

Le vin et la Chine



Introduction

Nous allons étudier dans ce cours les différents aspects de la relation de la Chine au vin. Le sujet est vaste car ce pays possède à présent le second plus grand vignoble du monde, des terroirs et des techniciens aptent à produire des vins de très bonne qualité mais reste un marché très ouvert pour les importateurs. Malgré les difficultés liés à l'export vers ce pays les viticulteurs, les négociants de nombreux pays producteurs se tournent vers ce nouveau marché. Les grands négociants français ont tous misés sur la Chine. Les interprofessions, les administrations chargées de développer les techniques ou le développement du commerce sont tous présents, prêts à accompagner ceux qui veulent tenter l'aventure asiatique, colloques, voyages d'études, formations, études variées. Et cela ne concerne pas que le Bordelais, toutes les régions viticoles de France ont envie de saisir cette opportunité.

Mais les investisseurs chinois s'intéressent aussi de près à notre vignoble. Depuis 2011, le nombre de domaines bordelais vendues à des grands groupes chinois ne cessent d'augmenter. Le rythme est parfois trop rapide et certains châteaux ont été acheté suite à des détournements de subventions de l'état chinois. Beaucoup de vins et de spiritueux prestigieux français ont été achetés pour des cadeaux d'entreprise ou autres faisant augmenter de manière insensée le prix de nos grands crus qui deviennent inaccessibles. Le président chinois Xi Jinping, très impliqué dans la lutte anti-corruption, s'intéresse de près au monde du vin et en particulier avec le vin français considéré comme un produit de luxe en Chine.

Chapitre 1 : Localisation des vins de Chine

Le vignoble chinois se localise sur dix grandes régions principales réparties en différents lieux, essentiellement sur la façade est et dans le centre de la Chine. Les 3 régions les plus intéressantes sont le Shandong qui est le bassin historique, le Hebei et le XinJiang. Le climat, la topographie puis la localisation des grandes villes conditionnent l'emplacement des vignobles.

Voici les différentes régions :

- **Jilin** : située au Nord-Est de la Chine. C'est une région très froide et assez peu productrice. Elle est réputée pour ses vins blancs moelleux.
- **Hebei** : célèbre pour ses vins blancs secs. C'est une région très ensoleillée et sèche. Le froid et la mousson y sont atténués.
- **Shandong et Pékin à Tianjin**, qui à elle seule représente 60% de la production chinoise. Il s'agit d'une région ensoleillée, assez peu humide, mais plus que le Hebei. La viticulture y est caractérisée par une conduite en espaliers. Cette région s'étend sur 20 000 hectares de vignes au total. Beaucoup de cépages sont représentés comme le Chardonnay, l'Italian Riesling, le Cabernet Sauvignon, le Cabernet Franc, le Cabernet Gernischt, le Merlot, le Carignan et l'Ugni blanc. C'est le cœur de la viticulture chinoise.
- **Shanxi et Shaanxi** avec des domaines de prestige, producteurs de vins rouges de qualité. Le froid et la mousson sont atténués. Cette région est caractérisée par des sols alluviaux, sableux, parfois assez fertiles, des espaliers et des cépages classiques : beaucoup de Riesling italien.
- **Gansu et Ningxia** : Ce sont des régions froides à très froides l'hiver, tempérées l'été (le Ningxia est à mille mètres d'altitude), assez sèches car il n'y a pratiquement pas de mousson, désertiques à l'Ouest.

- **Oasis du Xinjiang (Turfan)**, renommée pour les vins rouges doux (muscat). Cette région possède une condition naturelle idéale, un climat doux, une pluviométrie modérée et un sol fertile.
- **Plateaux de la région du Yunnan**, dont les vins rouges sont de plus en plus connus. merlot, cabernet sauvignon, grenache noir sont des cépages assez bien adaptés.
- **Région de Chine centrale (Henan)**, avec des productions plus ordinaires.

L'intérieur des terres, au climat extrême, se prête davantage au raisin de table ou sec, comme dans la province du Xinjiang, au Nord-Est, située à 150 mètres d'altitude. Au Nord-Est, le climat maritime est tempéré malgré les typhons occasionnels et donne les meilleurs vins du pays, surtout dans les provinces côtières de Shandong, Hebei et Tientsin.

Major Wine Producing Regions in China





source carte : Chine Japon Corée de P.Gentelle et P.Pelletier Edition Belin-Reclus

Chapitre 2 : Histoire

Du raisin pourrait avoir été utilisé en Chine pour élaborer des boissons fermentées depuis 7000 ans avant notre ère. Les raisins sauvages locaux étaient une source de levures naturelles favorisant la fermentation alcoolique, il était associé à du miel et du riz. Puis les traces de raisins se perdent et on trouve essentiellement des traces de boissons fermentées élaborées à base de riz ou de millet 1000 ans avant notre ère.

Les Chinois consommaient trois types de boissons alcooliques, pour des circonstances religieuses :

- Chang : (céréales + herbe particulière) fermentées
- li : une boisson à base de céréales sucrée (miel) avec un faible degré alcoolique (genre de bière sucrée)
- jiu : une boisson fermentée et filtré, plus riche en alcool (10 à 15% alc vol).

La vigne cultivée est de la vigne européenne (*vitis vinifera*) introduite via l'Asie centrale au deuxième ou premier siècle avant notre ère. Les Chinois n'ont pas utilisé le potentiel de leur propres cépages indigènes pourtant riches (40 espèces de *vitis*). Le raisin est souvent présent mais très peu utilisé pour faire du vin, il est essentiellement consommé frais ou séché.

A partir du VII^e siècle, un vignoble se développe dans la région de l'actuelle région de Xinjiang et un nouveau cépage apparaît qui est encore présent aujourd'hui «la mamelle de jument» ou maru putao. Il est importé dans la région de Taiyuan au shanxi. Cette région deviendra un centre viticole sous les dynastie Tang et Yuan et il est possible que le vin était distillé. Rapidement les secteurs subtropicaux se relevèrent des secteurs difficile pour ce type de culture. Les régions plus au nord étaient favorisées. Puis l'intérêt pour le vin s'estompa, le raisin était toujours cultivé mais il n'était plus fermenté.

Il faudra attendre le XVII^e siècle et l'empereur Kangxi pour qu'une nouvelle dynamique se mette en place. L'empereur initié au goût des vins de Bordeaux décida d'en planter dans son empire.

Au XIX^e siècle, la présence des Européens sur le continent asiatique et de leurs missionnaires obligent à avoir du vin pour célébrer le culte. Du vin est importé d'Europe. En 1892, Un ancien diplomate chinois habitué à résider en Europe décide de créer son activité de négoce. Il crée la cave de Changyu sur le littoral du shandong. Il est devenu le plus gros producteur de vins d'Asie.

Puis les missionnaires créent à leur tour des vignobles. En 1910, un vignoble est créé dans l'actuel Beijing par les missions française. Les missions allemandes créent leur vignoble à Tsingtao. Les japonais créent à leur tour une cave à Jiling. La vigne commença à se répandre dans le nord, l'est et à proximité du Tibet.

Durant la période de coopération avec l'URSS, la Chine importe des vins de l'Europe de l'Est. L'état décide d'augmenter la surface cultivée en vigne à l'est de Pékin, puis sur les rives du fleuve jaune. Les cépages sont importés d'Europe de l'Est, en particulier de Roumanie et de Bulgarie. Une dizaine de grandes caves de vinification sont créées. Elles seront au nombre de 100 dans les années 1970.

Le vin produit était souvent issu d'un mélange entre fruit et raisin, additionné d'épices et de sucre. Les vins étaient très parfumés et sucrés. Une levure locale apportait même des arômes de cannelle. ses vins étaient assez chers.

Il a fallu attendre la politique de réforme et d'ouverture à l'international pour que la production soit réellement importante. En l'an 2000, le vignoble couvrait 453 000 hectares. Il est de 799 000 aujourd'hui. Durant cette période d'expansion c'est la quantité qui primait sur la qualité. La demande concernait des vins d'entrée de gamme et les viticulteurs étaient payés au poids et non pas à la

qualité. On retrouve donc les mêmes problèmes que ceux rencontrés par la coopération française durant les années 1950 à 1985.

À partir des années 1980, les Chinois ont désiré acquérir plus de technicité et ont fait appel à des négociants étrangers. La maison de Cognac Rémy Martin a créé une coentreprise avec la ville de Tianjin qui porte le nom de Dynasty. L'entreprise est cotée en bourse depuis 2005.

En 1987, Beijing Winery s'associe au groupe Pernod-Ricard et crée Beijing Dragon Seal Winery. Les vins étaient élaborés avec des cépages bordelais et plutôt destinés aux touristes étrangers visant la Chine.

L'entreprise Changyu a établi en 2002 un partenariat avec le groupe Castel. Ils élaborent des vins très fruités spécialement élaborés pour la clientèle chinoise.

Chapitre 3 : Economie

La Chine est :

- 1° marché mondial pour la consommation de vin rouge
- 5° pays consommateur de vin au monde
- 2° producteur mondial de raisin
- 8° producteur mondial de vin
- 1° consommateur mondial de spiritueux
- 2° marché mondial pour le Cognac

En 1987, l'état chinois définit une politique de réduction des investissements dans les industries de l'alcool « de hauts degrés ». Cette politique encouragea les alcools à base de fruits au détriment des alcools de sorgho, afin d'en limiter la consommation, tant pour constituer des réserves alimentaires et diminuer les importations de céréales, que dans un but de santé publique. Cette politique a favorisé le développement de la viticulture.

La Chine est un pays producteur et consommateur. Avec plus de 1,4 milliards d'habitants et une production en vin encore inférieure à la demande, le pays constitue un marché très ouvert pour les autres pays producteurs.

Surface en production : 799 000 hectares en 2014 (soit 9,5% du vignoble mondial) ce qui le place en deuxième position entre l'Espagne et la France.

Production de vins : 1.12 millions d'hectolitres, c'est le 8° producteur mondial de vin (4,13% de la production mondiale).

Le nombre de domaines chinois a doublé en 10 ans. En 2014, il y avait 1200 domaines viticoles. Ce sont dans les régions du Shandong, du Hebei et de Tianjin, que sont localisées toutes les grandes entreprises à stature nationale ou internationale, et notamment les cinq sociétés produisant plus de 200 000 hl de vin : Changyu, Dynasty, COFCO Huxia Great Wall, Tong Hua, Dragon Seal et Yantai COFCO-Great Wall.

En 2001, l'adhésion à l'OMC (Organisation Mondiale du Commerce) imposa aux vins chinois de se conformer aux critères internationaux en matière de technologie de production, de qualité et de goût. L'intégration dans l'OMC contribue à développer les contrôles concernant la sécurité alimentaire, le respect des normes internationales et les grades de qualité, même si le niveau de fraude et les contrefaçons demeurent élevés sur le marché intérieur.

Une conséquence directe des progrès techniques et qualitatifs liés à l'adhésion à l'OMC fut l'adoption en 2004 d'un « standard chinois » du vin, interdisant les mélanges d'eau, de jus ou d'arômes, qui

constituèrent jusqu'à 75% de la consommation intérieure en volume des années 1999-2000. L'obligation, à partir de novembre 2002, d'indiquer sur les étiquettes la composition exacte du produit et la teneur en alcool a limité les mélanges de vins en vrac de plusieurs origines.

C'est le pays où on voit le plus de publicité pour le vin, dans toutes sortes de médias, que cela soit la télévision ou les magazines. La communication sur le vin en Chine est basée sur un modèle très semblable à celui des spiritueux ou de la bière. On parle très peu du produit en lui-même, mais plutôt de la marque, de l'association du produit à la marque.

Il y a une grande concentration de l'offre chinoise : 3 entreprises représentent 50% du marché, 10 entreprises représentent deux tiers de l'offre de vin chinois.

Les entreprises chinoises sont engagées dans un processus de rationalisation et de concentration, afin de créer des marques nationales fortes, avec une communication importante. Du fait de l'adhésion de la Chine à l'OMC et de la baisse des droits de douane à 14% des bouteilles jusqu'à 2 l, elles souhaitent occuper le terrain face à la pression d'une concurrence étrangère plus développée. Le gouvernement chinois favorise le développement de ces champions nationaux capables de résister aux entreprises étrangères, voire de s'imposer face à elles en Asie.

Les sociétés productrices sont des joint-ventures, soit des sociétés chinoises qui ont adopté les méthodes de fabrication de vin occidentales.

- Changyu Pioneer wine : C'est le plus grand producteur de vin en Asie. Il détient plus de 20% de part de marché en Chine
- China Great Wall wine (groupe COFCO) : Ce label basé dans la province de Hebei fait parti du groupe agro-alimentaire [COFCO](#) qui capte plus de 17% des parts du marché du secteur viticole national (mais plus de 30% dans le Sud du pays). Le groupe a également une position dominante en terme d'exportations chinoises
- Tonghua : La société représente près de 45% dans le nord du pays (part au niveau national : 14%)
- Dynasty wine : Tonghua : La société représente près de 45% dans le nord du pays (part au niveau national : 14%)
- Yantai Weilong Grape Wine Co avec 3,9% des parts de marché
- Weitai Victor Winery avec 3,9% des parts de marché

Exportations

En 2013, le pays a exporté 1,90 millions de litres de vin pour une valeur totale de 38,56 millions USD. Les exportations ont ainsi diminué de 1% en volume mais augmenté de plus de 73% en valeur par rapport à 2011, signe que les vins exportés ont été de meilleure qualité et se sont vendus plus cher sur le marché,

La majorité des vins exportés (91% du volume) en 2013 étaient des vins embouteillés. Les pays importateurs des vins chinois sont Hong-Kong, la France, la Belgique et Macao. Hong-Kong représentait à elle seule 53,2% du volume et plus de 90,2% de la valeur des exportations de vin. La France était le second client du pays en valeur (2,2% des parts de marché) et le troisième en volume (7,9% des parts de marché).

Marché potentiel chinois

La Chine est en 5ème position des pays consommateurs de vins au monde avec un potentiel de 248 millions de consommateurs. A l'heure actuelle, ce marché est dominé par les vins rouges qui représentent 50% des vins importés. La Chine est devenue le leader mondial de la consommation de vin rouge, devant la France et l'Italie avec 1,87 milliards de bouteilles consommés en 2012. La consommation par habitant n'est que 1,12 litre par an, ce qui est faible par rapport aux consommateurs français (46 l/an/hab). La consommation de vin se démocratise dans les grands centres urbains chinois, ce qui a expliqué une spectaculaire augmentation annuelle de la consommation nationale en volume jusqu'en 2013. Malgré le ralentissement constaté en 2014, la Chine pourrait devenir le plus gros marché du vin au monde dès 2017.

La moitié de la population chinoise a moins de 35 ans. La scolarisation en Chine est obligatoire. L'urbanisation se développe. Sur environ un milliard trois cent millions d'habitants en Chine, 60% vivent à la campagne, 40% en ville. C'est en ville que se situent les consommateurs, avec une population urbaine qui croît de l'ordre de 13 à 15 millions chaque année.

Le marché chinois du vin est constitué par 2 millions d'expatriés, 120 millions de cadres et d'entrepreneurs à revenus élevés et 200 millions de personnes appartenant aux classes moyennes, soit environ 320 millions d'individus. Ce segment des consommateurs potentiels s'accroît de plus de 10% par an. Les consommateurs potentiels de produits occidentaux se concentrent sur la zone côtière, autour des grandes métropoles de Pékin, Shanghai et Canton (environ 200 millions de personnes).

Critères des choix des vins : Les principaux critères d'achats sont le prix, la publicité, l'emballage et l'origine du produit. Le vin est considéré comme un produit de luxe.

La fonction de l'achat est très forte : on consomme entre amis, où le vin est utilisé comme cadeau. Il s'agit d'une consommation très ostentatoire. La consommation de vin a une fonction sociale.

Lieu et période de consommation : Autrefois, les Chinois ne consommaient des boissons alcoolisées que lors d'occasions et de célébrations spéciales. L'alcool était consommé avec les membres de la famille et les proches selon certains rituels en signe de respect. Cette pratique est toujours courante chez les générations plus âgées. Mais aujourd'hui, l'alcool n'est plus réservé aux occasions officielles. Il permet de se relaxer et se réunir entre amis.

La consommation de vin est assez « saisonnière », elle est marquée surtout par le nouvel an chinois (26 janvier 2009, 14 février 2010), mais aussi par la Saint Valentin, la fête du 1er mai et la fête nationale (le 1er octobre).

Les Chinois rendent ainsi visite à leurs familles et apportent des cadeaux, dont du vin. Dans les repas d'affaires, hôtels, et karaokés, lieux où le vin commence à se faire une place, on boit plus pour une question d'image et de santé.

En 2005 la consommation d'alcool des Chinois se répartit de la façon suivante :

- 58% de spiritueux
- 40% de bière
- 2 % de vin

- 68% des vins consommés sont des rouges secs, 23% des rouges doux , 8% sur les blancs secs et 1% sur les autres blancs.

- 69 % des vins consommés sont des vins locaux. La majorité des vins locaux contiennent entre 30 et 40% de vins importés en vrac.

Distribution du vin en Chine :

La société nationale chinoise d'importation et d'exportation des céréales et des oléagineux (SNCOA / COFCO) détient un monopole comme grossiste et distributeur de boissons alcoolisées importées.

La répartition des achats par circuit, en valeur, selon les panels de consommateurs, est la suivante :

- 41% pour les centres commerciaux, les hypermarchés et les supermarchés,
- 28% pour les hôtels et restaurants,
- 27% pour les bars, les cafés,
- 4% pour les magasins de détail.

Le vin se trouve dans tous les formats de la distribution moderne, depuis le hard-discount jusqu'au grand magasin, mais aussi via Internet et les clubs d'achat et de distribution.

Le réseau des CHR représente plus de 86% des débouchés pour les vins et spiritueux importés en bouteille. Les cavistes sont encore rares, mais se développent régulièrement, parfois sous l'influence étrangère.

Un phénomène spécifique à la Chine est le développement de magasins exclusifs d'une marque. L'exemple a été donné par Changyu, qui a ouvert de nombreux points de vente exclusifs au Shandong, puis au Fujian.

Les grandes enseignes de distribution étrangère (135 Carrefour, 37 Metro, 40 Auchan,...) se développent et représentent 35% des ventes de vins importés, mais moins de 5% des ventes de détail.

51% des supermarchés proposent des vins étrangers.

Plus le supermarché est grand, plus la place accordée aux vins étrangers est grande. En moyenne, c'est 21% de la superficie totale du rayon qui est consacrée aux vins étrangers.

Concernant les prix, les vins chinois varient de 18 yuans à 95 yuans par bouteille, celui des vins étrangers de 62 yuans à 143 yuans. Le prix médian des vins étrangers (89 yuans) est au moins deux fois plus élevé que le prix médian du vin chinois.

La principale difficulté de ce marché est le manque de connaissances de ce produit par le consommateur chinois. La plupart des consommateurs chinois ont du mal à juger de la qualité réelle des vins. Ce qui n'encourage pas forcément les entreprises à faire des efforts qualitatifs.

90 % des vins consommés sont des vins locaux. Sur les 10% qui sont importés, 70% est du vrac. Ce sont principalement des vins chinois qui se vendent et se consomment en Chine.

90% de la consommation porte aujourd'hui sur des vins d'entrée de gamme entre 3 € et 3,50 €. Les vins français ont un tarif pro export de moins de 3,50 € H.T.

Importation :

Les importateurs jouent un rôle secondaire si l'on prend en compte le marché global (10% des ventes), mais un rôle plus important si l'on considère uniquement le circuit des hôtels-restaurants. De fait, 80% des vins importés sont distribués dans le circuit du « hors-domicile » qui représente lui-même 55% des occasions d'achat et de consommation des buveurs de vins.

Il y a trois entreprises de tête : ASC – Fine Wines, Summergate et Montrose qui sont présentes dans tous les canaux de distribution et ont un portefeuille complet de grandes marques internationales.

L'américain ASC-Fine Wines est le leader des importateurs-distributeurs étrangers. L'américain Montrose est spécialisé dans l'hôtellerie de luxe, la restauration haut de gamme et la vente directe par Internet.

Les français sont nombreux: DT ASIA (groupe Ballande), French Wine Paradox (Shanghai et Hangzhou), Patrick Jouvenel (Shanghai),... Les entreprises occidentales leaders de vins et spiritueux possèdent leur propre filiale d'importation- distribution ou leur importateur-distributeur exclusif.

En termes de segmentation du marché, les vins importés français représentent 48% de parts de marché en volume. Au sein de l'offre française, on assiste à une diversification. Alors qu'il y a quelques années encore, le consommateur chinois ne connaissait que les vins de Bordeaux, d'autres régions viticoles comme le Rhône, le Languedoc, l'Alsace, la Loire sont maintenant bien identifiées. Depuis quelques années, l'agressivité de certains pays du «Nouveau Monde», a provoqué un ralentissement de la croissance des vins français.

Les évolutions qu'a connu le marché chinois en 2013 et 2014 ne doivent toutefois pas masquer celles qui ont eu cours à plus long terme : la consommation de vin, les échanges ainsi que la culture de la vigne et du vin se sont intensément développés ces dix dernières années. Le niveau des importations chinoises de vin en est un bon exemple : la Chine aura été en 2014 le 6ème importateur mondial en volume, avec 457,8 millions de litres importés soit une hausse de 1,6% par rapport à 2013, comme en valeur, avec un montant total de 1.145 millions EUR, soit une baisse de 2,2%,

La France est leader sur le marché chinois depuis 2010. Elle suit la progression des importations chinoises de vin et bénéficie de rythmes de croissance comparables, même si ses importations ont baissé en 2014. La France, avec 33,7% de parts de marché en volume et 43,3% en valeur, recule en effet par rapport à 2013, notamment sous la pression des vins australiens et chiliens. La Chine importe aujourd'hui plus de vin français que les Etats-unis, le Canada ou le Japon.

Les autres grands importateurs sont l'Australie, le Chili, et l'Espagne.

Le Chili, la Nouvelle-Zélande et l'Australie ont passé des traités de libre-échange avec la Chine. Le taux zéro sur les tarifs douaniers est intervenu en 2012 pour la Nouvelle-Zélande, en 2015 pour le Chili puis entrera en vigueur en 2018 pour l'Australie. Ses traités et le mode de commercialisation offensif de l'Australie et du Chili vont être un frein pour l'importation des vins français dans les années à venir, notre pays ayant eu de mal à se positionner sur un marché de marque.

Entre 2008 et 2012, la consommation de vins français a été multipliée par 4,6. Celle des vins australiens de 1,5 et celle des vins espagnols par 6.

Le Chine est le premier pays consommateur de vins au monde. La consommation de spiritueux a augmenté de 82,7% en 5 ans (essentiellement production locale).

Si la Chine est un des plus importants marchés du vin au monde, la qualité de ses produits s'améliore trop lentement pour pouvoir concurrencer les vins étrangers, en particulier français, bien qu'ils soient vendus à des prix très élevés,

Achats de propriétés en Chine

Les investisseurs chinois misent sur le vignoble français et en particulier Bordelais. La bourgogne attire également, mais la faible disponibilité des domaines à vendre, la pression des grandes fortunes françaises désireuses d'acquérir des terres en Bourgogne rend la tâche plus difficile que dans le Bordelais. La vente de Château Gevrey Chambertin 2,3 hectares en Côtes de nuit en 2012, à Louis Ng Chi Sing, propriétaire de salle de jeux à Macao a fait coulé beaucoup d'encre et délier des langues dans le vignoble bourguignon, alors que les ventes sont nettement mieux acceptées dans le

Bordelais, région où de nombreuses vagues d'investisseurs étrangers et français sont à la base de l'histoire et de la notoriété du vignoble.

Dans le Bordelais, plus de 120 domaines ont été acquis par des investisseurs chinois. L'accélération des achats c'est produit à partir de 2011. Les acquéreurs sont des hommes d'affaires très riches, qui sont attirés par les vignes bordelaises pour différentes raisons. L'achat de vigne est vu comme un placement financier, mais de plus l'achat des marques donnent des possibilités d'exclusivités et de ventes facilitées en Chine. Les châteaux ne sont pas les plus connus, car moins facilement accessibles et car les consommateurs chinois non ou peu avertis ont encore du mal à différencier nos grands châteaux. Le nom Château associé à Bourgogne ou à Bordeaux suffit à les faire rêver.

Un premier château a été acheté en 1997 par Peter Kwok sur Saint Emilion, puis il faudra attendre 2008 pour une nouvelle acquisition, château Latour-Laguens par un autre groupe. Depuis l'année 2011 le nombre de transaction est en très forte augmentation (entre 15 et 25 achats par an). Les domaines ne sont pas forcément des domaines prestigieux. L'idée est souvent de vendre la majeure partie du vin en Chine mais également de proposer de l'oenotourisme haut-de-gamme à un public chinois fortuné. La pression d'achat sur les AOC les plus prestigieuses se répercute sur les prix. L'AOC pomerol très convoitée, dépasse les 2,3 millions l'hectare.

Corruption et achat de domaines :

Mr Naije Qu, homme d'affaires de Dalian (nord-est de la Chine) à la tête du groupe Haichang est devenu l'un des plus grands propriétaires du Bordelais. En 5 ans il a acheté 23 domaines viticoles, couvrant en tout 500 ha dans le Bordelais. Certains de ces domaines auraient été achetés avec des fonds publics chinois détournés.

Dans le cadre d'un vaste plan de lutte contre la corruption lancé par Xi Jinping, chef de l'État chinois la cour des comptes chinoise a révélé que de l'argent public avait été détourné en 2013 par des consortiums d'État et, à travers eux, de riches hommes d'affaires de l'Empire du Milieu pour acquérir des vignobles en France, dont 14 châteaux dans le Bordelais.

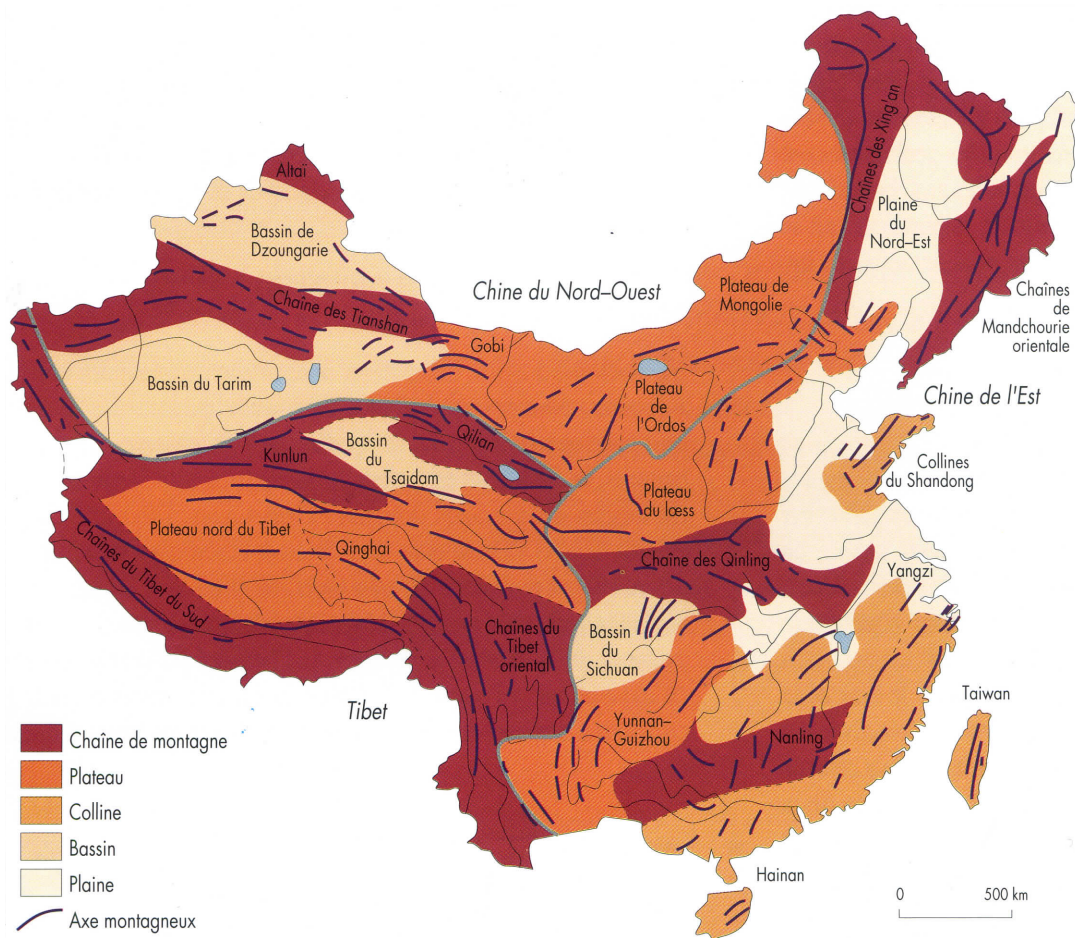
La cour des comptes signale de somptueux voyages d'agrément dont auraient bénéficié des dignitaires. Plus de 1 100 d'entre eux font l'objet d'enquêtes. La cour dénonce 314 cas de « violations majeures de la loi et de la discipline ». Deux des conglomérats identifiés, basés dans la métropole portuaire de Dalian (nord-est) auraient ainsi détourné 32 millions d'euros destinés à l'achat de technologies étrangères, pour acquérir des propriétés dans le vignoble français. L'un d'eux, Haichang Group, dont les activités vont du transport maritime aux hydrocarbures en passant par l'immobilier, est très connu à Bordeaux.

Voici quelques uns des châteaux bordelais qui sont passés sous bannière chinoise:

Nom du domaine	région	AOC	investisseur	surface hect	date achat
Ch. la Rivière	Libournais	Fronsac	Famille Wok- Groupe Brilliant-Négoce de thés, impressions, immobiliers de luxe - Hong Kong	60	2013
Ch. Bertineau-St-Vincent	Libournais	Lalande-de-Pomerol	Mr Sutong Pan PDG Goldin Financial Holdings à Hong Kong	5,6	2013
Ch. Le Bon Pasteur	Libournais	Pomerol	Mr Sutong Pan	6,6	2013
Ch. Rolland Maillet	Libournais	Saint Emilion	Mr Sutong Pan	3,35	2013
Ch. Loudenne	Médoc	Médoc cru Bourgeois	Mr Huaili Zhong industriel chinois spiritueux	132	2014
Ch.de Viaud	Libournais	Lalande-de-Pomerol	COFCO	20	2011
Ch. Grand Mouëys	Entre-deux-mers	Côtes de Bordeaux	Mr Jinshan Zhang, président du groupe NingXia (alcool, immobilier, restauration)	54	2012
Ch.Haut Brisson	Libournais	saint Emilion GC	Peter Kwok . Industriel Energie Hong Kong	16	1997
Ch. Tour st Christophe	Libournais	saint Emilion GC	Peter Kwok	11	2011
Ch. La Patache	Libournais	pomerol	Peter Kwok	3,18	2012
Enclos de Viaud	Libournais	lalande-de-Pomerol	Peter Kwok	2,48	2012
EnclosTourmaline	Libournais	pomerol	Peter Kwok	1	2012
Château Tourans	Libournais	saint Emilion GC	Peter Kwok	12,6	2015
Ch. Richelieu	Libournais	fronsac	Mr An Yinghui: A&A international Hong Kong (perle joaillerie)	14	2009
Ch. Latour Laguens		Bordeaux	Longhai group - immobilier	30	2008
Ch.Chenu-Lafitte	Rive droite	Côtes de Bourg	Qu Naijie/Haichang Group	40	2010
Ch.Hauterive	Rive droite	Côtes de Bourg	Qu Naijie/Haichang Group	55	2013
Ch Grand Jour	Rive Droite	Côtes de Bourg	Qu Naijie/Haichang Group	88	2013
Ch. Laulan- Ducos	Médoc	médoc cru Bourgeois	Mr Shen DongJung - joaillerie Tesiro Shanghai	22	2011
C. Moulin à vent	Médoc	Moulis	Yu Shi & Hongtao Group	23	2013
Ch. Grand Ferrand		Bordeaux	Yu Shi & Hongtao Group	82	2013
Ch.Bourdicotte		Bordeaux	Yu Shi & Hongtao Group	103	2013
Ch. Rochers-Bellevue	Libournais	Castillon CDB	Yu Shi & Hongtao Group	20	2014

Chapitre 4 : géographie viticole

Vins de Chine :



Source carte : organisation du relief et des fleuves
Chine Japon Corée de P.Gentelle et P.Pelletier Edition Belin-Reclus 1994

La géographie de la Chine est variée, de par sa superficie (3^e plus vaste du monde) et la présence de très nombreux massifs montagneux. 40% du territoire chinois est à une altitude supérieure à 2000 m. Les montagnes chinoises sont les plus hautes d'Asie. L'Himalaya culmine à 8848 m. On trouve également les hauts plateaux tibétains. Le nord ouest est constitué par deux bassins désertiques séparés par une chaîne montagneuse.

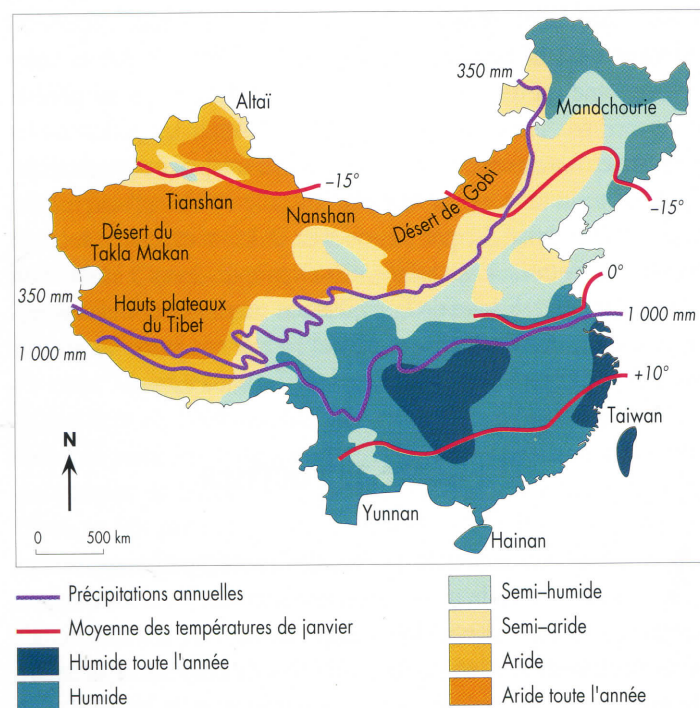
L'organisation générale du relief de la Chine est liée à la collision de la plaque indienne dans la plaque asiatique, entraînant la surrection de nombreuses chaînes montagneuses mais également des zones de fractures, d'effondrement et des modifications du climat de part et d'autres de la zone de collision. La plaque indienne continue à avancer et est à l'origine des nombreux accidents tectonique touchant la région. Le séisme de 2015 au Népal a causé plus 8 200 décès, celui de 1943 17000. Depuis un millénaire une quinzaine de grands séismes ont concerné l'arc himalayan.

Dans le nord de la Chine, l'hiver est très froid et dure du mois de décembre au mois de mars. A Pékin par exemple, la température dépasse rarement 0°C mais le temps reste sec et surtout ensoleillé. En Mongolie, il y fait encore plus froid avec des températures pouvant atteindre les -40°C. L'été s'étend du mois de mai au mois d'août, et à Pékin, la température peut atteindre 40°C. Juillet et août sont des mois de mousson: au nord comme au sud, les pluies tombent essentiellement pendant la période

estivale. Durant le printemps et l'automne il pleut moins et les températures sont comprises entre 20°C et 30°C.

Dans le centre, le long du Chang-Jiang (Yangzi) les étés sont chauds, longs et humides. Les températures y sont les plus élevées entre le mois d'avril et le mois d'octobre. Les hivers y sont froids, avec des températures descendant au dessous de 0°C. Le temps peut être humide tout au long de l'année, sauf en été.

Dans le sud, la saison chaude et humide s'étend du mois d'avril au mois de septembre, et les températures peuvent atteindre 40°C. Cette saison est aussi celle des pluies. L'hiver qui ne dure que de janvier à mars n'est pas aussi froid que dans le nord. Durant le printemps et l'automne les températures moyennes sont de 23°C, mais le temps peut-être variable.



Source carte : *De l'humide à l'aride*
Chine Japon Corée de P.Gentelle et P.Pelletier Edition Belin-Reclus 1994

Les vins sont produits sur différentes régions de Chine ayant une climatologie variée. La partie extrême sud de la Chine (Yunnan, du Guangxi et du Guangdong et l'île de Hainan) possède un climat tropical (climat chaude et humide). À mesure que l'on remonte vers le nord le climat devient subtropical avec des hivers doux et humides et des été chauds et pluvieux. La principale région viticole de Chine se situe dans la province du Shandong à l'est en bordure de mer. Elle possède un climat océanique de mousson atténuée. Le climat des régions nord est un climat continental avec des hivers rigoureux et des étés qui varient en fonction de la latitude. La majorité des vignobles se situe dans la partie nord où la climatologie est plus favorable pour la culture de la vigne.

Les freins à la culture de la vigne sont le froid hivernal, les chaleurs estivales, l'excès ou le manque d'eau. Les zones arides peuvent être irriguées comme dans d'autres régions du monde. Pour les zones froides la vigne est enterrée durant l'hiver et il est nécessaire d'avoir recours à des cépages supportant les climats continentaux (d'où l'introduction de cépages d'Europe continentale comme le riesling, les muscats) et les fortes périodes d'humidité. Les régions les plus humides sont plantées avec des cépages hybrides résistants.

La part du vignoble parmi les cultures chinoises s'avère faible, en deçà de celle du Japon, il devrait donc continuer à augmenter. De plus, la nature des terrains viticoles permet à ces derniers de ne pas empiéter sur des terres arables peu disponibles à cause de la présence des zones montagneuses, et donc précieuses dans un pays doté d'une population de 1,4 milliard d'habitants.

La région de Hebei: il s'agit d'une région traditionnelle située à une centaine de kilomètres au nord-ouest de Pékin. Elle est célèbre pour ses vins blancs secs produits notamment à partir du cépage Oeil de Dragon. C'est une région très ensoleillée et relativement sèche (450 mm/an) où le froid et la mousson y sont atténués. La conduite traditionnelle en « dragon » est largement répandue dans la région. Deux cépages locaux : le Long Yan ou Oeil de dragon, et le Nui Naï ou raisin de lait. Autres cépages : Cabernet-Sauvignon, Merlot. La conduite type « Dragon » est très traditionnelle dans cette région. On voit de plus en plus de vignobles en lyre.

La région du Shandong: autre région traditionnelle, le Shandong est la première région du pays qui produisait jusqu'à peu 60% de la production chinoise. Il s'agit d'une région ensoleillée, plus humide que le Hebei avec entre 600 et 800 mm de précipitations annuelles, du fait notamment de sa proximité avec la Mer Jaune. La viticulture y est caractérisée par une conduite en espaliers. Cette région s'étend sur 20 000 hectares de vignes au total. Beaucoup de cépages sont représentés comme le Chardonnay, l'Italian Riesling, le Cabernet Sauvignon, le Cabernet Franc, le Cabernet Gernischt, le Merlot, le Carignan et l'Ugni blanc. C'est le cœur de la viticulture chinoise.

La région du Ningxia: nouvel eldorado de la Chine viticole, le Ningxia est également l'une des régions les plus pauvres du pays. La région attire aussi bien les gros investisseurs que les petits. Située à 1200 m d'altitude à proximité immédiate du désert de Gobi, elle possède un climat continental caractérisé par de faibles précipitations et des températures qui peuvent descendre jusqu'à -25°C l'hiver. Le recours à l'irrigation, qui est assurée en général par inondation, y est obligatoire. La maturation du raisin, notamment dans le Ningxia, se développe dans des conditions tout à fait idéales sur le plan climatique : nuits fraîches, journées ensoleillées, chaudes sans excès, etc. La conduite en espaliers y est largement dominante.

la région du Xinjiang: il s'agit d'une autre région viticole en très fort développement. Située à l'extrémité orientale du pays à proximité immédiate avec la frontière du Kazakhstan, le Xinjiang est la plus grande province du pays avec une superficie 3 fois supérieure à celle de la France. Les conditions de culture de la vigne se rapprochent de celles du Ningxia avec des amplitudes thermiques pouvant dépasser 15°C au cours de la phase de maturation des raisins. Il s'agit de l'une des seules zones viticoles chinoises situées dans un environnement peu modifié par l'activité humaine et la pollution.

La région de Shanxi et Shaanxi avec des domaines de prestige, producteurs de vins rouges de qualité. Le froid et la mousson sont atténués. Cette région est caractérisée par des sols alluviaux, sableux, parfois assez fertiles, des espaliers et des cépages classiques : beaucoup de Riesling italien.

Les plateaux de la région du Yunnan, dont les vins rouges sont de plus en plus connus. Merlot, Cabernet-Sauvignon, Grenache noir sont des cépages assez bien adaptés. La conduite est en espaliers.

La région de Chine centrale (Henan), avec des productions plus ordinaires.

Chapitre 5 : Encépagement

Cépages plantés en Chine :

Hormis les cépages internationaux, la Chine possède des variétés «traditionnelles». Ils sont issus de croisement entre la vigne locale *Vitis amurensis* et *Vitis vinifera*.

- L'oeil de dragon (beichun) est utilisé pour l'élaboration de vins blancs moelleux (Shandong et Hebei). Il est très rustique, il résiste au froid et aux maladies cryptogamiques ;
- *Vitis amurensis* planté dans les vignobles du Nord du pays pour sa résistance à des températures négatives extrêmes ;
- Beimei, un hybride de *Vitis amurensis* et de muscat de Hambourg
- No. 73 de Yantai, un cépage teinturier.

Le riesling est présent en Chine depuis la fin du XIX^e siècle, il a été introduit par un Chinois, Chang Yu ayant fait fortune en Europe.

La plupart des muscats introduits massivement à partir des années 1950 proviennent de Bulgarie. D'autres cépages d'Europe de l'est ont été introduits. Les cépages internationaux que l'on retrouve en Chine sont le cabernet sauvignon, le merlot, le cabernet Franc, le gamay, la syrah, le Rhein riesling, l'italian riesling, l'ugni blanc, le pinot blanc, le chenin, le sémillon et le vidal, cépage utilisé au Canada pour l'élaboration de vin de glace. La société Changyu essaie d'imposer le Cabernet Gernischt (carmenère) comme sa variété emblématique. Ce cépage a été importé par les pionniers du groupe à la fin du XIX^eème.



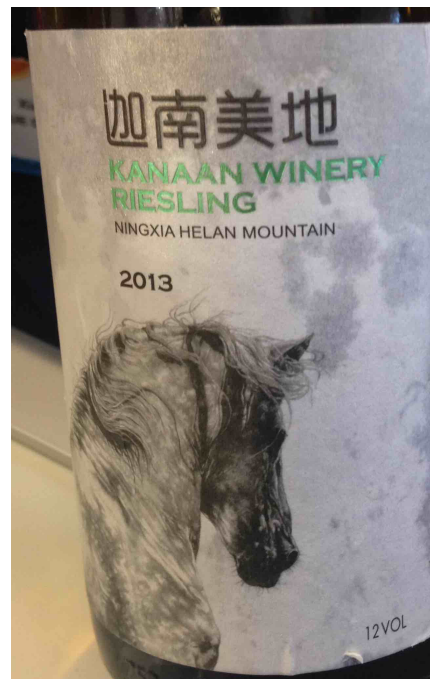
Source photo : XINHUA

Cépages des vins importés :

Les chinois apprécient particulièrement le vin rouge et en particulier le cabernet sauvignon et le merlot qui sont associés aux vins de Bordeaux. Mais on trouve des vins de toutes régions de France vendues en Chine, mais également de l'étranger. Les cépages sont donc très nombreux.

Chapitre 5 : Appellations - législation

Il n'y a pas de législation spécifique sur les vins et la Chine ne fait pas partie de l'Office international de la vigne et du vin, l'OIV, organisme international. La plupart des vins sont commercialisés sous le nom d'une marque commerciale : Dynasty, Great Wall qui peuvent être complétée par une dénomination géographique. Le cépage est fréquemment indiqué.



Tous les vins chinois ci-dessus étaient de très bonne qualité et présents sur le stand de la Revue des Vins de France à Vinexpo (2015). Notez que le cépage est fréquemment mentionné en écriture anglaise ou française, que le visuel est central, très expressif et que sur ses 5 étiquettes une seule, la dernière donne une indication géographique (Ninxia Helan Moutain)



On comprend aisément que nos étiquettes françaises soient très difficilement lisibles par des asiatiques ne maîtrisant pas le français ou l'anglais....

Traditionnellement, les modes d'élaboration des vins étaient différents de ceux des occidentaux. Les vins sont très souvent aromatisés avec des fruits, il n'y a pas de traçabilité sur l'origine des vins et les coupages sont donc très fréquents. L'arrivée des investisseurs, des techniciens occidentaux ou formés à occidentales à orienter la production vers plus de qualité. La Chine fait des démarches pour réglementer sa production viticole.

Chapitre 6 : Type de vins importés et produits localement

Vins produits localement :

La production de vins en Chine est encore une production de masse, mise en place par des grosses entreprises avec certaines régions dont la climatologie compliquent l'obtention d'une bonne maturité des raisins.

Les Chinois sont encore peu regardant sur la qualité des vins, car ils sont encore peu connaisseurs. A Vinexpo, le stand des vins de la société Shangyu était assez décevant sur l'ensemble de la gamme, ce n'était pas mauvais mais les vins manquaient d'originalité, de fruité. Par contre le stand de la revue des vins de France dédié aux vins chinois était vraiment très intéressant. La qualité des vins proposés était similaire à nos grands vins Français. Les prix étaient par contre au moins aussi chers et aucun de ses vins n'était disponible en France. Il est actuellement difficile de se procurer des vins chinois en France, même sur internet le choix des importateurs de vins étrangers proposent peu de variétés et à des prix assez élevés. Le consommateur chinois préfère le vin local, principalement pour des raisons de prix.

Vins importés :

Pour les consommateurs chinois, le prix, l'origine, la marque (ou AOC connue) et le type de vin sont les caractères qui orientent la décision d'achat. Le prix reste un limitant important car les vins importés sont nettement plus taxés que ceux produits localement. Les vins de négoce sont plus facilement identifiables. L'Australie, le Chili ont une politique assez agressive sur ce marché. Ils élaborent des vins d'un très bon rapport qualité prix sur des volumes importants et c'est ce qui est recherché par les importateurs chinois. Le morcellement des propriétés françaises ne facilite pas les ventes en gros volumes. La part des vins australiens augmentent de plus en plus.

Le prix départ (France) moyen des vins étant de 3,50 euros HT, on comprend bien que la demande ne porte pas que sur des vins haut-de-gamme.

La lutte anticorruption qui limite les cadeaux fastueux d'entreprise touche les grands noms de nos vignobles mais pas les vins d'entrée de gamme.

Les Chinois préfèrent le vin rouge au vin blanc. La couleur rouge est synonyme de bonheur, d'amour et de chance. Toutefois, le vin blanc commence à prendre une place importante dans la consommation de vin.

- 68% de la consommation se porte sur les rouges secs,
- 23% sur les rouges doux (dont les muscats du Xinjiang),
- 8% sur les blancs secs
- 1% sur les autres blancs (doux et effervescents).

Les Chinois préfèrent les vins fruités, irritant moins leur palais que les autres vins. Concernant les vins rouges, le cépage Cabernet Sauvignon est le plus connu. Il y a également le Merlot, la Syrah ou encore le Pinot Noir.

Concernant les vins blancs, les cépages tels que le Chardonnay, le Sauvignon Blanc ou le Riesling peuvent être trouvés relativement facilement. Les autres sont très peu connus. Le marché se divise en bas de gamme (60%) qui connaît une croissance modérée, le moyen de gamme (30%) qui connaît une forte croissance, et le haut de gamme (10%) qui reste stable.

Chapitre 7 : Alliance des mets chinois et des vins

La cuisine chinoise est très variée selon les régions. elles se caractérise par une forte présence des légumes, des épices, du soja, de nombreux animaux et produits de la mer.

Voici les principaux ingrédients qui caractérise la cuisine chinoise :

Condiments : Huile de sésame, sauce de soja et autres produits à base de soja sous différentes formes, vinaigre chinois, bouillon à base de riz gluant fermenté, sucre, lait de coco

Épices et Herbes : badiane (anis étoilé), cinq épices, curry cardamome, cannelle, coriandre fraîche, coriandre en grain, gingembre, oignons chinois, piments, poivre, ail, basilic, citronnelle, macis

Produits déshydratés : Baie de Goji, bulbes de lys, champignons divers, fleurs séchées diverses, graines de lotus, crevettes séchées, vermicelles, jujube séchées.

Légumes : chou chinois, Epinard de Chine, châtaigne d'eau, concombre amer, haricots mungo, haricots azuki, igname de Chine, noix de Ginko, patate douce violette, racine de lotus, racine de moutarde salée, laitue asperges, pousse de bambou.

Autres : riz, galette de riz, farine de riz, fécule de blé, tofu, miso, nouilles..

Le thé et la bière restent largement majoritaires sur les tables des Chinois mais le vin fait une percée de plus en plus remarquée car boire du vin est bien perçu socialement.

Les préparations relevées (vinaigre, épices, ail) conviennent mieux aux vins rouges fruités et ronds (à base de merlot, gamay, pinot noir, syrah) mais également aux vins blancs. Choisissez un riesling, un sauvignon blanc, un côtes de Gascogne, qui seront à la fois frais, ronds et aromatiques.

Sur le boeuf, on choisira des vins à base de merlot, de cabernet mais plutôt aromatique. Les vins de cépages en pays d'Oc par exemple feront l'affaire.

Sur l'agneau ou le canard, comme pour les plats français on choisira des vins plus charpentés, mais dans ce type de cuisine aromatique, il faut à tout prix des vins aromatiques en face. Evitez les vins qui sont trop neutres aromatiquement.

En rouge et en rosé, les vins du pourtour méditerranéen conviennent bien à la cuisine chinoise. En particulier, la syrah, le grenache noir et le mourvèdre.

Les blancs secs ronds et fruités ou les blancs moelleux (bien aromatique et à peine sucré) s'associeront bien avec de nombreux épices et condiments chinois.

La Chine compte huit principales régions de traditions culinaires différentes qui se regroupent traditionnellement en quatre grandes familles, par l'emplacement géographique et les conditions climatiques : les trois régions côtières du Nord-Est (Shandong), du Sud-Est (Jiangsu, Anhui et Zhejiang), et du Sud (Fujian, Guangdong-Canton), et la région intérieure du Sud-Ouest (Hunan et Sichuan).

NORD-EST

SHANDONG : les mets sont le plus généralement frits à l'huile. Les arômes forts comme celui de l'ail, du vinaigre et de la sauce soja sont souvent présents. La cuisine est riche et généreuse. Il y a une présence dominante du blé (galettes, petits pains, raviolis, etc.). La viande de mouton est associée à l'ail et au vinaigre balsamique.

SUD-EST

Les légumes (pousses de bambou, germes de soja, racines de lotus, etc.), les poissons et les crustacés d'eau douce sont particulièrement appréciés. Les plats au goût parfumé, frais et léger, sont agrémentés de gingembre, de vinaigre et de vin de riz.

JIANGSU : cuits à la vapeur ou braisés, les mets sont aussi préparés en sauce.

ZHEJIANG : c'est le royaume du riz et du poisson. Une cuisine douce, à base de produits frais, pas grasse, qui appellent des vins fins.

ANHUI : salée et épicée, mais également plus grasse, la cuisine de cette région compte parmi ses spécialités le poulet et le canard salés.

SUD-OUEST

La consommation d'arômes épicés permet de supporter le froid et l'humidité de cette région. La viande consommée est principalement le bœuf.

SICHUAN : très épicée également, avec beaucoup de piments.

HUNAN : très proche de la cuisine du Sichuan, elle appelle des harmonies similaires.

SUD

Très répandue mondialement, cette cuisine est complexe et riche, sans goût dominant ; seule la fraîcheur prime. Tous les parfums y sont mariés. La cuisson à la vapeur est à l'honneur. Presque tous les animaux ont leur place dans l'assiette : serpent, singe, souris, etc., bien que les plats végétariens soient également très présents.

FUJIAN : une cuisine légère mais savoureuse, douce.

CANTON (avec Hong Kong) : moins épicées que peuvent l'être celles des autres régions de Chine, les spécialités de Canton font une large place aux poissons et aux célèbres Dim Sum, ces raviolis cuits à la vapeur et farcis de viande, de crevette ou de poisson. Et l'incontournable riz cantonais !

Bibliographie :

- Le vin et les vins étrangers Paul Brunet édition BPI 1996
- Chine Japon Corée P.Gentelle et P.Pelletier 1994
- Atlas du 21 siècle Edition Nathan 2002
- Guide voir Chine Hachette 2014

Site internet

- https://fr.wikipedia.org/wiki/Viticulture_en_Chine
- <http://rue89bordeaux.com/2014/06/fonds-publics-chinois-troublent-vin-bordeaux/>
- <http://www.vinenchine.com/actualites/filiere-chinoise-ladministration-pose-la-question-de-la-definition-des-vins>
- <http://www.larvf.com/,la-revue-du-vin-de-france-chine-lancement-magazine,10341,4023031.asp>
- <http://www.zhongguo-wine.com/2011/03/23/wine-packaging-china/>
- <http://www.winelawonreserve.com/2014/02/18/is-china-making-a-step-forward-in-wine-trademark-law/>
- https://fr.wikipedia.org/wiki/S%C3%A9ismes_de_2015_au_N%C3%A9pal
- <http://www.suddefrance-developpement.com/fr/fiches-pays/chine/vin/production-de-vin-et-exportations.html>
- <http://www.suddefrance-developpement.com/fr/fiches-pays/chine/vin/importation-de-vin.html>
- <http://www.idealwine.net/2013/02/08/quels-accords-mets-et-vins-avec-la-cuisine-chinoise/>
- <http://www.vignevin-sudouest.com/publications/voyage-etude/documents/CR-chine.pdf>
- <http://recetteschinoises.blogspot.fr/p/ingredients-chinois.html>
- <https://grandmoueys.com/>
- <http://www.winebusiness.com/news/?go=getArticle&dataId=105089>
- <http://winecivimag.com/en/first-chinese-wines-tasting-edition/>
- <http://www.adelaidenow.com.au/news/south-australia/chinas-cofco-to-buy-barossa-winery-and-market-wine-under-great-wall-label/story-e6frea83-1226586388042>
- <http://loicle-roy.blogspot.fr/2012/11/chine-linsolente-reussite-du-chateau.html>
- <http://www.challenges.fr/economie/20140326.CHA1978/quand-les-chinois-jettent-leur-devolu-sur-les-vignobles-francais.html>
- http://www.chinatoday.com.cn/french/Economie/article/2014-07/01/content_626977.htm
- <http://www.vinenchine.com/actualites/filiere-chinoise-ladministration-pose-la-question-de-la-definition-des-vins>
- <http://chefsimon.lemonde.fr/produits/ingredients-cuisine-asie.html>
- <http://www.france3-regions.blog.francetvinfo.fr/cote-chateaux/2015/02/14/de-plus-en-plus-de-chinois-viennent-se-former-a-bordeaux-dans-les-filiere-commerce-vin-et-restauration.html>
- Nombreux articles sur wikipedia concernant le sujet sur le vin et la Chine
- Nombreux sites de domaines rachetés par des chinois