

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

Août 2018 - N° 1



SOMMAIRE

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS..... 4

- Taiwan : promulgation d'un nouveau cadre législatif sur la « Promotion de l'agriculture biologique »..... 4
- Chine : publication d'une nouvelle norme nationale pour l'huile alimentaire 5
- Chine : appel à commentaires sur l'amendement de la norme pour le vin et les boissons non alcoolisées 5
- Chine : commercialisation illégale de porc, bœuf et poulet surgelés de contrebande dans certains marchés de gros à l'ouest de la Chine 6

ACTIONS DE COOPÉRATION DES CONCURRENTS DE LA FRANCE DANS LE SECTEUR AGRICOLE ET AGROALIMENTAIRE ... 7

- Chine : Signature d'un protocole d'entente entre Alibaba et Wine Australia 7
- Chine : Treasury Wine Estates et Greenland Group ont signé un accord de partenariat 8

STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS..... 9

- Chine : entretien entre les associations européennes et chinoises du vin 9
- Chine : Starbucks annonce son nouveau plan quinquennal pour la Chine continentale 9
- Chine : Gerber lance ses nouveaux produits bio pour bébé 10
- Chine : Succès d'un vol d'essai de drone en Chine, avec une capacité de chargement record de 80 kg 10
- Chine : Carrefour ouvre avec Tencent son premier supermarché connecté, « le Marché » 11
- Chine : Walmart lance son initiative sur la traçabilité des légumes 12
- Chine/Taiwan : renforcement des investissements du groupe taïwanais Namchow en Chine 12
- Chine : Acquisition par le deuxième producteur d'agrumes chinois Dongfang Modern Agriculture Holding Group d'une entreprise australienne de produits de santé naturels 13
- Hong Kong : signature avec Bordeaux d'un protocole d'accord pour promouvoir le vin et la gastronomie 13
- Hong Kong/Chine : la chaîne hongkongaise de supermarchés City'super souhaite développer son réseau de magasins en Chine continentale 14

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL 15

- Chine : des importations de poudre de lait infantile en hausse de 16,5% sur le premier trimestre 2018..... 15
- Chine : la croissance du marché chinois des spiritueux devrait continuer dans les cinq prochaines années 15
- Chine : la consommation annuelle par habitant de bœuf et de mouton est inférieure au niveau moyen mondial..... 16
- Chine : baisse des droits de douane pour 1 449 références de biens de consommation courante importés 16

GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION.... 18

Acronymes.....	18
Sources d'information.....	18

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

TAIWAN : PROMULGATION D'UN NOUVEAU CADRE LEGISLATIF SUR LA « PROMOTION DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE »

Le gouvernement répond à la demande croissante des consommateurs pour des produits alimentaires biologiques.

Un cadre législatif visant à promouvoir l'agriculture biologique à Taïwan a été promulgué le 8 mai 2018. Composée de 6 chapitres et de 42 articles au total, cette législation spécifie les principes généraux, exigences de certification, obligations de vérification, règles de gestion et dispositions pénales relatifs à l'agriculture biologique. Dans le cadre de cette loi, un comité se réunira tous les 4 ans pour décider du budget et plan d'action, visant à étendre les pratiques d'agriculture biologique à Taïwan qui pour le moment ne représentent qu'environ 7200 hectares.

Selon la nouvelle loi, les pratiques de l'agriculture biologique, c'est-à-dire une agriculture qui prohibe l'application de produits chimiques de synthèse et l'utilisation d'organismes génétiquement modifiés et/ou des produits qui en sont issus, seront éligibles à des subventions de l'État. Les groupes ou individus devront s'enregistrer pour obtenir une approbation et certification officielle avant de démarrer leur exploitation d'agriculture biologique. Toute substance utilisée dans la production, la transformation, la distribution et le transport des produits devront figurer dans la liste des substances autorisées par l'autorité compétente.

Les acteurs internationaux qui souhaitent utiliser l'allégation et l'étiquetage « biologique » doivent répondre à l'un des critères suivants :

- Leurs produits agricoles ainsi que leurs sites de production sont certifiés par des organismes reconnus par Taïwan ;
- Leurs produits agricoles sont certifiés par des organisations qualifiées par d'autres pays ou d'autres membres de l'OMC comme aptes à délivrer des certificats officiels ;
- De plus, l'acteur international devra obtenir un document d'approbation du produit, délivré par l'autorité centrale compétente, c'est-à-dire le *Council of Agriculture*.

L'étiquetage des produits agricoles biologiques doit comporter les éléments suivants :

- Nom du produit
- Ingrédients
- Le nom, l'adresse, le numéro de contact de l'entité en charge de la vente au détail
- Pays d'origine
- L'organisation de vérification
- Numéro de certification
- Autres éléments requis par l'autorité

La loi entrera en vigueur le 8 mai 2019. Les contrevenants seront passibles d'amendes importantes allant jusqu'à 2 millions de TWD, soit environ 56 000 EUR.

Thématique : réglementation – produits agricoles – produits biologiques – Taiwan

Date : le 16 mai 2018

source : <https://www.thenewslens.com/article/95251> ; <https://food.chemlinked.com/news/food-news/taiwan-promulgates-organic-agriculture-law>

CHINE : PUBLICATION D'UNE NOUVELLE NORME NATIONALE POUR L'HUILE ALIMENTAIRE

Les huiles mélangées doivent obligatoirement indiquer le pourcentage des différentes huiles ajoutées.

Récemment, l'autorité compétente chinoise a diffusé la nouvelle norme nationale chinoise pour l'huile alimentaire (GB 2716-2018), dont la date d'entrée en vigueur est prévue pour le 21 décembre 2018. Le principal changement consiste en l'obligation d'indiquer sur l'étiquetage les proportions des différentes huiles pour les huiles alimentaires mélangées. La nouvelle norme remplacera la norme GB 2716-2005 (*Hygienic standard for edible vegetable oil*) et la norme GB 7102.1-2003 (*Hygienic standard for edible vegetable oils used in frying food*).

Selon la nouvelle norme, les huiles alimentaires mélangées doivent être nommées "huile végétale alimentaire mélangée" (en chinois "食用植物调和油"). Sur l'étiquetage des produits, il devient ainsi obligatoire de mentionner le pourcentage des différentes huiles alimentaires utilisées.

D'après des professionnels, la difficulté réside notamment au niveau de l'analyse des produits. A l'heure actuelle, il est seulement possible d'analyser les huiles mélangées d'une proportion supérieure à 2%, en deçà de ce pourcentage, il est impossible d'en déterminer les composants exacts. Cependant, la nouvelle version de la norme ne fait pas mention de nouvelles méthodes d'analyse.

Dans le passé, en l'absence de norme nationale, plusieurs produits frauduleux ou de mauvaise qualité ont été découverts sur le marché. Par exemple, une huile se dénommant « huile mélangée d'huile d'olive » ne contenait en réalité que 0,8% d'huile d'olive.

Thématique : huile alimentaire – norme – huile mélangée – indication – proportion

Date : le 4 juillet 2018

Source : http://www.xinhuanet.com/food/2018-07/04/c_1123075959.htm

CHINE : APPEL A COMMENTAIRES SUR L'AMENDEMENT DE LA NORME POUR LE VIN ET LES BOISSONS NON ALCOOLISEES

L'ajout de sucre est désormais autorisé sous condition.

Fin juin 2018, l'administration générale de la standardisation chinoise a lancé un appel à commentaires au sujet de l'amendement pour les normes nationales chinoises sur le vin et les boissons non alcoolisées. Ce fut le deuxième appel à commentaires pour la norme sur le vin. Le premier appel avait été effectué en 2017. D'après la nouvelle version, les critères ci-dessous ont été ajoutés pour les matières premières :

- Le degré d'alcool potentiel des matières premières ne doit pas être inférieur à 7% ;
- Lors de la fermentation, l'ajout de jus de raisin concentré ou de sucre blanc est autorisé afin d'augmenter le degré d'alcool, mais la quantité maximum d'ajout ne devrait pas produire plus de 2.0% d'alcool.
- Le sucre ajouté avec l'objectif d'augmenter la teneur en sucre n'est limité qu'au jus de raisin et au sucre blanc. La quantité maximale d'ajout de sucre blanc ne doit pas dépasser 10% de la quantité totale du produit.
- L'ajout de sucre est interdit pour les "ice wines", les "noble rot wines" et les "sparkling wines".

En ce qui concerne les indices physiques et chimiques, celui pour les extraits secs a peu changé en restant à un niveau élevé. Comme dans l'ancienne version, dans la version actualisée, les raisins sont classés en 5 catégories selon des critères sensoriels : Premier, Top Quality, Fair Quality, Sub-standard Quality, Poor Quality. La réglementation sur le classement des produits, attendue par l'industrie chinoise, n'a toujours pas été publiée.

De même, l'appel à commentaires est également lancé pour la norme générale sur les boissons non alcoolisées (GBT 10789 *General Standard for Beverage*) et sur les jus de fruits et jus de légumes ainsi que leurs produits assimilés (GB/T 31121 *Fruit & vegetable juices and fruit & vegetable beverage*).

Cet appel a pris fin le 13 juillet 2018.

Thématique : amendement – norme – vin – boissons non alcoolisées – jus de fruits et de légumes

Date : le 5 juillet 2018

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2018/7/1-77146.html> ;
http://www.sac.gov.cn/gzfw/zqyj/201806/t20180621_342531.htm

CHINE : COMMERCIALISATION ILLEGALE DE PORC, BŒUF ET POULET SURGELES DE CONTREBANDE DANS CERTAINS MARCHES DE GROS A L'OUEST DE LA CHINE

Les acteurs du secteur de la restauration sont les principaux acheteurs de la viande surgelée de contrebande.

Ming Pin Fu (en chinois 明品福冻品交易市场) et Wan Dun (en chinois 万吨冷冻品交易市场) sont les deux principaux marchés de gros de produits alimentaires surgelés à l'ouest de la Chine. Tous les jours, des milliers de tonnes de viande, fruits de mer et autres produits alimentaires surgelés, chinois et étrangers (Brésil, Russie, Etats-Unis...), y convergent pour être revendus dans les régions chinoises du sud-ouest, telles que Chongqing, Sichuan et Guizhou. Cependant, d'après une enquête sur la commercialisation illégale de viande surgelée menée par des journalistes chinois, de nombreux commerçants de ces deux marchés de gros vendent des produits de contrebande (parmi les 40 commerçants interrogés, 90% distribuent du porc, du bœuf et du poulet surgelé de contrebande). Ces produits ne disposent pas d'étiquettes en chinois ni de certificats de douane, la sécurité sanitaire ne peut donc pas être assurée. Mais elle se vend pourtant très bien, notamment auprès des acteurs du secteur de la restauration, en raison d'un prix moins élevé que les produits importés par les voies officielles. Les autorités chinoises, quant à elles, devraient ensuite accroître le contrôle et la surveillance afin de diminuer les pertes de recettes douanières et d'assurer la sécurité sanitaire et le bon fonctionnement du marché.

Thématique : contrebande – viande – porc/bœuf/poulet – surgelé – marché de gros – restauration – contrôle

Date : le 11 août 2018

Source : http://www.ce.cn/cyssc/sp/info/201808/11/t20180811_30004894.shtml

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

CHINE : SIGNATURE D'UN PROTOCOLE D'ENTENTE ENTRE ALIBABA ET WINE AUSTRALIA

Cet accord a pour objectif de mieux présenter les vins australiens sur la plateforme du commerce électronique T-mall.

Le 30 mai, Wine Australia, autorité gouvernementale australienne de la promotion et de la régulation du vin, et Alibaba, géant chinois du commerce électronique transfrontalier, ont signé un protocole d'entente portant sur la promotion du vin australien sur T-mall.com, la plateforme d'achats en ligne d'Alibaba.

Cette signature sera suivie par des investissements de Wine Australia dans le domaine du commerce électronique en Chine dans les trois prochaines années. Ces investissements s'inscriront dans le cadre du projet gouvernemental – \$50m Package – une allocation de 50 millions de dollars australiens destinée à promouvoir les vins nationaux sur le marché mondial.

Selon Anne Ruston, vice-ministre australienne de l'Agriculture et des Ressources en Eau, le partenariat stratégique marque une étape importante pour les industries vinicoles australiennes en leur permettant de mieux s'intégrer dans l'e-commerce en Chine. Pour Andreas Clark, PDG de Wine Australia, l'accord montre en même temps l'intérêt des consommateurs chinois pour le vin australien.

Le protocole a été signé pendant le Salon Vinexpo à Hongkong dont Wine Australia est l'un des principaux partenaires. La participation de l'Australie à cet événement comme pays invité d'honneur est aussi soutenue par le projet « \$50m Package ».

Thématique : vin – Australie – Alibaba – Wine Australia – Vinexpo

Date : le 30 mai 2018

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2018/5/1-76913.html>

CHINE : TREASURY WINE ESTATES ET GREENLAND GROUP ONT SIGNE UN ACCORD DE PARTENARIAT

Greenland Group (Fortune Global 500) entre sur le marché du vin.

Le 8 août 2018, Treasury Wine Estates a signé un accord de partenariat avec Greenland Group (Fortune Global 500), assurant ainsi une coopération durable et des avantages réciproques. Greenland Group est l'importateur principal de Treasury Wine Estates sur le marché de l'Est de la Chine et possède des canaux de distribution tels des hôtels, magasins, restaurants. Il devient ainsi le représentant des marques majeures de Treasury Wine Estates, comme par exemple Penfolds, Lindeman's, Maison de Grand Esprit, Mouton Cadet, etc. Greenland Group devient représentant exclusif de la gamme Bin de Lindeman's.

Greenland Group est une multinationale qui fait partie de Fortune Global 500 depuis 7 ans. L'activité principale du groupe est l'immobilier, mais il détient également des activités dans la finance ou la grande consommation. Greenland Group entre actuellement sur le marché du vin, et développe cette activité.

Thématique : vins – coopération des marques

Date : 10 août 2018

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2018/8/3-77369.html>

STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS

CHINE : ENTRETIEN ENTRE LES ASSOCIATIONS EUROPEENNES ET CHINOISES DU VIN

Cet entretien a pour mission de renforcer la coordination sino-européenne dans le domaine viticole.

Le 17 mai, une rencontre s'est tenue à la CADA (*China Alcoholic Drinks Association*) sur le renforcement de la coopération entre la Chine et les pays européens au sein du secteur viticole. L'entretien a réuni plusieurs responsables des associations européennes, à savoir Ignacio Sánchez Recarte, secrétaire général du CEEV (Comité européen des entreprises vins), Nicolas Ozanam, délégué général de la FEVS (Fédération des Exportateurs de Vins et Spiritueux de France), Sarah Dickson, responsable des affaires globales de Scotch Whisky Association et Wang Wei, responsable du bureau Chine du Comité champagne.

Six principaux sujets ont été abordés lors de cet entretien :

1. Faciliter l'implantation des entreprises chinoises sur les marchés étrangers à travers les expositions et les rendez-vous professionnels ;
2. Promouvoir les échanges et la formation des œnologues ;
3. Promouvoir les échanges entre les entreprises/vignobles chinois et européens ;
4. Aider les entreprises chinoises à élargir leur marché en Europe et à trouver des partenaires/distributeurs européens ;
5. Protéger les intérêts des consommateurs en luttant contre les vins contrefaits ;
6. Inviter le CEEV à l'International Alcoholic Drinks Festival qui aura lieu en novembre 2018 à Shanghai.

Thématique : vin – viticole – CADA – CEEV – entretien

Date : le 21 mai 2018

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2018/5/1-76835.html>

CHINE : STARBUCKS ANNONCE SON NOUVEAU PLAN QUINQUENNAL POUR LA CHINE CONTINENTALE

L'objectif est d'ouvrir 600 nouveaux magasins chaque année.

Lors de sa conférence annuelle aux investisseurs mondiaux à Shanghai, Starbucks a annoncé ses projets pour les cinq prochaines années consistant à ouvrir 600 nouveaux magasins annuellement en Chine continentale.

Fondée en 1971, Starbucks est l'une des plus grandes chaînes multinationales de café. C'est la première fois que sa conférence aux investisseurs s'est tenue en Chine, qui est aujourd'hui son deuxième marché après les États-Unis. Avec 600 boutiques, Shanghai est la ville où Starbucks est le plus présent à l'échelle mondiale.

Selon ce nouveau plan quinquennal, Starbucks détiendra 6 000 cafés, contre 3 300 aujourd'hui, dans plus de 230 villes chinoises d'ici 2022. La compagnie annonce aussi ses projets de tripler ses recettes à la fin de l'exercice 2022.

Thématique : Starbucks – projet quinquennal – café

Date : le 23 mai 2018

Source : http://www.xinhuanet.com/fortune/2018-05/23/c_1122875031.htm

CHINE : GERBER LANCE SES NOUVEAUX PRODUITS BIO POUR BEBE

Le marché des produits alimentaires pour bébé est estimé à 10 milliards RMB.

Gerber, la marque de collations et repas pour bébé du groupe Nestlé, vient de lancer plusieurs produits bio sur Kaola, plateforme chinoise du e-commerce transfrontalier. Les consommateurs chinois peuvent désormais acheter les produits Gerber directement des entrepôts français de Kaola, permettant de réduire jusqu'à deux mois le délai d'attente de livraison des produits.

Gerber est pour l'instant un des leaders dans le secteur de l'alimentation pour bébé en Chine, avec plus de 50% de parts de marché. Cependant, selon un expert de Nestlé, la consommation des aliments complémentaires pour bébé est encore marginale en Chine avec un taux inférieur à 50%, même dans les grandes villes. Pour l'instant, les produits les plus populaires sont les céréales de riz, suivies par les purées de fruits et de légumes.

Mais la Chine représente un grand marché à exploiter (estimé à 10 milliards RMB, contre 100 milliards RMB pour le lait en poudre) pour les entreprises comme Gerber. En janvier 2018, Nestlé a établi un nouveau département qui se charge des activités du e-commerce, constituant ainsi une chaîne de distribution très importante – et en plein essor – sur le marché chinois.

Thématique : Gerber – aliments complémentaires pour bébé – Nestlé – commerce électronique

Date : le 25 mai 2018

Source : <http://www.jiemian.com/article/2171795.html>

CHINE : SUCCES D'UN VOL D'ESSAI DE DRONE EN CHINE, AVEC UNE CAPACITE DE CHARGEMENT RECORD DE 80 KG

Cela permet des pulvérisations de grande ampleur dans les fermes de grande surface des régions du nord de la Chine.

Charge de pesticides, envol, pulvérisation, vol stationnaire, balancement et retournement, retour et atterrissage, etc. Cette série de mouvements a été réalisée par un drone agricole grand format TDN-01 lors d'une récente démonstration de vol à Tianjin. C'est le premier et le plus gros drone agricole, d'une capacité de 80 litres, entièrement développé en Chine. Il est fabriqué par Shenzhen United Aircraft Technology Co., Ltd.

Ces dernières années, la protection des végétaux via l'utilisation de drones est devenue un enjeu crucial pour les agriculteurs des zones rurales. Pour Liu Yunling, professeur à l'université agricole de Chine, « actuellement, les drones de protection des plantes sont principalement équipés de moteurs de petite et moyenne taille, et leur capacité de chargement se limite à 30 litres avec rechargement toutes les 15 minutes ». Avec ce nouveau modèle de drone, d'un volume de chargement de 80 litres, il est possible, avec un temps de vol de 20 minutes et 8 heures de travail par jour, de couvrir 133 hectares. Cela fait de lui un instrument crucial pour pallier les limites des drones actuels et permettre des pulvérisations de grande ampleur dans les fermes de grande surface des régions du nord de la Chine.

« Nous allons bientôt livrer le premier lot de prototypes sur le terrain et prévoyons de finaliser le produit d'ici un à deux ans, avec l'objectif d'initier une production de masse en 2020. La totalité de la capacité de production sera mise sur le marché via un système de location par ZhongZhan Financial Leasing Co., Ltd., réduisant ainsi le seuil financier permettant aux utilisateurs d'acheter la machine » déclare Wang Jun, vice-président de la United Aircraft Corporation (AviChina).

Thématique : pulvérisation – drone – capacité – grande surface – Nord

Date : le 25 mai 2018

Source : http://www.farmer.com.cn/jjpd/nz/nj/201805/t20180525_1379483.htm

CHINE : CARREFOUR OUVRE AVEC TENCENT SON PREMIER SUPERMARCHÉ CONNECTÉ, « LE MARCHÉ »

Encore un nouveau concurrent dans le secteur après les Hema Fresh d'Alibaba.

Il s'agit d'un des premiers fruits du partenariat entre Carrefour et Tencent, conglomérat chinois des nouvelles technologies. Le 20 mai, « le Marché », le premier supermarché connecté du groupe Carrefour, a ouvert ses portes à Shanghai. Cela marque la première étape de l'entrée de l'enseigne française dans le domaine de la distribution connectée. L'ouverture de nouveaux magasins « smart » est prévue dans un proche avenir.

Le nouveau supermarché s'étend sur une superficie de 4 000 m² et compte plus de 25 000 articles différents sur ses rayons, dont 78% de produits alimentaires. Outre la zone d'achat, sont également proposés aux clients un service après-vente et un espace de restauration. Mais « le Marché » se distingue surtout par son emploi de nouvelles technologies, à savoir le paiement via la reconnaissance faciale, les étiquettes électroniques et les caisses automatiques, grâce à des applications développées par Tencent et intégrées à l'application WeChat.

Pour Carrefour, l'alliance avec Tencent lui permettra de mieux rattraper son retard en Chine depuis ces dernières années. L'un de ses principaux concurrents est Alibaba, avec ses magasins physiques Hema Fresh. La révolution dans le secteur du commerce de détail est en cours en Chine et c'est pourquoi, selon Thierry Garnier, directeur exécutif de Carrefour dans le pays, le marché chinois est un « laboratoire » idéal au lancement de nouveaux projets. D'après ce dernier, les magasins de petites et moyennes tailles se profilent comme une alternative aux supermarchés et deviennent la nouvelle tendance dans le secteur.

Thématique : Carrefour – Tencent – commerce de détail – distribution connectée

Date : le 28 mai 2018

Source :

https://www.chinafruitportal.com/2018/05/28/%E5%AE%B6%E4%B9%90%E7%A6%8F%E6%90%BA%E6%89%8B%E8%85%BE%E8%AE%AF%E6%89%93%E9%80%A0%E9%A6%96%E5%AE%B6%E6%99%BA%E6%85%A7%E9%97%A8%E5%BA%97le-marche%EF%BC%8C%E9%9B%B6%E5%94%AE/?pk_campaign=0a8ac04880&pk_source=mailchimp&pk_medium=email&pk_content=70040&pk_cid=1fe07b0af5&utm_campaign=0a8ac04880&utm_source=mailchimp&utm_medium=email&utm_content=70040&utm_term=1fe07b0af5

CHINE : WALMART LANCE SON INITIATIVE SUR LA TRAÇABILITE DES LEGUMES

Ce projet s'imposera sur 40% de ses produits légumiers d'ici 2020.

Lors d'une conférence de presse, Walmart Chine a annoncé sa nouvelle initiative sur la traçabilité de ses légumes. Ce projet commencera dans les grandes villes chinoises, à savoir Shenzhen, Chengdu, Kunming et Pékin et couvrira 40% des légumes Walmart d'ici 2020.

La traçabilité agroalimentaire désigne la situation où le consommateur dispose de l'information nécessaire et suffisante pour connaître la composition d'un produit tout au long de sa chaîne de production, de transformation et de distribution. Dans le cas des légumes, le processus s'étend de la fourche à la fourchette, incluant la production, les contrôles qualité et la logistique.

La traçabilité sera réalisée par un code QR placé sur l'emballage des légumes, qui permettra aux consommateurs d'accéder aux informations telles que la date et le lieu de plantation, la fertilisation, le transport sur la chaîne de distribution, etc.

Thématique : Walmart – légumes – traçabilité agroalimentaire – emballage

Date : le 31 mai 2018

Source

<https://www.chinafruitportal.com/2018/05/31/%E6%B2%83%E5%B0%94%E7%8E%9B%E6%8B%9F%E4%BA%8E%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E6%8E%A8%E5%B9%BF%E8%94%AC%E8%8F%9C%E5%8F%AF%E8%BF%BD%E6%BA%AF%E8%AE%A1%E5%88%92%EF%BC%8C%E9%A2%84%E8%AE%A12020%E5%B9%B4%E6%97%B6/>

CHINE/TAIWAN : RENFORCEMENT DES INVESTISSEMENTS DU GROUPE TAIWANAIS NAMCHOW EN CHINE

Aujourd'hui, la Chine représente environ 60% de son chiffre d'affaires.

Dans le contexte de l'élargissement continu du périmètre de son développement en Chine continentale, le groupe taïwanais Namchow a déposé sa demande d'accréditation en « Actions A » en Chine (actions libellées en Yuan), et espère obtenir une cotation en bourse avant la fin de l'année. Si le processus aboutit, ce sera le premier exemple d'un groupe taïwanais du secteur agroalimentaire ayant obtenu l'autorisation d'être coté en bourse pour les Actions A en Chine.

Le Président du groupe Namchow, Alfred Chen, estime que le groupe pourrait atteindre son objectif de 20 Mds TWD (soit 576 M EUR) de chiffre d'affaires avant 2020.

A l'origine fabricant de savon, le groupe Namchow a diversifiée ses activités pour conquérir le secteur de la boulangerie-pâtisserie et de la restauration avec la gestion d'usines de matières grasses et de pâtes surgelées, ainsi que la gestion de restaurants propres Paulaner. L'année dernière, le groupe a atteint un chiffre d'affaires de 17,2 Mds de TWD (soit 495 M EUR), représentant une croissance de 5,4% par rapport à l'année précédente.

Cela fait 20 ans que le groupe s'est implanté en Chine continentale, afin d'agrandir son périmètre de développement au-delà du marché taïwanais. Aujourd'hui, la Chine représente environ 60% de son chiffre d'affaires, et le groupe continue à accroître ses investissements en Chine, notamment avec l'ouverture en 2017 d'une 3e usine de matières grasses à Shanghai et d'une 2e usine de crème à Guangzhou. De plus, depuis mars 2017, le groupe a également établi un centre de logistique à Chongqing pour développer l'ouest de la Chine.

Thématique : investissement – Taiwan – Namchow – matière grasse – pâte surgelée – restauration

Date de l'article : le 31 mai 2018

Source : <http://www.chinatimes.com/newspapers/20180531000275-260202>

CHINE : ACQUISITION PAR LE DEUXIEME PRODUCTEUR D'AGRUMES CHINOIS DONGFANG MODERN AGRICULTURE HOLDING GROUP D'UNE ENTREPRISE AUSTRALIENNE DE PRODUITS DE SANTE NATURELS

Le groupe envisage un investissement d'un montant de 5 millions de dollars australiens dans l'usine de fabrication de Bio Health Pharmaceuticals, basée à Sydney.

Selon le média australien The Weekly Times Now, à la fin avril 2018, le groupe Dongfang Modern Agriculture Holding Group, deuxième producteur d'agrumes chinois, a investi 18 millions de dollars australiens (soit environ 87,8 millions CNY) pour acquérir 70% des parts de la société australienne Bio Health Pharmaceutical, basée à Sydney. Cette acquisition marque le premier investissement d'actifs chinois en Australie, dans la lignée de l'accord de libre-échange signé entre les deux pays en 2015. L'acquisition de cette société spécialisée dans les produits de santé naturels émane d'une volonté de la firme chinoise d'élargir ses sources de revenus en dehors de la Chine continentale, et marque la première incursion d'actifs chinois à l'étranger à la suite de l'accord de libre-échange.

Actuellement cotée à l'Australian Securities Exchange, Dongfang Modern Agriculture Holding Group cultive des oranges, des agrumes, des pamplemousses et des camélias dans le sud-est du Jiangxi, en Chine, sur une zone franche d'une superficie de 10 700 hectares.

Pour réaliser cette acquisition, la société Dongfang Modern Agriculture Holding Group a emprunté 50 millions de dollars australiens à l'Etat chinois. Son PDG, Charles So, estime en outre, dans le rapport annuel de la société, que ce prêt vise également à acquérir des sociétés en Europe de l'Est ayant un potentiel de croissance important en Australie.

Lors de l'assemblée générale annuelle de la société à Sydney lundi dernier, Cai Hongwei, président de Dongfang Modern Agriculture Holding Group, a indiqué que depuis son introduction en bourse en Australie il y a trois ans, sa société a connu une croissance de 40%. Cai Hongwei a également indiqué que le groupe envisage un investissement d'un montant de 5 millions de dollars australiens dans l'usine de fabrication de Bio Health Pharmaceuticals, basée à Sydney, pour le traitement des graines de camélia plantées en Chine.

Thématique : produit de santé – acquisition – Bio Health Pharmaceutical

Date : le 6 juin 2018

Source :

<https://www.chinafruitportal.com/2018/06/06/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E7%AC%AC2%E5%A4%A7%E6%9F%91%E6%A9%98%E7%B1%BB%E6%B0%B4%E6%9E%9C%E7%A7%8D%E6%A4%8D%E5%95%86%E4%B8%9C%E6%96%B9%E7%8E%B0%E4%BB%A3%E6%88%90%E5%8A%9F%E6%94%B6%E8%B4%AD%E6%BE%B3%E5%A4%A7/>

HONG KONG : SIGNATURE AVEC BORDEAUX D'UN PROTOCOLE D'ACCORD POUR PROMOUVOIR LE VIN ET LA GASTRONOMIE

Le premier protocole d'accord entre l'Office du tourisme de Hong Kong (HKTB) et l'Office de Tourisme et des Congrès de Bordeaux Métropole a été signé le 16 mai.

Le protocole d'accord confirme que HKTB et Bordeaux poursuivront leur collaboration en organisant le festival Wine & Dine de Hong Kong pour cinq années supplémentaires, de 2018 à 2022, en invitant notamment des chefs célèbres de la région bordelaise. Hong Kong et Bordeaux s'engagent à renforcer leur coopération et leurs échanges sur le tourisme viticole : les deux villes cherchent à renforcer leur attractivité touristique grâce à des promotions conjointes de vins et de produits gastronomiques auprès des visiteurs du monde entier.

La consommation de vins de Bordeaux par habitant à Hong Kong est la plus élevée du monde, malgré un retard de volume par rapport à son voisin de Chine continentale. Le prix moyen par bouteille de vin de Bordeaux exportée vers Hong Kong est de 32 euros, contre 7 euros en moyenne sur les exportations globales (source CIVB).

Au cours des douze derniers mois (juillet 2017-juin 2018), Hong Kong a importé 10 millions de bouteilles de vin de Bordeaux d'une valeur d'environ 3 milliards de Hong Kong dollars (32,6 milliards d'euros), soit une augmentation de 5% en volume et de 20% en valeur.

Thématique : coopération – vin – Bordeaux – Hong Kong – gastronomie

Date : le 19 juin 2018

Source : <https://www.thedrinksbusiness.com/2018/06/hk-and-bordeaux-sign-mou-to-promote-wine-and-food/>

HONG KONG/CHINE : LA CHAÎNE HONGKONGAISE DE SUPERMARCHÉS CITY'SUPER SOUHAITE DEVELOPPER SON RESEAU DE MAGASINS EN CHINE CONTINENTALE

La chaîne de distribution hongkongaise City'super, un opérateur de supermarchés haut de gamme, prévoit de s'étendre dans le delta du Yangtsé, et donc au-delà de Shanghai.

Selon le CEO de City'super, M. Thomas Woo, les consommateurs chinois dépensent plus dans certains produits importés, que leurs homologues de Hong Kong, ce qui encourage le détaillant à ouvrir plus de magasins, notamment dans l'Est de la Chine.

City'super a ouvert son premier point de vente à Hong Kong en 1996. Depuis 2010, le détaillant n'a ouvert des magasins qu'à Shanghai, avec cinq points de ventes, un chiffre dépassant celui de ses quatre magasins à Hong Kong. M. Woo estime qu'il n'y a pas d'écart de richesse entre les acheteurs de Hong Kong et ceux de Chine continentale. Les consommateurs chinois accordent plus d'attention aux origines alimentaires pour assurer une alimentation saine et l'entreprise vise les 5 ou 10% les plus riches de la population.

Ces dernières années, les détaillants nationaux et étrangers ont été confrontés à la concurrence et aux défis croissants imposés par les entreprises de commerce électronique chinoises en pleine expansion. A Shanghai, si les ventes au détail ont grimpé de 8,1% en 2017 (s'élevant à 11,83 milliards de yuans), les ventes effectuées par Internet y ont bondi de 21%, soit plus du double de la croissance du marché global, à 2,43 milliards de yuans l'année dernière.

M. Woo a minimisé les inquiétudes au sujet de la concurrence des plateformes de e-commerce, ajoutant que City'super offre des biens et des services qui diffèrent des produits disponibles sur le marché chinois. L'entreprise cherche néanmoins à adopter davantage de technologies numériques pour répondre aux besoins des consommateurs du continent, en raison de l'évolution de leurs habitudes de consommation.

Thématique : City'super – distribution – supermarché – Hong Kong – Shanghai

Date : le 16 juillet 2018

Source : <https://www.scmp.com/business/companies/article/2155447/hong-kong-high-end-supermarket-operator-citysuper-eyes-more>

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL

CHINE : DES IMPORTATIONS DE POUDRE DE LAIT INFANTILE EN HAUSSE DE 16,5% SUR LE PREMIER TRIMESTRE 2018

89,1% des importations proviennent de 5 pays : Pays-bas, Nouvelle-Zélande, Irlande, Allemagne et France.

Selon les derniers chiffres publiés par les statistiques chinoises, la Chine a importé 62 000 tonnes de poudres de lait infantile au premier trimestre 2018, un volume en croissance de 16,5%. Ces importations atteignent 900 millions USD, une hausse de 26% par rapport à la même période l'année dernière, pour un prix d'importation de 14,6 USD la tonne (+ 8,2%/2016).

Les importations proviennent principalement des Pays-Bas (25 000 tonnes, 40,7% de parts de marché, en hausse de près de 50% par rapport à la même période l'an dernier), de Nouvelle-Zélande (8 300 tonnes, 13,5% de parts de marché, en baisse de 22,7% par rapport à la même période l'an dernier), d'Irlande (7 200 tonnes, 11,4% de parts de marché, en hausse de 44,5% par rapport à la même période l'an dernier), de France (6 700 tonnes, 10,9% de parts de marché, en hausse par rapport à la même période l'an dernier), ces cinq pays représentant à eux seuls plus de 88% des importations totales de la Chine.

Thématique : poudre de lait infantile – importation – Chine – 1^{er} trimestre 2018 – augmentation

Date : le 4 mai 2018

Source : http://www.hesitan.com/nnyw_xjxm/2018-05-04/240162.shtml

CHINE : LA CROISSANCE DU MARCHÉ CHINOIS DES SPIRITUEUX DEVRAIT CONTINUER DANS LES CINQ PROCHAINES ANNEES

La croissance annuelle pourrait dépasser 10%.

En 2017, les distributeurs de spiritueux ont vu leurs marchés s'élargir en Chine avec une croissance qui varie entre 5% et 8%. La croissance annuelle pourrait dépasser 10% en cinq ans mais les spiritueux importés occuperont toujours la majorité des parts de marché.

Ce contexte de prospérité a permis au géant français de vin et spiritueux Pernod Ricard de voir ses ventes mensuelles augmenter de 6,3% pendant les neuf premiers mois de l'exercice 2017-2018. Le marché chinois a majoritairement

contribué à cette augmentation avec la reprise de sa croissance économique depuis 2017, en particulier au moment du Nouvel an avec une envolée des ventes de 9,3% au troisième trimestre.

Selon les statistiques douanières, la Chine a importé 6,75 milliards de RMB de spiritueux en 2017, soit 8% de plus par rapport à l'année 2016. D'un côté, la croissance du marché chinois se situe dans le contexte du redressement mondial du marché des spiritueux. Par exemple, les ventes de whisky écossais ont augmenté de 8.1% pendant l'année 2017 pour atteindre à 3,4 milliards de USD sur le marché américain et celles de cognac ont augmenté également de 13,8%. D'un autre côté, la Chine bénéficie de l'émergence de sa nouvelle génération de consommateurs, qui aiment acheter une liqueur spiritueuse à l'occasion de soirées. Pour ce pays, les spiritueux ne sont plus réservés aux occasions formelles et entrent progressivement dans le quotidien des jeunes.

Thématique : spiritueux – Pernod Ricard – cognac

Date : le 19 mai 2018

Source : <http://www.cnfood.cn/diyixianchang124399.html>

CHINE : LA CONSOMMATION ANNUELLE PAR HABITANT DE BŒUF ET DE MOUTON EST INFÉRIEURE AU NIVEAU MOYEN MONDIAL

Les importations chinoises de bœuf devraient augmenter de 76% en 10 ans.

A l'occasion de la cinquième China International Beef and Mutton Exhibition qui a eu lieu du 17 au 19 juillet à Chifeng, en Mongolie intérieure, les organisateurs ont publié le sujet choisi pour cette année, qui est le développement soutenu des industries bovines chinoises. Depuis longtemps, la Chine dépend des importations pour satisfaire son marché florissant du bœuf et selon les estimations, les importations chinoises de viande bovine devraient encore croître de 76% dans les dix prochaines années.

Durant l'année 2017, la Chine a été respectivement le premier consommateur de bœuf (7,9 millions de tonnes) et le troisième consommateur de viande ovine (4,9 millions de tonnes). Cependant, la consommation annuelle par habitant dans le pays reste inférieure au niveau moyen mondial.

Selon les statistiques douanières, les importations chinoises de bœuf ont atteint 76 000 tonnes en mars 2018, soit une augmentation de 26,7% par rapport à mars 2017. Sur la totalité du premier trimestre, la Chine a importé 212 000 tonnes de bœuf, enregistrant une croissance de 32,2% par rapport à la même période en 2017.

Thématique : bœuf – mouton – importation

Date : le 28 mai 2018

Source : <http://www.bjnews.com.cn/food/2018/05/28/488657.html>

CHINE : BAISSÉ DES DROITS DE DOUANE POUR 1 449 RÉFÉRENCES DE BIENS DE CONSOMMATION COURANTE IMPORTÉS

Les nouvelles taxations sont appliquées depuis le 1er juillet 2018.

Le 31 mai dernier, la TCSC a annoncé la baisse des droits de douane de divers biens de consommation courante à partir du 1er juillet 2018. Au total, 1449 références soit plus de 70% des biens de consommation courante sont concernés.

D'après le responsable du département des tarifs douaniers du Ministère des finances chinois, cette baisse des droits de douane concerne quatre grandes catégories de marchandises :

- a) vêtements, chaussures et chapeaux / articles de ménage / matériel culturel et sportif : 894 références concernées, pour lesquels le taux moyen de taxe passe de 15,9% à 7,1%.
- b) appareils électro-ménagers : 98 références, avec un taux moyen de taxe passant de 20,5% à 8%.
- c) denrées alimentaires et boissons non alcoolisées : 387 références concernées, avec un taux moyen de taxe passant de 15,2% à 6,9%.
- d) produits de nettoyage et d'hygiène / médicaments et produits de santé : 70 références concernées, taux moyen passant de 8,4% à 2,9%.

Lors de précédents ajustements des taxes douanières, les nouvelles taxations étaient fixées temporairement. Cette fois-ci, c'est directement les taux NPF (taux de la nation la plus favorisée) qui est abaissé.

Thématique : droits douaniers – TCSC – biens de consommation courante

Date : le 2 juin 2018

Source : http://china.cnr.cn/yaowen/20180602/t20180602_524255505.shtml

GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION

ACRONYMES

CADA	China Alcoholic Drinks Association
CEEV	Comité européen des entreprises vins
CNY	RMB, devise chinoise
CIVB	Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux
FEVS	Fédération des Exportateurs de Vins et Spiritueux de France

HKTB	Office du tourisme de Hong Kong
RMB	CNY, devise chinoise
TWD	New Taiwan dollar, devise Taiwanese
TCSC	Customs Tariff Commission of the State Council
USD	United States dollar

SOURCES D'INFORMATION

WWW.XINHUANET.COM

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

WWW.WINESINFO.COM

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

WWW.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.FARMER.COM.CN

Site internet de « Farmers' Daily », quotidien sous tutelle du Ministère de l'Agriculture, spécialisé en diffusion des nouvelles dans les secteurs de l'agriculture.

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.CHINATIMES.COM

Un des plus anciens sites internet des nouvelles de Taiwan. Les articles sélectionnés sont en provenance des principaux journaux locaux.

WWW.THEDRINKSBUSINESS.COM

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.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.CNFOOD.CN

Site internet du journal « China Food Newspaper », un des plus importants journaux spécialisés dans le secteur des produits alimentaires.

WWW.BJNEWS.COM.CN

« The Beijing News » : quotidien de Pékin créé conjointement par deux groupes majeurs de presse (« Guang Ming Daily » et « South Daily ») en novembre 2003.

HTTP://CHINA.CNR.CN

Site internet de la Radio Nationale Chinoise.

[HTTPS://FOOD.CHEMLINKED.COM](https://food.chemlinked.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.THENEWSLENS.COM](http://www.thenewslen.com)

Plateforme d'information en ligne indépendant, fondé en 2013 diffusé à Taïwan et Hong Kong, avec des informations sur des sujets globaux et tout particulièrement de la Grande Chine, concernant tous les domaines : politique, économie, technologie, société, etc.

[WWW.SAC.GOV.CN](http://www.sac.gov.cn)

Site internet de "Standardization Administration of the People's Republic of China".

[WWW.CE.CN](http://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.SCMP.COM](http://www.scmp.com)

Site Internet du journal quotidien South China Morning Post. Il s'agit d'un journal fondé en 1903 à Hong Kong et qui s'est développé en Asie et aux Etats-Unis, dont les sujets sont centrés sur la Chine.

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.