échange avec Hong Kong).

Le marché du luxe en Chine et à Hong Kong

Auteur : Service Produits Editoriaux d'UBIFRANCE, Editeur : UBIFRANCE, 2007
Référence : 9782279536930 – 333 pages – 622 euros H.T.

Le marché du prêt-à-porter à Hong Kong

Auteur : Mission Économique de Hong Kong, Editeur : UBIFRANCE, 2007
Référence : B0729386A - 149 pages – 235 euros H.T.

Le marché du prêt-à-porter, soins, accessoires pour enfant en Chine

Auteur : Mission Économique de Shanghai, Editeur : UBIFRANCE, 2006
Référence : B0622633A, 227 pages - 235 euros H.T.

Le marché du prêt-à-porter féminin en Chine

Répertoire des professionnels chinois ayant marqué un intérêt pour les marques françaises

Auteur : Mission Économique de Shanghai, Editeur : UBIFRANCE, 2006
Référence : B0616727A - 179 pages – 235 euros H.T.

Ces ouvrages sont disponibles à la Librairie du commerce international au 77, boulevard Saint-Jacques, 75014 à Paris. Tél. : 01 40 73 34 60, ou sur www.ubifrance.fr/librairie.

Information journalistes :

Dominique Picard

Responsable Relations presse, UBIFRANCE

Tél.: 01 40 73 35 31

dominique.picard@ubifrance.fr

www.ubifrance.fr/infopresse

Carole Perera

HILL&KNOWLTON

Tél. : 01 41 05 44 42

carole.perera@hillandknowlton.com

À propos d'UBIFRANCE et des Missions Économiques

Le réseau UBIFRANCE et des Missions Économiques forme le dispositif public de soutien des entreprises françaises dans leurs démarches à l'export, quels que soient leur taille et leur secteur d'activité. La mission de ce réseau est d'informer les entreprises sur l'environnement économique, juridique, réglementaire, concurrentiel des différents pays. Il conseille les entreprises dans leur approche des marchés et soutient leurs efforts commerciaux grâce à une gamme de service variée et adaptée à chaque étape de la démarche d'exportation : missions de prospections, salons à l'étranger, rencontres de partenariats ou d'acheteurs, communication dans la presse internationale, Volontariat International en Entreprise (V.I.E). UBIFRANCE, l'Agence française pour le développement international des entreprises est un établissement public à caractère industriel et commercial, placé sous l'autorité du Ministre du commerce extérieur. Rattachées aux ambassades de France à l'étranger, les Missions Économiques regroupent les services de la Direction générale du trésor et de la politique économique du Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie. Au nombre de 152, les Missions Économiques forment des équipes biculturelles de spécialistes français et locaux et sont implantées dans 145 pays. Pour aider chaque année 12.000 entreprises françaises dans leur développement international, ce réseau qui comprend également les Directions régionales du commerce extérieur, s'appuie sur de nombreux partenariats en France et à l'étranger.