

Chine



Claude Moreno, Pdg de Oriental Marketing Services



DR

“Produit importé est synonyme de luxe”

Basé à Hongkong depuis onze ans, Claude Moreno, Pdg de Oriental Marketing Services, aide les entreprises françaises à percer sur le marché chinois. Son dernier fait de gloire : en novembre dernier, il a réussi à faire référencer les Parfums Charrier (une PME de Vallauris, spécialisée dans les coffrets miniatures) dans 58 boutiques «duty-free». Ses conseils ? «Pour réussir, il faut d'abord des “guanxi”, c'est-à-dire des relations, assure-t-il. Et puis, bien sûr, il faut un bon produit. A priori, tout bien de consommation importé en Chine est un produit de



luxe, car il est cher. Un parfum, par exemple, nécessite une adaptation limitée. Mais, pour les articles dont l'origine est moins évidente, il faut “en rajouter”. Car les Chinois ont un besoin de “show-off”, de se faire voir. Ainsi, coudre une étiquette sur la manche d'une veste est un signe de luxe. Plus généralement, pour savoir ce qui se vendra demain en Chine, il faut aller observer ce qui se passe à Taiwan, véritable laboratoire d'expérimentation des habitudes de consommation et des goûts des Chinois.»