



VEILLE SANITAIRE SUR LA CHINE

SOMMAIRE

Cliquez sur le titre qui vous intéresse pour lire la brève :

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

[Publication de la première liste de poudres de lait infantiles enregistrées](#) – 89 formules en provenance de 22 laiteries ont réussi à s'enregistrer

[La « Spécification du service de livraison de repas » sera mise en application à partir du mois prochain](#) – L'objectif est de garantir la qualité du service pour le bon développement du secteur

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

[Deuxième expédition ferroviaire de vins français vers la Chine](#) – Cela permettra à la France d'avoir un accès plus rapide au marché chinois qui devrait devenir le plus grand marché du vin au monde

[Le renouvellement de la licence Red Bull montre de nouvelles failles](#) – TC Pharmaceutical Industries est en conflit avec Reignwood Group au sujet de la propriété de la marque sur le sol chinois

[JD et Walmart se partagent leurs entrepôts dans six villes chinoises](#) – Cette opération permettra à ces deux géants de la distribution d'optimiser efficacement la livraison de leurs produits aux consommateurs finaux

[Le marché de la viande bovine importée en Chine dorénavant réparti entre les Etats-Unis, le Brésil et l'Australie](#) – Les viandes en provenance des Etats-Unis pourraient impacter les activités des viandes d'origine australienne et brésilienne

[Le marché chinois du e-commerce transfrontalier dépasse 160 milliards d'euros en 2016](#) – Kaola.com, Tmall.HK, VIP.com et JD Worldwide sont les premières plateformes de e-commerce transfrontalier en Chine

[Ouverture de la plateforme e-commerce « Pékin Channel » sur l'application mobile de Tmall](#) – Pékin est la seconde ville à accueillir les bureaux du Groupe Alibaba après la ville de Hangzhou à l'Est de la Chine

[Chute du chiffre d'affaires du groupe sud-coréen Lotte en Chine](#) – Lotte Mart en Chine a annoncé un déficit net de 65 millions d'euros pour le premier semestre 2017

[Mengniu compte vendre 30 millions d'actions de Modern Dairy](#) – Mengniu en tirerait un montant de 41,4 millions de HKD en cash

[LAWSON signe un accord de coopération avec Nanjing Central Emporium Convenient Co., Ltd.](#) – Les 5 premiers magasins de LAWSON seront ouverts à Nankin fin août

[Création de la nouvelle société de McDonald's](#) – CITIC termine l'achat de McDonald's et devient l'actionnaire majoritaire de la nouvelle société

[XNG Group est renommé TIANSH Global Food Group Co., Ltd.](#) – Le groupe a introduit plusieurs marques de diverses chaînes de restaurants dont des restaurants chinois, occidentaux, salons de thé, cafés, etc.

ACTIONS DE COOPÉRATION FRANCO-CHINOISES DANS LE SECTEUR AGRICOLE ET AGROALIMENTAIRE – EVENEMENTS D'INTERET

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS**Publication de la première liste de poudres de lait infantiles enregistrées – 89 formules en provenance de 22 laiteries ont réussi à s'enregistrer**

Le 3 août, la CFDA a publié la première liste de poudres de lait infantiles enregistrées avec succès. Cela concerne 89 formules provenant de 22 entreprises. Les informations des enregistrements concernés seront publiées au fur et à mesure.

Parmi les 89 formules enregistrées, figurent les principales laiteries du marché chinois telles que Yili, Mengniu, Beingmate, Feihe, Junlebao, H&H etc. ainsi que des marques étrangères telles que Wyeth, Friesland, Abbott, MeadJohnson etc. Parmi les 22 entreprises listées, 17 entreprises sont chinoises et 5 issues d'IDE (investissements directs étrangers).

Pour mémoire, face au problème que constituait le nombre trop important et abusif de formules de poudres de lait infantiles sur le marché, la CFDA avait diffusé en 2016 la « Réglementation sur l'enregistrement des formules pour les poudres de lait infantiles ». La période de transition prendra fin le 1^{er} janvier 2018. A partir de cette date, les poudres de lait infantiles ne disposant pas de certificat d'enregistrement ne seront plus autorisées à la distribution sur le marché chinois. A moins de 5 mois avant la mise en application de cette disposition, plus de 60% des laiteries étrangères n'auraient pas encore soumis la demande.

Lors d'une conférence réunissant les importateurs de poudres de lait infantiles, organisée par la CFDA à Shanghai le 31 juillet, l'institution a indiqué qu'au 30 juillet 2017, le Centre d'Evaluation avait reçu au total 665 dossiers, dont 531 demandes locales et 134 demandes étrangères, concernant 101 entreprises dont 75 entreprises chinoises et 26 entreprises étrangères. 77 laiteries étrangères exportent vers la Chine des poudres de lait dont 67 comprenant des poudres de lait infantiles. Moins de 40% des laiteries étrangères ont donc soumis une demande d'enregistrement de formule. D'après la réglementation chinoise, les poudres de lait infantiles étrangères non enregistrées et importées avant le 1^{er} août 2018, seront autorisées à être distribuées sur le marché chinois jusqu'à leur date limite de consommation. La CFDA rappelle aux entreprises intéressées de ne pas perdre de temps dans l'enregistrement car la période de transition ne sera pas prolongée. Le Centre d'Evaluation souhaite que les entreprises soumettent leurs dossiers de demande avant fin septembre. Les certificats d'enregistrement seront délivrés aux dossiers complets ainsi qu'aux dossiers ayant fait les modifications demandées avant la fin de la période de transition.

Thématique : poudre de lait infantile - enregistrement - formule

Date : le 4 août 2017

Source : <http://www.yicai.com/news/5326029.html>

Nota de Business France : Le 8 août, la CFDA a publié la deuxième liste de poudres de lait infantiles enregistrées, concernant 3 établissements et 9 formules.

La « Spécification du service de livraison de repas » sera mise en application à partir du mois prochain – L'objectif est de garantir la qualité du service pour le bon développement du secteur

La norme collective de la « Spécification du service de livraison de repas » a été publiée le 7 août à Pékin, réglementant les différents aspects du secteur : prestataire, personnel de service, processus de service, traitement de cas particuliers, contrôle et amélioration continue de la qualité du service, etc. Cette spécification, coéditée par CCPIT Commercial Sub-Council et Baidu Waimai, sera mise en application à partir du 1^{er} septembre 2017.

En termes de demande pour les prestataires, la spécification précise que les organismes impliqués doivent être des entreprises qualifiées, disposant de bureaux fixes et d'équipe de livraison dédiées. De plus, les coffres, les véhicules et les casques utilisés doivent également répondre aux réglementations correspondantes. Au niveau des personnels de service, ceux-ci doivent être âgés au minimum de 18 ans. Leur identité doit également être vérifiée.

Depuis quelques années, le modèle "Internet + restauration" a bouleversé la vie du grand public, et a poussé le développement du service de livraison de repas. L'objectif de cette norme est de garantir la qualité du service pour le bon développement du secteur.

Thématique : livraison de repas - norme collective - qualité de service

Date : le 7 août 2017

Source : http://news.xinhuanet.com/food/2017-08/07/c_1121440139.htm

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

Deuxième expédition ferroviaire de vins français vers la Chine – *Cela permettra à la France d'avoir un accès plus rapide au marché chinois qui devrait devenir le plus grand marché du vin au monde*

Le 28 juillet dernier, la deuxième expédition ferroviaire de vins français est partie du centre de transport de Duisburg en Allemagne. Elle devrait arriver à Shanghai le 21 août. Le train parcourra plus de 11 000 kilomètres en traversant six pays d'Europe et d'Asie.

Assurée par l'entreprise JF Hillebrand, spécialisée dans le transport du vin, de la bière et de spiritueux, et par le groupe InterRail, une société de transport international spécialiste du fret ferroviaire, cette expédition permettra à la France d'avoir un accès plus rapide au marché chinois, lequel devrait devenir le plus grand marché du vin au monde.

Le premier train a quitté Duisburg le 5 mai et est arrivé à Yiwu dans la province du Zhejiang vingt-deux jours plus tard. En comparaison avec les expéditions maritimes, le transport ferroviaire compte treize jours de moins.

Thématique : expédition ferroviaire - vin français - Duisburg - JF Hillebrand - InterRail

Date : le 02 août 2017

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2017/8/1-72785.html>

Le renouvellement de la licence Red Bull montre de nouvelles failles – *TC Pharmaceutical Industries est en conflit avec Reignwood Group au sujet de la propriété de la marque sur le sol chinois*

La marque Red Bull est gérée en Chine par une joint-venture Red Bull Vitamin Drink impliquant deux entreprises thaïlandaises : TC Pharmaceutical Industries (le créateur et propriétaire de Red Bull energy drink et de sa marque déposée) et Reignwood Group (possédant une part restreinte de la compagnie). Ensemble, elles ont introduit la boisson énergisante en Chine avec pour figure de proue Chanchai Ruayrungruang, fondateur de Reignwood. En deux décennies la marque Red Bull s'est imposée comme leader sur le marché chinois des boissons énergisantes grâce à un réseau de distribution de qualité sillonnant tout le pays.

Cependant l'accord entre les deux entités n'avait été décidé que pour une durée de 20 ans, période arrivée à terme en 2016. Début juillet 2017, les deux entreprises n'ont toujours pas réussi à aboutir à un nouvel accord de partenariat. Aujourd'hui, l'actionnaire principal de Red Bull est aux prises avec ce dernier au sujet de la propriété de la marque sur le sol chinois. Cette situation est en partie due à des spéculations quant à l'implication potentielle de la filiale autrichienne de TC Pharmaceutical Industries à savoir Red Bull GmbH.

« Qu'importe le dénouement de cette histoire, cela tire une fois de plus la sonnette d'alarme sur la nécessité pour les entreprises d'élaborer leurs propres marques et d'accroître leur sensibilisation sur la marque » souligne Ning Lizhi, directeur du centre des droits sur la propriété intellectuelle et des droits du commerce et de la concurrence à Wuhan.

Les professionnels du secteur remarquent des similarités entre la situation de Red Bull Vitamin Drink et celle de Jiaduobao qui a perdu sa position sur le marché des boissons à base de plantes à cause de son incapacité à renouveler sa licence de marque déposée. Les deux entreprises, ayant "emprunté" la marque en joint-venture pour la distribution en Chine, et acquis d'excellents résultats après plusieurs années de travail, sont toutes deux entrées en crise à l'échéance de la licence. De plus, elles ont toutes deux continué via leur conditionneur à utiliser la licence de marque en contentieux. Pour le cas de Red Bull Vitamin Drink, il s'agit en l'occurrence du fournisseur ORG Packaging.

Thématique : Red Bull - Reignwood Group - TC Pharmaceutical Industries - ORG Packaging - licence - marque

Date : le 3 août 2017

Source : http://www.chinadaily.com.cn/cndy/2017-08/03/content_30338561.htm;

<http://ip.people.com.cn/n1/2017/0725/c179663-29426615.html>

JD et Walmart se partagent leurs entrepôts dans six villes chinoises – *Cette opération permettra à ces deux géants de la distribution d'optimiser efficacement la livraison de leurs produits aux consommateurs finaux*

Le 25 juillet dernier, JD et Walmart ont annoncé le partage de leurs entrepôts dans six villes chinoises : Pékin, Shanghai, Canton, Shenzhen, Chengdu et Wuhan. JD aidera Walmart à élargir son réseau de distribution dans les moyennes et petites villes. En contrepartie, les magasins de Walmart dans les grandes villes serviront d'entrepôts à JD ce qui lui

permettra de réduire drastiquement sa durée de livraison. En clair, si un magasin Walmart est plus proche du client que le grand entrepôt de JD et que les deux distributeurs ont tous deux le même produit en stock, commandé originellement sur le site de JD, ce produit sera alors expédié par le magasin Walmart afin d'optimiser la livraison.

Outre cette coopération, JD a ouvert des magasins physiques destinés à la vente de produits électroniques (ordinateur, portable, caméra etc.) dans certains magasins de Walmart. Cela a favorisé le développement des activités hors-ligne de JD et a donné aux clients de Walmart davantage choix en termes de produits électroniques.

Thématique : JD - Walmart - partage - entrepôt - livraison - réseau de distribution

Date : le 26 juillet 2017

Source : http://news.xinhuanet.com/food/2017-07/26/c_1121380861.htm

Le marché de la viande bovine importée en Chine dorénavant réparti entre les Etats-Unis, le Brésil et l'Australie
– *Les viandes en provenance des Etats-Unis pourraient impacter les activités des viandes d'origine australienne et brésilienne*

Récemment, le marché chinois de la viande bovine importée a connu de grands changements. D'une part, l'embargo vieux de 14 ans concernant la viande bovine d'origine américaine a été levé, ce qui a engendré une précipitation des entreprises américaines pour rentrer sur le marché chinois. D'autre part, 6 établissements australiens (qui représentent 50% des exportations totales de viande bovine australienne vers la Chine) ont vu leurs exportations suspendues en raison d'un problème d'emballage de leurs produits (relayé dans la Veille Sanitaire Chine N° 102). Des professionnels du secteur estiment que si le délai de suspension pour les 6 établissements australiens concernés est trop long, cela créera une opportunité pour la viande américaine, créant une situation de compétition tripartite entre les viandes bovines australiennes, brésiliennes et américaines sur le marché chinois.

D'après une enquête réalisée dans les supermarchés et sur les sites de vente en ligne à Canton, les viandes australiennes ont la plus importante part sur le marché des viandes bovines importées. Par ailleurs, le marché chinois pour la viande bovine importée a un fort potentiel au vu de la capacité de production locale insuffisante. Des statistiques ont montré qu'en 2016, l'écart entre la demande du marché et l'offre réelle en Chine a atteint 830 000 tonnes. D'après la liste des produits carnés autorisés pour l'importation diffusée par l'AQSIQ, au mois de juillet 2017, le gouvernement chinois autorise l'importation de viande bovine depuis seulement 13 pays, dont l'Australie, la Nouvelle-Zélande, le Brésil. Il est prévisible que l'entrée sur le marché chinois de la viande bovine américaine aura un impact sur les exportations de viande australiennes et brésiliennes, au premier plan desquelles la viande australienne de bovins nourris aux grains. Le coût de revient de la viande de bovins américains nourris aux grains ne représente que les 2/3 du coût de la viande australienne. La viande de bovins brésiliens nourris au fourrage ne représentera pas quant à elle une concurrence directe avec celle des Etats-Unis.

Thématique : viande bovine - levée d'embargo - suspension - Australie - Etats-Unis - Brésil

Date : le 3 août 2017

Source : http://epaper.southcn.com/nfdaily/html/2017-08/03/content_7657796.htm

Le marché chinois du e-commerce transfrontalier dépasse 160 milliards d'euros en 2016 – *Kaola.com, Tmall.HK, VIP.com et JD Worldwide sont les premières plateformes de E-commerce transfrontalier en Chine*

Le 1er août dernier, CECRC a lancé un rapport professionnel relatif au développement du e-commerce transfrontalier en Chine. Selon ce rapport, en 2016, le marché chinois du e-commerce transfrontalier représente un montant supérieur à 1 200 milliards de CNY (environ 160 milliards d'euros), soit une augmentation de 33,3% par rapport à 2015. Pour 2017, le volume de ce marché devrait s'élever à 1 854,3 milliards de CNY (environ 247 milliards d'euros). Les plateformes chinoises de e-commerce transfrontalier sont apparues en 2013 et se sont développées très vite à partir de 2015. Kaola.com, Tmall.HK, VIP.com et JD Worldwide sont les premières plateformes de e-commerce transfrontalier en Chine, suivies par Jumeiglobal.com, Xiaohongshu.com, Ymatou.com, Baobeigezi.com et Mia.com.

CECRC : China E-commerce Research Center

Thématique : e-commerce transfrontalier - Kaola.com - Tmall - VIP.com - JD Worldwide

Date : le 04 août 2017

Source : http://news.xinhuanet.com/food/2017-08/04/c_1121429745.htm

Ouverture de la plateforme e-commerce « Pékin Channel » sur l'application mobile de Tmall – Pékin est la seconde ville à accueillir les bureaux du Groupe Alibaba après la ville de Hangzhou à l'Est de la Chine

Le 6 août dernier, Tmall a annoncé l'ouverture d'une plateforme de Ecommerce dénommée « Pékin Channel (北京频道) » sur l'application mobile de Tmall. Cette plateforme, qui est la première plateforme de Tmall dédiée à une ville, propose presque toutes les catégories de produits alimentaires en livraison rapide (24h) aux consommateurs pékinois. Suite à cette ouverture, Tmall travaillera avec d'autres acteurs importants du e-commerce d'aliments frais, tels que Hema Fresh et Yiguo.com, afin de construire des réseaux logistiques, sur un rayon de 3 kilomètres, destinés à la livraison rapide. Les consommateurs qui habitent dans les zones couvertes par ces réseaux logistiques pourront recevoir leurs produits entre environ 30min et 1h après avoir effectué les commandes en ligne.

Tmall appartient au groupe Alibaba dont les locaux principaux sont localisés à Hangzhou. Un nouveau centre a ouvert à Pékin depuis 2 ans et compte aujourd'hui 12 000 employés.

Thématique : Pékin - Tmall - Alibaba - E-commerce - livraison rapide - réseau logistique

Date : le 07 août 2017

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201708/07/t20170807_24834937.shtml

Chute du chiffre d'affaires du groupe sud-coréen Lotte en Chine – Lotte Mart en Chine a annoncé un déficit net de 65 millions d'euros pour le premier semestre 2017

Suite au conflit diplomatique entre Pékin et Séoul concernant le déploiement d'un système antimissile américain « Thaad », le géant sud-coréen de la vente au détail Lotte a fermé un quart de ses boutiques en Chine en mars dernier. La situation continue de s'aggraver. Aujourd'hui, parmi les 112 magasins de Lotte Mart en Chine, seulement 12 restent encore ouverts. Leur chiffre d'affaires a chuté de 75%. Ils subissent un déficit net de 490 millions de CNY (environ 65 millions d'euros) pour le premier semestre de 2017. Parallèlement, en raison de la chute des achats réalisés par les touristes chinois dans les magasins de duty free de Lotte, le chiffre d'affaires de Lotte Duty Free a fortement baissé.

Au vu de ces pertes considérables, le groupe Lotte a décidé de supprimer des postes et de réduire la taille de ses magasins en Chine.

Thématique : Lotte - « Thaad » - déficit - Lotte Mart - Lotte Duty Free - chute - fermeture

Date : le 07 août 2017

Source : http://epaper.bjbusiness.com.cn/site1/bjsb/html/2017-08/07/content_377625.htm?div=-1

Mengniu compte vendre 30 millions d'actions de Modern Dairy – Mengniu en tirerait un montant de 41,4 millions de HKD en cash

Mengniu Dairy a annoncé, le 5 août, la signature d'un accord d'achat avec COFCO Dairy Investment, Ltd pour la vente de 30 millions d'actions de Modern Dairy, soit au total 41,4 millions HKD en cash pour un prix unitaire de 1,38 HKD par action. Pour cette transaction, Mengniu prévoit une perte de 1,7 million de CNY. L'acheteur, COFCO Dairy Investment Ltd., détient environ 31,4% des actions de Mengniu. Au 5 août 2017, COFCO Dairy Investment est détenu indirectement par COFCO Group, Danon SA et Arla Foods a.s.

En janvier 2017, Mengniu et Modern Dairy ont diffusé une annonce au sujet de l'achat par Mengniu de 16,7% des actions de Modern Dairy pour un montant total de 1,9 milliard de HKD au prix unitaire de 1,94 HKD par action. Après cette transaction, Mengniu est devenu le premier actionnaire de Modern Dairy.

Basé dans la province de l'Anhui (à l'Est de la Chine), Modern Dairy est le plus important éleveur de vaches en nombre de têtes, et le plus important producteur de lait brut en Chine. Au 31 décembre 2016, Modern Dairy disposait de 26 élevages en Chine avec 229 200 têtes.

Entre 2010 et 2015, les revenus et profit net de Modern Dairy ont connu une augmentation continue avant de baisser à partir de 2015. En 2016, le groupe a connu une perte nette de 742 millions de CNY. Le 23 juin 2017, l'entreprise a diffusé une alerte aux résultats prévoyant une perte d'au moins 500 millions de CNY.

Thématique : Mengniu - Modern Dairy - vente d'actions - COFCO Dairy Investment

Date : le 7 août 2017

Source : <http://finance.sina.com.cn/stock/hkstock/ggscyd/2017-08-07/doc-ifyiswpt5834218.shtml>

LAWSON signe un accord de coopération avec Nanjing Central Emporium Convenient Co., Ltd. – *Les 5 premiers magasins de LAWSON seront ouverts à Nankin fin août*

Nanjing Central Emporium Group Stocks Co., Ltd a annoncé le 7 août que sa filiale Nanjing Central Emporium Convenient Store (ci-dessous intitulé *Central Convenient*) vient de signer un accord de coopération avec Shanghai LAWSON pour l'ouverture des LAWSON Convenient stores à Nankin, sous forme d'une franchise exclusive.

D'après le contrat, Shanghai Lawson se charge de l'achat et de la tarification globale des marchandises dans les magasins et *Central Convenient* ne peut pas coopérer avec d'autres enseignes de *convenient store* pendant la durée de l'accord (5 ans), que ce soit sous forme de franchise ou de coopération indirecte. A la fin 2019, si l'objectif fixé sur le nombre minimum de magasins ouverts n'est pas atteint, Shanghai LAWSON aura le droit de se rapprocher d'autres partenaires à Nankin. Central Emporium a annoncé que les 5 premiers magasins LAWSON à Nankin seront ouverts le 28 août. Suivront ensuite au moins 300 magasins dans les 3 à 5 prochaines années.

D'après Monsieur ZHANG Sheng, PDG de Shanghai Lawson, en 2015, le groupe avait fixé un objectif de 1 000 nouveaux magasins ouverts dans les régions de l'Est de la Chine, en plus des 750 magasins déjà ouverts. LAWSON est entré en Chine en février 1996, en coopérant avec Shanghai LianHua Supermarket (BAILIAN GROUP). Aujourd'hui, le nombre total de magasins LAWSON en Chine a déjà dépassé 1 100. Shanghai Lawson souhaite atteindre le nombre de 10 000 *convenient stores* en Chine en 2025. Les villes ciblées comprennent les capitales des provinces côtières et du Centre de la Chine.

Thématique : LAWSON - Central Convenient - franchise - Nankin

Date : le 8 août 2017

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201708/08/t20170808_24865575.shtml

Création de la nouvelle société de McDonald's – *CITIC termine l'achat de McDonald's et devient l'actionnaire majoritaire de la nouvelle société*

McDonald's a annoncé le 8 août que son partenariat stratégique avec CITIC Limited, CITIC Capital et Carlyle Group s'est achevé avec succès le 31 juillet 2017, ayant obtenu l'autorisation des autorités chinoises. CITIC Limited et CITIC Capital détiennent désormais 52% des actions de la nouvelle société, Carlyle Group et McDonald's détiennent respectivement 28% et 20% des actions. Le contrat d'achat avait été signé le 9 janvier pour un montant total de 2 milliards USD, concernant McDonald's China Limited.

La nouvelle société McDonald's Chine est devenue ainsi la plus importante franchise de McDonald's en dehors du territoire des Etats-Unis, avec environ 2500 restaurants en Chine continentale et 240 à Hong Kong. L'entreprise prévoit d'ici à 2022 une augmentation de 2 500 à 4 500 du nombre de restaurants en Chine continentale d'ici 2022. 45% de restaurants seront situés dans les villes de 3^e ou de 4^e rang. Plus de 75% des restaurants fournissent un service de livraison de repas à domicile.

Leader mondial de la restauration rapide, McDonald's détient plus de 37 000 restaurants dans plus de 100 pays. D'après le reportage de YICAI, en 2015, la part de McDonald's sur le marché de la restauration rapide en Chine a baissé pour atteindre 23%, loin derrière les 40% de 2012. Ceci s'expliquerait par une certaine lassitude des consommateurs due à un manque de nouveauté de l'enseigne.

Thématique : McDonald's - filiale - CITIC - Carlyle - restauration rapide

Date : le 8 août 2017

Source : http://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_1755295

XNG Group est renommé TIANSH Global Food Group Co., Ltd. – *Le groupe a introduit plusieurs marques de diverses chaînes de restaurants dont des restaurants chinois, occidentaux, salons de thé, cafés, etc.*

TIANSH Global Food Group Co., Ltd a diffusé une annonce le 7 août sur le changement de nom de XNG Group (Xiao Nan Guo) par TIANSH. Les noms en anglais et en chinois de "XIAO NAN GUO" "小南国" sont respectivement remplacés par "TIANSH" et "国际天食". Le logo du groupe a également été modifié. D'après le groupe, ceci répond à un besoin de changement d'image de l'entreprise.

Ces deux dernières années, TIANSH a démarré une série d'ajustements stratégiques sur ses activités. En 2016, le groupe a fermé 12 restaurants pour limiter les pertes, concernant notamment des restaurants des enseignes "Xiao Nan

Guo 小南国” et “Nan Xiao Guan 南小馆”. Ainsi, en 2016, le groupe a réalisé un profit d'environ 34 millions de CNY contre la perte nette de 98 millions de CNY en 2015.

De plus, le groupe a réalisé plusieurs investissements en introduisant différentes marques. En plus de ses propres marques “Xiao Nan Guo 小南国”, “Hui Gong Guan 慧公馆” et “Nan Xiao Guan 南小馆”, TIANSH a introduit successivement plusieurs marques telles que ORENO, Pokka Café, Tonkichi, Wolfgang Puck, Mai Chi Ling, The BOATHOUSE, etc. Ainsi, le groupe a conquis de nouveaux segments : restaurants chinois, restaurant occidental, salons de thé, cafés, etc.

Dans son annonce, TIANSH a également mentionné les améliorations de sa chaîne d'approvisionnement visant à faire baisser le coût de revient, ainsi que la signature d'un accord de coopération stratégique fin juillet avec Nippon ACCESS, INC., le plus important opérateur japonais de logistique et de stockage.

Thématique : TIANSH - XNG Group - fermeture de restaurant - investissement

Date : le 8 août 2017

Source :

http://epaper.bjbusiness.com.cn/site1/bjsb/html/2017-08/08/content_377837.htm?div=-1

ACTIONS DE COOPÉRATION FRANCO-CHINOISES DANS LE SECTEUR AGRICOLE ET AGROALIMENTAIRE – EVENEMENTS D'INTERET

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

AQSIQ	General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of P.R.C.
CCPIT	China Council for the Promotion of International Trade
CECRC	China E-commerce Research Center
CFDA	China Food and Drug Administration
CNY	RMB, devise chinoise
COFCO	China National Cereals, Oils and Foodstuffs Corporation
HKD	Hongkong Dollar, devise hongkongaise
IDE	Investissements directs étrangers
PDG	Président Directeur Général
USD	US Dollar, devise américaine

Sources d'information:

www.yicai.com	Créé en juillet 2003, site internet de CBN (China Business Networks), presse financière et économique, appartenant à SMG, Shanghai Media Group, le deuxième plus important groupe de la presse chinoise.
http://news.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 consultation spécialisée en communication de la culture de vin.
www.chinadaily.com.cn	Site internet du journal « China Daily », créé en 1995. Le site est devenu aujourd'hui un site internet général de multimédia au niveau national, et est le plus important site en version anglaise, disposant une trentaine de sub-sites avec plus de 300 channels.
www.people.com.cn	Site internet du journal « People's Daily », un des dix journaux les plus importants du monde. Créé en 1er janvier 1997, le site dispose, en plus de la version chinoise, de 7 versions différentes en langue des minorités nationales et de 9 versions différentes en langues étrangères.

http://epaper.southcn.com	Site internet du journal « Nanfang Daily », créé en décembre 2001 et sous la gestion du Département de la Communication de la province du Guangdong, c'est le site internet officiel de Nanfang Media Group et de « Nanfang Daily ».
www.ce.cn	China economic net, officiellement lancé le 28 juillet 2003, est un site internet spécialisé sur l'économie, parrainé par le journal « Economic Daily ». « Economic Daily » : le journal a officiellement débuté sa publication en janvier 1983. Depuis, le quotidien se consacre à fournir des informations complètes sur l'économie de la Chine aux décideurs économiques, chefs d'entreprise, économistes, et autres lecteurs de professions diverses intéressés par les sujets économiques.
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.
http://finance.sina.com.cn	Rubrique financière du site www.sina.com.cn , appartenant à la société SINA Corporation (NASDAQ GS : SINA), société de communication en ligne dédiée aux Chinois et à la communauté chinoise dans le monde.
www.thepaper.cn	Il s'agit de la version électronique du journal « Oriental Morning Post », basé à Shanghai. Le site est spécialisé en reportage des événements actuels et des nouvelles politiques.

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

Rédacteurs : Yanxia Deng – Prospectrice Agrotech bureau de Shenzhen
Ying Li – Conseillère réglementaire Agrotech bureau de Pékin
Juliette Caron - Prospectrice Agrotech bureau de Pékin
Annouchka Gautier – Agrotech bureau de Shanghai
Loic Carer – Prospecteur Agrotech bureau de Shanghai
Bertrand Quevremont – Directeur Bureau Business France Canton
Céline Laurans – Chef de projet informations réglementaires Asie (hors ASEAN) – Océanie – TOM

Contact à FranceAgrimer : Véronique Looten – Chef du Pôle Animation Export – FranceAgriMer

© 2017 – Business France

© 2017 – Business France

Toute reproduction, représentation ou diffusion, 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 les articles L. 335-2 et L. 335-3 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.