



Des clients dans un magasin Beijing Lulu de la capitale. WANG ZHUANGFEI / CHINA DAILY

Adieu les tabous, bonjour les préservatifs sexy

La jeunesse chinoise secoue les ressorts d'un marché présentant un énorme potentiel dans le pays. Reportage de Yang Wanli.

Dans leur choix de préservatifs, la plupart des Chinois restent résolulement de la vieille école et optent pour des marques internationales fiables ou bien connues. Mais aujourd'hui, plusieurs start-ups nationales aspirent à soustraire une plus grande part du marché aux marques étrangères qui dominent les ventes depuis des décennies.

En juin, Zhongchuan, un fabricant dans la province du Gansu, a commercialisé son dernier produit façonné à partir de polyuréthane aqueux, un matériau relativement nouveau. Le prophylactique a une épaisseur de seulement 0,01 millimètre. C'est-à-dire qu'il est plus fin qu'une mèche de cheveu humain (qui a généralement un diamètre de 0,08 mm), et la part de marché visée est celle de deux fabricants japonais, Okamoto et Sagami, qui prétendent faire les gâmes les plus fines.

Un mois plus tard, Belle, un fabricant dans la région autonome du Guangxi Zhuang, a annoncé une nouvelle gamme de préservatifs faits d'un mélange de latex et de graphène – un type de carbone qualifié d'hyper matériau – dont la composition donne un produit plus fin, plus résistant et plus élastique. La technologie a été appliquée pour la première fois à la fabrication de préservatifs en 2013 par des scientifiques de l'université de Manchester en Angleterre.

Au cours des trois dernières années, le marché chinois des préservatifs a changé de manière significative, selon Xu Tianmin, ancien président de l'association chinoise de sexologie. En 2014, on ne comptait qu'environ 50 chaînes de production de préservatifs réparties dans plusieurs provinces et plusieurs villes, notamment Shanghai, Tianjin et les provinces du Guangdong et du Shandong, indique M. Xu. « Un plus grand nombre de marques nationales ont investi le secteur avec comme forces motrices de nouvelles technologies et de nouvelles techniques commerciales. Les préservatifs fabriqués en Chine ne sont plus synonymes de petits prix et de médiocre qualité. On peut maintenant trouver des préservatifs de qualité mondiale fabriqués par des entreprises du pays,



Les jeunes ont une conception et des exigences différentes en matière de sexe et de relations sexuelles."

Vincent Wong
RB AND MANON BUSINESS

et présentant aussi une grande variété ». Avec une population de plus d'un milliard trois cents millions d'habitants, les fabricants de préservatifs ont en Chine l'un des plus grands marchés au monde, dont les experts estiment la valeur à environ 5 milliards de yuan (649 millions d'euros) par an. Selon la commission nationale de la santé et de la planification familiale, les chiffres concernant tant l'usage que la production de préservatifs placent le pays en quatrième position dans le monde, après les États-Unis, la Grande-Bretagne et le Japon. Environ 2 milliards de préservatifs sont vendus chaque année, un chiffre en augmentation de 15% depuis 2015.

Transparency Market Research, une société d'étude de marché américaine, évalue la croissance annuelle à environ 12% jusqu'en 2024. La commission signale que plus de 3 milliards de préservatifs sont produits chaque année, et la Chine héberge aujourd'hui environ 300 installations qui, ou bien fabriquent, ou bien conditionnent des prophylactiques.

Les données fournies par A.C. Nielsen, la société mondiale d'information, de données et de mesure, indiquent que le potentiel du marché est énorme en Chine où l'on a enregistré une croissance à deux chiffres pour chacune des deux dernières années, analyse Vincent Wong, le directeur marketing de RB and Manon Business, une co-entreprise sino-britannique qui est l'agent exclusif de Durex en Chine.

« Les consommateurs choisissent désormais des préservatifs en fonction de la plus grande diversité et de la personnalisation of-

fertes. Ce qui signifie qu'en plus des conditions de sécurité de base, ils ont maintenant un plus grand choix de préservatifs – par exemple, la gamme des ultrafins, la catégorie fantaisie (produits perlés et nervurés) et la série des retardards », précise M. Wong.

« Qui plus est, les consommateurs se préoccupent maintenant davantage de la sensation, aussi les hommes préfèrent-ils des préservatifs plus fins tandis que les femmes recherchent une lubrification adéquate. S'agissant de la personnalisation des produits, les consommateurs étant plus jeunes, ils ont un avis qui leur est propre et spécifique quant au positionnement et au conditionnement: ils s'identifient au produit qu'ils achètent. En d'autres termes, c'est l'idée d'un 'produit pour moi' qui fait qu'ils choisissent un certain article ».

« Qui plus est, les consommateurs se préoccupent maintenant davantage de la sensation, aussi les hommes préfèrent-ils des préservatifs plus fins tandis que les femmes recherchent une lubrification adéquate. S'agissant de la personnalisation des produits, les consommateurs étant plus jeunes, ils ont un avis qui leur est propre et spécifique quant au positionnement et au conditionnement: ils s'identifient au produit qu'ils achètent. En d'autres termes, c'est l'idée d'un 'produit pour moi' qui fait qu'ils choisissent un certain article ».

Feng Huaping, directeur général de Beijing Lulu Technology, dont les produits de haute qualité comprennent les préservatifs, les accessoires et les sous-vêtements érotiques destinés à des consommateurs plus jeunes, explique: « Contrairement aux personnes plus âgées, pour lesquelles le sexe est encore un sujet tabou, les jeunes sont plus ouverts. [...] Ils sont prêts à payer pour ces produits non seulement parce qu'ils sont de haute qualité mais aussi parce qu'ils ont une illustration de leur attitude envers la vie ».

En vue d'attirer les jeunes en plus grand nombre et de se montrer respectueux de la diversité sexuelle, un concept de plus en plus reconnu par la jeunesse chinoise, de nombreux fabricants nationaux, dont Beijing Lulu, Zhongchuan et Elephant, font des préservatifs spécialement pour le marché des communautés lesbiennes, gays, bisexuelles ou transgenre. En liaison avec Marie Stopes International China, une organisation non gouvernementale spécialisée dans les activités concernant la santé sexuelle et procréative, Beijing Lulu a organisé cette année un concours portant sur la conception du conditionnement des préservatifs et a recueilli des idées venant de tout le pays.

« Les jeunes veulent être identifiés en tant qu'individus, se différencier des autres », dit M. Feng. « Nous les encourageons à s'amuser et prendre du plaisir grâce à un conditionnement fait sur mesure ». Le potentiel du marché a également poussé les fabricants étrangers, tels que Durex, à mettre l'accent sur la jeune génération chinoise. Outre sa gamme Air, dont les préservatifs sont vantés comme étant les plus fins jamais fabriqués, Durex présente un éventail d'une grande diversité de produits au conditionnement personnalisé.

« Les jeunes ont une conception et des exigences différentes en matière de sexe et de relations sexuelles », note Vincent Wong, de RB and Manon Business. « Ils recherchent du plaisir et une libération tant physique que spirituelle, dans le cadre d'un rapport plus souple et plus lâche entre le sexe et l'amour. Leurs valeurs sexuelles fondamentales sont l'indépendance, l'égalité, la souplesse, de manière diversifiée et quotidienne ».



Une employée de Beijing Lulu réapprovisionne un distributeur de produits de la société. WANG ZHUANGFEI / CHINA DAILY

Pilotes étrangers : la demande s'envole

Par Wang Ying et Zhu Wenqian

Face à l'expansion du marché de l'aviation, les compagnies aériennes chinoises recrutent de manière croissante leurs pilotes hors des frontières. Les intéressés disent apprécier leur travail, et leurs relevés de salaire en fourmillent une raison.

Alexandre Richer de Forges, 38 ans, avait travaillé pour des compagnies internationales avant de rejoindre China Eastern Airlines en 2013. Il dit y avoir trouvé un équilibre entre le travail et la vie de famille, affirmant qu'il serait heureux de rester de nombreuses années au sein du transporteur basé à Shanghai.

Outre le bon salaire qu'il touche, il aime la façon dont son employeur le traite et les relations amicales entretenues par les équipages. « Ce n'est pas seulement le salaire, les heures de travail, mais les deux – et d'autres choses encore. Je souhaite continuer à travailler ici et prendre ma retraite ici ». Né et élevé en Afrique de l'ouest, M. Richer de Forges est devenu à 15 ans le plus jeune pilote français avant d'accumuler les heures de vol au cours des sept années qu'il a passées en Europe. Mais comme il souhaitait consacrer plus de temps à sa famille, il s'est fait engager par China Airlines en 2007. Sa femme est originaire de Kaohsiung, à Taiwan. Son travail en Europe ne lui plaisait pas. « J'ai cherché un emploi plus près de chez moi, offrant un salaire correct et une bonne qualité de vie », dit-il en expliquant qu'il avait posé sa candidature auprès de presque toutes les compagnies aériennes chinoises. En juillet 2013, il faisait partie du premier groupe de huit pilotes étrangers recrutés par China Eastern Airlines, et il n'a jamais regretté son choix.

L'an dernier, le nombre de pilotes étrangers employés en Chine s'élevait à 1 005, dont 160 par des compagnies publiques telles que Air China, China Southern Airlines et China Eastern Airlines, le reste l'étant par des compagnies régionales et des sociétés de transport, selon l'administration de l'aviation civile chinoise.

Lin Zhijie, un analyste du secteur aérien et chroniqueur de cancon.com, un site Web consacré à l'aviation civile, souligne que le croissance du marché chinois au cours des 20 dernières années a été phénoménale, alimentée par l'expansion des flottes et l'ouverture de nouvelles lignes auxquelles procédaient les compagnies, ce qui a entraîné une énorme demande de pilotes.

L'an dernier en Chine, les compagnies ont transporté un milliard de passagers, dont 914 millions sur des vols intérieurs. La formation

des pilotes dans le pays ne pouvant suivre le rythme de la demande, les compagnies chinoises n'ont d'autre option que de recruter des pilotes étrangers, une solution onéreuse pour la comptabilité. « Les compagnies chinoises sont dans l'obligation de proposer des salaires compétitifs pour convaincre des pilotes de quitter leur lieu de résidence et venir travailler en Chine », commente M. Lin.

Sous contrat avec China Eastern, Elgin Siasat Medina, un Philippin de 43 ans vivant à Shanghai depuis 11 ans, indique qu'il bénéficie de 10 jours de congés au bout de 20 jours de travail, ce qui lui permet de passer du temps avec sa famille à Manila. « C'est un équilibre entre le travail et la vie », estime M. Medina qui passe généralement 80 heures par mois aux commandes d'un Boeing 777.

Fan Haixiang, directeur général de la gestion des pilotes étrangers au sein du service des vols de China Eastern à Shanghai, constate que « la croissance rapide du secteur aérien en Chine exige un grand nombre de pilotes et nous prévoyons que cette tendance va se poursuivre devant l'expansion continue des flottes chinoises ». Depuis l'arrivée des premiers pilotes étrangers en 2013, le service de Shanghai a recruté 66 pilotes venant de 15 pays, notamment d'Australie, du Brésil, du Canada, de France, des Pays-Bas et des États-Unis, indique M. Fan.

En Chine, les pilotes signent généralement des contrats à vie avec les compagnies aériennes. De ce fait, le débouchage de pilotes nationaux auprès d'autres compagnies peut s'avérer extrêmement coûteux, entraînant parfois des poursuites judiciaires. En revanche, les obligations contractuelles concernant les pilotes étrangers sont habituellement d'un à cinq ans.

La formation d'un commandant de bord prend entre huit et dix ans en Chine, où la formation des pilotes dans les compagnies intérieures se fait dans le cadre de programmes contractuels de longue durée et d'une affectation de ressources fixe. Par opposition, il ne faut qu'une année au plus pour faire approuver par l'autorité compétente l'emploi d'un commandant de bord venant de l'étranger.

Les pilotes étrangers travaillant pour des compagnies chinoises peuvent gagner jusqu'à quatre fois les salaires dans leur pays d'origine, tels que le Brésil et la Russie, selon des sources internes. David Ross, président de Wasing International, une agence de recrutement de pilotes, précise que certaines compagnies chinoises acceptent de payer un pilote étranger 26 000 dollars par mois (21 692 euros) après impôt.



Talal Mohamed, un commandant de bord britannique, et le capitaine Hu Zehui de Ruili Airlines. ZHANG HENGZHAO / FOR CHINA DAILY

CONTACTEZ-NOUS

China Daily

15, rue Huixin Dongjie, district de Chaoyang, Pékin, Chine 100029 +86 (0) 10 64918366 chinawatch@chinadaily.com.cn

Publicité :

+86 (0) 10 64918631; ads@chinadaily.com.cn Site Internet : www.chinadaily.com.cn Suivez-nous sur : Facebook.com/chinadaily twitter.com/ChinaDailyUSA

China Daily USA

1500, Broadway, Suite 2800, New York, NY 10036 +1 212 537 8888 editor@chinadailyusa.com

China Daily Asia Pacific

China Daily Hong Kong Room 1818, Hing Wai Centre, 7 Tin Wan Praya Road, Aberdeen, Hong Kong +852 2518 5111 editor@chinadailyhk.com editor@chinadailyasia.com

China Daily UK

90 Cannon Street, London EC4A6HA +44 (0) 207 398 8270 editor@chinadailyuk.com

China Daily Africa

P.O. Box 27281-00100, Nairobi, Kenya +254 (0) 20 242 8589 editor@chinadailyafrica.com

© 2017 China Daily
Tous droits réservés



Déjeuner au Lancel Barbecue, qui accorde des réductions aux clients auteurs d'articles publiés dans des revues universitaires. WANG ZHUANGFEI / CHINA DAILY

De quoi alimenter les cerveaux

Un restaurant de grillades à Pékin est devenu la table de choix de la communauté scientifique de la capitale. Reportage de Li Hongyang.

En publiant une étude dans une revue scientifique, Feng Shanggong espérait faire avancer sa carrière médicale. Mais ce ne fut pas la seule récompense: elle gagna aussi un bon de réduction dans un restaurant de grillades de Pékin. La docteure, diplômée de la Fourth Military Medical University in Xi'an (quatrième faculté de médecine militaire de Xi'an), dans la province du Shaanxi, s'est vu attribuer un rabais de 84 yuan (11 euros) dans un grill de Pékin très en vogue auprès de la profession médicale depuis l'instauration du « facteur d'impact » d'une publication, qui permet de mesurer la fréquence à laquelle des articles sont cités dans une année donnée. Le rabais de 84 yuan correspond à un multiple du facteur d'impact de l'article évalué à 8,4 – ce qui est considéré comme un bon résultat.

Selon les règles du restaurant, les scientifiques, les médecins et les sociologues ont droit à une réduction s'ils sont les auteurs d'articles récemment publiés dans des revues couvertes par des banques de données sur l'Internet telles que le Citation Index et le Social Sciences Citation Index. Le facteur d'impact de l'article est multiplié par 10 pour déterminer le montant du rabais, qui peut aller jusqu'à 30% de l'addition.

« J'adore la cuisine au barbecue et m'en régalaï avec mes camarades de cours à la faculté de médecine », dit Feng Shanggong. « C'était très agréable de partager nos joies et nos soucis en mangeant des grillades et en buvant de la bière. Il y avait beaucoup de stands de grillades dans les rues autour de la faculté et nous utilisions ce qu'on appelle la méthode du *lu chuan* (une façon de manger des kebabs directement sur la broche). Des que j'ai vu l'offre promotionnelle du restaurant sur (la plateforme du réseau social) WeChat, j'ai décidé d'y aller et de profiter de mon article pour essayer la nourriture ».

Depuis que la promotion a commencé le 21 septembre, des centaines de clients ont fréquenté le restaurant dont l'enseigne, Liuyedao, est le nom chinois du Lancel, l'une des revues médicales grand public les plus influentes au monde, et qui est situé près de l'université Beijing Jiatong dans le district de Haidian. L'établissement, d'une surface de seulement 90 mètres carrés, n'a de place que pour 12 tables. La salle, qui n'a pas de fenêtres, est éclairée par des lumières d'un jaune chaud et décorée de plantes en plastique d'un vert vif. Aux périodes d'affluence, les clients attendent souvent une heure avant d'être assis et servis. En général, un convive sur quatre est quelqu'un qui a publié un article dans



En haut : une serveuse au travail dans le restaurant très fréquenté par les membres de la profession médicale. WANG ZHUANGFEI / CHINA DAILY
En bas : Cheng Si, copropriétaire du restaurant, bavarde avec William Summerskill, membre de la direction de la rédaction du Lancel, une revue médicale britannique très estimée. PROVIDED TO CHINA DAILY

une grande revue universitaire mondiale. Wang Jian, le propriétaire du restaurant, affirme qu'il ne se doutait nullement que la promotion rendrait son établissement célèbre dans la communauté scientifique de Pékin. Lui-même médecin, âgé de 29 ans et diplômé du Peking University Health Science Center, est originaire d'une localité où la tradition des grillades remonte à l'antiquité et il a toujours eu envie d'exploiter son propre restaurant à temps partiel.

« D'antiques peintures sur pierre montrent que les habitants de ma ville natale, Xuzhou dans la province du Jiangsu, ont commencé

à manger des grillades pendant la dynastie des Han occidentaux (206 avant J.-C. – an 24 de notre ère), et bien que les restaurants de grillades soient légion à Pékin, je voulais faire connaître aux gens le barbecue à la mode de Xuzhou », explique-t-il. Wang Jian persuada une ancienne camarade de cours, Cheng Si, de s'associer à lui, et 16 autres amis, des médecins pour la plupart, ont investi dans le restaurant. Pour son activité à temps partiel, il fait à coup sûr le bon choix, car les grillades sont l'un des plats incontournables de la table chinoise. L'an dernier, elles ont représenté 20% du marché



Si nous les médecins, nous enrichissons notre savoir en matière de recherche avancée, nous réduirons les souffrances de nos patients."

Wang Jian
PROPRIÉTAIRE DU RESTAURANT LANCEL

national de la restauration, ne le cédant qu'au *hot pot* (fondue chinoise) comme plat le plus demandé du pays, selon un rapport du First Barbecue Industry Salon, un forum organisé par l'association culinaire chinoise.

Cheng Si, une docteure de 26 ans, et Wang Jian ont consacré beaucoup de temps à la recherche sur le principal ingrédient, la viande de chèvre. « Après avoir analysé la viande, nous avons découvert qu'elle contenait une substance appelée acide 4 méthylbenzoïque, un acide gras qui produit une saveur spéciale comme dans du mouton quand on la cuit au barbecue », confie la première.

Le restaurant a ouvert le 23 avril, après un mois de préparation et avec un investissement de plus d'un million de yuan. Il est devenu immédiatement si couru que les deux associés durent recruter un directeur à plein temps de façon à poursuivre leur carrière médicale.

L'enseigne fait en sorte que le restaurant attire de nombreux membres de la confrérie médicale de la capitale, dont certains sont reconnus comme faisant autorité dans toute une éventail de maladies, tandis que d'autres enseignent dans les grandes facultés de médecine. « Ils viennent tous pour soutenir notre affaire », avoue Wang Jian.

L'idée de la promotion a germé un soir du mois de juin lorsqu'un médecin du Peking University First Hospital invita un collègue dinant à une table voisine à prendre un verre avec lui. Son offre refusée, le médecin se leva et lança à tue-tête: « que les docteurs du PKU First Hospital se lèvent et trinquent avec moi ! ». Plus de la moitié des clients se mirent debout en levant leur verre.

L'épisode fit une telle impression sur Wang Jian que la promotion était née. « Au début, nous n'avons accordé de rabais qu'aux auteurs d'articles publiés dans le Lancel, puis nous avons étendu la promo à tous les articles repris par le Science Citation Index et

le Social Sciences Citation Index pour permettre à un plus grand nombre de spécialistes et de chercheurs d'en bénéficier ». Le lendemain de l'annonce de la promotion, 16 clients sont arrivés munis de copies des articles qu'ils avaient publiés dans des revues universitaires. A ce jour, le facteur d'impact le plus élevé est de 29,51, ce qui a valu à l'auteur une réduction de 295 yuan.

Cheng Si estime que le système de remise encourage les chercheurs à être plus productifs. « Si leur dur labeur leur vaut une reconnaissance inhabituelle comme celle-ci, cela rend les choses plus intéressantes ».

Quand Wang Jian expliqua la promotion sur WeChat, elle fit très vite réagir les internautes et attria plus de 100 000 pages vues dans l'heure qui suivit son affichage. La réaction qui déclencha le plus de « J'aime » indiquait, sur un ton à demi badin, que le restaurant allait devenir l'un des trois premiers instituts de recherche en Chine.

À cette fin, le restaurateur entend offrir à ses clients de quoi manger et alimenter les cerveaux. « Si nous les médecins, nous enrichissons notre savoir en matière de recherche avancée, nous réduirons les souffrances de nos patients. Nous envisageons d'accueillir au restaurant, entre les repas, des forums universitaires. Les professeurs et les chercheurs dans différentes branches de la profession médicale seront invités à y présenter des exposés ».

Tan Ning, directeur adjoint du service de cardiologie du Guangdong General Hospital à Guangzhou, dans la province du Guangdong, qui avait entendu parler du restaurant par un ami, y retrouva une occasion d'une réunion à Pékin. « J'avais envie de voir à quoi ressemblait un restaurant de médecins et si j'y trouverais des choses particulières en rapport avec la médecine ».

Pour lui, ce fut une nuit riche en surprises car il y retrouva non seulement un de ses anciens étudiants, aujourd'hui médecin-chef, qu'il n'avait pas vu depuis une décennie, mais il y rencontra aussi le Dr. William Summerskill, un membre de la direction de la rédaction du Lancel à Londres.

Ces derniers avaient entendu parler du restaurant nommé d'après sa revue alors qu'il participait à une conférence à Pékin, et il décida de s'y rendre. « La cuisine est bonne et je trouve l'idée amusante », commente-t-il. « Les médecins et les étudiants en médecine dont des articles ont été publiés dans des revues y verront un encouragement qui pourrait contribuer à l'envie de produire un environnement universitaire encore meilleur en Chine ».