

Le secteur des vins et spiritueux à Taïwan

La Chambre de Commerce et d'Industrie France Taïwan remercie ses membres (Pernod Ricard, Formosawine Vintners, Somm Spirit'D, Sommelier, Terroir & Spice) pour leur engagement et partage d'expérience.

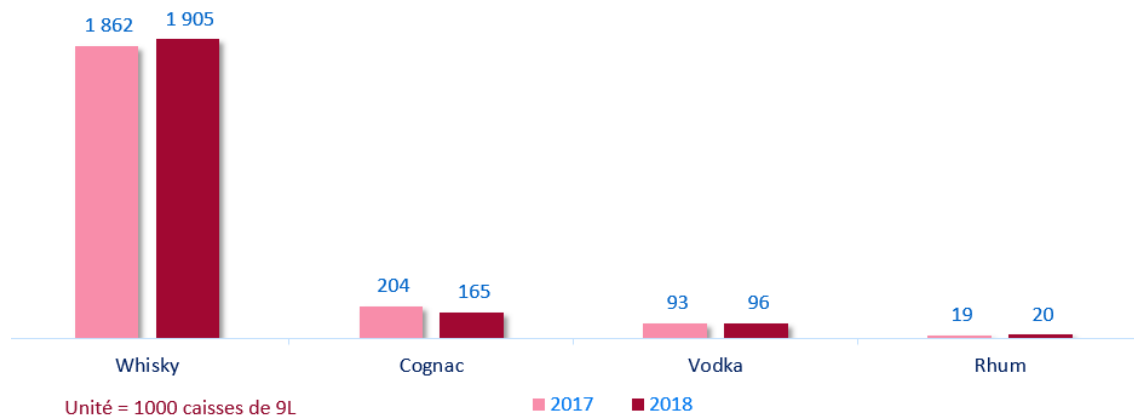
I. Le marché des spiritueux

Vue d'ensemble

- De Janvier à Juillet 2019, Taïwan a importé 14.4 millions de litres de spiritueux, soit une augmentation de 15.5% par rapport à l'année précédente ; En 2018, une hausse du volume des segments Whisky (+2%), Vodka (+3%) et Rhum (+5%) fut observée.

Source : IWSR Domestic Volume Report 2018 -Taiwan

Volume de Spiritueux à Taïwan



- La consommation annuelle moyenne, stable, s'élève à 1L par personne. Due à une augmentation du pouvoir d'achat et à une diversification de l'offre, les taïwanais tendent à consommer des spiritueux de meilleure qualité. Cette tendance locale et pérenne, résulte d'investissements des principaux acteurs du marché. (Moët Hennessy, Pernod Ricard, Diageo...). Aussi, la consommation de Rhums représente une tendance assez nouvelle à suivre à Taïwan.
- Le segment Whisky, prédominant, est particulièrement mature ; le Single Malt, apprécié des hommes d'affaires et des classes aisées, est populaire lors des dîners d'affaires et cocktails. La moitié des whiskys importés sont des Single Malts alors que dans la majorité des pays ils ne représentent que 10% des importations. Le Blended Scotch séduit une population moins fortunée. Aussi, Taïwan est un marché important pour les collectionneurs.

Distribution

- Le commerce de détail traditionnel –karaokés et bars à hôtesse- demeure un marché important, pour le cognac et le scotch haut de gamme. Néanmoins, ce dernier s'essouffle, au profit du commerce de détail moderne, constitué de bars, pubs et boîtes de nuits, qui propose une offre plus variée.

Opportunités

- Un intérêt croissant pour le bourbon artisanal haut de gamme et les whiskys exotiques (special casks, finishes...) est à souligner. Le Blended Scotch, en plein essor, était en 2018, le premier segment en volume.

- Le segment des bars à cocktails est mature et en pleine expansion, particulièrement dans les grandes villes. Ainsi, quatre bars basés à Taipei font parties des 50 meilleurs d'Asie.

Taxation et régulations

Dû à la maturité du marché, les spiritueux sont, par rapport aux vins, faiblement taxés à Taïwan.

Droits et taxes- Taïwan (Mise à jour: Oct. 2019)

	<u>Spiritueux distillés</u>	Boissons alcoolisées brassées – non effervescentes	Boissons alcoolisées brassées - effervescentes	Boissons alcoolisées retraitées	Autre boissons fermentées	Liqueurs et sirops
Taxe d'importation	0%	10% de la valeur du CIF	20% de la valeur du CIF	40%	20%	0%
Taxe Alcool & Tabac	NT\$2.5 par degré par litre d'alcool	NT\$7 par degré par litre d'alcool	NT\$7 par degré par litre d'alcool	1. Taux d'alcool < 20% - NT\$ 185 par litre 2. Taux d'alcool > 20% - NT\$7 par degré par litre d'alcool	1. Taux d'alcool < 20% - NT\$ 185 par litre 2. Taux d'alcool > 20% - NT\$7 par degré par litre d'alcool	1. Taux d'alcool < 20% - NT\$ 185 par litre 2. Taux d'alcool > 20% - NT\$7 par degré par litre d'alcool
TVA (5%)	(Prix C&F + Taxe d'importation + Taxe Alcool & Tabac + Frais de promotion) *0.05					

Source: IWSR Domestic Volume Report 2018 –Taiwan (page 8); Customs Administration, Ministry of Finance; National Treasury Administration, Ministry of Finance

II. Le marché du vin

Vue d'ensemble

- La consommation de vins importés à Taïwan augmente, en moyenne, de 8% chaque année et devrait dépasser les 25 millions de litres (1.06 litres par personne) en 2021. Les vins Français dominent le marché et représentaient, en 2016, 46.7% des parts de marchés en valeur. Aussi, la France est le premier exportateur historique, avec 3,3 millions de litres importés de Janvier à Juillet 2019. Les vins Espagnols, Chiliens et Australiens gagnent en popularité. Taïwan est en passe de devenir une porte d'entrée pour les producteurs internationaux, qui souffrent des taxes Américaines, de la compétitivité Européenne et du ralentissement de l'économie Chinoise.

Importations Taiwanaises de vins étrangers en volume (Litres)

Pays	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019 (01-07)
France	7,280,492	6,638,820	5,865,067	5,471,847	6,777,274	6,436,172	6,382,361	6,141,368	3,318,851
Espagne	2,327,927	2,520,948	2,466,423	2,818,855	3,405,691	3,685,566	4,128,250	4,273,123	1,992,950
Chili	2,082,030	2,077,281	2,374,311	2,438,736	2,865,451	3,217,315	2,599,591	2,552,670	1,335,021
Australie	1,641,870	1,515,302	1,582,806	1,456,198	1,991,964	2,168,895	1,923,647	1,969,678	1,188,979

Source : IWSR Domestic Volume Report 2018 -Taiwan

- Influencée par les cultures Européennes, l'éducation en vin des taïwanais s'améliore, particulièrement auprès des nouvelles générations. Le profil des consommateurs ne se limite plus aux hommes

d'affaires aisés mais également aux femmes et aux milléniaux. Dû à la faible représentation de touristes et d'expatriés, cet engouement local est durable va de pair avec une parité du pouvoir d'achat importante, supérieur à celle du Japon et de la Corée (Source : FMI 2018).

- Plébiscité par les collectionneurs et les anciennes générations, le vin rouge représente 89% de la consommation totale. Les vins effervescents et légers et les vins blancs –Chardonnay, Sauvignon Blanc- gagnent en popularité à l'instar du rosé, qui se marie parfaitement à la gastronomie Taïwanaise. Dernière tendance en date, le vin naturel –sans sulfites ajoutés- séduit les milléniaux, le salon spécialisé, Buvons Nature, fait partie des nombreux évènements annuels organisés autour du vin.

Distribution

- Les faibles barrières à l'entrée (facilité d'obtention d'une licence de débit de boissons, faibles taxes) séduisent de nombreux importateurs –distribution, commerces de détail, bars, restaurants...- ; En résulte une intensité compétitive forte et une saturation progressive du marché. Par conséquent, la pertinence du positionnement prix est capitale.
- Les grands distributeurs –Carrefour, RT Mart, Costco...- proposent des vins d'entrée de gamme, en grands volumes, à des prix compétitifs. Les faibles marges unitaires sont compensées par les quantités vendues.
- Les vins haut de gammes sont distribués par un tissu de petits importateurs indépendants, qui privilégient l'originalité et la qualité de leurs produits à la quantité. Pour se démarquer, ses derniers proposent une expérience client complète –évènements mensuels, dégustations, sélection de fromages et de charcuterie...-.
- Les opportunités de partenariats HCR se diversifient, à l'encontre de la culture "Bring Your Own Bottle", progressivement menacée par les droits de bouchons et par la popularité du "vin au verre". Enfin, la prescription de la vente d'alcool en ligne est contrebalancée par fêtes annuelles majeurs : le Moon Festival et le Nouvel An Chinois.

Opportunités

- Les consommateurs taïwanais sont influencés par les médias et critiques de vins ; Souvent délaissé, le marketing et la couverture médiatique sont clés pour une implantation réussie.
- Le segment des bars à vins et est en pleine croissance, aussi, la culture du vin à table se démocratise.

Taxation et régulations

Droits et taxes- Taiwan (Mise à jour: Oct. 2019)

	Vins tranquilles, contenus dans des recipients inférieurs à 2L	Vins effervescents
Taxe d'importation	10%	20%
Taxe Alcool & Tabac	NT\$ 7 par degré par litre d'alcool	NT\$7 par degré par litre d'alcool
TVA (5%)	(Prix C&F + Taxe d'importation + Taxe Alcool & Tabac + Frais de promotion) *0.05	