

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

Septembre 2018 - N° 2



SOMMAIRE

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS.....	3
Chine : débats sur la nouvelle norme pour les saumons à consommation crue.....	3
Chine : plusieurs cas de peste porcine africaine récemment identifiés	4
ACTIONS DE COOPÉRATION DES CONCURRENTS DE LA FRANCE DANS LE SECTEUR AGRICOLE ET AGROALIMENTAIRE ...	5
Chine : GENO signe un contrat de coopération stratégique avec SUNLON Livestock.....	5
Chine : le Brésil a exporté 3,5 milliards USD de bœuf sur les 7 premiers mois de l'année	6
STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS.....	7
Chine : Tim Hortons a l'ambition d'ouvrir 1500 cafés dans les 10 ans à venir	7
Chine : la marque chocolatière belge Marcolini investit 2 millions d'euros pour accélérer son expansion.....	8
Chine : Pepsi investit à hauteur de 100 millions de dollars pour de nouvelles installations dans son usine de Shanghai.....	8
Chine : acquisition des activités de HEINEKEN par le groupe chinois CR BEER	9
Chine : WALMART investit 0.32 milliard de dollars dans DADA-JD DAOJIA	9
ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL	10
Chine : imposition d'une surtaxe sur les marchandises importées des Etats-Unis estimées à une valeur totale de 60 milliards de USD	10
Chine : autorisation pour la création de 22 zones d'essai supplémentaires pour la vente en ligne transfrontalière	11
Chine : le GACC simplifie les formalités pour le dédouanement des marchandises	11
Chine : de plus en plus de consommateurs chinois préfèrent acheter de la bière importée	12
Taïwan : le commerce au détail se porte bien	12
Hong Kong : le Wine & Dine Festival de Hong Kong revient pour la plus grande édition de son histoire	13
GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION... 	14
Acronymes	14
Sources d'information.....	14

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

CHINE : DEBATS SUR LA NOUVELLE NORME POUR LES SAUMONS A CONSOMMATION CRUE

Pour les industriels, cela représente une concurrence accrue tandis que le secteur se développe fortement en Chine.

Le 10 août dernier, à l'occasion de la création de la sous-association du saumon qui dépend de la CPPMA (*China Aquatic Products Processing and Marketing Alliance*), la CPPMA a annoncé la publication de la norme sectorielle pour les saumons à consommation crue (T/CAPPMA08 -2018 « *Salmon for raw consumption* »). L'entrée en vigueur de cette norme est prévue pour le 10 septembre. La société Qinghai Minze Longyang Gorge Ecological Aquaculture Co., Ltd., éleveur chinois le plus important de truites arc-en-ciel, compte parmi les membres de la sous-association du saumon auprès de la CPPMA. Selon cette norme, les truites arc-en-ciel sont classées dans la famille des saumons.

La norme a également réglementé les critères sur les parasites. En ce qui concerne l'étiquetage des produits, il est obligatoire d'indiquer le lieu d'origine des poissons ainsi que leur nom d'espèce, par exemple : saumon (saumon atlantique), ou saumon (truite arc-en-ciel).

La diffusion de cette norme a suscité de nombreux débats au sein de l'industrie chinoise, concentrés sur les points suivants : d'abord, la préparation de la norme est assurée par la CPPMA et 13 entreprises chinoises concernées ; de plus, d'après certains experts, les mesures sanitaires que requiert la norme contre les parasites sont plutôt destinées aux poissons de mer ; troisièmement, cette norme n'est ni une norme nationale obligatoire, ni une norme scientifique de taxonomie ; enfin, la plus grande interrogation concerne la classification des truites arc-en-ciel dans la famille des saumons.

A ce jour, la polémique n'est toujours pas terminée. Pour le grand public, l'important est le droit à l'information et à la sélection des produits, ainsi que le problème de la sécurité sanitaire. Pour les industriels, il s'agit d'une concurrence en termes de parts de marché face au fort développement du secteur en Chine. A l'heure actuelle, le marché chinois pour les saumons se développe avec une croissance annuelle de 25%. Il est prévu qu'en 2025, la consommation totale de saumons en Chine dépasse 250 000 tonnes. D'après la CPPMA, actuellement, le volume de vente annuel des saumons sur le marché chinois se situe entre 100 000 et 120 000 tonnes, avec un rapport entre les produits chinois et étrangers d'environ 1 pour 10. En ce qui concerne les saumons à consommation crue, la production annuelle chinoise se situe autour de 10 000 tonnes, tandis que les saumons importés représentent environ 40 000 tonnes.

Thématique : saumon – truite arc en ciel – norme – CPPMA – concurrence – marché

Date : le 16 août 2018

Source : http://cnews.chinadaily.com.cn/2018-08/16/content_36773594.htm

CHINE : PLUSIEURS CAS DE PESTE PORCINE AFRICAINE RECEMMENT IDENTIFIES

Des mesures de traitement sont prises d'urgence.

Ces derniers jours, le Ministère de l'agriculture chinois a successivement diffusé plusieurs annonces sur l'identification des cas de peste porcine africaine dans les provinces du Liaoning, du Henan, du Jiangsu, du Zhejiang et de l'Anhui.

Le 1er août, une suspicion de cas de peste porcine africaine (PPA) a été émise dans un élevage porcin à Shenyang (province du Liaoning) au sein d'un cheptel de 383 têtes, comptant 47 bêtes malades et 47 mortes. Le 3 août, le CAHEC (*China Animal Health and Epidemiology Center*) a confirmé qu'il s'agit d'un cas de PPA.

Le 14 août, plusieurs cochons d'un abattage à Zhengzhou (province du Henan) sont morts pour raison inconnue (30 cochons malades et 30 morts sur une totalité de 260 têtes). Le certificat de quarantaine du lieu de production montre que ces animaux sont en provenance d'un marché commercial situé à Jiamusi dans la province du Heilongjiang. Le 16 août au matin, le CAHEC a confirmé qu'il s'agissait d'un cas de PPA.

Le 15 août, plusieurs cochons d'un élevage à Lianyungang dans la province du Jiangsu sont morts pour raison inconnue. A l'heure actuelle, 615 têtes sont malades et 88 sont mortes. Le CAHEC a confirmé le 19 août qu'il s'agissait là encore de cas de PPA.

Le 17 août, le bureau de l'élevage de la ville de Wenzhou au Zhejiang a été informé de la mort de cochons dans 3 fermes pour raison inconnue. Au 23 août, 430 têtes ont été identifiées comme malades et 340 sont mortes. La CAHEC a confirmé le 22 août qu'il s'agit d'un cas de PPA.

Lors d'une inspection le 29 août, le service vétérinaire de la province de l'Anhui a trouvé des cochons morts pour raison inconnue dans un élevage de Wuhu. La CAHEC a confirmé le lendemain qu'il s'agit d'une épidémie de PPA. L'élevage concerné dispose de 459 têtes parmi lesquels 185 sont malades et 80 mortes au 31 août.

Le 2 septembre, le MOA a annoncé un autre cas de PPA dans deux élevages de la municipalité de Xuancheng dans l'Anhui. Pour le premier élevage d'un cheptel de 285 têtes, 40 sont mortes. Pour le deuxième élevage d'un cheptel de 440 têtes, 94 sont mortes.

Le 3 septembre, la CAHEC a informé le MOA d'un nouveau cas de PPA dans un élevage à Wuxi dans la province du Jiangsu. Pour un cheptel de 97 têtes, 12 malades et 9 morts.

C'est la première fois que cette épidémie est identifiée en Chine. Après la découverte de l'épidémie, des mesures de traitement ont été prises d'urgence dans les lieux concernés. Toute introduction ou sortie des cochons et d'animaux sensibles ainsi que leurs produits depuis la zone d'épidémie est interdite.

Thématique : PPA – identification – Chine – mesure de traitement

Date : le 03 septembre 2018

Source : http://www.moa.gov.cn/xw/zwdt/201808/t20180803_6155300.htm ;

http://www.moa.gov.cn/xw/zwdt/201808/t20180816_6155815.htm ;

http://www.moa.gov.cn/xw/zwdt/201808/t20180819_6155890.htm ;

http://www.moa.gov.cn/xw/zwdt/201808/t20180823_6156184.htm ;

http://www.moa.gov.cn/gk/yjgl_1/yqfb/201808/t20180830_6156594.htm ;

http://www.moa.gov.cn/xw/zwdt/201809/t20180902_6156674.htm ;

http://www.moa.gov.cn/xw/zwdt/201809/t20180903_6156741.htm .

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

CHINE : GENO SIGNE UN CONTRAT DE COOPERATION STRATEGIQUE AVEC SUNLON LIVESTOCK

A l'heure actuelle, plusieurs élevages chinois situés notamment dans les provinces du Xinjiang, Ningxia, Gansu, Shanxi, Hebei, Shanghai et Canton ont utilisé les semences bovines de Pie rouge norvégienne.

Le 9 août 2018, une délégation officielle de 20 personnes, pilotée par Leif Forsell, secrétaire général du Ministère de l'agriculture et de l'alimentation de Norvège, est venue chez Sanyuan Breeding pour la cérémonie de signature de contrat de coopération stratégique entre GENO et SUNLON Livestocks.

D'après la présentation de SUNLON Livestocks, Beijing Capital Agribusiness Group (SUNLON) a été fondée en 1953 et dispose actuellement de 30 élevages de vaches, pour un cheptel total de 90 000 têtes. Parmi eux, 21 élevages à Pékin pour un cheptel d'environ 40 000 têtes, ainsi que 9 élevages (environ 60 000 têtes) situés en province. Le groupe possède également un centre d'insémination artificielle à Pékin – Beijing Dairy Cattle Center. Le centre dispose de plus de 300 bovins reproducteurs (vaches à lait et bovins à viande), parmi lesquels plus de 100 bovins certifiés.

D'après la présentation du PDG de GENO Chine et Mongolie extérieure, en juillet 2008, les autorités compétentes des gouvernements chinois et de Norvège avaient signé un protocole de quarantaine pour l'introduction en essai des semences bovines de Pie rouge de Norvège. Des essais ont été réalisés en 2009 dans des élevages en Mongolie Intérieure, à Pékin, au Hebei, à Shanghai et au Jiangsu. En 2013, les semences bovines de Pie rouge de Norvège ont officiellement été autorisées à l'importation en Chine pour un usage commercial. En 2017, le premier lot a été importé en Chine et en 2018, Shengmu High Tech est devenu le premier client. Deux de ses élevages ont utilisé 100% de ces semences importées pour les croisements sur place. A l'heure actuelle, plusieurs élevages chinois situés dans les provinces du Xinjiang, Ningxia, Gansu, Shanxi, Hebei, Shanghai et Canton ont utilisé les semences bovines importées de Pie rouge norvégienne.

Thématique : GENO – Beijing Capital Agribusiness Group – Sanyuan Breeding – élevage bovin – reproduction – semence bovine – Pie de rouge

Date : le 17 août 2018

Source : http://www.hesitan.com/nnyw_xjxm/2018-08-17/258761.shtml

CHINE : LE BRÉSIL A EXPORTÉ 3,5 MILLIARDS USD DE BŒUF SUR LES 7 PREMIERS MOIS DE L'ANNEE

La Chine (y compris Hong Kong) est le premier importateur de la viande bovine brésilienne.

Selon les données statistiques du MAPA, sur les sept premiers mois 2018 le Brésil a exporté 844 000 tonnes de bœuf (+8,3%) pour un montant total de 3,5 milliards USD (+11,1%). Presque la moitié de ce montant a été généré par les importations chinoises. Cela fait de la Chine le 1er importateur de viande bovine brésilienne. La Chine continentale en a importé 158 000 tonnes pour un montant total de 729 millions USD soit une croissance en volume et valeur de 43.8% sur la même période par rapport à 2017 ; Hong Kong 212 000 tonnes pour un montant total de 879 millions USD soit une croissance de 18,1% en volume et 29.1% en valeur. L'Allemagne, l'Egypte, le Chili, l'Iran et les Etats-Unis sont également les principaux importateurs du bœuf brésilien.

Pour information, aujourd'hui le Brésil et l'Inde disposent d'environ 217 millions de têtes de bovins et sont les premiers exportateurs de bœuf au monde.

MAPA : Ministère brésilien de l'agriculture, de l'élevage et de l'approvisionnement

Thématique : bœuf/viande bovine – exportation/importation – Brésil

Date : le 20 août 2018

Source : http://www.br-cn.com/news/br_news/20180820/114220.html

STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS

CHINE : TIM HORTONS A L'AMBITION D'OUVRIRE 1500 CAFES DANS LES 10 ANS A VENIR

Signe de l'intérêt accru des consommateurs chinois pour les chaînes étrangères.

Les consommateurs chinois s'intéressent de plus en plus aux fast food d'Amérique du Nord, offrant une opportunité de développement non négligeable aux chaînes étrangères.

Parmi elles, Tim Hortons, connue pour ses cafés et ses donuts, envisage de coopérer avec un fonds privé afin de s'implanter en Chine et ouvrir 1500 cafés sur 10 ans.

Fondée au Canada, Tim Hortons est l'une des plus grandes chaînes de café en Amérique du Nord. Cette société détient plus de 4700 restaurants aux USA et au Canada proposant des menus variés et une gamme diverse de cafés, thés, salades de fruits, pâtisseries, crêpes, soupes, etc.

Aujourd'hui, les deux axes principaux de la chaîne sont de renforcer son influence en Amérique du Nord mais aussi de promouvoir la marque dans les pays émergents.

En effet, sur les derniers trimestres, Tim Hortons a subi quelques difficultés au Canada. D'après Dave Scholz, vice-président de la société de recherche Leger, il existe des confrontations internes entre les franchises, les salariés et la société-mère. Il est probable que la nouvelle implantation en Chine puisse aider à transformer cette mauvaise passe.

Alex Macedo, PDG de Tim Hortons, déclare que grâce au dynamisme de l'économie en Chine, la société doit saisir l'opportunité commerciale que représente le marché chinois. Dans les quartiers à population majoritairement asiatique au Canada, les cafés de la marque canadienne sont très fréquentés.

Tim Hortons, Burger King, Popeyes appartiennent tous au groupe Restaurant Brands International Inc qui coopère avec Cartesian Capital Group depuis 2012, permettant ainsi l'entrée du géant du fast food américain en Chine, qui détient aujourd'hui plus de 900 restaurants dans le pays.

La nouvelle de l'entrée de Tim Hortons sur le marché chinois a été très bien accueillie par les investisseurs se traduisant par une augmentation boursière de 2%.

Thématique : Tim Hortons – investissement – café

Date : le 13 juillet 2018

Source : <https://www.jiemian.com/article/2305015.html>

CHINE : LA MARQUE CHOCOLATIERE BELGE MARCOLINI INVESTIT 2 MILLIONS D'EUROS POUR ACCELERER SON EXPANSION

Marcolini prévoit d'ouvrir 19 magasins sur le marché chinois d'ici 3 à 5 ans.

Selon la presse chinoise, le chocolatier belge Marcolini devrait inaugurer 3 magasins à Pékin en 2019 avec un investissement de 2 millions EUR provenant de l'autorité régionale belge « Invest In Brussels ». Disposant actuellement de 4 chocolateries dans les villes de Shanghai et Nankin, Marcolini a pour objectif d'ouvrir 19 magasins en Chine d'ici 3 à 5 ans afin de saisir les opportunités commerciales de ce marché.

Sur le marché européen, le chiffre d'affaires annuel de Marcolini est d'environ 25 millions EUR. Ce chiffre devrait être multiplié par 2 dans les 3 à 5 ans. Outre la Chine et l'Europe, le Japon est également un marché très important pour Marcolini, où son chiffre d'affaires annuel s'élève à 35 millions EUR.

Thématique : chocolatier – investissement – expansion – magasin – chiffre d'affaires

Date : le 23 juillet 2018

Source : <http://www.mofcom.gov.cn/article/i/jyj/m/201807/20180702768733.shtml>

CHINE : PEPSI INVESTIT A HAUTEUR DE 100 MILLIONS DE DOLLARS POUR DE NOUVELLES INSTALLATIONS DANS SON USINE DE SHANGHAI

Pepsi veut ainsi renforcer sa compétitivité en augmentant et en modernisant sa production.

Le 2 août, Pepsi a annoncé son projet d'investir 100 millions de dollars afin de rénover et élargir son centre de production dans le district de Songjiang à Shanghai. Le nouvel investissement servira à la construction de chaînes d'emballage sur deux étages et de nouveaux entrepôts sur un nouveau terrain. Les équipements des entrepôts seront automatisés avec une technologie avancée pour l'emballage et la logistique. Sa capacité de production pour les chips va être adaptée à la demande croissante du marché. Le nouvel investissement va créer 370 emplois directs et plus de 1000 emplois indirects.

La filiale de Pepsi à Songjiang (Shanghai) a été fondée en 1998. M. Ram Krishnan, PDG de Pepsi Grande Chine explique que cette branche constitue un moteur fort de croissance pour le groupe à l'échelle mondiale.

Pepsi Chine est l'une des premières multinationales qui s'est implantée en Chine il y a 37 ans. Ces 10 dernières années, Pepsi a investi plus de 48 millions de CNY avec ses partenaires, en créant plus de 100 000 emplois. En 1981, Pepsi a mis en place sa première ligne de remplissage à Shenzhen, qui représentait alors son premier investissement en Chine. En 1993, ce fut au tour de Lay's de Pepsi agroalimentaire de rentrer sur le marché chinois. Aujourd'hui, le groupe détient 7 usines, 6 grandes exploitations de pommes de terre et 10 fermes partenaires en Chine. Ces 10 dernières années, plus de 10000 paysans chinois en ont été bénéficiaires.

En septembre 2011, Pepsi Grande Chine a signé un mémorandum avec le Ministère de l'Agriculture, dans le but d'aider la Chine à développer des projets d'agriculture durable. Selon ce mémorandum, Pepsi collabore avec le gouvernement chinois afin d'installer de nouveaux systèmes d'irrigation, des fermes de démonstration pour l'exploitation agricole et la gestion des cultures, et à aider les paysans à augmenter leur production et leur revenu.

Thématique : Pepsi Chine – investissement

Date : le 2 août 2018

Source : <http://www.chinanews.com/business/2018/08-02/8587439.shtml>

CHINE : ACQUISITION DES ACTIVITES DE HEINEKEN PAR LE GROUPE CHINOIS CR BEER

Cette opération devrait permettre à CR Beer d'accélérer son internationalisation et de développer ses activités de bières haut de gamme.

Le 3 août dernier, le groupe chinois CR Beer et le 2ème groupe brassicole mondial Heineken ont conclu un accord de coopération stratégique, pour un montant total de 24,3 milliards de HKD (environ 2,7 milliards EUR). CR Beer va faire le rachat des activités de Heineken en Chine (y compris celles de Hong Kong et Macao) afin d'accélérer son internationalisation et développer ses activités de bières haut de gamme. Heineken, quant à lui, devrait profiter de cette coopération pour élargir de manière notable son réseau de distribution en Chine, de concurrencer d'autres marques étrangères de bières haut de gamme (telle que Corona du groupe AB InBev), et d'accroître ses parts de marché (moins de 1% pour le moment) en Chine.

Aujourd'hui, avec la montée en gamme de la consommation de bière en Chine, la proportion de la consommation chinoise de bières entrée de gamme, moyen de gamme et haut de gamme est passée de 7:2:1 en 2002 à 5:3:2 en 2016. Pour l'année 2015/2016, le taux de croissance de la consommation chinoise de bières haut de gamme s'est élevé à 30%.

Thématique : acquisition/rachat – bière – haut de gamme – Heineken – CR Beer – consommation de bière

Date : le 03 août 2018

Source : <https://www.jiemian.com/article/2359836.html>

CHINE : WALMART INVESTIT 0.32 MILLIARD DE DOLLARS DANS DADA-JD DAOJIA

Walmart renforce sa stratégie de diversification de ses canaux de distribution sur le marché chinois.

DADA-JA Daojia est une plateforme de vente en ligne et de livraison. A ce jour, environ 200 supermarchés Walmart travaillent en coopération avec DADA-JD Daojia dans 30 villes principales de Chine, où la plateforme garantit une livraison en une heure.

Ainsi Walmart va développer son partenariat avec DADA-JD Daojia : Walmart possèdera 10% des actions de la plateforme et aura une place dans son conseil d'administration.

En octobre 2016, Walmart avait déjà investi 50 millions de dollars dans DADA-JD Daojia. Sûr du potentiel sur le marché chinois du service de livraison en une heure, Walmart annonce un investissement de 0.32 milliard de dollars supplémentaires, afin d'approfondir ce partenariat.

Thématique : e-commerce – GMS – livraison

Date : le 9 août 2018

Source : <https://www.jiemian.com/article/2373614.html>

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL

CHINE : IMPOSITION D'UNE SURTAXE SUR LES MARCHANDISES IMPORTEES DES ETATS-UNIS ESTIMEES A UNE VALEUR TOTALE DE 60 MILLIARDS DE USD

La date d'entrée en vigueur de ces mesures reste à confirmer.

Le 11 juillet 2018, le gouvernement américain avait lancé un appel à commentaires sur les mesures de surtaxe pour des marchandises importées depuis la Chine d'une valeur de 200 milliards de USD. Le 2 août, les Etats-Unis ont annoncé le projet d'augmentation des taxes douanières pour les marchandises concernées passant de 10% à 25%.

Par sa circulaire No 6-2018, la TCSC (*Tariff Commission of the State Council*) chinoise a annoncé le 3 août dernier sa décision d'imposition de surtaxe pour le deuxième lot de marchandises importés depuis les Etats-Unis. Cette réglementation vise 5 207 références de marchandises importées depuis les Etats-Unis dont le montant total s'élève à environ 60 milliards de dollars. Les marchandises impactées sont classées en quatre catégories avec différents niveaux de surtaxe : 25%, 20%, 10% et 5%. Les 4 listes des marchandises concernées sont également publiées (en pièce jointe de la circulaire No 6-2018 de la TCSC). A l'heure actuelle, la date d'entrée en vigueur de ces mesures n'a pas encore été rendue publique.

Avant cela, pour répondre à la décision prise par le gouvernement américain en juin dernier au sujet de l'imposition de droits de douane sur des produits d'importation chinoise pour un montant total de 50 milliards de dollars, la TCSC avait respectivement publié deux circulaires (No 5-2018 et No 7-2018) au sujet de l'imposition de surtaxes pour 659 références de marchandises des Etats-Unis, soit une valeur totale de 50 milliards de USD. La date d'application pour 545 références de marchandises d'une valeur totale de 34 milliards de USD était fixée au 6 juillet 2018. Celle pour les 114 références de marchandises d'une valeur totale de 16 milliards de USD était prévue pour le 23 août 2018.

Thématique : apposition – surtaxe – Chine – Etats-Unis

Date : le 3 août 2018

Source : http://gss.mof.gov.cn/zhengwuxinxi/zhengcefabu/201808/t20180803_2980950.html ;

http://gss.mof.gov.cn/zhengwuxinxi/zhengcefabu/201806/t20180616_2930325.html ;

http://gss.mof.gov.cn/zhengwuxinxi/zhengcefabu/201808/t20180808_2983770.html .

CHINE : AUTORISATION POUR LA CREATION DE 22 ZONES D'ESSAI SUPPLEMENTAIRES POUR LA VENTE EN LIGNE TRANSFRONTALIERE

Orientation vers les régions du centre et de l'ouest.

Le 7 août dernier, le Conseil des affaires d'Etat chinois a publié l' « approbation pour la création dans 22 villes de zones d'essai dédiées à la vente en ligne transfrontalière ». Les 22 villes nouvellement autorisées sont les suivantes : Pékin, Hohhot, Shenyang, Changchun, Harbin, Nankin, Nanchang, Wuhan, Changsha, Nanning, Haikou, Guiyang, Kunming, Xi'an, Lanzhou, Xiamen, Tangshan, Wuxi, Weihai, Zhuhai, Dongguan, Yiwu. Ainsi, sur le territoire chinois, le nombre de zones d'essai pour le développement de la vente en ligne transfrontalière est passé de 13 à 35, couvrant les principales villes de premier et de deuxième rang.

D'après les données du « rapport de l'étude de marché des ventes en ligne transfrontalières chinoises 2017-2018 » publiées par iiMedia Research, en 2017, le volume global de la vente en ligne transfrontalière (vente au détail et B2B inclus) a atteint 7 600 milliards de CNY en valeur. Pour l'année 2018, ce chiffre pourrait augmenter jusqu'à 9 000 milliards de CNY.

Au niveau politique, le gouvernement chinois a mis en place des mesures pour encourager le développement du secteur. En mars 2015 et janvier 2016, le Conseil des affaires d'Etat chinois avait autorisé en deux étapes la création de zones d'essai pour la vente en ligne transfrontalière dans 13 villes. Il est à noter que, en comparaison avec les 13 villes précédemment autorisées, les 22 villes nouvellement autorisées s'orientent vers les régions du centre et de l'ouest (pour moitié), ainsi que vers les régions du Nord-Est comprenant les villes de Shenyang, Changchun et Harbin.

Thématique : zone d'essai – vente en ligne transfrontalière – autorisation

Date : le 8 août 2018

Source : http://www.cs.com.cn/cj/03/201808/t20180808_5854871.html

CHINE : LE GACC SIMPLIFIE LES FORMALITES POUR LE DEDOUANEMENT DES MARCHANDISES

Les documents papier ne sont plus obligatoires.

En juillet dernier, le GACC a diffusé une circulaire au sujet de la numérisation des documents lors du dédouanement des marchandises. D'après la circulaire No 90-2018 publiée le 11 juillet par la GACC, à partir du 1er août 2018, les services de la douane acceptent la version électronique des documents (eDocs). Les documents sous forme papier ne sont plus obligatoires lors du dédouanement des marchandises.

D'après cette nouvelle réglementation, pour les certificats fournis par les autorités compétentes chinoises ou étrangères, disponibles pour consultation en ligne, les opérateurs n'ont qu'à saisir les numéros de référence concernés. En cas de non disponibilité pour la consultation en ligne, les opérateurs doivent transmettre la version scannée des documents concernés. Pour les certificats de qualité ou autres documents fournis par la douane, les opérateurs peuvent également saisir les numéros de référence en ligne. Quant aux autres documents obligatoires réglementés par les lois et règlements, les opérateurs doivent disposer des documents demandés.

Les opérateurs doivent assurer l'authenticité et la validité des informations sur les documents électroniques et doivent conserver les différents documents sous format papier. Le format de la version électronique des documents soumis doit répondre à la demande de la douane. Dans le cas où le service douanier considère qu'il est obligatoire de vérifier les documents papier, les opérateurs doivent être en mesure de les fournir.

Thématique : GACC – dédouanement – eDocs

Date : le 7 août 2018

Source :

https://www.chinafruitportal.com/2018/08/09/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E6%B5%B7%E5%85%B3%E6%80%BB%E7%BD%B2%E4%BF%AE%E6%94%B9%E6%B3%95%E4%BB%A4%EF%BC%9A%E6%A3%80%E9%AA%8C%E6%A3%80%E7%96%AB%E6%89%8B%E7%BB%AD%E4%BB%8E%E5%8D%B3%E6%97%A5%E8%B5%B7%E7%94%B5/?pk_campaign=caf372b05d&pk_source=mailchimp&pk_medium=email&pk_content=73784&pk_cid=1fe07b0af5&utm_campaign=caf372b05d&utm_source=mailchimp&utm_medium=email&utm_content=73784&utm_term=1fe07b0af5

CHINE : DE PLUS EN PLUS DE CONSOMMATEURS CHINOIS PREFERENT ACHETER DE LA BIERE IMPORTEE

Au premier semestre 2018, la consommation chinoise de bière Budweiser a dépassé celle des Etats-Unis.

D'après la société de services financiers Rabobank, de plus en plus de Chinois consomment de la bière étrangère, bien que son prix soit généralement supérieur à la bière locale. Selon un rapport de Zhongtai Securities, sur la période 2015-2016, le taux de croissance de la bière haut de gamme en Chine continentale est d'ailleurs proche de 30%, tandis que celui de la bière bas de gamme a ralenti de 5%. Cette tendance amène des opportunités commerciales aux groupes brassicoles étrangers, notamment Heineken et AB InBev, le groupe de la marque Budweiser. Au cours du 1er semestre 2018, les Chinois ont consommé plus de bières Budweiser que les Américains.

En effet, selon le rapport financier de Budweiser, au 2ème trimestre 2018, l'entreprise a eu un léger rétrécissement de ses parts de marché aux Etats-Unis avec une baisse de bénéfices de 3,1%. Cependant, ses bonnes performances commerciales sur les marchés chinois, mexicain et brésilien ont permis de compenser ses pertes sur son marché national.

En Chine, les ventes de bières au 1er semestre 2018 ont atteint 570 millions CNY (environ 72 millions d'EUR) avec une hausse de 43% par rapport au premier semestre 2017. Afin de renforcer son développement en Chine, devenu un de ces marchés les plus importants, AB InBev y introduit de plus en plus de marques premium, telles que Michelob Ultra, Stella Artois, Corona et Hoegaarden. Le groupe Heineken a lui signé un partenariat stratégique avec China Resources Beer.

Thématique : bière importée/étrangère – groupe brassicole – Budweiser – consommation chinoise

Date : le 24 août 2018

Source : <https://www.jiemian.com/article/2400244.html>

TAÏWAN : LE COMMERCE AU DETAIL SE PORTE BIEN

Les revenus de la grande distribution, des grands magasins et des convenience stores (CVS) ont crû de 4,7% au 1er semestre 2018.

Selon le Ministère des affaires économiques de Taïwan (MOEA), le secteur des circuits de vente au détail a connu une belle performance au 1er semestre 2018, affichant une hausse de 4,7%, un record historique par rapport à la même période au cours des 7 dernières années. En 2017, le secteur du commerce de détail a réalisé un chiffre d'affaires de 4 milliards de dollars taïwanais (soit 112 millions EUR), représentant une petite hausse de 1,2% par rapport à 2016. Or au 1er semestre 2018, le chiffre d'affaires des grands magasins a connu une hausse de 3,2%, les supermarchés de 6,2% et les CVS de 7,1%.

Les supermarchés ont réussi à mettre en valeur leur offre, même face à la concurrence forte du e-commerce, en continuant à élargir et diversifier leurs gammes de produits, développer leurs propres marques afin de mieux répondre aux attentes des consommateurs taiwanais, en investissant davantage pour assurer une expérience client plus conviviale et en augmentant leur productivité opérationnelle. Pour toucher la clientèle croissante de célibataires ou foyers de taille réduite, les hypermarchés se sont également lancés dans la création de supermarchés, par exemple Carrefour Market (61 points de vente à Taïwan).

Quant aux chaînes de magasins de proximité (CVS) ouverts 24 h/24, les opérateurs tels 7-11 ou Family Mart ont connu une belle croissance grâce à la diversité de leurs produits et services. En effet, ceux-ci fournissent non seulement des plats et boissons prêts à consommer, mais aussi des services comme l'envoi de colis et paiement de factures d'électricité ou autres, et ont agrandi leur surface afin d'offrir un espace aux clients pour manger un casse-croûte ou boire un café.

Les différents circuits de vente au détail ont ainsi réussi à se spécialiser dans différents créneaux de clients et s'adapter aux nouveaux modes de consommation des Taïwanais.

Thématiques : distribution – vente au détail – Taiwan

Date : le 27 août 2018

Source : <http://www.cna.com.tw/news/afe/201808270154-1.aspx>

HONG KONG : LE WINE & DINE FESTIVAL DE HONG KONG REVIENT POUR LA PLUS GRANDE EDITION DE SON HISTOIRE

Le Hong Kong Tourism Board (HKTB) organise cette année la plus grande édition du Hong Kong Wine & Dine Festival, dans un espace plus grand et avec un nombre plus élevé d'exposants participants, pour les 10 ans du festival.

Du 25 au 28 octobre, le festival de quatre jours s'étendra de l'espace événementiel de Central Harbourfront à Tamar Park à Admiralty : il sera 20% plus grand que l'an dernier, et environ 450 stands serviront des vins et des plats raffinés, soit une hausse de 10% par rapport à 2017.

Pour célébrer son dixième anniversaire, l'événement dévoilera une série commémorative spéciale sur des vins « millésime 2009 », 2009 étant l'année inaugurale du festival. Il y aura également des éditions spéciales de bières et de Baileys conçues spécialement pour ce dixième anniversaire. En outre, une collection variée de vins, de bières artisanales, de whisky et de vins japonais sera présentée.

Cinq chefs étoilés de Chine continentale, Hong Kong, Taiwan, Bangkok et Singapour se rendront à Hong Kong pour présenter ensemble un dîner « 10 étoiles Michelin » pendant l'évènement. Les cinq chefs invités, récompensés au total par 8 étoiles Michelin, collaboreront avec deux grands chefs de Hong Kong des restaurants Man Wah et Mandarin Grill + Bar, tous deux avec une étoile au guide Michelin, pour concocter un banquet composé de huit plats avec accords mets-vins, fusionnant des éléments de la cuisine chinoise, thaïe et française.

Les cinq grands chefs invités sont le chef français Pierre Gagnaire de Pierre, un restaurant deux étoiles au guide Michelin du Mandarin Oriental Hotel Hong Kong ; Chef Bee Satongun de Paste Bangkok, un restaurant étoilé au guide Michelin à Bangkok ; Chef Lin Cheng Ching, chef exécutif chinois de The Guest House, un restaurant deux étoiles Michelin à Taiwan ; Chef Kentaro Chen, chef exécutif de Shisen Hanten, un restaurant deux étoiles Michelin à Singapour, et le chef George Chen de Wujie, un restaurant une étoile Michelin à Shanghai.

Thématique : festival – Michelin – gastronomie – Hong Kong

Date : le 29 août 2018

Source : <https://www.thedrinksbusiness.com/2018/08/hong-kongs-wine-dine-festival-will-return-for-the-biggest-edition-yet/>

GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION

ACRONYMES

B2B	Business to Business
CAHEC	China Animal Health and Epidemiology Center
CNY	RMB, devise chinoise
CPPMA	China Aquatic Products Processing and Marketing Alliance
GACC	General Administration of Customs of China
CVS	Convenience stores
EUR	Euros, devise de l'Union Européenne
HKTB	Office du tourisme de Hong Kong

MAPA	Ministère brésilien de l'agriculture, de l'élevage et de l'approvisionnement
MOA	Ministère de l'agriculture et des affaires rurales chinois
MOEA	Ministère des affaires économiques de Taïwan
PDG	Président-directeur général
TCSC	Customs Tariff Commission of the State Council
USD	United States dollar

SOURCES D'INFORMATION

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.

HTTP://GSS.MOF.GOV.CN

Site internet du Département de la taxe douanière du Ministère des Finances chinois.

WWW.CS.COM.CN

Site internet du « China Securities Journal », journal national spécialisé dans le secteur des valeurs mobilières.

WWW.CHINADAILY.COM.CN

Site internet du journal « China Daily », créé en 1995, il est le plus important site en version anglaise, disposant d'une trentaine de sous-sites avec plus de 300 chaînes.

WWW.MOA.GOV.CN

Site internet officiel du Ministère de l'Agriculture et des Affaires Rurales chinois.

WWW.HESITAN.COM

Site internet du magazine mensuel « Holstein Farmer », créé en 2005 par Beijing Orient Dairy Consultants Ltd., la seule publication DM (Direct Mail Advertising) en Chine dédiée à la filière de l'élevage bovin.

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.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.MOFCOM.GOV.CN

Site Internet du Ministère du Commerce chinois.

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.

WWW.THEDRINKSBUSINESS.COM/HK/

Site Internet du magazine The Drinks Business Hong Kong, un magazine pour les professionnels du secteur vinicole. The Drinks Business Hong Kong est une branche de The Drinks Business, basé au Royaume-Uni.

WWW.CNA.COM.TW

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.

VEILLE MEDIATIQUE 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 – Conseillère export réglementaire Agrotech bureau de Pékin

Juliette CARON – Prospective Agrotech bureau de Pékin

Arnaud DE BLAY DE GAIX – Prospecteur Agrotech bureau de Pékin

Lucie ACQUAVIVA – Prospective Agrotech bureau de Hongkong

David ROLLAND – Chef de pôle Agrotech Chine

Anne GUINAUDEAU – Conseiller export bureau de Taiwan

Céline LAURANS – Chef de projet informations réglementaires Asie (hors ASEAN) – Océanie – TOM

Contact à 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.