



## HONG KONG INTERNATIONAL LIGHTING FAIR

# Le monde entier y fait son marché

Le salon international de l'éclairage de Hong Kong est le point d'entrée le plus accessible à toute personne désireuse de pénétrer l'industrie internationale du secteur. Dès la première visite, on y apprend que la plupart des usines produisent en marques blanches. « Depuis quelques temps déjà, le concept de marques n'existe plus que dans les médias occidentaux », souligne Bruno Napoli, le correspondant de LUX en Asie, en dévoilant les singularités d'une manifestation où le monde entier vient faire son marché.

Dans l'immense majorité, les luminaires, accessoires et systèmes électroniques dédiés à l'éclairage sortent d'usines souvent peu connues, voire inconnues, se situant dans l'une des deux régions chinoises adjacentes de Zhongshan et Zhuhai. Aux portes de Shenzhen et de Hong Kong et au cœur de ces deux régions se situe Guzhen, la capitale mondiale de l'éclairage. Dans cette ville-usine, tous les sous-traitants travaillent de concert dans le seul but de produire. On y trouve les plus importants négociants et grossistes, usines de LED et les plus grosses usines de Chine tout court. Ces dernières ne se préoccupent guère des marques pour lesquelles elles produisent et tout porte à croire que des concurrents soient fabriqués et ou assemblés sur la même ligne.

### UN SALON D'ACHETEURS DE CONSTITUANTS

La Hong Kong International Lighting Fair se caractérise comme un salon d'usines et de compétences industrielles, non comme un salon de marque, mais essentiellement d'acheteurs. Ce n'est pas ici, on peut le regretter, que l'on discute de créativité avec des concepteurs lumière, échanges qui se feront plutôt à Light+Building à Francfort ou à EuroLuce à Milan. « Mais, estime Bruno Napoli, si vous êtes un concepteur lumière, une visite à Hong Kong démultiplera votre créativité pour l'année ! » On y trouve des représentants d'usines spécialisées proposant des pièces détachées prêtes à être assemblées selon les

besoins spécifiques : optique, LED, circuits imprimés, aluminium moulé et profilé, drivers... Sont aussi présentes les entreprises permettant de concrétiser tout projet.

### MAIS AUSSI DE PRODUITS FINIS

Chaque acheteur, notamment occidental, y trouve également des milliers de produits finis prêts à porter tout logo et à être distribués dans n'importe quel pays. Ces produits sont généralement de conception assez simple et bon marché. Sans toutefois être à l'abri de bonnes surprises. La même usine peut disposer de plusieurs stands proposant des produits identiques présentés sous différentes marques blanches et à différents prix.

« Pour appréhender ce marketing à la chinoise, il faut se forger quelques années d'expérience pour pouvoir faire la différence », conclut Bruno Napoli en conseillant de ne pas hésiter à faire appel à des entreprises spécialisées en *sourcing* pour accélérer sa compréhension des spécificités industrielles chinoises. ■

*Pour appréhender ce marketing à la chinoise, il faut se forger quelques années d'expérience pour pouvoir faire la différence entre les produits.*