

VEILLE MEDIATIQUE AGROALIMENTAIRE SUR LA CHINE, HONG-KONG ET TAIWAN

Avril 2021 – N° 64



SOMMAIRE

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS.....	3
Chine : Environ 11 000 litres de vins australiens sont bloqués au port de Shenzhen	3
Chine : Promulgation de nouvelles normes nationales chinoises pour les laits infantiles.....	3
ACTIONS DE COOPÉRATION DES CONCURRENTS DE LA FRANCE DANS LE SECTEUR AGRICOLE ET AGROALIMENTAIRE ...	5
Chine : Swire Coca-Cola coopère avec Siemens pour digitaliser ses 18 usines d’embouteillage en Chine.....	5
STRATÉGIE D’ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS.....	6
Chine : Costco choisit Guangzhou pour installer son 2ème magasin en Chine du Sud	6
Chine : Le groupe H&H a réalisé un chiffre d’affaire de 11,19 milliards d’euros.....	6
ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL	8
Chine : Le district Xihu de Hangzhou a annoncé la création du premier centre d’innovation sur la blockchain	8
Chine : Le potentiel des vins blancs allemands porté par la jeune génération chinoise	8
Chine : Les importations de vins durant la crise de la Covid-19 alimentent une vague de hausse de prix	9
Chine : Le Centre national d’innovation technologique porcine s’établira à Chongqing	9
Chine : 40 nouveaux projets clés du secteur porcin dans la province du Guizhou vont être lancés	10
HongKong : La vente des bières sans alcool est en pleine croissance et suit la tendance d’un mode de vie sain	10
Taiwan : Les grands opérateurs de la restauration prévoient l’ouverture de nouveaux points de vente en 2021	11
GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D’INFORMATION ...	12
Acronymes	12
Sources d’information.....	12

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

CHINE : ENVIRON 11 000 LITRES DE VINS AUSTRALIENS SONT BLOQUES AU PORT DE SHENZHEN

Ce blocage est dû à des problèmes d'étiquetage et de surutilisation d'additifs, dans un climat de conflit diplomatique entre la Chine et l'Australie.

Depuis le 31 mars, environ 9000 litres de vins du groupe australien Paspaley et 2646 litres de vins de l'entreprise privée australienne Lindsdale sont bloqués par les douanes chinoises au port de Shenzhen.

Les causes de ce blocage sont liées à l'étiquetage et à la surutilisation d'additifs. Toutefois, cet événement est à mettre en perspective avec l'actuel conflit diplomatique entre les deux pays et les surtaxes récemment appliquées aux vins australiens dans le cadre d'accusations d'antidumping. Certains professionnels chinois voient en ce blocage un signe du gouvernement chinois pour donner un coup de frein aux importations des produits australiens.

Thématique : vin australien – blocage - Shenzhen – douanes chinoises – étiquetage – additif – conflit diplomatique – antidumping

Date : le 31 mars 2021

Source : <https://www.winesinfo.com/html/2021/3/1-84401.html>

CHINE : PROMULGATION DE NOUVELLES NORMES NATIONALES CHINOISES POUR LES LAITS INFANTILES

Le taux de concentration du marché chinois pour les laits infantiles devrait augmenter.

Le 19 mars dernier, la NHC (National Health Commission, ministère de la santé chinois) a officiellement promulgué la nouvelle version des normes nationales chinoises sur le lait infantile : GB 10765-2021 « Infant Formula », GB 10766-2021 « Older Infant Formula », GB 10767-2021 « Young Children Formula ». Les trois normes seront en vigueur à partir du 22 février 2023.

La NHC a publié également sur son site internet des explications concernant les principaux changements apportés :

- Séparation de norme GB 10767-2010 « Older Infants and Young Children Formula » en deux normes différentes, la GB 10766 et la GB 10767 ;
- Amendement / ajout de valeurs nutritionnelles minimales pour des nutriments ;
- Amendement / ajout de valeurs nutritionnelles maximales pour des nutriments ;
- Conversion des ingrédients optionnels dans la version 2010 en ingrédients obligatoires ;

- Application des normes correspondantes concernant les limites de polluants, des mycotoxines et des pathogènes.

De plus, la nouvelle version des normes a ajusté les demandes au niveau de la teneur en protéines dans les laits destinés aux bébés et les jeunes enfants, la teneur en protéines de lactosérum dans le lait destiné aux jeunes enfants, la teneur en glucides dans le lait destiné aux jeunes enfants, la teneur en lactoses dans les laits destinés aux bébés et aux jeunes enfants, tout en limitant l'ajout de sucre dans les laits destinés aux nourrissons et aux bébés.

L'obligation d'enregistrement de formules des laits infantiles a été mise en application depuis 2017, la durée de validité pour chaque enregistrement est de 5 ans. La prochaine période d'enregistrement des marques arrivera en 2022.

D'après les prévisions de M. SONG Liang, expert chinois du secteur laitier, à la suite du deuxième enregistrement des formules, au moins 30% des marques des laits infantiles devraient disparaître du marché chinois. Ainsi le taux de concentration du marché devrait augmenter.

Thématique : lait infantile – norme nationale – nouvelle version – enregistrement de formule

Date : le 19 mars 2021

Source : <https://www.jiemian.com/article/5834796.html>

ACTIONS DE COOPÉRATION DES CONCURRENTS DE LA FRANCE DANS LE SECTEUR AGRICOLE ET AGROALIMENTAIRE

CHINE : SWIRE COCA-COLA COOPERE AVEC SIEMENS POUR DIGITALISER SES 18 USINES D'EMBOUTEILLAGE EN CHINE

L'opération permettra à Swire Coca-Cola de réduire les coûts de production d'un montant égal à la production de 550 millions de canettes de Coca de plus par an.

Le 31 mars dernier, Swire Coca-Cola (China) et Siemens ont signé un accord de coopération sur la digitalisation des usines d'embouteillage de Coca-Cola en Chine, intégrant le management intelligent de la chaîne d'approvisionnement et la formation du personnel.

Au travers de cette coopération, Swire Coca-Cola (China) entend faire de son usine l'exemple dans le secteur de la boisson en Chine, et accélérer la digitalisation de ses usines dans le monde entier. Ce Management Information System (MIS) développé par Siemens est déjà en service sur les lignes de production de l'usine de Hangzhou. D'ici deux ans, ce système devrait être installé dans les 18 usines de Swire Coca-Cola couvrant environ 100 lignes de production en Chine. Cela permettra à Swire Coca-Cola de réduire le coût de production pour un total estimé au montant de la production de 550 millions de canettes de Coca de plus par an.

Thématique : Swire Coca-Cola – Siemens – coopération - digitalisation – usine – boisson - embouteillage

Date : le 31 mars 2021

Source : <http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2021/465548.shtml>

STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS

CHINE : COSTCO CHOISIT GUANGZHOU POUR INSTALLER SON 2EME MAGASIN EN CHINE DU SUD

Le géant nord-américain dispose aujourd'hui de plus de 785 magasins dans 13 pays et régions au monde.

A l'occasion de la 7ème édition de la Guangzhou Annual Investment Conference China (en chinois 第七届中国广州国际投资年会), le groupe Costco Wholesale China et le gouvernement local du quartier de Liwan de Guangzhou ont signé un mémorandum de coopération relatif à l'entrée de Costco dans la ville de Guangzhou. Costco a choisi le quartier de Liwan pour installer son 1er magasin à Guangzhou.

2ème plus grand groupe mondial de la vente au détail, Costco a ouvert plus de 785 magasins dans le monde. Son 1er magasin sur le territoire chinois a été inauguré en août 2019 à Shanghai, suivi par un autre point de vente dans cette même ville, puis à Suzhou et Hangzhou.

En septembre 2020, Costco a installé son siège en Chine du Sud dans la ville de Shenzhen et projette d'ouvrir un 1^{er} magasin en Chine du Sud, dans le quartier de Longhua.

Pour information, Sam's Club et Métro sont les deux plus grands concurrents de Costco en Chine. Pour Sam's Club, la chaîne compte aujourd'hui environ 3 millions de membres sur le marché chinois. D'ici 2022, Sam's Club en Chine devrait atteindre 40 à 45 points de ventes. Pour sa part, Métro, est présent à Guangzhou depuis 2006 et dispose aujourd'hui de 4 magasins dans les quartiers de Huadu, Tianhe, Panyu et Baiyun à Guangzhou.

Thématique : Costco – mémorandum de coopération – MoU – vente au détail – Guangzhou – Sam's Club – Métro

Date : le 2 avril 2021

Source : <https://www.jiemian.com/article/5901445.html>

CHINE : LE GROUPE H&H A REALISE UN CHIFFRE D'AFFAIRE DE 11,19 MILLIARDS D'EUROS

Le marché chinois est le marché principal du groupe, représentant 82,8% du chiffre d'affaires total.

En 2020, le chiffre d'affaires du groupe H&H a augmenté de 2,5%, atteignant 11,19 milliards de RMB et le bénéfice net ajusté a augmenté de 10,1% à 1,18 milliard de RMB. Parmi eux, le marché chinois est le marché principal du groupe, représentant 82,8% du chiffre d'affaires total du groupe, de plus, le chiffre d'affaires du marché chinois a enregistré une croissance à deux chiffres de 10,0%.

En Chine, les ventes annuelles de lait en poudre Biostime pour nourrissons ont augmenté de 2,7%. Un an seulement après sa mise en vente, le chiffre d'affaires du lait de chèvre en poudre Biostime a atteint 320 millions de yuans. Le lait de chèvre en poudre Biostime représentait 6,1% du chiffre d'affaires total du lait en poudre pour nourrissons.

Dans le segment des produits de nutrition et de soins pour adultes, Swisse a réalisé une croissance rapide sur le marché chinois. La Chine est le moteur de croissance des activités de soins prénataux du groupe. Sous l'influence de l'épidémie, les gens accordent de plus en plus d'attention à la santé. La demande de produits de beauté et de nutrition sains Swisse a fortement augmenté et la notoriété de la marque n'a cessé de croître.

En 2020, le groupe a acquis une participation de 100% dans Solid Gold, la première société de nutrition complète pour animaux de compagnie aux États-Unis pour 163 millions de dollars américains. En mars 2021, le groupe a officiellement annoncé le lancement de différentes unités d'affaires, dédiées à la production de produits nutritifs et de soins pour animaux de compagnie.

Thématique :

Date : le 23 mars 2021

Source : http://www.ce.cn/cyssc/sp/info/202103/23/t20210323_36403829.shtml

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL

CHINE : LE DISTRICT XIHU DE HANGZHOU A ANNONCE LA CREATION DU PREMIER CENTRE D'INNOVATION SUR LA BLOCKCHAIN

AntChain, en tant qu'entreprise partenaire du projet, se concentrera sur la recherche et le développement technologique, la transformation et la réalisation d'applications innovantes dans le domaine de la blockchain.

Le 19 mars, le district Xihu de Hangzhou a annoncé la création du premier centre d'innovation, qui travaillera principalement sur la technologie de la blockchain. Ce centre offrira une gamme complète de services de soutien à ses membres, « politique + plate-forme + technologie + talent + capital » et la construction d'une plate-forme intégrée d'économie numérique pour l'industrie, l'éducation et la recherche.

La province du Zhejiang a pris la tête du développement et du lancement du système "Zhejiang Cold Chain" pour réaliser une gestion complète des aliments importés en chaîne du froid. Aujourd'hui, 31 000 entreprises du système « Zhejiang Cold Chain » sont reliées à l'entrepôt, avec un total de plus de 6,27 millions de codes attribués et 12,603 millions d'enregistrements ont été générés.

En tant que partenaire principal, AntChain fournira un centre d'applications de technologie blockchain et un service de protection de données pour aider les administrations et les entreprises partenaires afin de créer rapidement des applications apportant des solutions à divers scénarios commerciaux.

Thématique : blockchain – AntChain – technologie – économie numérique

Date : le 19 mars 2021

Source : <http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2021/464970.shtml>

CHINE : LE POTENTIEL DES VINS BLANCS ALLEMANDS PORTE PAR LA JEUNE GENERATION CHINOISE

Les vins blancs sont disposés à se frayer une place prometteuse sur le marché chinois, comme le démontre la croissance des ventes d'un domaine allemand producteur de Riesling.

Selon le domaine Schloss Reinhartshausen, un vignoble centenaire situé au cœur de la région du Rheingau en Allemagne, la Chine devient terrain de jeu pour les vins blancs en raison d'une diversification et sophistication des habitudes de consommations des amateurs locaux.

Alexander Lorch, directeur des exportations du domaine, souligne l'importance d'un marché à potentiel pour les vins blancs compte tenu de la récente entrée en vigueur d'un accord sino-européen sur la reconnaissance bilatérale de

multiples indications géographiques. Cette opportunité s'explique également par un gain de connaissance et d'un intérêt progressif pour la culture du vin par les consommateurs locaux, ouvrant dans cette mesure la voie aux vins blancs. Ces perspectives de développement prometteuses sont particulièrement portées par une jeune génération de consommateurs appréciant une nouvelle offre de vins orientée vers des références moins traditionnelles. L'entreprise affirme ainsi l'existence et l'avenir d'un large marché pour le vin blanc, adapté notamment pour les consommateurs préférant le profil fruité des Riesling allemands dont les possibilités au niveau des accords mets et vins sont raffinées. Malgré la prédominance du marché intérieur allemand représentant 60 à 70% de ses ventes, le domaine Schloss Reinhartshausen met parallèlement en exergue l'importance du marché chinois, devenant progressivement sa principale destination à l'export. Alexander Lorch précise également « l'importance à Reinhartshausen de considérer les risques du marché dans le cadre d'un développement pas-à-pas en Chine ».

Le vignoble est d'ores-et-déjà présent dans certaines régions métropolitaines de Chine, notamment à Pékin, Shanghai et Shenzhen et continue son expansion vers l'intérieur des terres, autour de Chengdu. Ce large développement a particulièrement été soutenu en période pré-Covid-19, notamment grâce à une participation fréquente à des opérations promotionnelles de vins dans la province du Sichuan et à Shanghai.

Thématiques : vin blanc - vin allemand – Rheingau - Riesling

Date : le 4 avril 2021

Source : http://www.xinhuanet.com/english/europe/2021-03/26/c_139838039.htm

CHINE : LES IMPORTATIONS DE VINS DURANT LA CRISE DE LA COVID-19 ALIMENTENT UNE VAGUE DE HAUSSE DE PRIX

Au cours des derniers mois, les coûts de logistiques maritimes à l'international ont sensiblement augmenté, alimentant une hausse des frais d'exportations en aval, interrogeant certains importateurs locaux sur les raisons de cette tendance.

Récemment, les coûts du transport maritime ont augmenté d'environ 30 à 50% en parallèle d'une augmentation de la fréquence des retards des expéditions.

Les professionnels de la filière partagent leurs inquiétudes en raison d'une augmentation des frais de frets maritimes multipliés jusqu'à 10 fois par rapport à l'année dernière.

En amont, certains domaines vinicoles réagissent à ce phénomène de crise en augmentant les prix de leurs offres respectives. En effet, les différents coûts de production et opérationnels au sein des principaux pays producteurs de vin, y compris la main-d'œuvre et les matériaux d'emballage, sont globalement à la hausse.

La crise de la Covid-19 a, en effet, accru une concurrence entre les différentes entreprises spécialisées dans l'affrètement maritime international. Les conséquences de ces multiples problèmes conjoncturels sont aujourd'hui inévitables pour la majorité des domaines vinicoles, justifiant la tendance haussière générale des prix dits « pré-convoi » et résultant, selon les professionnels, en une augmentation des prix finaux des ventes.

Qu'il s'agisse de la hausse des coûts de fret ou des prix en amont, les importateurs font face à de nombreux obstacles de la réalisation de leurs opérations. La pression considérable exercée par la tendance actuelle explique la diminution des importations cumulées chinoises de vins à hauteur de 28,8% en 2020, poursuivant leur déclin initié en 2018.

Thématiques : fret maritime - hausses de prix - vins importés – Covid-19

Date : le 26 mars 2021

Source : <https://www.lookvin.com/article/news/detail-59752.html>

CHINE : LE CENTRE NATIONAL D'INNOVATION TECHNOLOGIQUE PORCINE S'ETABLIRA A CHONGQING

Le ministère de la Science et de la Technologie a récemment accepté de soutenir la construction d'un centre national d'innovation technologique porcine à Chongqing.

Le projet d'installation du Centre national d'innovation technologique porcine Chongqing a été dévoilé, s'engageant dans la poursuite de trois objectifs précis et prioritaires : la mise en pratique et l'innovation de solutions génétiques ; la promotion de l'élevage biologique et la prévention des épidémies animales.

L'établissement de cette nouvelle structure a été coordonné par le Bureau des Sciences et de la Technologie de Chongqing et dirigé parallèlement par l'Académie locale d'élevage. Le projet est également en cours de réalisation conjointement avec l'Université agricole de Chine, l'Institut de recherche vétérinaire de Lanzhou de l'Académie chinoise des sciences agricoles, l'Université agricole du Jiangxi, l'Université Sun Yat-Sen et le groupe Muyuan.

Le centre principal sera basé à l'Académie d'élevage de Chongqing, s'appuyant sur 4 sous-centres dispersés au nord, nord-ouest, est et sud du pays, mais également sur 6 unités de test situées dans les principales zones de production porcine, notamment à Canton, et dans les provinces du Sichuan, Guangxi, Henan, Hunan et Jiangxi.

Thématiques : Chongqing – élevage – porcine – innovation - génétique

Date : le 29 mars 2021

Source : http://www.ce.cn/cyssc/sp/info/202103/29/t20210329_36420702.shtml

CHINE : 40 NOUVEAUX PROJETS CLES DU SECTEUR PORCIN DANS LA PROVINCE DU GUIZHOU VONT ETRE LANCES

Le développement du secteur porcine dans la province du Guizhou continuera de soutenir la reprise de l'industrie, de renforcer les dynamiques de production et d'améliorer la qualité des produits.

Ces dernières années, la province du Guizhou a accordé une grande importance à la promotion et l'optimisation de la filière porcine locale. La province a notamment encouragé l'organisation de 65 projets clés depuis mars 2020, dont 53 ont été finalisés à l'heure actuelle, participant à l'élargissement du cheptel porcine à hauteur de 600 000 têtes de porcs. A titre indicatif, la province comptait 13,6 millions de têtes porcines en 2020, soit une augmentation de 16,5% par rapport à 2019.

Afin de consolider les bases du développement d'une filière porcine qualitative, la province du Guizhou a rajouté 60 projets à sa liste initiale, y compris des programmes d'élevage, de transformation des produits d'alimentation animale, d'abattage et de transformation de produits finis.

L'investissement consacré à cette nouvelle variété de projets locaux est estimé à 6,8 milliards de CNY (880 millions d'EUR), dont la réalisation permettrait d'atteindre un cheptel d'environ 4,8 millions de têtes, mais également la génération de 840 000 tonnes de produits d'alimentation animales et une capacité d'abattage et de transformation de 700 000 têtes par an.

Depuis fin mars 2021, 39 nouveaux projets ont été lancés. Un démarrage d'ici la fin du mois du juin est prévu pour les projets restants.

Thématiques : Guizhou – élevage – porcine - projet

Date : le 27 mars 2021

Source : http://www.ce.cn/cyssc/sp/info/202103/27/t20210327_36415958.shtml

HONGKONG : LA VENTE DES BIERES SANS ALCOOL EST EN PLEINE CROISSANCE ET SUIT LA TENDANCE D'UN MODE DE VIE SAIN

Les brasseries du monde entier se lancent dans la production de bières sans alcool pour répondre à une nouvelle tendance de consommation plus responsable.

En effet, un changement d'habitude de consommation de la population s'opère depuis quelques années et de nouvelles tendances voient le jour, comme le Dry January, qui signifie passer le mois de janvier sans consommer d'alcool. La jeune génération commence à se tourner vers différentes options sans alcool, notamment pour les bières et cocktails.

De nouveaux acteurs du secteur se sont lancés sur ce marché de niche à Hong Kong, comme certains brasseurs qui ont investi dans leurs offres sans alcool ou encore le distributeur de boissons Sipfree. D'après le directeur général de cette société, ce secteur est en pleine expansion et la demande est croissante. De nombreuses marques de bières sans alcool sont distribuées à Hong Kong dans différentes enseignes comme ParknShop ou sur la plateforme e-commerce HKTV Mall.

Les bières qui contiennent moins de 1,5% d'alcool sont classées comme non alcoolisées dans de nombreux pays. En plus de leur teneur en alcool particulièrement faible, elles contiennent également moins de kilojoules, ce qui représente un critère de plus en plus important pour les consommateurs soucieux de leur santé. Le prix de ces produits est similaire aux bières contenant de l'alcool.

D'après une étude réalisée en 2018-2019 concernant les comportements en matière de santé, 9% des résidents hongkongais buvaient une boisson alcoolisée au moins une fois par semaine. Les hommes semblent consommer plus que les femmes, et les personnes âgées plus que les jeunes.

Il est désormais plus courant de commander une bière sans alcool dans un bar ou restaurant et les gammes proposées se sont diversifiées. Les packagings utilisés sont attractifs et les produits sont dorénavant considérés comme étant de qualité, il est parfois même difficile de faire la distinction entre des bières avec et sans alcool, même pour des connaisseurs. De nouveaux ingrédients sont mis en avant comme les sels de mer, les minéraux, les fruits et les herbes. Ces produits sont destinés en particulier aux personnes souhaitant réduire leur consommation d'alcool pour des raisons de santé.

La consommation d'alcool a souvent lieu dans un cadre social, et cette alternative permet à ces consommateurs de ne pas se sentir exclus.

Thématique : bières – boissons sans alcool - consommation

Date : le 2 avril 2021

Source : <https://www.scmp.com/lifestyle/food-drink/article/3127892/non-alcoholic-beer-and-low-alcohol-beer-are-trend-among>

TAIWAN : LES GRANDS OPERATEURS DE LA RESTAURATION PREVOIENT L'OUVERTURE DE NOUVEAUX POINTS DE VENTE EN 2021

Sortant complètement de la pandémie, l'industrie de la restauration est en plein essor et les 5 principaux groupes de restauration à Taïwan ont lancé un programme pour ouvrir plus de 100 nouveaux points de vente au total cette année.

Dans le contexte de la fermeture des frontières et grâce à un contrôle réussi de l'épidémie dans le pays, ceux qui ne peuvent pas voyager à l'étranger contribuent fortement à l'explosion de la consommation domestique à Taïwan dans le commerce de détail ainsi que dans la restauration. Selon les dernières statistiques publiées par le ministère des affaires économiques, le chiffre d'affaires de la restauration a atteint 71,8 milliards TWD, soit 2,15 milliards EUR, représentant une croissance annuelle de 23,6% en février 2021, un chiffre record depuis la période « post-SRAS » en mai 2004.

Ciblant ces opportunités commerciales, les restaurateurs, qui avaient souffert d'un ralentissement de l'économie en raison du Covid-19 au 1er semestre 2020, ont relancé leurs plans d'expansion en nombre de points de vente cette année et décidé de redoubler leurs investissements.

Le groupe WowPrime, le leader de la restauration à Taïwan, prévoit ainsi de lancer 5 nouvelles enseignes de restaurant au 2e semestre 2021. En outre, il planifie d'ouvrir 40 nouveaux points de ventes pour atteindre un nombre total de 330 restaurants à la fin de l'année, ce qui représente la plus grande échelle d'expansion depuis la création du groupe. Par ailleurs, d'autres grands groupes de restauration comme TTFB, Kanpai, Feastogether Group et Jhujian ont tous projeté de créer de nouvelles enseignes et d'augmenter leur nombre de points de vente.

Thématiques : restauration – reprise économique – tendance sur le marché – Taïwan

Date : le 6 avril 2021

Source : <https://www.chinatimes.com/newspapers/20210406000389-260110?chdtv>

GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION

ACRONYMES

COVID	Corona Virus Disease
CNY	Chinese Yuan
EUR	Euros
NHC	National Health Commission

ONG	Organisations non-gouvernementales
USD	US dollars
TWD	Taiwan Dollar

SOURCES D'INFORMATION

WWW.XINHUANET.COM

Site internet de Xinhua News Agency, équivalent de l'AFP français.

WWW.CHINADAILY.COM.CN

Site internet du journal « China Daily », créé en 1995. Le site est devenu aujourd'hui un site internet général de multimédia au niveau national, et est le plus important site en version anglaise, disposant une trentaine de sub-sites avec plus de 300 channels.

WWW.JIEMIAN.COM

Site internet lancé par "Shanghai United Media Group" avec 11 collaborateurs dans les secteurs d'internet, de la finance, de la communication etc., spécialisé en fourniture d'informations pour la classe moyenne chinoise.

WWW.CE.CN

China economic net, site internet spécialisé sur l'économie, parrainé par le journal « Economic Daily ». Le quotidien se consacre à fournir des informations sur l'économie chinoise.

WWW.LINKSHOP.COM.CN

Site Internet de l'information sur les supermarchés, les grands magasins, les centres commerciaux, l'immobilier commercial, les dépanneurs et d'autres formats de vente au détail, les données de l'industrie, les avis d'opinion et les informations de gestion.

WWW.LOOKVIN.COM

Un média spécialisé dans le vin et dédié à partager et à diffuser les connaissances les plus récentes sur le vin et l'expérience de la vie du vin dans un esprit de simplicité, de divertissement et d'interaction.

WWW.WINESINFO.COM

Site internet créé par la société Bon-wine Culture Consulting Co., Ltd., société de consulting spécialisée en communication autour de la culture du vin

WWW.SCMP.COM

South China Morning Post (SCMP), est un important journal de langue anglaise basé à Hong Kong et appartenant au groupe Alibaba.

WWW.CHINATIMES.COM

Le China Times Newsletter est un journal en ligne appartenant au groupe Want Want China Times. Créé en 1995, China Times Newsletter est le plus ancien média en ligne à Taiwan et l'un des 4 grands journaux de Taïwan (1 million de tirage pour la version papier), couvrant des sujets d'actualités politiques, socio-économiques, de sport et de loisirs.

VEILLE MÉDIATIQUE AGROALIMENTAIRE SUR LA CHINE, HONG KONG ET TAIWAN

Pour toute question ou suggestion relative à cette veille, nous vous remercions d'adresser un courriel à : pekin@businessfrance.fr

Vous souhaitez être abonné à cette veille, nous vous remercions d'adresser un courriel à : reglementaire-agro@businessfrance.fr

REDACTEURS

Ying LI – Chargée d'affaires export Agrotech bureau de Pékin
Sisi WANG - Chargée de développement Agrotech bureau de Pékin
Yuchen ZHOU - Chargée de développement Agrotech bureau de Pékin
Bixi LI – Chargée de développement Agrotech bureau de Pékin
Paul GEOFFROY – Chargé de développement Agrotech bureau de Pékin
Yvane ABIVEN- Chargée de développement Agrotech bureau de Canton
Nicolas FURIO- Chargée de développement Agrotech bureau de Shanghai
Yanxia DENG - Chargée de développement Agrotech bureau de Canton
Jenny MAHIKIAN – Chargée de développement Agrotech bureau de Hongkong
Min CHAO – Chargée de développement Agrotech bureau de Taiwan
Anne GUINAUDEAU – Chargée d'affaires export bureau de Taiwan
David ROLLAND – Chef de pôle Agrotech Chine
Laurent Diné – Chef du service réglementaire

Contacts FranceAgriMer : Chloé PAQUETTE / Anatole GAULTIER

Toute reproduction, représentation, intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, sur quelque support que ce soit, papier ou électronique, effectuée sans l'autorisation écrite expresse de Business France, est interdite et constitue un délit de contrefaçon sanctionné par l'article L.335-2 du code de la propriété intellectuelle.

Clause de non-responsabilité / Business France ne peut en aucun cas être tenu pour responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication dans un but autre que celui qui est le sien, à savoir informer et non délivrer des conseils personnalisés. Les coordonnées (nom des organismes, adresses, téléphones, télécopies et adresses électroniques) indiquées ainsi que les informations et données contenues dans ce document ont été vérifiées avec le plus grand soin. Toutefois, Business France ne saurait en aucun cas être tenu pour responsable d'éventuels changements.