

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

Mars 2019 – N° 15



SOMMAIRE

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS..... 3

Chine : la police a notifié des cas de peste porcine africaine et arrête plus de 1000 suspects..... 3

Hong Kong : une étude américaine met en lumière la présence d'herbicides cancérigènes dans plusieurs produits alcoolisés..... 4

Chine : la GACC publie une notice d'alerte sur l'importation de graines de colza canadiennes 4

ACTIONS DE COOPÉRATION DES CONCURRENTS DE LA FRANCE DANS LE SECTEUR AGRICOLE ET AGROALIMENTAIRE ... 6

Chine : levée d'embargo pour les viandes bovines du Kazakhstan 6

STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS..... 7

Chine : une chaîne de cafés très connue au Canada a fait son entrée sur le marché chinois..... 7

Chine : accélération de l'implantation de Shandong Delisi Food Co., Ltd. dans le secteur de la viande bovine..... 7

Chine : Carrefour Chine a multiplié ses profits par 11 en 2018..... 8

Chine : les vins produits dans les domaines australiens achetés par Weilong seront exportés en Chine 8

Chine : General Mills vend les parts de Yoplait en chine 9

Chine : Fermeture de « Tianjin Lotte Department Store » 9

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL 10

Taïwan : les *convenience stores*, véritables ennemis des restaurateurs ?..... 10

Chine : la technologie de reconnaissance faciale sauve les porcs de la peste africaine 11

Chine : en raison d'une offre insuffisante de viande bovine, le prix de gros du bœuf a augmenté de plus de 11% par an 11

Chine : Sun Art enregistre de mauvaises performances avec un revenu et un bénéfice net en baisse pour la première fois en trois ans 12

Chine : les importations chinoises d'huile de palme devraient atteindre 5,8 millions de tonnes sur l'année 2018/19..... 13

GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION... 14

Acronymes..... 14

Sources d'information..... 14

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

CHINE : LA POLICE A NOTIFIE DES CAS DE PESTE PORCINE AFRICAINE ET ARRETE PLUS DE 1000 SUSPECTS

Les policiers ont résolu plusieurs affaires criminelles liées à la peste porcine africaine et ont saisi une grande quantité de charcuteries contaminées.

Le 1er mars 2019, le bureau de la sécurité publique a tenu une conférence de presse à Beijing afin de rendre compte de ses efforts récents pour réprimer les crimes liés à la peste porcine africaine, en citant 10 cas de fraude qui ont eu lieu à Changde, Panzihua, Fushun, Shanghai, Chengdu, Yulin, Jieyang, Rui'an, Ningde et en Mongolie Intérieure. Les services de police des différentes régions ont enquêté sur 32 affaires criminelles en lien avec la peste porcine africaine, aboutissant à l'arrestation de 90 suspects et à la découverte de plus de 15 000 porcs malades et plus de 140 tonnes de viande de porc et de produits contaminés. Ils ont également résolu plus de 500 cas touchant l'élevage et la vente de bétails et de volailles décédés à la suite d'une contamination impliquant 960 suspects.

Ces actes criminels se manifestent sous trois aspects :

- Le premier concerne la production et la vente de porcs morts de cette peste dans l'élevage. Certains éleveurs n'hésitent pas à vendre des porcs infectés même si l'épizootie avait déjà été détectée pendant la période de l'élevage en omettant d'en informer les services sanitaires et en négligeant les traitements vétérinaires sur les porcs atteints.
- Le second concerne l'abattage considéré comme illégal puisque certains établissements tuent les porcs sans l'autorisation obligatoire des autorités sanitaires chinoises.
- Le troisième concerne certaines entreprises et individus qui, dans un objectif de diminution des pertes, trafiquent des porcs provenant de zones contaminées. En achetant illégalement des certificats de quarantaine, ces trafiquants légalisent l'accès au marché de consommation des porcs n'ayant pas été en quarantaine ou porteurs du virus.

Thématique : peste africaine – crime – suspect – illégalité – abattage – vente – trafic – porc

Date : le 2 mars 2019

Source : http://www.sohu.com/a/298729050_358939

HONG KONG : UNE ETUDE AMERICAINE MET EN LUMIERE LA PRESENCE D'HERBICIDES CANCERIGENES DANS PLUSIEURS PRODUITS ALCOOLISES

7 Hongkongais sur 10 boivent les bières mentionnées dans l'étude.

Les États-Unis ont récemment souligné que plusieurs bières et vins sur le marché contenaient des herbicides cancérigènes, notamment Budweiser, Heineken, etc. vendues à Hong Kong.

Le groupe de recherche d'intérêt public (PIRG) a déjà rendu un rapport de 22 pages sur la teneur en herbicides dans la bière et les vins de table et échantillonné 20 vins sur le marché. Les échantillons comprennent 5 vins, 14 bières et 1 cidre, et 19 d'entre eux contiennent du glyphosate, l'un des ingrédients couramment utilisés par les agriculteurs américains au printemps, un résidu d'herbicide. Le glyphosate avait déjà été identifié comme cancérigène par les tribunaux californiens aux États-Unis, et l'Organisation Mondiale de la Santé l'a également répertorié comme "substance cancérigène secondaire". La teneur en glyphosate est mesurée en ppb. La bière et le cidre sont mentionnés pour la première fois. La teneur en glyphosate dans les bières varie de 5,6 ppb à 49,7ppb, avec Qingdao, Heineken et Budweiser, des marques que 7 Hongkongais sur 10 boivent régulièrement.

Selon les normes de l'Agence de protection de l'environnement des États-Unis, la limite supérieure de la teneur en glyphosate devrait être de 160ppb, de sorte que les 20 alcools susmentionnés n'ont pas dépassé la norme. Un porte-parole de l'Association des vins américains a insisté sur le fait que la teneur en glyphosate de l'alcool n'était pas élevée, mais au moins une étude scientifique a montré qu'un seul billion de glyphosate suffisait à stimuler la croissance des cellules cancéreuses du sein et à provoquer des troubles endocriniens.

À Hong Kong, cependant, les internautes sont moins sensibles. Après l'annonce des résultats de l'étude, certaines personnes ont commenté : "Il faut boire vite et mourir !" et ont déclaré que tout au plus, ils boiraient d'autres marques de bière.

Thématique : sécurité alimentaire – Hong Kong – glyphosate

Date : le 2 mars 2019

Source :

<https://www.hk01.com/%E9%A3%B2%E9%A3%9F/301459/%E9%A3%9F%E7%89%A9%E5%AE%89%E5%85%A8-%E7%BE%8E%E5%9C%8B%E9%A9%97%E5%87%BA%E9%85%92%E9%A1%9E%E5%90%AB%E8%87%B4%E7%99%8C%E9%99%A4%E8%8D%89%E5%8A%91-7%E6%AC%BE%E6%B8%AF%E4%BA%BA%E5%B8%B8%E9%A3%B2%E5%95%A4%E9%85%92%E4%B8%8A%E6%A6%9C>

CHINE : LA GACC PUBLIE UNE NOTICE D'ALERTE SUR L'IMPORTATION DE GRAINES DE COLZA CANADIENNES

L'agrément d'un exportateur canadien Richardson International Limited a été supprimé.

Le 7 mars, la GACC (Administration générale de la douane chinoise) a publié sur son site internet une notice d'alerte visant les graines de colza canadiennes. En effet, ces derniers jours, plusieurs services de la douane chinoise (Huangpu, Dalian, Nanning, Shenzhen) auraient détecté, dans des graines de colza canadiennes, différentes sortes d'organismes nuisibles (*Leptosphaeria maculans*, *Pseudomonas syringae* pv. *Maculicola*, *Avena ludoviciana* Durien, *Xanthium* sp, *Amaranthus palmeri* S. Watson, etc.). La GACC a donc supprimé l'agrément de la société en question, Richardson International Limited, et a suspendu l'importation des graines de colza provenant de cet exportateur canadien mais également de toutes les entreprises se trouvant dans le même cas.

Il est demandé aux différents services locaux de la douane chinoise de :

- Ne pas accepter l'autorisation douanière d'importation de graines de colza provenant de la société Richardson International Limited, et ce à partir du 1^{er} mars 2019 (inclus) ;

- Renforcer le contrôle quarantaine de graines de colza importées depuis le Canada et transmettre les informations correspondantes à l'administration centrale ;
- Informer les importateurs chinois de graines de colza de la situation.

La présente notice est valable jusqu'à la levée de l'alerte.

Thématique : graine de colza – Canada – notice d'alerte – suppression – agrément

Date : le 7 mars 2019

Source : <http://www.customs.gov.cn/customs/jjy/dzwjy/jjy/sxx/2328138/index.html>

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

CHINE : LEVÉE D'EMBARGO POUR LES VIANDES BOVINES DU KAZAKHSTAN

Les exportations des produits agricoles du Kazakhstan vers la Chine devront s'accroître dans le futur.

D'après KAZINFORM, à la suite de la levée d'embargo de la Chine pour l'importation de viande bovine originaire du Kazakhstan, les exportations des produits agricoles vers la Chine devraient s'accroître significativement dans le futur. Récemment, lors de sa visite officielle en Chine, Gulmira Issayeva, vice-ministre de l'agriculture Kazakh, a rencontré les représentants de l'Administration générale de la Douane chinoise à Pékin.

Plusieurs axes de coopération ont été mentionnés lors de la rencontre entre les représentants agricoles kazakhs et les membres du ministère du Commerce chinois, notamment concernant un projet d'exportation des produits agricoles originaires du Kazakhstan via la vente en ligne, ainsi que l'organisation de la deuxième session du Forum de coopération sino-kazakh prévue dans le pays d'Asie centrale au printemps 2019. À ces projets s'ajoutent la création d'un laboratoire de quarantaine animale et végétale ainsi qu'un centre vétérinaire dans la zone frontalière de Khorgos.

Thématique : Kazakhstan – viande bovine – levée d'embargo

Date : le 7 mars 2019

Source : http://www.cqn.com.cn/pp/content/2019-03/07/content_6856108.htm

STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS

CHINE : UNE CHAÎNE DE CAFÉS TRÈS CONNUE AU CANADA A FAIT SON ENTRÉE SUR LE MARCHÉ CHINOIS

L'entreprise Tim Hortons entre sur le marché chinois après avoir ouvert un café à Shanghai.

Le 26 février 2019, la chaîne de cafés Tim Hortons a officiellement marqué son entrée sur le marché chinois en ouvrant son premier établissement sur la place du Peuple à Shanghai.

D'après Alex Macedo, P.D.G de la société Tim Hortons, le marché chinois est devenu incontournable dans la stratégie de développement de la chaîne de cafés. Tim Hortons lancera de nouveaux produits adaptés aux consommateurs chinois tels que le thé Oolong à la pêche et au citron ou le dessert « Timbits » au jaune d'œuf salé et le sandwich au bœuf de Montréal. De plus, la société canadienne entend être compétitive en alignant ses prix sur les offres des chaînes de cafés chinoises. Afin de mieux s'intégrer sur ce nouveau marché, Tim Hortons va adopter un nom chinois.

Le café ouvert à Shanghai est le premier pas de la chaîne canadienne en Chine. Selon l'accord de franchise avec *Cartesian*, Tim Hortons ouvrira plus de 1500 cafés en Chine dans la prochaine décennie.

Thématique : café – Canada – Tim Hortons – marché chinois – Shanghai

Date : le 27 février 2019

Source : <http://www.chinanews.com/gj/2019/02-27/8766317.shtml>

CHINE : ACCELERATION DE L'IMPLANTATION DE SHANDONG DELISI FOOD CO., LTD. DANS LE SECTEUR DE LA VIANDE BOVINE

Afin d'accélérer la croissance de son chiffre d'affaires, Delisi se tourne vers le secteur de la viande bovine.

Le 27 février 2019, Shangdong Delisi Food Co., Ltd. (ci-après intitulée «Delisi») a publié un rapport de performance indiquant qu'en 2018, son chiffre d'affaires s'élevait à 2 031 milliards de yuans, soit une hausse de 26,28% par rapport à l'an dernier, notamment grâce aux ventes des viandes réfrigérées et congelées.

Face à la baisse de la consommation de viande de porc, Delisi a changé de cap pour se diriger vers la viande bovine en 2018 en élaborant un projet intitulé « traitement et logistique commerciale d'un million de tonnes de bœuf ».

Le 1^{er} novembre 2018, la société a achevé les travaux de construction d'une usine de 20 000 m² qui devrait être opérationnelle au premier semestre de 2019. Delisi effectue des achats dans le monde entier pour se fournir en bœuf de haute qualité mais à coût modéré impliquant une gestion de la chaîne logistique de l'élevage à la vente.

L'entreprise entend distribuer ses produits via le commerce en ligne, la restauration et la grande distribution.

Thématique : Delisi – viande bovine – bovin de boucherie

Date : le 28 février 2019

Source : <https://finance.sina.com.cn/roll/2019-02-28/doc-ihxncvf8656002.shtml>

CHINE : CARREFOUR CHINE A MULTIPLIE SES PROFITS PAR 11 EN 2018

Les activités de Carrefour en Grande Chine ont généré un bénéfice de 350 millions de CNY (environ 45 millions d'EUR) en 2018.

Le chiffre d'affaires mondial du groupe a progressé de 1,4% pour atteindre 85 milliards d'EUR en 2018, et son bénéfice a progressé de 4,6%. En Chine, Carrefour semble avoir réussi sa transformation numérique. En mai 2018, le groupe a notamment ouvert un magasin connecté, Le Marché, à Shanghai. Il a lancé l'an dernier son propre système de paiement mobile Carrefour Pay, qui a franchi la barre des 14 millions d'utilisateurs. Il a également développé son activité e-commerce en parallèle. Leur plateforme Carrefour Online Mall est désormais disponible dans plus de 50 villes à travers le pays et le groupe est présent sur les principales plateformes de livraison à domicile telles que Meituan, Ele.me et Jingdong. Il coopère également avec Gome, une des plus grandes chaînes de magasins spécialisés dans la vente d'électroménager en Chine. Cette accélération sur le digital a porté ses fruits avec une multiplication par 11 des bénéfices en 2018 soit 350 millions de CNY (environ 45 millions d'EUR).

Aujourd'hui, Carrefour offre sur le marché chinois près de 500 produits de marques propres et compte six centres logistiques modernes pour assurer une distribution performante sur tout le territoire. Pour le directeur exécutif Asie Thierry Garnier, la Chine est un terrain expérimental pour les autres marchés du groupe.

Thématique : Carrefour – Chine – supermarché connecté – grande distribution – e-commerce

Date : le 1er mars 2019

Source : <https://www.yicai.com/news/100128211.html>

CHINE : LES VINS PRODUITS DANS LES DOMAINES AUSTRALIENS ACHETES PAR WEILONG SERONT EXPORTES EN CHINE

Le groupe chinois entame le pressage de sa première récolte dans les domaines de Victoria, en Australie.

Récemment, le groupe Weilong, troisième producteur chinois de vin, a commencé la phase de pressage des raisins dans ses domaines acquis en Australie, situés à Mildura. Les vins produits seront destinés exclusivement à l'exportation. C'est la première récolte depuis l'acquisition, en 2016, des domaines australiens par le groupe Weilong. Le géant chinois entend augmenter la notoriété en Chine des vins produits dans les domaines de Victoria. D'après Bruno Wappia, Directeur Général des affaires de Weilong en Australie, l'embouteillage est prévu pour fin 2019 et les vins seront mis en vente sur le marché chinois pendant la période du nouvel an chinois de 2020.

Ces dix dernières années, avec le développement rapide de l'économie en Chine, les grands groupes du pays ont montré un grand intérêt pour la production d'aliments sains en Australie, entraînant une vague d'investissements colossaux provenant des groupes chinois en Australie. En septembre 2016, Weilong Grape Wine avait annoncé son projet d'achat des domaines viticoles dans le bassin de Murray Darling dans la région de Victoria en Australie pour un montant total d'environ 70 millions de CNY.

Aujourd'hui, Weilong compte presser environ 25 000 tonnes de raisins et compte élargir sa capacité de production dans les domaines de Victoria via une collecte des fonds à hauteur de 120 millions de CNY. A l'heure actuelle, la capacité de production autorisée par le gouvernement local australien est de 80 000 tonnes de raisins. Le groupe chinois souhaite cependant pouvoir acquérir un quota supplémentaire de 20 000 tonnes par an, l'objectif final étant d'obtenir l'autorisation pour une production annuelle de 168 000 tonnes de moue.

Thématique : Weilong – domaine australien – production – exportation – marché chinois

Date : le 8 mars 2019

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2019/3/3-80600.html>

CHINE : GENERAL MILLS VEND LES PARTS DE YOPLAIT EN CHINE

Les marques étrangères s'emparent de 10 à 15% du marché du yaourt haut de gamme, ce qui favorise la diversification de ce produit laitier et intensifie la concurrence sur le marché chinois.

Le soir du 8 mars 2019, General Mills et Tiantu Capital ont déclaré simultanément avoir conclu un accord sur l'achat des parts de Yoplait en Chine. Tiantu Capital détiendra 100% de l'usine de Yoplait à Kunshan ainsi que le permis d'utilisation de la marque, ce qui permettra au groupe chinois de développer ses parts de marché en Chine continentale dans les domaines de la recherche, de la production et de la promotion. General Mills détient encore la marque « Yoplait » internationale.

Song Liang, expert économique du secteur laitier, a déclaré que ces dernières années, le marché chinois du yaourt croît rapidement. Selon la société d'études de marché Euromonitor International, de 2010 à 2016, le chiffre de ventes de yaourt est passé de 33 milliards de yuans à 101 milliards de yuans. Et on peut estimer qu'en 2020, ce chiffre va atteindre 190 milliards, soit plus de 50% de part de marché du lait liquide.

L'essor du yaourt en Chine bénéficie aux entreprises chinoises mais attire également les concurrents étrangers.

A l'heure actuelle, ce sont encore des marques chinoises qui dominent le marché du yaourt alors que les marques étrangères ou les marques de yaourt haut de gamme restent toujours à la première étape de leur développement, qui est limité par un manque d'infrastructure logistique permettant d'assurer la chaîne du froid.

Actuellement, les yaourts haut de gamme et les yaourts conservés à basse température sont principalement distribués dans les villes de premier et deuxième rang. Pour villes de taille moyenne qui ne possèdent pas d'infrastructures pouvant assurer de chaîne du froid, les yaourts conservés à température ambiante sont très populaires.

Thématique : yaourt – Yoplait – General Mills – Tiantu

Date : le 9 mars 2019

Source : <https://www.yicai.com/news/100134905.html>

CHINE : FERMETURE DE « TIANJIN LOTTE DEPARTMENT STORE »

Après le 31 mars 2019, le Lotte Department Store ne disposera que trois magasins en Chine.

Après la vente de 73 supermarchés de Lotte Mart en Chine, le « Lotte Department Store » commence également la réduction de ses activités. D'après une annonce publiée par *Lotte Department Store Tianjin Co., Ltd*, le « Lotte Department Store » situé dans le centre culturel de Tianjin sera fermé le 31 mars 2019. Un autre magasin de *Lotte Department Store* à Tianjin (Dongmalu Store) a déjà fermé le 31 décembre 2018. À partir du 31 mars 2019, la chaîne de supermarchés *Lotte Department Store* ne disposera que trois points de vente en Chine, à Shenyang (province du Liaoning), Weihai (province du Shandong) et Chengdu (province du Sichuan).

Lotte Department Store a débuté sur le marché chinois en 2008. D'après un reportage de « Korea Economic Daily » en 2018, *Lotte Department Store China* avait émis l'hypothèse d'une vente de ses activités en Chine. Les magasins situés à Tianjin et à Weihai étaient les cibles prioritaires pour une fermeture. Le journal a expliqué que, ces dernières années, les résultats de *Lotte Department Store* en Chine étaient en baisse de régime, avec de lourdes pertes entre 2016 et 2018.

Thématique : *Lotte Department Store* – fermeture – magasin – Tianjin

Date : le 11 mars 2019

Source : <https://www.jiemian.com/article/2935381.html>

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL

TAÏWAN : LES CONVENIENCE STORES, VÉRITABLES ENNEMIS DES RESTAURATEURS ?

Observation et analyse du marché par un gérant de restauration.

Selon le vice-président de TGI FRIDAYS, un des leaders des groupes de restauration de style américain, la plupart des restaurateurs n'ont pas encore réalisé que la concurrence à laquelle doivent faire face les restaurateurs provient en fait des *convenience stores* (CVS). Les CVS diversifient leur offre et services de plus en plus, via des partenariats avec des restaurateurs.

Dans le passé, les plats distribués dans le circuit des CVS se limitaient principalement à des repas légers ou plats surgelés à réchauffer au micro-ondes. Néanmoins, le format d'opération des CVS se diversifie et l'intégration intersectorielle devient une tendance commerciale. Ainsi, les CVS se transforment en magasins multi-fonctionnels, en fusionnant épicerie et librairie, espace sportif et pizzeria.

À titre d'exemple, le leader des chaînes de CVS, 7-ELEVEN, fournit des pizzas préparées sur place en coopération avec la chaîne de pizzeria, Domino's. Et le principal concurrent de 7-ELEVEN, l'enseigne FamilyMart, offre à ses clients un café de qualité supérieure à base de grains de café locaux, qui coûte 250 TWD la tasse (soit 3 à 4 fois plus cher que le café servi chez ses concurrents).

Le vice-président de TGI FRIDAYS estime que les frontières sectorielles entre la restauration et les CVS deviennent de plus en plus floues. De ce fait, ils concurrencent les restaurateurs, et par leur praticité et densité (1 point de vente pour 2300 habitants), posent un défi à ne pas négliger.

Pour les Taiwanais, déjeuner rapidement dans un magasin de CVS est non seulement pratique mais leur permet aussi de gagner plus de temps que de prendre un repas dans un restaurant. Si les repas fournis par les CVS arrivent à gagner en qualité et diversité, ceux-ci exerceront inévitablement une pression importante sur les restaurateurs.

Thématiques : circuits de distribution – CVS – restauration – Taïwan

Date : le 25 février 2019

Source : <https://money.udn.com/money/story/5612/3664936>

CHINE : LA TECHNOLOGIE DE RECONNAISSANCE FACIALE SAUVE LES PORCS DE LA PESTE AFRICAINE

La Chine fait appel à la technologie de pointe pour essayer d'endiguer la propagation de la peste porcine africaine à l'aide de haute technologie. De grandes entreprises comme Alibaba et JingDong ont introduit les systèmes de reconnaissance faciale et vocale dans les élevages porcins.

La Chine a mis en place des systèmes de reconnaissance faciale pour assurer la sécurité sanitaire des consommateurs dans le contexte de la peste porcine africaine. L'année dernière, le Conseil des Affaires d'État de la République populaire de Chine a approuvé l'application de la technologie intelligente en agriculture et le Bureau de l'Agriculture et des Affaires rurales de Beijing a souligné que les élevages porcins doivent s'appuyer sur les principes ABCD, c'est-à-dire l'intelligence artificielle (Artificiel intelligence), la chaîne de blocs (Blockchain), l'informatique en nuage (*Cloud Computing*) et les mégadonnées (*Data*).

La Chine est un producteur de porc très important et les deux tiers des viandes consommées sont du porc. Cependant, en 2018, la peste africaine a fait des ravages dans les élevages du pays et a causé des dégâts considérables. Selon le rapport de l'Agence de presse Xinhua, près d'un million de porcs ont été abattus uniquement pour éviter la propagation de ce virus.

Les géants de technologie chinois ont contribué à la lutte contre la peste africaine. Alibaba, JingDong et de petites entreprises comme Yingzi Technology ont introduit la technologie de reconnaissance faciale et vocale dans les élevages. Ce genre d'intelligence artificielle peut identifier chaque porc, saisir s'il se sent mal à l'aise et du coup anticiper les éventuelles épidémies.

JingDong a annoncé que le système qu'il a conçu avec China Agricultural University est bien installé dans un élevage porcin de Hebei. Alibaba a fait une coopération avec Tequ Groupe, une grande entreprise porcine à Sichuan. Toutefois, selon The New York Times, beaucoup de porchers doutent de ce système car il coûte très cher. Une start-up singapourienne spécialisée dans la technologie agricole, Smart Animal Husbandry Care, estime qu'il faut environ 7 dollars/tête pour créer une banque d'images.

Par ailleurs, au cours de ce processus, le prix pourrait fortement diminuer peu à peu. Par conséquent, il est possible que dans le futur, la technologie de reconnaissance faciale coûte moins cher et que chaque porcher puisse l'utiliser.

Thématique : reconnaissance faciale – élevage porcin – peste africaine – technologie

Date : le 27 février 2019

Source : <http://sputniknews.cn/opinion/201902271027781535/>

CHINE : EN RAISON D'UNE OFFRE INSUFFISANTE DE VIANDE BOVINE, LE PRIX DE GROS DU BŒUF A AUGMENTÉ DE PLUS DE 11% PAR AN

En Chine, la demande de viande bovine augmente chaque année alors que l'offre reste insuffisante entraînant une hausse du prix du gros.

Selon les données du ministère de l'Agriculture et des Affaires Rurales recueillies via « le système national d'information sur les prix de gros des produits agricoles », depuis le début de 2018, le prix de gros du bœuf connaît une croissance de 11,58%.

Cette forte hausse s'explique en partie par l'écart entre l'offre et la demande de viande bovine en Chine.

La chaîne télévisée nationale CCTV2 (CCTV finance) a constaté que, ces dernières années, en Chine, la structure de la consommation de viande a fortement évolué : la consommation de viande bovine a considérablement augmenté et représente 11% de la consommation de viande rouge en 2018 (contre 4% les années précédentes).

Les données du « Plan national de Production et de Développement du Bœuf et du Mouton » montrent que : en 2010, la consommation de bœuf par habitant est de 4,87 kg, soit une augmentation de 12% par rapport à 2005 et bénéficie d'un taux de croissance annuel moyen de 2,3%. Les estimations indiquent qu'en 2020, la consommation de bœuf par

habitant devrait atteindre 5,49 kg, soit une augmentation de 0,3 kg par rapport à 2015. Le taux de croissance annuel moyen devrait atteindre 1,13% ; en supposant que la population chinoise s'élève à 1,45 milliard en 2020, alors que la demande totale de consommation de bœuf devrait augmenter de 7,96 millions de tonnes soit plus de 750 000 tonnes par rapport à 2015.

La consommation de viande bovine en Chine occupe aujourd'hui le deuxième rang mondial avec 13%.

Bien que la demande augmente, les cheptels domestiques de bovins baissent. Selon le CBN (*China Business Network*), l'écart entre l'offre et la consommation de bœuf en Chine s'accroît chaque année depuis 2013. D'après les statistiques de l'industrie, en 2017, l'écart a atteint 967 000 tonnes.

Afin de combler le déficit d'approvisionnement, la Chine a augmenté ses importations ces dernières années.

Selon les données publiées par l'Administration générale des douanes en janvier, l'année dernière, les importations de viande bovine représentaient 1,039 million de tonnes. C'est la première fois que les importations chinoises de viande bovine (à l'exclusion des entrailles de bœuf) dépassent 1 million de tonnes depuis le pic de croissance de 2012. Parmi ces importations, près de 30% proviennent du Brésil. En outre, les exportations totales de bœuf de l'Australie vers la Chine s'élève à 163 000 tonnes en 2018, soit une augmentation de près de 50% par rapport à 2017.

L'offre insuffisante de bœuf sur le marché intérieur est due aux limites de production de l'industrie bovine. D'après un rapport de recherche de Sealand Securities publié en 2017, en Chine, la plupart des élevages sont des élevages familiaux et leur petite taille conduit une production bien inférieure à la moyenne internationale.

Thématique : viande bovine – l'offre et la demande – importation – prix de gros

Date : le 4 mars 2019

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201903/04/t20190304_31604525.shtml

CHINE : SUN ART ENREGISTRE DE MAUVAISES PERFORMANCES AVEC UN REVENU ET UN BÉNÉFICE NET EN BAISSÉ POUR LA PREMIÈRE FOIS EN TROIS ANS

L'efficacité de la digitalisation des points de vente reste ainsi encore à prouver.

Sun Art, la société mère d'Auchan et de RT-Mart en Chine, vient de publier son rapport annuel 2018. Elle accuse une baisse du chiffre d'affaires total de 1,0% à 101,3 milliards de CNY (environ 13,2 milliards d'EUR) et une baisse du bénéfice net de 7,3% à 2,6 milliards de CNY (environ 336,4 millions d'EUR). Cette première double baisse du groupe depuis 2016 s'explique par la cession de son espace électroménager à Suning et la baisse des ventes de 1,7% en 2018. Pourtant, Sun Art est la première enseigne de grande distribution en Chine avec 8,4% des parts de marché (selon le cabinet d'étude Kantar Worldpanel) et a bien pris le virage du commerce connecté. Le géant du commerce chinois Alibaba a en effet déboursé 22,4 milliards de HKD (environ 2,5 milliards d'EUR) en 2017 pour prendre 36% du capital de Sun Art. Cela a permis à l'ensemble des activités du groupe de bénéficier de l'écosystème digital d'Alibaba. Tous les magasins RT-Mart et Auchan sont accessibles sur la plateforme Taobao et y proposent en moyenne 13 000 à 15 000 articles, principalement des produits frais et des biens de grande consommation. Cette transformation digitale a permis quelques résultats positifs, notamment des livraisons plus rapides, moins de ruptures de stocks et une logistique plus fluide. Depuis septembre 2018, Sun Art gère même un magasin Hema, avec près de 50% des ventes réalisées en ligne.

En décembre 2018, 77 magasins Auchan ont été délégués à RT-Mart et le PDG de Sun Art Ludovic Holinier a été remplacé par Mingduan Huang, précédemment PDG de RT-Mart.

Thématique : Auchan – RT-Mart – Sun Art – Grande distribution – magasin connecté – Alibaba – rapport annuel

Date : le 4 mars 2019

Source : <https://www.jiemian.com/article/2913358.html>

CHINE : LES IMPORTATIONS CHINOISES D'HUILE DE PALME DEVRAIENT ATTEINDRE 5,8 MILLIONS DE TONNES SUR L'ANNEE 2018/19

La Chine cherche à diversifier l'huile qu'elle importe dans un contexte de guerre commerciale avec les Etats-Unis.

Dans un contexte de guerre commerciale avec les Etats-Unis, la Chine réduit ses importations de soja américain et cherche à diversifier le type d'huile importée. La baisse des importations de soja américain a déjà entraîné une réduction de la production nationale d'huile de soja. Donc la Chine augmente ses importations d'huile de soja, de colza et de palme. Selon le magazine allemand « Oil World », la Chine prévoit d'importer 5,8 millions de tonnes d'huile de palme sur l'année fiscale 2018/19.

Sur l'année 2017/18, la production mondiale d'huile de palme était de 70,5 millions de tonnes. Ce chiffre devrait atteindre 74,9 millions de tonnes sur 2018/2019. Les deux premiers pays producteurs d'huile de palme au monde sont l'Indonésie et la Malaisie, avec respectivement une production de 43 millions de tonnes et 20,1 millions de tonnes. Cette production devrait aussi augmenter en raison du possible rebond de son prix encore bas aujourd'hui et de l'augmentation de la demande de biodiesel. L'industrie mondiale du biodiesel, en croissance, devrait en effet utiliser 18,3 millions de tonnes d'huile de palme en 2019.

Thématique : huile de palme/soja/colza – guerre commerciale - Indonésie – Malaisie – production – importation

Date : le 5 mars 2019

Source : <http://www.grainnews.com.cn/content.aspx?id=4&type=10&articleGuid=90f6676e-7ad7-4ee1-b650-e517f78c97cc>

GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION

ACRONYMES

CBN	China Business Network
CNY	RMB, devise chinoise
CVS	<i>Convenience stores</i> , magasins de proximité
EUR	Euro, devise de l'Union Européenne

GACC	Administration générale de la douane chinoise
PIRG	Groupe de recherche d'intérêt public
PDG	Président Directeur Général

SOURCES D'INFORMATION

WWW.SOHU.COM

Créé par Dr. Charles Zhang, un des pionniers de l'internet en Chine, Sohu.com Inc. (NASDAQ: SOHU) intègre différents services : média internet, moteur de recherche, et jeux en ligne. Le groupe dispose de deux entreprises cotées à NASDAQ : SOHU et CYOU.

WWW.HK01.COM

HK01 est un journal hongkongais en ligne quotidien lancé en 2015, avec une édition papier hebdomadaire publiée le vendredi. Les articles couvrent l'actualité locale quotidienne et le journal est considéré comme pro-Pékin.

WWW.CUSTOMS.GOV.CN

Site internet de l'Administration Centrale de la Douane chinoise

WWW.CQN.COM.CN

Site internet sous tutelle de l'ancienne AQSIQ, spécialisé en diffusion des politiques, lois et réglementations publiées par les autorités compétentes chinoises, des informations en temps réel et des points de vue sur la qualité des produits sur le marché international et national.

WWW.CHINANEWS.COM

"China News Service" (CNS), Agence de presse nationale chinoise généraliste, spécialisée au service des résidents chinois de Hong-Kong, Macao et de l'étranger.

HTTPS://FINANCE.SINA.COM.CN

Rubrique financière du site www.sina.com.cn, appartenant à la société SINA Corporation (NASDAQ GS : SINA), société de communication en ligne dédiée aux chinois et à la communauté chinoise dans le monde.

WWW.YICAI.COM

Créé en juillet 2003, site internet de CBN (China Business Networks), presse financière et économique, appartenant à SMG, Shanghai Media Group, le deuxième groupe de presse chinoise.

HTTPS://MONEY.UDN.COM/MONEY/INDEX

« Economic Daily News » : fondé en 1967, Economic Daily News est le premier journal économique destinés aux professionnels à Taiwan. Il est à présent affilié au groupe médiatique United Daily News, et fournit aux lecteurs les dernières informations sur le marché, les industries et les finances.

HTTP://SPUTNIKNEWS.CN

Sputnik est une agence d'information proposant des fils d'actualités, des sites, des contenus de réseaux sociaux et d'applications mobiles, une radio et des centres de presse multimédia. Le siège social de Sputnik se trouve à Moscou. Les bureaux régionaux sont situés dans les principales régions et pays à travers le monde. L'agence diffuse les actualités de la politique et de l'économie mondiale et vise un public international.

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.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.GRAINNEWS.COM.CN

Site internet du journal « Grain News », créé en avril 1985, le seul journal de niveau national dans le secteur céréalière et oléagineux.

WWW.WINEINFO.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.

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

Yanxia DENG – Prospectrice Agrotech bureau de Shenzhen
Jean-Charles SHADILI – Chargé de développement Agrotech bureau de Canton
Haoyu ZHANG - Agrotech bureau de Pékin
Ying LI – Conseillère export réglementaire Agrotech bureau de Pékin
Arnaud DE BLAY DE GAIX – Chargé de développement Agrotech bureau de Pékin
Lucie ACQUAVIVA – Prospectrice Agrotech bureau de Hongkong
Min CHAO – Chargée de développement Agrotech bureau de Taiwan
Anne GUINAUDEAU – Conseiller export bureau de Taiwan
David ROLLAND – Chef de pôle Agrotech Chine
Céline LAURANS – Chef de projet informations réglementaires Asie (hors ASEAN) – Océanie – TOM

Contact FranceAgriMer : Véronique LOOTEN – Chef du Pôle Animation Export - FranceAgriMer

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.