

# VEILLE MÉDIATIQUE AGROALIMENTAIRE SUR LA CHINE, HONG-KONG ET TAÏWAN

Mai 2019 – N°19

---



# SOMMAIRE

## SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS..... 3

- Chine : circulaire de la GACC sur le contrôle de l'étiquetage des denrées alimentaires préemballées importées et exportées..... 3
- Taiwan : essor des plateformes en ligne de livraison de repas à domicile ..... 4
- Chine : ouverture du commerce de la viande de volaille entre la Chine et la Russie ..... 4
- Chine : la SAMR renforce le contrôle sur les agents d'enrobage destinés aux fruits ..... 5

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

- Chine : le groupe de spiritueux mondial Diageo s'associe avec Yanghe pour lancer un whisky chinois..... 6

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

- Chine : Zespri fête ses 20 ans en Chine et souhaite pour l'occasion entrer dans plus de villes de 2e et 3e rang..... 7
- Chine : le café de Coca-Cola sera mis sur le marché avant la fin de l'année..... 8
- Chine : coopération stratégique entre la CADA et JD Supermarché..... 8
- Chine : une fusion-acquisition entre Huiyuan, leader chinois des jus de fruits, et Tiandi No 1, société chinoise de boissons non alcoolisées, est en cours de finalisation..... 9
- Chine : Hortifrut, entreprise chilienne de fruits, prévoit d'investir 49 M USD en Chine ..... 9

## ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL ..... 10

- Chine : l'analyse des statistiques de l'alcool en 2018 ..... 10
- Chine : Yonghui Supermarché réduit sa participation dans Yonghui Yunchuang..... 11
- Chine : plus de 150 fermes laitières intelligentes devraient être construites dans la province du Hebei en 2019..... 11
- Hong Kong : le PIB de Hong Kong est presque en stagnation, avec une croissance de 0,5%..... 12

## GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION... 13

- Acronymes ..... 13
- Sources d'information..... 13

# SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

## CHINE : CIRCULAIRE DE LA GACC SUR LE CONTROLE DE L'ETIQUETAGE DES DENREES ALIMENTAIRES PREEMBALLEES IMPORTEES ET EXPORTEES

*L'obligation d'enregistrement de l'étiquette pour la première importation sera supprimée à partir du 1<sup>er</sup> octobre 2019.*

Le 22/04/2019, la GACC (Administration générale de la douane chinoise) a promulgué la circulaire No 70-2019, relative au contrôle sur l'étiquetage des denrées alimentaires préemballées. Il a été décidé que :

- À partir du 1<sup>er</sup> octobre 2019, l'obligation d'enregistrement de l'étiquetage pour une première importation de denrées alimentaires préemballées sera supprimée. Les services de la douane chinoise effectuent le contrôle de l'étiquetage au regard des exigences législatives et réglementaires locales correspondantes ;
- Les importateurs ont la responsabilité de vérifier la conformité des mentions portées sur l'étiquette en chinois, au regard des textes législatifs et réglementaires nationaux correspondants ;
- Lors de prélèvement d'échantillons, l'importateur doit fournir au service local de la douane les documents de certification relatifs à la qualité des produits, l'original et la traduction de l'étiquette des produits alimentaires préemballés, des exemplaires de l'étiquette en chinois, ainsi que tout autre document pouvant être requis sur demande des autorités ;
- Le contrôle pour les produits alimentaires préemballés listés ci-après s'effectuera selon les exigences des réglementations correspondantes : aliments destinés aux foires et expositions en Chine, échantillons, alimentation en vente dans des magasins duty-free (à l'exception des zones offshore), aliments destinés aux ambassades et consulats, aliments destinés aux voyageurs (trains, avions), aliments entrés dans le territoire par voie postale, par service transitaire, par la vente via plateforme de e-commerce, etc. ;
- Les circulaires No 44-2006, No 59-2011 et No 27-2012, publiées par l'ancienne AQSIQ, seront abolies à partir du 1<sup>er</sup> octobre 2019. Les enregistrements des étiquettes ayant déjà été réalisés ne seront plus pris en compte.

Thématique : denrées alimentaires préemballées – étiquette – enregistrement – suppression

Date : le 22 avril 2019

Source : <http://www.customs.gov.cn/customs/302249/302266/302269/2393416/index.html>

## TAIWAN : ESSOR DES PLATEFORMES EN LIGNE DE LIVRAISON DE REPAS A DOMICILE

*Les plateformes en ligne de livraison de repas sont de plus en plus populaires. Les autorités taiwanaises commencent à réguler de façon plus stricte ces opérateurs afin de veiller à la sécurité alimentaire.*

Les plateformes en ligne proposant des services de livraison de repas à domicile sont actuellement en plein essor à Taïwan. L'inquiétude liée aux conditions de livraison et des chocs thermiques potentiellement dangereux pour la bonne préservation des aliments livrés pendant les trajets ont conduit la *Taiwan Food and Drug Administration* (TFDA) mettre en place un amendement à la loi sur la sécurité alimentaire le 26 avril 2019, obligeant les opérateurs taiwanais des services de livraison de repas à s'enregistrer pour avoir l'autorisation d'opérer. Tout contrevenant sera condamné à une amende allant de 30 000 à 3 MTWD (entre 867 et 86 700 EUR).

Mme Lanyu LIN, directrice du département alimentaire de la TFDA, a indiqué que la loi sur la sécurité alimentaire réglementerait non seulement les fabricants, industriels et importateurs agroalimentaires ainsi que les restaurateurs, mais inclurait également les entreprises logistiques qui fournissent un service de livraison de repas à domicile. Pour le moment, on compte 17 opérateurs de livraison de repas à domicile à Taïwan, concentrés principalement dans les grandes zones urbaines.

À l'avenir, comme tous les opérateurs de l'industrie alimentaire, les plateformes en ligne de livraison de repas à domicile devront donner des informations détaillées sur leurs fournisseurs, leurs contacts, lieux de stockage et les processus logistiques afin que les autorités puissent les contacter en cas d'urgence ou les informer des nouvelles réglementations les concernant. Par ailleurs, les opérateurs de livraison de repas à domicile devront respecter les réglementations concernant l'hygiène des produits alimentaires (« *Regulations on Good Hygiene Practice for Food* » - GHP), en prenant les mesures nécessaires pour assurer l'isolation thermique ou éviter la contamination croisée des aliments en cours de livraison.

Thématique : réglementation – livraison à domicile de repas – sécurité alimentaire

Date : le 26 avril 2019

Source : <https://www.cna.com.tw/news/ahel/201904260135.aspx>

## CHINE : OUVERTURE DU COMMERCE DE LA VIANDE DE VOLAILLE ENTRE LA CHINE ET LA RUSSIE

*La présente circulaire est mise en application depuis le 1<sup>er</sup> avril 2019.*

Le 30 avril 2019, par sa circulaire No 76-2019, la GACC a publié sur son site internet les critères liés aux procédures d'inspection et de quarantaine pour le commerce de la viande de volaille congelée entre la Chine et la Russie. La viande de volaille conforme aux « Exigences de l'inspection et de la quarantaine pour l'importation et l'exportation de la viande de volaille entre la Chine et la Russie » est autorisée à être commercialisée entre les deux pays.

Les informations détaillées telles que le champ des produits, la demande d'agrément d'entreprises, les conditions d'inspection et de quarantaine, les exigences en termes d'emballage, de certificat, de stockage et de transport, se trouvent dans le document joint à la circulaire : « Demandes de l'inspection et de la quarantaine pour l'échange commercial des viandes de volaille entre la Chine et la Russie ».

La présente circulaire est entrée en vigueur depuis sa date de publication.

Thématique : Chine – Russie – commerce – viande de volaille – inspection – quarantaine

Date : le 30 avril 2019

Source : <http://www.customs.gov.cn/customs/302249/302266/302269/2410036/index.html>

## CHINE : LA SAMR RENFORCE LE CONTROLE SUR LES AGENTS D'ENROBAGE DESTINES AUX FRUITS

*Certains commerçants utilisent des cires industrielles dans l'objectif de réaliser des économies alors que ces dernières contiennent souvent de métaux lourds nocifs pour la santé, tels que le plomb ou le mercure.*

D'après la norme nationale chinoise sur l'utilisation des additifs alimentaires, les cires des fruits (*morpholine fatty acid salt* ou *fruit wax*) et les cires de carnauba (*carnauba wax*) sont autorisées à être utilisées sur la surface des fruits dans la limite des quantités maximales autorisées. Par ailleurs, certains commerçants utilisent des cires industrielles dans l'objectif de réaliser des économies alors que celles-ci contiennent souvent de métaux lourds tels que le plomb ou le mercure.

Récemment, la SAMR (Administration Nationale pour la Régulation des Marchés) a publié une notice sur le renforcement des contrôles pour les agents d'enrobage destinés aux fruits tels que les cires de fruits (*fruit wax*).

Les producteurs d'agents d'enrobage ont l'interdiction stricte d'utiliser des ingrédients de source inconnue ou non conformes dans leur production. Le service compétent de la SAMR renforcera l'inspection et le contrôle des producteurs, notamment en ce qui concerne l'achat des ingrédients, la gestion du processus de la production, le contrôle des produits, l'étiquetage, etc. Les distributeurs des agents d'enrobage doivent garder toutes les preuves au niveau de l'approvisionnement et de la vente des produits. Il leur est interdit de commercialiser des produits de source inconnue, ceux présentant un étiquetage non lisible, ou ceux fabriqués par des producteurs non qualifiés.

Thématique : SAMR – renforcement – contrôle – agents d'enrobage – fruits

Date : le 3 mai 2019

Source

[https://www.chinafruitportal.com/2019/05/03/%E6%89%93%E8%9C%A1%E6%B0%B4%E6%9E%9C%E6%81%90%E4%BC%9A%E8%87%B4%E7%99%8C%EF%BC%9F%E5%B8%82%E5%9C%BA%E7%9B%91%E7%AE%A1%E6%80%BB%E5%B1%80%E5%8A%A0%E5%BC%BA%E6%9E%9C%E8%9C%A1/?pk\\_campaign=cdc087d326&pk\\_source=mailchimp&pk\\_medium=email&pk\\_content=153372&pk\\_cid=1fe07b0af5&utm\\_campaign=cdc087d326&utm\\_source=mailchimp&utm\\_medium=email&utm\\_content=153372&utm\\_term=1fe07b0af5](https://www.chinafruitportal.com/2019/05/03/%E6%89%93%E8%9C%A1%E6%B0%B4%E6%9E%9C%E6%81%90%E4%BC%9A%E8%87%B4%E7%99%8C%EF%BC%9F%E5%B8%82%E5%9C%BA%E7%9B%91%E7%AE%A1%E6%80%BB%E5%B1%80%E5%8A%A0%E5%BC%BA%E6%9E%9C%E8%9C%A1/?pk_campaign=cdc087d326&pk_source=mailchimp&pk_medium=email&pk_content=153372&pk_cid=1fe07b0af5&utm_campaign=cdc087d326&utm_source=mailchimp&utm_medium=email&utm_content=153372&utm_term=1fe07b0af5)

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

---

## CHINE : LE GROUPE DE SPIRITUEUX MONDIAL DIAGEO S'ASSOCIE AVEC YANGHE POUR LANCER UN WHISKY CHINOIS

---

*Le marché du whisky en Chine est en plein essor.*

Avec le développement économique et l'augmentation du pouvoir d'achat des consommateurs, le marché des spiritueux en Chine continue de croître. C'est particulièrement le cas pour le whisky écossais qui a atteint de nouveaux sommets dans le monde entier et notamment en Chine. Selon la *Scotch Whisky Association*, les exportations de whisky écossais vers la Chine connaissent une croissance annuelle à deux chiffres depuis les années 2000 et ont enregistré une augmentation de 34,8% au 1<sup>er</sup> trimestre 2018, faisant de la Chine un nouvel eldorado. Yanghe, un des plus grand distiller chinois de Baijiu et Diageo et plus grand groupe de spiritueux au monde, se sont associés pour avoir leur part du gâteau. Ils ont formé une Joint-Venture et viennent de lancer le 1<sup>er</sup> whisky chinois, baptisé Zhong Shi ji (中仕忌), rassemblant des techniques de distillation écossaise et chinoise. La coopération entre les deux groupes ne se limite pas au lancement d'un nouveau produit et sera également d'ordre stratégique. Ce whisky chinois a été créé pour répondre à la demande des consommateurs : un alcool innovant, au goût plus souple et plus facile à boire lors des dîners.

Thématique : Whisky - Diageo – Yanghe – Baijiu – joint-venture

Date : le 22 avril 2019

Source : <http://finance.china.com.cn/news/20190422/4960162.shtml>



# STRATÉGIE D'ENTREPRISES, DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS

## CHINE : ZESPRI FETE SES 20 ANS EN CHINE ET SOUHAITE POUR L'OCCASION ENTRER DANS PLUS DE VILLES DE 2E ET 3E RANG

*La Chine est l'un des marchés sur lequel Zespri enregistre sa plus forte croissance.*

L'année dernière, les ventes de Zespri en Chine ont représenté plus de 20% du chiffre de vente global de l'entreprise, avec plus de 500 M NZD (environ 276 M EUR), détrônant le Japon de sa place de 1<sup>er</sup> marché de la société. Le taux de pénétration des kiwis importés par l'entreprise est de 20% en Chine. L'objectif de l'entreprise néozélandaise est d'atteindre un chiffre d'affaires global de 4,5 Mds NZD (environ 2,7 Mds EUR) en 2025 et de doubler ses ventes sur le marché chinois.

Sa croissance est en forte corrélation avec la demande de fruits importés de l'étranger. Selon les douanes chinoises, le volume total d'importation de fruits a atteint près de 5 millions de tonnes pour une valeur de 6,9 Mds USD (environ 6,2 Mds EUR), soit respectivement une augmentation de 26% et 36%. La vente au détail de fruits importés enregistre quant à elle une croissance de 28%, soit la plus forte croissance de secteur.

Après 20 années de présence en Chine, Zespri estime que le marché chinois est encore très prometteur. À l'heure actuelle, selon la société, 20% des familles chinoises ont consommé des kiwis importés, dont 75% étaient de leur marque. Or le taux de pénétration des kiwis importés en Chine est de 76% ; il y a donc encore un fort potentiel.

La prochaine direction stratégique de l'entreprise est d'entrer dans les villes de 2e et 3e rangs, d'augmenter la renommée de la marque, d'améliorer la distribution et la chaîne du froid. Au niveau de la distribution, les grossistes représentent 60% des ventes de fruits. Ainsi, la relation avec les distributeurs et les grossistes locaux est primordiale pour son expansion. Zespri a beaucoup investi en marketing depuis son arrivée en Chine, via notamment des dégustations gratuites dans les supermarchés. Ce fort investissement marketing permet de comprendre le consommateur, d'élargir son marché et de s'adapter rapidement.

Thématique : kiwi – Zespri – Nouvelle-Zélande – fruit importé

Date : le 24 avril 2019

Source : <https://www.jiemian.com/article/3069021.html>

## CHINE : LE CAFE DE COCA-COLA SERA MIS SUR LE MARCHÉ AVANT LA FIN DE L'ANNÉE

*Ce lancement de produit, issu de l'acquisition de Costa par Coca-Cola, est le projet phare de la stratégie de diversification du groupe américain en Chine pour l'année 2019.*

Le 23 avril 2019, James Quincey, PDG de Coca-Cola, a déclaré lors d'une conférence téléphonique qu'après un an de tests sur le marché asiatique, la société s'apprête à se lancer officiellement dans la distribution de café sur 25 marchés dans le monde avant la fin de l'année.

En août 2018, Coca-Cola a acquis la chaîne de cafés Costa, pour 5,1 Mds USD. Il est entendu que Coca-Cola aura finalisé cette acquisition au 1<sup>er</sup> trimestre 2019 et que la société de boissons américaine lancera les produits prêts à boire de Costa (c'est-à-dire une boisson mise en bouteille pour être vendue en grandes surfaces sous la marque Costa) au 2<sup>ème</sup> trimestre.

Cette diversification de Coca-Cola en Chine s'explique par la chute de la consommation de boissons gazeuses. Le marché du café est prometteur dans le pays et cette action est considérée comme l'une des mesures importantes de la nouvelle stratégie de Coca-Cola.

Le marché chinois du café prêt à boire s'est élevé à 1,2 Md USD en 2018 et maintient une croissance à deux chiffres par an, tandis que les boissons gazeuses ont enregistré une forte baisse des ventes, passant de 18 millions de tonnes en 2014 à 17 millions de tonnes en 2018.

Thématique : Coca-Cola – café – boisson gazeuse – transformation

Date : le 25 avril 2019

Source : [http://epaper.bjbusiness.com.cn/site1/bjsb/html/2019-04/25/content\\_425598.htm?div=-1](http://epaper.bjbusiness.com.cn/site1/bjsb/html/2019-04/25/content_425598.htm?div=-1)

## CHINE : COOPERATION STRATEGIQUE ENTRE LA CADA ET JD SUPERMARCHÉ

*Cette coopération couvrira plusieurs aspects : système d'évaluation sensorielle, données, technologie, régions productrices, marché pour certaines catégories de boissons alcoolisées, etc.*

Le 24 avril dernier, la CADA (*China Alcoholic Drinks Association*) et JD Supermarché, supermarché en ligne de la plateforme JD.com, ont signé un accord de coopération stratégique couvrant plusieurs aspects : système d'évaluation sensorielle, données, technologie, régions productrices, marché pour certaines catégories de boissons alcoolisées, etc. La raison tient au fait qu'un nombre important de marques et produits sont présents sur le marché chinois des boissons alcoolisées. Les nouveaux clients n'ayant pas l'habitude de consommer ces produits ont beaucoup de difficultés dans leur choix de sélection de produits. Afin d'apporter une solution à ce problème, la CADA a décidé de coopérer avec JD Supermarché pour créer un système d'évaluation sensorielle des boissons alcoolisées.

Dans le cadre de cette coopération, JD Supermarché publiera sur sa plateforme des informations sur les catégories de produits et les explications correspondantes, afin de guider les consommateurs lors de leur achat en ligne. Enfin, les deux parties publieront conjointement un livre blanc spécial, d'une part pour présenter les tendances de consommation du secteur et, d'autre part, pour aider à comprendre les activités et le besoin de consommation des clients. De plus, les deux parties travailleront ensemble à la promotion des régions productrices des boissons alcoolisées, à travers la transmission d'informations relatives aux conditions de production, à la traçabilité des ingrédients, au sujet des technologies de production, etc.

Thématique : JD Supermarché – CADA – coopération stratégique – évaluation sensorielle – livre blanc – promotion

Date : le 26 avril 2019

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2019/4/3-80827.html>



## CHINE : UNE FUSION-ACQUISITION ENTRE HUIYUAN, LEADER CHINOIS DES JUS DE FRUITS, ET TIANDI NO 1, SOCIÉTÉ CHINOISE DE BOISSONS NON ALCOOLISÉES, EST EN COURS DE FINALISATION

*Huiyuan va investir 2,4 Mds CNY de moyens dans cette joint-venture.*

Le 27 avril 2019, Huiyuan Group Co.,Ltd. a annoncé que sa filiale Beijing Huiyuan s'apprête à signer un accord-cadre de coopération avec Tiandi No.1 Beverage Co., Ltd. (ci-après intitulé « Tiandi No.1 ») et Guangzhou Hezhi Cci Capital Ltd. (ci-après intitulé « Guangzhou Hezhi »), visant à créer une joint-venture pour occuper une part plus importante sur le marché des jus de fruits.

Dans ce partenariat, Huiyuan représente 40% d'actions de cette fusion-acquisition avec un investissement en équipement s'élevant à 2,4 Mds CNY alors que Tiandi No 1 et Guangzhou Hezhi investissent directement 3,6 Mds CNY et récupèrent 60% des actions.

Ces deux dernières années, Huiyuan n'a pas publié son rapport de performance annuelle et le dernier en date, remontant à 2017, affichait une dette de 11,4 Mds CNY. En septembre 2008, Coca-Cola avait annoncé l'acquisition totale de Huiyuan Group pour un montant d'environ 17,92 Mds HKD. Cependant, cette acquisition a finalement été avortée et le bénéfice net de Huiyuan a diminué d'année en année.

Jusqu'à maintenant, la transaction entre Huiyuan, Tiandi No.1 et Guangzhou Hezhi n'a pas été finalisée.

Thématique : Huiyuan – jus de fruit – fusion-acquisition

Date : le 28 avril 2019

Source : <https://www.jiemian.com/article/3082691.html>

## CHINE : HORTIFRUT, ENTREPRISE CHILIENNE DE FRUITS, PRÉVOIT D'INVESTIR 49 M USD EN CHINE

*Le producteur chilien a récemment annoncé qu'il prévoit d'investir environ 160 M USD en Chine, au Mexique et au Maroc.*

Le *Financial Daily* du Chili a rapporté le 30 avril 2019 que la société Hortifrut voudrait se concentrer sur des marchés dont les consommateurs possèdent un pouvoir d'achat élevé, tels que l'Europe, l'Asie et les États-Unis.

Concernant le marché chinois, Hortifrut prévoit un investissement supplémentaire de 49 M USD, afin d'exécuter la 3<sup>ème</sup> phase du projet de coopération avec son partenaire chinois Joy Wing Mau, dont l'objectif est de développer conjointement la culture et la distribution de baies en Chine.

De plus, Hortifrut entend injecter 51 M USD dans l'entreprise marocaine Atlantic Blue, dans l'espoir de promouvoir le développement des myrtilles et des framboises. L'appétit du géant chilien ne s'arrête pas là puisque 44 M USD supplémentaires seront dédiés au développement du marché des fruits au Mexique.

Thématique : fruit – investissement – Chili – coopération

Date : le 1<sup>er</sup> mai 2019

Source : [http://www.br-cn.com/news/nm\\_news/20190501/129153.html](http://www.br-cn.com/news/nm_news/20190501/129153.html)

# ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL

## CHINE : L'ANALYSE DES STATISTIQUES DE L'ALCOOL EN 2018

*Les ventes d'alcool traditionnel chinois atteignait 53,64 Mds CNY.*

Le 24 avril 2019, la *China Alcoholic Drinks Association* a publié des données sur l'industrie des boissons alcoolisées en 2018. Les résultats démontrent que sur la période allant de janvier à décembre 2018, les *Enterprise above designated size* (ci-après intitulée « entreprise ») ont réalisé une production totale de 4 895 millions de litres de boissons alcoolisées, soit une augmentation de 0,9% par rapport à l'année précédente. La production d'alcool fermenté s'est élevée à 646,63 millions de litres, soit une augmentation de 3,24%.

En 2018, on dénombrait 2 546 entreprises dans le secteur des boissons alcoolisées dans le pays, réalisant un chiffre d'affaires total de 812 Mds CNY (en croissance de 10,2% par rapport à 2017), pour un bénéfice total de 147,645 Mds CNY, représentant une augmentation de 23,92%.

Parmi ces 2 546 sociétés, on dénombrait 415 brasseurs, avec une production totale de 3 812,24 milliards de litres, en hausse de 0,5%. Le chiffre d'affaires a atteint 147 Mds CNY, soit une hausse assez importante de 7,08%, représentant un bénéfice total de 12,185 Mds CNY (+5,61% par rapport à l'an précédente).

Dans le secteur viti-vinicole, 212 entreprises produisaient 62,91 millions de litres, en baisse de 7,36%. De fait, le chiffre d'affaires de 2018 représentait 29 Mds CNY, en baisse de 9,51%, et un bénéfice total de 3 Mds CNY, en baisse de 9,46%.

Nota : *Enterprise above designated size* désigne une entreprise dont le chiffre d'affaires annuel est supérieur à 20 M CNY.

Thématique : alcool – Chine – statistiques – l'année 2018

Date : le 24 avril 2019

Source : [http://www.xinhuanet.com/food/2019-04/24/c\\_1124409698.htm](http://www.xinhuanet.com/food/2019-04/24/c_1124409698.htm)

## CHINE : YONGHUI SUPERMARCHÉ REDUIT SA PARTICIPATION DANS YONGHUI YUNCHUANG

*Les revenus de l'entreprise ont atteint 9,3 Mds EUR en 2018.*

Le 25 avril 2019, Yonghui Supermarché a publié son rapport annuel 2018 et le rapport du 1<sup>er</sup> trimestre 2019. La société a réalisé un chiffre d'affaires de 70,5 Mds CNY (environ 9,3 Mds EUR) en 2018 (+20% par rapport à l'année précédente), ce qui représente la plus forte augmentation des revenus depuis 2015. Le bénéfice net a cependant diminué de 19% à 1,5 Mds CNY (environ 200 M EUR). La baisse de bénéfices en 2018 est liée à Yonghui Yunchuang, en perte de vitesse depuis longtemps. Cette filiale holding de Yonghui Supermarché explore de nouvelles activités de vente au détail. En raison de l'ouverture rapide de nouveaux magasins, entraînant une forte augmentation des coûts et de la concurrence féroce sur le marché, cette filiale perd de l'argent depuis longtemps.

En décembre 2018, Yonghui Supermarché a annoncé qu'il transférerait 20% du capital de Yonghui Yunchuang à Zhang Xuanning, vice-président du conseil d'administration de Yonghui Supermarché, pour 394 M CNY (environ 52 M EUR). Depuis, son bénéfice net a commencé à s'améliorer. Le rapport trimestriel de la société pour 2019 indiquait que les revenus pour la période étaient de 22 Mds CNY (environ 2,9 Mds EUR), et le bénéfice net de 1,1 Mds CNY (environ 150 M EUR), soit réciproquement une augmentation de 18% et 50% par rapport à l'année précédente.

L'ouverture rapide de nouveaux magasins a toujours été la stratégie de Yonghui Supermarché et ce qui le distingue de ses concurrents. En 2018, le groupe a ouvert 135 nouveaux magasins et a signé l'ouverture de 165 magasins. Pour 2019, il prévoit l'ouverture de 150 nouveaux magasins, dont 21 nouveaux supermarchés et 93 magasins de proximité.

Thématique : Yonghui – supermarché – magasin de proximité – bénéfice

Date : le 26 avril 2019

Source : <https://www.jiemian.com/article/3078270.html>

## CHINE : PLUS DE 150 FERMES LAITIÈRES INTELLIGENTES DEVRAIENT ÊTRE CONSTRUITES DANS LA PROVINCE DU HEBEI EN 2019

*La province du Hebei attache une grande importance au développement de l'industrie laitière et entend optimiser ses capacités de production.*

Le 25 avril 2019, le bureau de presse du gouvernement du Hebei a organisé une réunion d'information pour mettre en place son « Programme de revitalisation de l'industrie laitière de la province du Hebei (2019-2025) ».

Selon ce plan, la production totale de lait frais devrait atteindre 5,95 millions de tonnes en 2022. Au moins 3 groupes laitiers devraient atteindre un chiffre d'affaires de plus de 10 Mds CNY. En 2025, la production de lait frais dans toute la province devrait atteindre 10 millions de tonnes.

En se basant sur des modèles d'élevage innovants, le gouvernement local du Hebei entreprend la construction de 150 fermes laitières intelligentes, 5 usines de traitement dont 2 usines spécialisées dans le lait en poudre pour nourrissons et 3 usines de traitement de lait liquide. Ce projet colossal permettrait de traiter plus de 600 000 tonnes de lait frais par an et de produire 460 000 tonnes de produits laitiers supplémentaires.

Le Hebei détenait en 2018 un cheptel de vaches laitières s'élevant à 1,15 millions de têtes pour une production de lait frais s'élevant à 39,1 millions de tonnes. De plus, cette province du nord détient la plus importante production annuelle en Chine (3,65 millions de tonnes), occupant la 1<sup>ère</sup> place dans le pays.

Cependant, le Hebei est sujet à certaines difficultés. En effet, la compétitivité de la production laitière reste encore faible du fait des coûts de production élevés : le coût du kilogramme de lait frais est supérieur de 0,5 à 0,8 yuan.

Par ailleurs, le rendement moyen par tête par an est de 7,3 tonnes, soit 2,1 tonnes de moins que celui des pays développés.

Thématique : lait – ferme intelligente – Hebei – industrie laitière

Date : le 26 avril 2019

Source : [http://www.sohu.com/a/310357894\\_100194664](http://www.sohu.com/a/310357894_100194664)

## HONG KONG : LE PIB DE HONG KONG EST PRESQUE EN STAGNATION, AVEC UNE CROISSANCE DE 0,5%

*L'économie continue de stagner, le secrétaire aux finances accusant "une économie mondiale plus faible et divers obstacles externes". Il s'agit de la plus faible augmentation de la croissance du PIB de la ville depuis 2009.*

L'économie de Hong Kong a connu sa plus faible croissance trimestrielle depuis près de 10 ans, presque paralysée par la faiblesse de la demande des consommateurs et par les ondes de choc provoquées par la guerre commerciale entre la Chine et les États-Unis. La situation devrait néanmoins s'améliorer dans un avenir proche.

Publiant des estimations anticipées, la ville a annoncé jeudi une augmentation de 0,5% de son PIB pour le 1<sup>er</sup> trimestre 2019, soit la plus faible augmentation depuis le 3<sup>ème</sup> trimestre de 2009. Ce taux de croissance marque une tendance inquiétante, puisque la ville est également touchée par le refroidissement des prix de l'immobilier et l'instabilité des marchés boursiers, avec une croissance économique lente de 1,2% au dernier trimestre de 2018.

Le secrétaire aux finances, Paul Chan Mo-po, avait estimé que l'économie de la ville augmenterait de 2 à 3% cette année lors de l'annonce du budget annuel en février. L'année dernière, le chiffre de l'année était de 3%. Chan a averti dimanche que le PIB de la ville pour le 1<sup>er</sup> trimestre ne pourrait pas échapper à l'impact de la guerre commerciale ni à la faiblesse des chiffres de production et de commerce rapportés dans la plupart des économies asiatiques au cours de la même période. Selon les estimations de jeudi, les exportations totales de biens ont enregistré une baisse de 4,2% en termes réels pour le premier trimestre par rapport à la même période de l'année dernière. Les exportations de services ont augmenté de 1,4%. Les dépenses de consommation privée sont encore moins bonnes, avec une croissance de seulement 0,1%, ce qui contraste nettement avec une croissance de 2,7% au dernier trimestre de 2018. « Les dépenses d'investissement globales ont diminué, les entreprises étant devenues plus prudentes depuis la fin de l'année dernière », a déclaré le porte-parole, ajoutant que le développement soutenu du tourisme continuait de fournir une aide non négligeable à l'économie.

Terence Chong Tai-leung, professeur agrégé d'économie à la *Chinese University of Hong Kong*, a déclaré s'attendre à ce que l'estimation de la croissance globale soit faible en raison de la morosité de la scène économique régionale ainsi que les difficultés du marché boursier et du marché immobilier entre la fin de l'année dernière et février. Mais il était optimiste sur le fait que la croissance au 2<sup>ème</sup> trimestre pourrait atteindre au moins 2%, en partie grâce à l'amélioration des marchés boursiers et immobiliers en mars et avril.

Danny Lau Tat-pong, président honoraire de l'Association des petites et moyennes entreprises de Hong Kong, a attribué cette croissance plus faible à la guerre commerciale en cours. Il a également prédit que les exportations du deuxième trimestre seraient également médiocres, la valeur des commandes reçues concernant le marché américain ayant chuté au premier trimestre. Même si le différend tarifaire devait être réglé dès la semaine prochaine et inciter les entreprises à reprendre leurs commandes, les marchandises ne pourraient être exportées qu'au 3<sup>ème</sup> trimestre, a-t-il déclaré. Le gouvernement annoncera les chiffres du PIB réel de Hong Kong le 17 mai.

Thématique : croissance – Hong Kong – PIB

Date : le 2 mai 2019

Source : <https://www.scmp.com/news/hong-kong/hong-kong-economy/article/3008578/hong-kongs-gdp-slows-05-cent-first-quarter-2019>

# GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION

## ACRONYMES

<b>AQSIQ</b>	Administration générale de la Supervision de la Qualité, de l'Inspection et de la Quarantaine
<b>CADA</b>	China Alcoholic Drinks Association
<b>CNY</b>	RMB, devise chinoise
<b>EUR</b>	Euro
<b>GACC</b>	Administration générale de la douane chinoise
<b>GHP</b>	Regulations on Good Hygiene Practice for Food

<b>NZD</b>	Dollar néo-zélandais
<b>PIB</b>	Produit intérieur brut
<b>SAMR</b>	Administration nationale pour les régulations de marchés
<b>TFDA</b>	Taiwan Food and Drug Administration
<b>TWD</b>	Taiwan New Dollar, devise taiwanaise
<b>USD</b>	US Dollar, devise américaine

## SOURCES D'INFORMATION

### [WWW.CUSTOMS.GOV.CN](http://WWW.CUSTOMS.GOV.CN)

Site internet de l'Administration Centrale de la Douane chinoise

### [WWW.CNA.COM.CN](http://WWW.CNA.COM.CN)

Central News Agency (CNA) / Fondée en Chine en 1924 par le parti nationaliste du Kuomintang, Central News Agency est la principale agence de presse de la Taïwan, ayant pris forme de société d'Etat en 1973, puis transformé en statut d'association à but non lucratif en 1996.

### [WWW.CHINAFRUITPORTAL.COM](http://WWW.CHINAFRUITPORTAL.COM)

Site internet en chinois sous contrôle du groupe chilien Yentzen, spécialisé en reportage sur les politiques agricoles ou les tendances commerciales de différents pays dans le secteur des fruits et légumes, notamment ceux en lien avec le marché chinois.

### [HTTP://FINANCE.CHINA.COM.CN](http://FINANCE.CHINA.COM.CN)

Contrôlé directement par le Bureau de la presse du Conseil des Affaires d'Etat, le site internet ([www.china.com.cn](http://www.china.com.cn)) est sous tutelle de Chine Foreign Language Administration.

### [WWW.JIEMIAN.COM](http://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.

### [HTTP://EPAPER.BJBUSINESS.COM.CN](http://EPAPER.BJBUSINESS.COM.CN)

Site internet du journal « Beijing Business Today ». Appartenant à Beijing Daily Groupe, le journal est un des principaux quotidiens spécialisés en économie dans la région de Pékin.

### [WWW.WINEINFO.COM](http://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.

### [WWW.BR-CN.COM](http://WWW.BR-CN.COM)

Site internet du « Journal chinois de l'Amérique du Sud », le plus grand journal en chinois dans les pays du Sud-Amérique dont le siège se situe à St Paul.

### [WWW.XINHUANET.COM](http://WWW.XINHUANET.COM)

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

## **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.SCMP.COM**

Site Internet du journal quotidien South China Morning Post. Il s'agit d'un journal quotidien anglophone hongkongais fondé en 1903 qui couvre les événements politiques, économiques et sociaux à Hong Kong, en Chine continentale et de l'international. Il est le journal de référence de la presse anglophone à Hong Kong.



# 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](mailto:pekin@businessfrance.fr)

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

## REDACTEURS

Yanxia DENG – Prospectrice Agrotech bureau de Shenzhen  
Jean-Charles SHADILI – Chargé de développement Agrotech bureau de Canton  
Ying LI – Chargée d'affaires export règlementaire Agrotech bureau de Pékin  
Laure ELSAESSER - Chargée d'affaires export 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.