

FOCUS TAIWAN

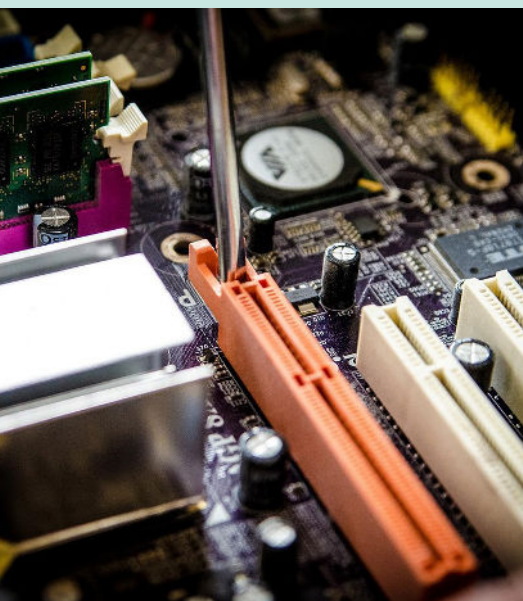


La résilience de l'économie taïwanaise face aux défis mondiaux

LE SAVIEZ-VOUS ?

ENVIRON 80 % DES ORDINATEURS PORTABLES AU MONDE SONT ASSEMBLÉS PAR LES ENTREPRISES TAÏWANAISES !

Environ 80 % des ordinateurs portables au monde sont assemblés par les entreprises taïwanaises (avec leurs sites de production qui se trouvent dans différents pays). Il s'agit des groupes tech « dans les coulisses » dit Original Design Manufacturer (ODM) ou entreprises de Electronics Manufacturing Services (EMS) qui fabriquent pour les grandes marques.



Située au large de la côte sud-est de la Chine, Taïwan a une localisation géographique stratégique au croisement de l'Asie du Nord et l'Asie du Sud-Est. Ayant une taille modeste de 36.000 km², l'île s'est transformée économiquement et politiquement pendant les 60 dernières années et se hisse parmi les pays développés depuis le début des années 2000.

L'île a expérimenté une période de grand essor dans les années 70 et 80 et faisait partie des Quatre Dragons asiatiques grâce au développement des industries manufacturières et high-tech. Dans le passé, le « Made in Taïwan » concernait surtout les produits à faible valeur ajoutée ; de nos jours, il signifie qualité et fiabilité pour les secteurs taïwanais

d'excellence concernés tels ceux des semi-conducteurs, de l'électronique, des vélos ou bien des machines-outils. Le « Made by Taïwan » a aujourd'hui détrôné le « Made in Taïwan » en raison de la relocalisation croissante des chaînes de production des entreprises taïwanaises en Asie du Sud-Est.

Taïwan dispose d'un niveau de pouvoir d'achat très élevé (3e rang en Asie après Singapour et Hong Kong en termes de PIB par habitant ajusté en PPA) et les consommateurs ont une appétence importante pour les produits de haute qualité et pour les nouveautés. Le rapport qualité-prix est fortement pris en compte par les Taïwanais, surtout à partir des produits de milieu de gamme, ils sont disposés à payer plus cher s'ils

CHIFFRES CLÉS

NOMBRE D'HABITANTS
23.26 millions

CAPITALE
Taipei

DEVISE

**Taiwan Dollar
(TWD)**

PIB
761,4 milliards USD
TAUX DE CROISSANCE
2.35%

TAUX DE CHÔMAGE
3.67%
TAUX D'INFLATION ANNUEL
2.95%

Chiffres clés 2022

sont convaincus de la qualité et de la praticité du produit.

Pour son régime politique, Taïwan a instauré une démocratie à suffrage universel. Les deux principaux partis politiques sont le Parti démocrate progressiste (DPP, représenté par la couleur verte) et le Kuomintang (KMT, représenté par la couleur bleue), mais il existe d'autres partis politiques actifs tels que le Parti populaire taïwanais et le Parti du nouveau pouvoir. Les prochaines élections présidentielles et législatives auront lieu en janvier 2024. Ayant quasiment terminé ses deux mandats, la présidente taïwanaise actuelle issue du parti DPP ne pourra pas être réélue mais trois candidats sont officiellement

en lice pour la position de Président de la République.

La population taïwanaise est très urbanisée et se concentre sur la côte ouest dont la topologie est constituée d'une série de plaines. Les plus grandes villes de Taïwan sont New Taipei (4 millions d'habitants) qui entoure la capitale, Taichung (2,8 millions), Kaohsiung (2,7 millions) et la capitale Taipei (2,5 millions). Couplé avec la décroissance de la population due à un taux de fécondité très bas, le vieillissement démographique devient un défi de plus en plus important auquel les Taïwanais doivent faire face.

Economiquement parlant, la croissance économique se ralentit après le Covid-19 mais restera positive en 2023. Taïwan été confronté à une baisse temporaire des exportations, à la reconfiguration des chaînes de valeurs mondiales ainsi qu'à une certaine incertitude géopolitique, lesquels engendrent une moindre croissance de l'économie taïwanaise. En interne, l'inégalité des revenus et les prix très élevés des logements constituent également un problème épineux. Le niveau de l'inflation reste quant à lui modéré par rapport à celui des pays européens.

Un commerce extérieur en voie de diversification

Les exportations représentent plus de 60 % du PIB de l'île. Bien que dépendant de l'industrie technologique, Taïwan cherche à diversifier ses partenariats commerciaux et ses investissements stratégiques dans de nouveaux secteurs clés tels que les énergies renouvelables, la biotechnologie et les industries créatives.

Les exportations, très centrées sur les produits électroniques et les semi-conducteurs, sont à destination du voisin chinois et de Hong Kong, devant les États-Unis, l'UE (la France se classe au 22e rang) et le Japon.

Les produits les plus exportés vers la France sont les circuits intégrés, téléphones, vélos et composants de vélo, ordinateurs, composants mécaniques, dispositif de stockage portable, lunettes et lunettes de protection, produits plastiques.

Le Japon est le 2e fournisseur de Taïwan derrière la Chine et suivi par les États-Unis et la Corée du Sud. La France occupe la 19e place des pays fournisseurs de Taïwan. **Les produits les plus importés depuis la France** sont les circuits intégrés, valises, avions, produits cosmétiques,

plaquettes (wafers), vins, composants d'avions, bijoux, éthanol, parfums.

Principaux pays clients (2022)

- 1  Chine
- 2  États-Unis
- 3  Hong Kong
- 4  Japon
- 5  Singapour
- 6  Corée du Sud
- 7  Malaisie
- 8  Viet Nam
- 9  Pays-Bas
- 10  Allemagne

Principaux pays fournisseurs (2022)

- 1  Chine
- 2  Japon
- 3  États-Unis
- 4  Corée du Sud
- 5  Australie
- 6  Allemagne
- 7  Malaisie
- 8  Singapour
- 9  Arabie Saoudite
- 10  Indonésie

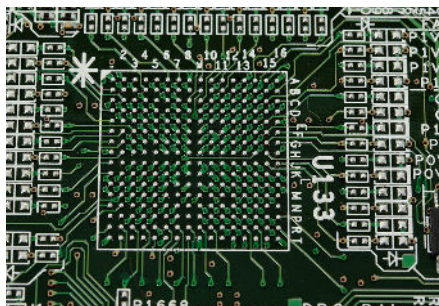
Les principaux secteurs d'activité



ENVIRONNEMENT ET VILLE INTELLIGENTE

Le gouvernement taïwanais vise à la neutralité carbone à l'horizon 2050 et s'oriente vers le zéro déchet en réutilisant les détritiques en tant que matière première, combustible ou engrais. La dépollution de l'air et la protection des milieux aquatiques sont par ailleurs déjà réglementées.

Afin de faire face au problème du vieillissement démographique, des inégalités de développement entre les villes et les campagnes, le gouvernement central veut faciliter la transition numérique et construire des villes intelligentes. Les municipalités offrent des opportunités aux entreprises via des appels à projets pour les Proof of concept et cherchent des solutions innovantes sur des sujets tels que la **décarbonation**, les **transports intelligents** et l'**Industrie 4.0**.



SEMI-CONDUCTEURS ET TIC

Taïwan se classe au premier rang mondial pour la production de puces et pour l'emballage et tests. La valeur de production de la filière taïwanaise des semi-conducteurs s'est élevée à 127,5 milliards EUR en 2022. Sur l'île existe un écosystème complet des sociétés occupant chaque étape de la chaîne de valeur, dont **TSMC**, **leader mondial de la production des puces avancées**. Taïwan figure dans le Top 3 des marchés mondiaux pour les équipements de production de semi-conducteurs.

En termes d'industries de l'information et de la communication (TIC), la valeur de production des produits Tech (ordinateurs, appareils électroniques et produits optiques) a atteint 33,46 milliards EUR en 2022. **Acer**, **Asus**, **MSI** et **Gigabyte** sont des exemples de marques taïwanaises d'ordinateurs et de périphériques informatiques connues au niveau mondial.



VINS ET SPIRITUEUX

En tant que **4e importateur mondial de whiskies** avec seulement 23 millions d'habitants, Taïwan se distingue par une consommation de **boissons alcoolisées premium** et se classe **au 5e rang en Asie**. Le marché des boissons alcoolisées est mature mais demeure dynamique avec une croissance de 13% en valeur et 7% en volume entre 2021 et 2022 pour atteindre une valeur d'importation de 1,27 milliards EUR. Le marché des boissons alcoolisées est fortement atomisé avec une multitude d'importateurs, en particulier sur le segment des vins où Taïwan compte plus de 250 importateurs de vins actifs. Ces importateurs se montrent proactifs dans la participation à de nombreux événements de vins et spiritueux à l'international pour sourcer les produits et trouver de nouvelles références d'intérêt.



PRODUITS ALIMENTAIRES

Le marché des produits gourmets à Taïwan rayonne grâce à une culture gastronomique riche et des consommateurs curieux de tous types de cuisine. L'arrivée du Guide Michelin depuis 2018 qui couvre 4 villes taïwanaises atteste de cette culture gastronomique mature à travers l'île. Fortement réceptif aux cuisines occidentales, Taïwan se hisse par ailleurs au **3^e rang des importateurs de beurre et 4^e importateur de fromages en Asie**. Le fort pouvoir d'achat des consommateurs taïwanais constitue l'un des nombreux facteurs de croissance et fait de Taïwan un **marché à forte valeur ajoutée** pour les ingrédients alimentaires et produits gourmets ou d'épicerie fine. Ainsi, malgré la subsistance de certaines barrières réglementaires, les importations de produits alimentaires évoluent positivement, affichant une croissance de 31% en 2022 (vs 2021) pour atteindre 14,86 milliards EUR.



DÉCORATION

Le marché de la décoration dépasse 4,8 milliards EUR en 2022, en hausse de 2,4% par rapport à 2021 et devrait encore croître de 4,8% pour l'année 2023. Ce marché repose pour plus de la moitié sur les ventes de mobilier d'intérieur, qui enregistrent une progression de 1,8 % en 2022.

Après la pandémie du Covid-19, les Taïwanais accordent plus d'attention à la qualité et au confort de l'intérieur. La population cultive un engouement pour le mobilier fonctionnel permettant un meilleur aménagement de l'espace et la facilité de la vie quotidienne, en raison de la taille modeste des appartements et du prix à la hausse des logements urbains. De plus, les petits articles de décoration liés au style de vie, tels que les articles de table, le linge de maison et les fournitures de salle de bain sont activement recherchés par les acteurs de ce secteur.



AUTRES SECTEURS

o **Lunetterie** : La valeur du marché de la lunetterie dépasse 1 milliard d'euros en 2022 dont plus de 45 % sont représentés par les lunettes de vue. On observe par ailleurs une forte hausse de la demande de lunettes de soleil alors que les gens s'engagent de plus en plus dans des activités de plein air après la pandémie.

o **Mode** : Le marché de la mode à Taïwan reflète une fusion unique de styles traditionnels et modernes. Influencé par les médias et la pression sociale, il se caractérise par des designs innovants et une préférence pour les marques ayant une identité durable, tout en présentant des goûts variés et une versatilité en termes de choix.

o **Energies renouvelables** : Le gouvernement taïwanais a fixé une feuille de route ambitieuse pour développer l'énergie renouvelable à Taïwan. Il vise l'objectif de 30 GW de capacité installée pour le photovoltaïque d'ici 2030 et 20,7 GW de capacité installée pour l'éolien en mer d'ici 2035.



LE SAVIEZ-VOUS ?

**TAÏWAN SE CLASSE PARMIL
LES 10 MARCHÉS LES PLUS
IMPORTANTES AU MONDE
POUR LES PRODUITS DE LUXE.**

Faire du business avec les Taiwanais

Les sociétés taïwanaises sont pragmatiques et font attention aux valeurs ajoutées uniques des produits ou services proposés. Elles ont tendance à examiner minutieusement les éléments fournis avant de confirmer la poursuite d'une discussion. Même si l'environnement des affaires à Taïwan est assez occidentalisé, il est toujours important de travailler sur le relationnel avec les Taiwanais (le « guanxi ») afin d'assurer une collaboration fluide sur le long terme. La réactivité et la souplesse de proposition sont également des points à ne pas négliger.

Le tissu économique taïwanais est composé **principalement de PME**s (environ 98 % des sociétés à Taïwan). Il existe par ailleurs de grands groupes familiaux notamment dans les secteurs de l'industrie et de la finance. Les associations professionnelles servent de relais important pour l'organisation de salons locaux ou pour la constitution d'une délégation taïwanaise afin de participer aux événements internationaux.

Pour la communication B2B, on privilégiera les grands journaux économiques (qui ont tous maintenant leur site web) et les médias spécialisés. L'organisation de séminaires ou ateliers techniques, parfois en complément de la participation à un salon du secteur, est une pratique courante pour atteindre l'audience précise. **Concernant la communication B2C**, les réseaux sociaux les plus utilisés à Taïwan sont Instagram et Facebook. L'application de messagerie LINE est également très populaire à Taïwan avec les possibilités de créer des comptes officiels de différentes entreprises, associations et même institutions administratives. Les collaborations avec influenceurs prennent de plus en plus d'ampleur pour la promotion de produits.



Au sujet de la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) à Taïwan, cela se traduit notamment dans la décarbonation des process, la protection environnementale, l'éducation artistique et dans le soutien des groupes défavorisés. Certaines grandes entreprises établissent chacune une association à but non-lucratif pour faciliter leurs actions de la RSE.



Opération réussie : VINEXPO ASIA 2023

Contexte

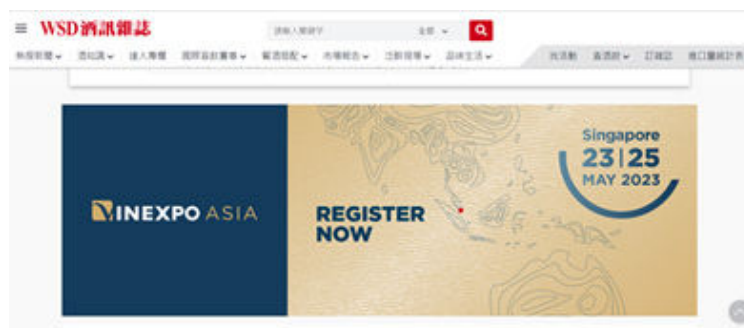
L'équipe marketing de Vinexpo Asia (Comexposium) a sollicité Promosalons Taïwan afin de concevoir et mettre en place une campagne de promotion vis-à-vis des professionnels taïwanais du secteur des boissons alcoolisées. L'objectif était de promouvoir le salon Vinexpo Asia 2023 à Singapour auprès des professionnels taïwanais ainsi que de recruter des visiteurs et acheteurs qui se déplaceraient sur le salon.

Points forts de la campagne

- 2 vagues d'emailing auprès de plus de 2000 contacts du secteur des boissons alcoolisées pour diffuser l'information sur le salon ;
- Plus de 100 appels téléphoniques auprès des contacts clés pour les inviter sur le salon et faciliter leur inscription ;
- Recrutement de 4 Top Buyers sur le salon, avec la concrétisation de plus de 40 RDV ;
- 14 publications sur les réseaux sociaux des professionnels du monde du vin en amont, pendant et en aval du salon ;
- 2 reportages presse : 1 article publicitaire en amont du salon et 1 reportage de fond a posteriori du salon, réalisée par la principale revue professionnelle des boissons alcoolisées à Taïwan, Wine & Spirits Digest.

Bilan

Les actions de Promosalons Taïwan se sont avérées fructueuses. Plus de 220 visiteurs taïwanais se sont préinscrits sur le salon, dont une majorité de cadres dirigeants et de responsables achats des sociétés d'importation de boissons alcoolisées.



Les principaux salons professionnels

Computex Taipei / InnoVEX

4 – 7 juin 2024

Taipei

SECTEUR

TIC

1 000 exposants de 26 pays en 2023

47 594 visiteurs de 150 pays en 2023



InnoVEX

Taipei International Food Show (FOOD TAIPEI)

26 – 29 juin 2024

Taipei

SECTEUR

ALIMENTATION

1 053 exposants en 2023

46.539 visiteurs de 93 pays en 2023



Taipei Cycle

6 – 9 mars 2024

Taipei

SECTEUR

VELO

881 exposants en 2023

21 800 visiteurs en 2023

TAIPEI CYCLE

SEMICON Taiwan

4 – 6 septembre 2024

Taipei

SECTEUR

SEMI-CONDUCTEUR

950 exposants en 2023

+62 000 visiteurs en 2023



Energy Taiwan

2 – 4 octobre 2024

Taipei

SECTEUR

ENERGIES RENOUVELABLES

359 exposants en 2023

24 359 visiteurs en 2023



Smart City Summit & Expo

19 – 22 mars 2024

Taipei

SECTEUR

VILLE INTELLIGENTE

550 exposants en 2023

+130 000 visiteurs en 2023



Taipei Int'l Wine & Spirits Festival

novembre 2024

Taipei

SECTEUR

VIN & SPIRITUEUX

656 exposants en 2021



Taiwan Healthcare Expo

novembre 2024

Taipei

SECTEUR

SANTÉ

650 exposants

550 B2B match

35 000 visiteurs professionnels en 2022



L'organisation Taiwan External Trade Development Council (TAITRA) est l'entité organisatrice d'une vingtaine de salons B2B à Taïwan, souvent en lien avec différentes associations professionnelles telles que SEMI, Taipei Computer Association, Taiwan Electrical and Electronic Manufacturers' Association etc. Ces salons s'avèrent de plus en plus internationaux avec un nombre croissant d'exposants et de visiteurs venant de l'étranger. TAITRA

opère également la marque « Taiwan Excellence » affichée sur les pavillons taïwanais au sein des salons hors Taïwan.

En plus de TAITRA, d'autres sociétés taïwanaises d'évènementiel organisent des salons plutôt orientés grand public à Taïwan, notamment dans les secteurs du tourisme, des produits alimentaires, des vins, de l'électronique grand public etc.

Les salons français les plus connus à Taïwan, dans leurs filières respectives, sont le SIAL, Wine Paris & Vinexpo Paris, Pollutec, le salon du Bourget (SIAE), World Nuclear Exhibition, Viva Technology, Maison & Objet et Who's Next.

Votre délégation

La délégation Promosalons à [Taïwan](#) est assurée par le bureau taïwanais de Business France qui se situe à Taipei. Forte de ses expériences d'accompagnements des entreprises françaises sur le marché taïwanais et d'organisation d'événements B2B dans de divers domaines, l'équipe sectorialisée compte au total 8 personnes et se démarque par une compréhension profonde du marché taïwanais. Elle est prête à soutenir le rayonnement des salons français.



Wayne WANG : Délégué
Promosalons Taïwan, attaché Tech & Industries ; 6 ans d'expérience dans la filière



Anne GUINAUDEAU : Attachée agroalimentaire ; 10 ans d'expérience dans la filière



Clélia HSIEH : Attachée Décoration, Mode et Santé ; 9 ans d'expérience dans la filière