

French connection à Hong Kong

Ils sont trois Français à régner sur le marché du cigare en Asie. Basés à Hong Kong, concurrents mais amis, ils commentent ensemble l'évolution d'un marché en plein boom mais frappé par des événements inédits ces derniers mois.

- Laurent Mimouni -

À Hong Kong, le cigare est une affaire de Français. Ce sont en effet trois ressortissants hexagonaux qui décident de tout ce qui compte en matière de cigares dans l'ancienne colonie britannique. « C'est le fruit du hasard », affirme de concert Laurent de Rougemont, Norio Hattori et Éric Piras, même si tous trois invoquent aussi la « touche française », autrement dit la forte présence tricolore, à Hong Kong comme partout dans le monde, dans les secteurs du luxe et de la gastronomie – des univers évidemment connexes à celui du cigare.

Le point de convergence de leurs trois parcours, c'est Pacific Cigar Company (PCC), l'un des plus gros importateurs mondiaux de havanes, qui couvre une dizaine de pays de la zone Asie-Pacifique, dont le Japon, l'Australie, la Corée, la Thaïlande, Macao, et bien sûr Hong Kong. C'est une évidence pour le franco-japonais Norio Hattori qui, après une formation de gemmologue et un début de carrière dans le monde de la haute joaillerie, est depuis 2012 le directeur du marketing de PCC. C'est aussi une évidence pour Éric Piras, qui y a débuté sa carrière dans le cigare en 1995. Fort de son expérience dans le secteur de la restauration en France – il est notamment le fondateur du mythique Cubana Café à Paris –, il a contribué à développer le réseau des Casas del Habano dans toute la région avant de voler vers d'autres aventures qui l'ont amené à créer

sa propre société, Cigraal, importatrice en Chine des marques Flor de Selva, Joya de Nicaragua, Padrón et Ashton. Il a aussi ouvert à Hong Kong un fumoir classé Habanos Specialist où les havanes mais aussi les Davidoff sont en bonne place aux côtés des marques qu'il importe.

Pour Laurent de Rougemont, directeur général de Davidoff pour toute l'Asie, le lien avec le mastodonte Pacific Cigar pourrait paraître plus distant. Mais avec ses vingt-deux boutiques réparties dans toute la zone, il est tout simplement le plus gros client de PCC, puisque, à côté des produits Davidoff, il propose aussi des havanes.

■ Une rivalité amicale

« On ne s'est jamais vus comme des concurrents... peut-être parce qu'il y a cette dynamique française et une passion partagée pour le cigare, quel que soit le terroir », analyse Norio Hattori, tandis que Laurent de Rougemont parle de « compétition amicale ». Les trois hommes décrivent des relations d'amitié croisées. Éric connaît Laurent depuis dix-huit ans ; leurs fils adolescents fréquentent tous les deux le lycée français de Hong Kong et sont des amis proches. Norio décrit aussi Éric comme « un ami de vingt ans » et se souvient des premières rencontres du trio dans un club de Hong Kong il y a plus de dix ans. Ils sont évidemment aux premières loges pour décrire le boom du cigare asiatique (voir *L'ADC*, n° 131). « C'est un marché plus petit que le marché européen, mais aussi plus élitiste, explique Laurent de

Rougemont. Ici, les gens aiment ce qui est rare et cher. Le portrait-robot de l'amateur chinois est celui d'un homme de quarante à quarante-cinq ans, qui fume en priorité des Davidoff ou des Cohiba – si possible des séries limitées –, et achète exclusivement des boîtes complètes et beaucoup d'accessoires.»

■ Tourmentes actuelles

Ils étaient aussi aux premières loges, ces derniers mois, pour observer les conséquences économiques de la vague de protestation contre la tutelle de Pékin et les violences qui l'ont accompagnée. « On a enregistré des pertes de chiffre d'affaires de 50 % dans certaines de nos boutiques », dit Laurent de Rougemont, tandis que Norio Hattori parle d'une baisse des ventes de 30 %. « La clientèle de notre fumoir est essentiellement locale (Hongkongais et expatriés), tempère de son côté Éric Piras. Nous sommes donc un peu moins touchés que d'autres qui faisaient beaucoup d'affaires grâce aux Chinois continentaux en voyage à Hong Kong. » Des continentaux qui ont boudé l'ancienne colonie britannique en raison de ces incidents, autant par patriotisme que par peur d'être pris à partie.

Un contexte déjà difficile auquel s'est ajouté l'épidémie de coronavirus. « Qui aurait pu penser, il y a juste un an, que Hong Kong allait traverser une telle série noire ! », lance Laurent de Rougemont qui note tout de même que « ça a bien calmé les manifestations, même s'il reste quelques irréductibles ».

Mais à long terme, l'optimisme reste de rigueur chez nos trois compères. « Le marché chinois a tout le potentiel pour devenir le premier marché mondial du cigare fait main, devant les États-Unis », s'emballa Éric Piras, qui décèle des évolutions récentes : « tout le monde n'est pas multimilliardaire en Chine, il y a aussi des gens qui regardent les prix et le rapport qualité/prix. Cela profite aux cigares du "nouveau monde", hors cubains et Davidoff, qui se font une place alors qu'ils n'existaient pas il y a dix ans. »

« Le marché du cigare à Hong Kong ne peut que croître dans les années qui viennent, renchérit Norio Hattori. Et c'est la même chose à l'échelle de toute la zone Asie-Pacifique, avec de nouvelles terres de conquête.»

DE GAUCHE À DROITE :
LAURENT DE ROUGEMONT
(DIRECTEUR GÉNÉRAL DE DAVIDOFF
ASIE), ÉRIC PIRAS (FONDATEUR
DE CIGRAAL) ET NORIO HATTORI
(DIRECTEUR DU MARKETING
DE PACIFIC CIGAR), SUR LA TERRASSE
DU RESTAURANT CHINA CLUB
À HONG KONG.

