

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

Avril 2019 – N° 17



SOMMAIRE

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS..... 3

- Chine : appel à commentaires au sujet de l'ajustement des allégations fonctionnelles pour les aliments santé..... 3
- Chine : appel à commentaires pour 5 types d'ingrédients dédiés aux aliments santé..... 3
- Chine : subventions accordées pour les porcs abattus en raison de la peste porcine africaine 4
- Chine : analyses sur la PPA obligatoires pour les transformateurs chinois de produits porcins 4

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

- Chine : McDonald's prévoit l'ouverture de 400 nouveaux restaurants en 2019..... 6

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

- Chine : Yili envisage d'acquérir la deuxième plus grande coopérative laitière de Nouvelle-Zélande 7
- Chine : Nestlé augmente ses investissements dans la R&D en Chine 7
- Chine : Acquisition d'un producteur de nutrition infantile à capitaux chinois - une stratégie du spécialiste australien de lait en poudre BUBS afin d'entrer sur le marché 8
- Chine : l'entreprise alimentaire Shandong Delisi Group et l'entreprise de logistique Xianlife créent Xiandeli Cold Chain Logistics 8
- Taiwan : « Chefs Club » choisit Taïwan pour ouvrir son premier restaurant en Asie 9

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL 10

- Chine : la Chine ouvre ses portes au miel argentin 10
- Chine : les premières importations du porc portugais sont arrivées à Tianjin 10
- Chine : analyse des statistiques des importations d'alcool en 2018..... 11
- Chine : les prémices de l'âge d'or de l'intelligence artificielle dans le secteur de l'élevage 11
- Hong Kong : Fortnum & Mason Hong Kong sera lancé en septembre..... 12

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

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

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

CHINE : APPEL A COMMENTAIRES AU SUJET DE L'AJUSTEMENT DES ALLEGATIONS FONCTIONNELLES POUR LES ALIMENTS SANTE

La fin de cet appel à commentaires est prévue le 28 avril 2019.

Le 28 mars, l'Administration nationale pour les régulations de marchés (SAMR) a publié sur son site internet un appel à commentaires au sujet de l'ajustement des allégations fonctionnelles pour les aliments santé (*health food*). L'objectif est de renforcer le contrôle des *health foods*, lutter contre la communication fautive et exagérée sur les fonctions des produits, et éviter la confusion avec les médicaments (prévention et traitement des maladies).

18 catégories d'allégations fonctionnelles actuellement autorisées sont ajustées (1^{ère} liste jointe à la circulaire). D'après la SAMR, une fois ces ajustements validés, les entreprises concernées pourront directement changer les emballages, étiquettes, modes d'emploi sur leurs produits. Les produits déjà en vente sur le marché seront autorisés à être commercialisés jusqu'à la fin de leurs dates limite de conservation.

Certaines catégories d'allégations fonctionnelles actuellement autorisées pourraient être supprimées (2^e liste jointe). D'autres sont en attente de commentaires au niveau de leur déclaration, fonction, méthode d'évaluation, etc. (3^e liste jointe).

La date de fin de cet appel à commentaires est le 28 avril 2019.

Thématique : *health foods* – fonction – déclaration – ajustement – commentaires

Date : le 28 mars 2019

Source : http://gkml.samr.gov.cn/nsjg/tssps/201903/t20190328_292435.html

CHINE : APPEL A COMMENTAIRES POUR 5 TYPES D'INGREDIENTS DEDIES AUX ALIMENTS SANTE

*La SAMR étant actuellement en attente de commentaires sur l'ajustement d'allégations fonctionnelles pour les *health foods*, les fonctions des 5 ingrédients mentionnés dans la présente circulaire devront être en cohérence avec les ajustements.*

Le 28 mars, la SAMR a lancé un appel à commentaires sur 5 types d'ingrédients dédiés aux aliments santé (*health foods*), comprenant : *Coenzyme Q10*, *Melatonin*, *Fish oil*, *Ganoderma lucidum spore powder*, *Spirulina*.

Les informations détaillées sur ces ingrédients (désignation, champs d'utilisation, population ciblée, population non adaptée, considération, fonction, critères techniques, etc.) sont précisées dans le document joint à la présente circulaire. Cet appel à commentaires prendra fin le 28 avril 2019.

A noter que la SAMR est actuellement en attente de commentaires sur l'ajustement des allégations fonctionnelles pour les *health foods*, les fonctions des 5 ingrédients mentionnées dans la présente circulaire devront être en cohérence avec les ajustements.

Thématique : *health foods* – ingrédient – commentaires

Date : le 28 mars 2019

Source : http://gkml.samr.gov.cn/nsjg/tssps/201904/t20190401_292491.html?tdsourcetag=s_pcqq_aiomsg

CHINE : SUBVENTIONS ACCORDEES POUR LES PORCS ABATTUS EN RAISON DE LA PESTE PORCINE AFRICAINE

Jusqu'au 20 mars 2019, 113 cas de peste africaine ont été détectés répartis dans 28 provinces chinoises.

Récemment, le ministère de l'Agriculture et des Affaires Rurales chinois (MOA) a publié sur son site internet, des réponses aux conseils des députés de l'Assemblée nationale populaire (ANP) relatifs aux travaux de la lutte contre la peste africaine.

D'après le MOA, après étude conjointe menée par le ministère des Finances (MOF) et le MOA, il a été décidé d'accorder des subventions pour les porcs abattus en raison de la peste porcine africaine (PPA). Le montant de cette subvention atteint 1200 CNY par tête. Les différentes provinces et régions peuvent, selon la situation locale, mettre en place des mesures plus concrètes en fonction de la taille, du type de porc, etc.

Fin décembre 2018, le MOA avait diffusé une notice visant à régulariser le transport des porcs et des produits porcins. Il est précisé que les porcs reproducteurs et les porcelets (≤ 30 kilos, destinés à l'engraissement) dans les zones épidémiques, sont autorisés à être transportés à l'intérieur de la province à condition d'avoir passé les analyses PPA ; ceux en dehors de zone épidémique, sont autorisés à être transportés à l'extérieur de la province à condition d'avoir passé les analyses PPA. Les exigences au niveau du transport des produits porcins ont également connu des ajustements.

Des données de la part du MOA ont montré que, jusqu'au 20 mars 2019, 113 cas de PPA, répartis dans 28 provinces chinoises ont été détectés. De plus, le 30 mars dernier, de nouveaux foyers de maladie ont été découverts dans deux élevages de la province du Hubei.

Selon le MOA, d'après les résultats d'enquête épidémique, l'une des principales sources de transmission de la PPA est liée au fait que des porcs sont nourris avec des restes de nourriture (40% de la totalité des foyers détectés).

Thématique : PPA – porcs abattus – subvention – MOA

Date : le 1^{er} avril 2019

Source : <https://www.jiemian.com/article/3003848.html>

CHINE : ANALYSES SUR LA PPA OBLIGATOIRES POUR LES TRANSFORMATEURS CHINOIS DE PRODUITS PORCINS

Les entreprises spécialisées en transformation de produits porcins ont l'obligation, à partir du 1er mai 2019, d'effectuer des analyses sur la PPA.

Le 3 avril dernier, la SAMR, le MOA et le MIIT ont conjointement publié une annonce au sujet de la mise en place des analyses sur la PPA pour la transformation des produits porcins.

A compter du 3 avril 2019, les entreprises transformatrices ainsi que les distributeurs de produits porcins ont interdiction d'acheter des produits porcins ne disposant pas de rapport d'analyse de la PPA, ou ceux sans contrôle, ou ceux n'ayant pas passé ce contrôle, afin d'assurer que les produits ne contiennent pas de virus de la PPA. Les entreprises spécialisées en transformation de produits porcins ont l'obligation, à partir du 1^{er} mai 2019, d'effectuer des analyses sur la PPA.

Lors d'achat de produits porcins, les transformateurs et les distributeurs de produits porcins doivent vérifier, pour chaque lot de produits, le certificat de quarantaine des animaux, le certificat du contrôle de la qualité des viandes, ainsi que le rapport d'analyses sur la PPA. Les produits porcins importés doivent disposer du certificat d'inspection et de quarantaine des marchandises importées. Dans le cas où les résultats d'analyses sur la PPA sont positifs, les entreprises transformatrices doivent sceller le lot de produits concerné, rapporter à l'autorité compétente du service local de la région, et envoyer les échantillons en question au laboratoire qualifié pour une double analyse. Dans le cas où les résultats sont toujours positifs, l'entreprise concernée doit effectuer des traitements sans danger pour les produits concernés sous contrôle de l'autorité compétente locale.

Thématique : PPA – analyses – transformation – distribution

Date : le 3 avril 2019

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201904/04/t20190404_31797268.shtml

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

CHINE : MCDONALD'S PREVOIT L'OUVERTURE DE 400 NOUVEAUX RESTAURANTS EN 2019

Le groupe a signé des partenariats avec les promoteurs immobiliers China Evergrande et Country Garden pour leurs nouveaux emplacements.

CITIC Limited et CITIC Capital ont pris le contrôle de McDonald's Chine et Hong Kong en 2017, devenant le principal franchiseur pour 20 ans. CITIC Limited vient de publier les résultats de 2018. McDonald's a ouvert 423 nouveaux magasins l'année dernière et prévoit 400 nouvelles ouvertures pour cette année. La société a signé des accords de coopération avec des promoteurs immobiliers China Evergrande et Country Garden pour assurer des emplacements pour ses restaurants sur les nouveaux projets immobiliers. McDonald's a également annoncé son intention d'ouvrir progressivement jusqu'à 500 magasins par an et entend élargir sa présence dans 300 petites et moyennes villes chinoises d'ici à 2022. Ces villes de troisième et quatrième rang représenteront 45% des restaurants McDonald's dans le pays en 2022. Pour ces agglomérations, McDonald a une stratégie de développement différente de celle des villes de premier et second rang. Si dans ces dernières, les ventes quotidiennes de déjeuner et petit-déjeuner y représentent une part importante de l'activité, dans les villes de troisième et quatrième rang, les ventes se concentrent sur les week-ends et les jours fériés autour des snacks à l'heure du goûter. Plusieurs facteurs poussent McDonald's à envisager ces petites et moyennes villes comme relais de croissance. Premièrement, le marché des villes de premier et deuxième rang est saturé. Deuxièmement, de plus en plus de consommateurs sont soucieux de leur santé et cherchent d'autres alternatives. Troisièmement, ses restaurants sont de plus en plus écartés des centres commerciaux destinés à la classe moyenne supérieure, de moins en moins attirée par ces chaînes de restauration rapide.

Thématique : McDonald's – CITIC – franchise – fast food – restauration rapide – restaurant – villes de 3^e et 4^e rang

Date : le 1^{er} avril 2019

Source : <https://www.jiemian.com/article/3002629.html>

STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS

CHINE : YILI ENVISAGE D'ACQUERIR LA DEUXIEME PLUS GRANDE COOPERATIVE LAITIERE DE NOUVELLE-ZELANDE

Cela permettrait au groupe de sécuriser son approvisionnement et renforcer sa position de leader sur le marché chinois.

Le 18 mars, Yili Group a annoncé que pour garantir un approvisionnement stable en lait néo-zélandais de haute qualité, il envisage d'acheter 100% des actions de *Westland Co-Operative Dairy Company Limited* (ci-après intitulée « Westland Co-Operative ») pour une somme maximum de 246 Ms NZD (147 Ms EUR).

Westland Co-Operative est la deuxième plus grande coopérative laitière de Nouvelle-Zélande et fournit environ 4% du lait de ce pays. Son activité principale est la production et la vente de divers produits laitiers tels que le lait en poudre, le beurre et les protéines en poudre.

L'acquisition de cette entreprise peut non seulement permettre à Yili d'obtenir un approvisionnement stable en lait néo-zélandais, mais aussi d'améliorer sa compétitivité, et ainsi consolider de sa position de leader dans l'industrie laitière.

En 2018, Yili Group a réalisé un chiffre d'affaires de 79,6 Mds CNY (environ 10,5 Mds EUR) en hausse de 16,9% par rapport à 2017 et enregistré un bénéfice net de 6,5 Mds CNY (environ 860 Ms EUR) en hausse de 7,5% par rapport à 2017. L'acquisition de cette coopérative néo-zélandaise devrait augmenter ses revenus et bénéfices dans les années à venir.

Thématique : Yili – acquisition – Nouvelle-Zélande – lait – coopérative

Date : le 19 mars 2019

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201903/19/t20190319_31704514.shtml

CHINE : NESTLE AUGMENTE SES INVESTISSEMENTS DANS LA R&D EN CHINE

Un marché stratégique en constante évolution où l'adaptation permanente et l'innovation sont plus que jamais indispensables.

Selon la déclaration du PDG de Nestlé Mark Schneider lors de la cérémonie d'ouverture du nouveau site de R&D à Pékin, la Chine est le marché où le secteur de l'alimentation et des boissons évolue le plus rapidement au monde et représente un gisement de croissance pour le groupe. C'est pourquoi le géant agroalimentaire a décidé de renforcer ses capacités de R&D afin de s'adapter rapidement à un environnement commercial qui évolue constamment et monte en gamme. Nestlé dispose actuellement de trois centres de R&D en Chine situés à Pékin, Shenzhen et Dongguan avec deux centres d'innovation produit en support à Xiamen et Shanghai. En 2018, Nestlé a investi 1,7 Mds de Francs

suisses (environ 1,5 Mds d'EUR) dans la R&D dans le monde. L'augmentation des investissements en Chine montre à quel point ce marché et l'innovation sur ce marché sont importants pour le groupe. Le PDG Mark Schneider souhaite que Nestlé innove de plus en plus vite et puisse lancer des nouveaux produits et améliorer les produits existants dans des délais de plus en plus brefs. Chaque année, Nestlé lance environ 1 500 nouveaux produits et améliore un tiers de ses produits existants. Dans le passé, il fallait deux à trois ans pour qu'un nouveau produit arrive sur le marché. Aujourd'hui il ne faut plus que quelques mois, voire quelques semaines.

Thématique : Nestlé – R&D – innovation – agroalimentaire – investissement

Date : le 1er avril 2019

Source : <https://www.jiemian.com/article/3002629.html>

CHINE : ACQUISITION D'UN PRODUCTEUR DE NUTRITION INFANTILE A CAPITAUX CHINOIS - UNE STRATEGIE DU SPECIALISTE AUSTRALIEN DE LAIT EN POUDRE BUBS AFIN D'ENTRER SUR LE MARCHÉ

BUBS Australia a finalisé un accord d'acquisition d'Australia Deloraine Dairy, pour avoir accès au marché chinois.

Le fabricant australien BUBS de lait infantile à base de lait de chèvre fera sous peu l'acquisition de Deloraine, un fabricant australien à capitaux chinois de nutrition infantile. Ce rachat s'inscrit dans une stratégie d'intégration verticale visant à optimiser le contrôle de la chaîne d'approvisionnement mais permet aussi d'obtenir les certifications nécessaires pour se lancer en Chine. En effet, Deloraine est l'une des 15 entreprises australiennes de poudre de lait infantiles agréées par la Chine et a obtenu la certification CNCA (*China National Certification an Accreditation Administration*). En juin dernier, BUBS avait déjà signé un accord de partenariat avec Deloraine pour pouvoir emballer ses produits dans l'usine de Deloraine et ainsi pouvoir les exporter vers la Chine avec l'autorisation des autorités sanitaires chinoises.

Selon la PDG de l'entreprise, cette acquisition va permettre de renforcer l'avantage compétitif de BUBS notamment grâce à une meilleure traçabilité des produits et l'augmentation de ses capacités de production. Armé de la certification, BUBS peut ainsi mettre à profit ses avantages pour se positionner le marché chinois du lait en poudre.

Thématique : Bubs – Deloraine – intégration verticale - lait en poudre – conserve – certification – agrément

Date : le 2 avril 2019

Source : <http://www.mofcom.gov.cn/article/i/jyjll/201904/20190402848847.shtml>

CHINE : L'ENTREPRISE ALIMENTAIRE SHANDONG DELISI GROUP ET L'ENTREPRISE DE LOGISTIQUE XIANLIFE CREENT XIANDELI COLD CHAIN LOGISTICS

La grande majorité des produits frais restent transporté à température ambiante en Chine.

Shandong Delisi Group, une entreprise alimentaire, a annoncé son partenariat avec XianLife Logistics, filiale de New Hope Group spécialisée dans la logistique de produits frais « de la fourche à la fourchette », pour la création d'une entreprise de logistique de la chaîne du froid Xiandeli Cold Chain Logistics.

Le capital social de la nouvelle société est de 2 Ms CNY (environ 260 000 EUR), détenu à 60% par Xianlife et 40% par Delisi.

Delisi y transférera son système logistique existant. Xiandeli fournira une gestion logistique professionnelle et modernisera la logistique de la chaîne du froid. Cela permettra à Delisi une meilleure traçabilité de la chaîne du froid

des aliments, une réduction des coûts de transports, une meilleure distribution et une augmentation des volumes de ventes.

Actuellement, en Chine, 80% des fruits et légumes, plus de 65% de la viande, et 60% des produits de la mer sont encore transportés à température ambiante. Plus de 50% des produits frais vendus sur les plateformes de e-commerce devraient être transportés à basse température, or ce n'est le cas que pour seulement 10% d'entre eux. L'approvisionnement alimentaire est estimé à de 3 000 Mds CNY (environ 396 Mds EUR) en 2018. Le marché de la logistique de la chaîne du froid est estimé à 500 Mds CNY (environ 66 Mds EUR) en 2020.

Thématiques : Delisi – Xiandeli – Xianlife – New Hope Group – chaîne du froid – logistique – transport – produits frais
Date : le 2 avril 2019

Source : <http://www.bbtnews.com.cn/2019/0402/293385.shtml>

TAÏWAN : « CHEFS CLUB » CHOISIT TAÏWAN POUR OUVRIR SON PREMIER RESTAURANT EN ASIE

Invitation d'Alain Ducasse en tant que Chef invité d'honneur à Taipei pour l'ouverture de Chefs Club.

Le lancement officiel du Guide Michelin Taïwan depuis 2018 fait de Taïwan une scène privilégiée pour les Chefs de renommée internationale et ce marché dynamique attire de plus en plus les enseignes de restauration étrangère.

Ciblant les consommateurs taïwanais amateurs de gastronomie, *Chefs Club*, une enseigne de restauration fondée aux Etats-Unis, a choisi Taipei pour ouvrir son premier point de vente outre-mer. Le concept de *Chefs Club* consiste à établir un lieu où viennent s'installer en alternance des Chefs de renommée internationale pour ouvrir des "Pop-up Restaurants". Ainsi, *Chefs Club* a invité Wilfrid Hocquet, chef français multi-étoilé formé par Alain Ducasse, comme premier chef invité à Taipei. Alain Ducasse a assisté également à la cérémonie d'inauguration du restaurant pour montrer son soutien à son élève. Parmi les invités à l'inauguration, figuraient également les chefs célèbres Mathias Sühling et Thomas Sühling du restaurant « Sühling », Gaggan Anan, chef du restaurant indien « Gaggan » et Matthew Kirkley, chef américain renommé.

Le fondateur de *Chefs Club*, M. Stephane de Baets, a créé ce concept en tant que plateforme d'échanges culturels et culinaires. Pourquoi Taipei ? Dans son discours d'inauguration, il affirme, « Taipei est une ville à dimension internationale, où le Guide Michelin est déjà présent, et de plus, l'île de Taiwan est riche en ingrédients de qualité. »

Thématiques : restauration – investissement étranger – Guide Michelin – Taïwan

Date : le 3 avril 2019

Source : www.mirrormedia.mg/story/20190402food002

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL

CHINE : LA CHINE OUVRE SES PORTES AU MIEL ARGENTIN

Le ministère argentin de l'Agriculture et de l'Industrie a annoncé que l'Argentine, troisième producteur mondial, a commencé à exporter son miel vers la Chine.

Suite à l'inspection d'apiculteurs argentins par les autorités chinoises, la Chine a signé mardi 19 mars un accord autorisant l'exportation du miel argentin.

L'Argentine est le troisième producteur mondial de miel et le deuxième exportateur après la Chine. La qualité de son miel est reconnue internationalement. En 2018, l'Argentine a exporté plus de 70 000 tonnes de miel vers 30 pays pour un total de 1,75 Mds d'USD. Ses plus gros clients sont les Etats-Unis (48 %), l'Allemagne (25 %) et le Japon (6 %). Le pays compte plus de 11 000 apiculteurs employant au total plus de 100 000 personnes.

La Chine est le premier producteur mondial de miel et un acteur important sur le marché international. L'approvisionnement de la Chine en miel argentin repose principalement sur la demande des 300 millions de consommateurs de la classe moyenne pour un miel importé haut de gamme. Sur ce créneau, le miel argentin a un très grand potentiel de croissance.

Thématique : miel – exportation – Argentine – haut de gamme

Date : le 21 mars 2019

Source : <http://sputniknews.cn/economics/201903211027978456/>

CHINE : LES PREMIERES IMPORTATIONS DU PORC PORTUGAIS SONT ARRIVEES A TIANJIN

Le premier lot de porcs portugais est arrivé à Tianjin et est entré avec succès sur le marché chinois.

Le 22 mars dernier, le premier lot de 24,99 tonnes de porc congelé en provenance du Portugal est arrivé au port de Tianjin. Ce sont les premiers produits porcins importés depuis la signature d'une série d'accords de coopération économique et commerciale entre les deux pays en décembre 2018. Cette nouvelle étape témoigne du développement des partenariats dans le cadre du grand projet chinois de la nouvelle route de la soie.

La douane de Tianjin a procédé sans incident à la mise en quarantaine et au contrôle de ce lot afin de garantir qu'il ne présentait aucun risque pour la sécurité alimentaire et de permettre son entrée sur le marché chinois.

La Chine est le premier consommateur et importateur de viande porcine au monde. A ce jour, 16 pays sont autorisés à exporter leurs produits porcins vers la Chine. Tianjin est le premier port d'entrée pour les produits carnés importés avec 1,3 million de tonnes entrées en 2018. L'arrivée du porc portugais apportera ainsi plus de choix aux consommateurs.

Thématique : Portugal – porc – importation – douane – Tianjin – route de la soie – accord

Date : le 25 mars 2019

Source : http://www.cqn.com.cn/pp/content/2019-03/25/content_6931968.htm

CHINE : ANALYSE DES STATISTIQUES DES IMPORTATIONS D'ALCOOL EN 2018

En 2018, les importations d'alcool ont dans l'ensemble continué à augmenter avec néanmoins une légère baisse des importations de vin.

En 2018, le marché de l'alcool est resté très prometteur avec une croissance à deux chiffres des importations de spiritueux et de bières. On observe cependant une légère baisse des importations de vins et une forte baisse des importations de huangjiu.

Bien que l'on ait constaté en 2018 une légère baisse du volume des importations de vin pour la première fois depuis 2014, on a noté une légère augmentation de la valeur à 2,86 Mds USD (bouteille et vrac). Le vin reste toujours l'alcool le plus importé avec 49,5% en valeur. Les trois premiers pays importateurs sont la France (en baisse de 21% en volume par rapport à 2017), l'Australie (en hausse de 12% en volume) et le Chili (stable).

Les spiritueux sont la deuxième catégorie d'alcool la plus importée avec une croissance très forte de 13% en volume et 24% en valeur. La France se place premier importateur de spiritueux avec le Cognac suivi du Royaume-Uni avec le whisky.

Les importations de bières se sont élevées à 822 M de litres en volume et 906 M USD en valeur, soit respectivement une augmentation de 15% et 21%. L'Allemagne reste le premier importateur en volume mais a été dépassée par le Mexique en valeur. La bière mexicaine a connu une croissance remarquable de plus de 100% tant en volume qu'en valeur. Se place troisième la Corée du Sud, avec également une croissance fulgurante.

Thématique : alcool – vin – spiritueux – bière – 2018

Date : le 27 février 2019

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2019/2/12-80549.html>

CHINE : LES PREMICES DE L'AGE D'OR DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE DANS LE SECTEUR DE L'ELEVAGE

L'association chinoise de l'élevage crée une branche « Elevage intelligent ».

Le 2 avril dernier, l'association chinoise de l'élevage a annoncé la création de la branche « élevage intelligent ». Elle aura pour but d'informer, d'accompagner la transition de l'élevage traditionnel vers un « élevage intelligent », et de promouvoir son développement. La Chine franchit ainsi une nouvelle étape dans le développement de l'intelligence artificielle dans l'élevage et crée ainsi un écosystème digital. La branche a comme priorités l'innovation collaborative, l'intégration de l'intelligence artificielle et l'efficacité écologique. Elle souhaite mettre progressivement en place un système normatif relativement complet autour de l'« élevage intelligent » entraînant une coordination entre l'information, l'intelligence artificielle et la modernisation du secteur.

Selon l'association, l'information, l'automatisation et l'intelligence artificielle sont importantes pour le développement industriel de l'élevage. L'intelligence artificielle a d'ailleurs été récemment appliquée à l'élevage des cochons. L'intelligence artificielle réduit considérablement les coûts de main-d'œuvre et de transaction, que ce soit pour la production, la distribution ou la logistique. Elle permet également un meilleur contrôle de la qualité et une meilleure traçabilité des produits tout au long de la chaîne d'approvisionnement. C'est donc une garantie d'une meilleure sécurité alimentaire. L'« élevage intelligent » grâce à l'aide des nouvelles technologies, du Big data à la Blockchain, va donc permettre un contrôle plus strict de la production et optimiser l'élevage dans son ensemble. Cela aura des effets bénéfiques non seulement pour les éleveurs mais aussi pour les consommateurs, qu'ils soient urbains ou ruraux.

Thématique : IA – intelligence artificielle – élevage – digital – association – modernisation

Date : le 3 avril 2019

Source : http://www.farmer.com.cn/xwpd/jjsn/201904/t20190402_1439220.htm

HONG KONG : FORTNUM & MASON HONG KONG SERA LANCE EN SEPTEMBRE

Le magasin d'alimentation britannique haut de gamme Fortnum & Mason ouvrira son premier magasin international indépendant à Hong Kong en septembre.

Sous l'impulsion d'une forte demande internationale, le premier magasin Fortnum & Mason Hong Kong ouvrira ainsi qu'un restaurant dans le complexe K11 Musea situé à Victoria Dockside, à l'intention des résidents de Hong Kong et des visiteurs chinois du continent.

Le détaillant exploite des concessions en Corée du Sud avec Shinsegae, Mitsukoshi au Japon et Lane Crawford à Hong Kong.

L'espace Fortnum & Mason de Hong Kong, d'une superficie de 650m², proposera les produits les plus populaires de Fortnum, notamment du thé, des biscuits et du vin, ainsi que des cadeaux tels que du champagne et des ustensiles pour le thé. Un espace restaurant offrira une vue sur le port de Victoria.

La cuisine britannique est populaire à Hong Kong, à une époque une colonie britannique. Marks & Spencer possède une chaîne de magasins d'alimentation sur le territoire, opérée par le groupe Al-Futtaim, et les produits de marque propre des géants des supermarchés Tesco et Morrisons sont facilement disponibles dans les magasins de vente au détail et en ligne.

Thématique : alimentation – magasins – grande distribution

Date : le 4 avril 2019

Source : <https://insideretail.hk/2019/04/04/fortnum-mason-hong-kong-to-launch-in-september/>

GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION

ACRONYMES

ANP	Assemblée Nationale Populaire
CNCA	China National Certification an Accreditation Administration
CNY	RMB, devise chinoise
EUR	Euros
MIIT	Ministère de l'Industrie et de la Technologie informatique
MOA	Ministère de l'Agriculture et des Affaires Rurales

MOF	Ministère des Finances chinois
NZD	New-Zealand Dollar, devise de la Nouvelle Zélande
PDG	Président Directeur Général
PPA	Peste porcine africaine
R&D	Recherche et développement
SAMR	Administration nationale pour les régulations de marchés
USD	US Dollar, devise américaine

SOURCES D'INFORMATION

[HTTP://GKML.SAMR.GOV.CN/NSJG/TSSP/S/201903/T20190328_292435.HTML](http://gkml.samr.gov.cn/NSJG/TSSP/S/201903/T20190328_292435.HTML)

Site internet de l'Administration nationale pour les régulations de marchés

[WWW.JIEMIAN.COM](http://www.jiemian.com)

Site internet lancé par "Shanghai United Media Group" avec 11 collaborateurs dans les secteurs d'internet, de la finance, de la communication etc., spécialisé en fourniture d'informations pour la classe moyenne chinoise.

[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.MOFCOM.GOV.CN](http://www.mofcom.gov.cn)

Site internet du ministère du Commerce chinois

[WWW.BBTNEWS.COM.CN](http://www.bbtnews.com.cn)

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

[WWW.MIRRORMEDIA.MG](http://www.mirrormedia.mg)

Fondée en 2016 par le premier chef éditorial de NextMag, Mirror Media Co., Ltd. est une revue hebdomadaire en ligne et sur papier, avec une moyenne de 2,3 millions de vues par jour, et environ 8000 abonnés pour la revue papier.

[HTTP://SPUTNIKNEWS.CN](http://sputniknews.cn)

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

[WWW.CQN.COM.CN](http://www.cqn.com.cn)

Site internet sous tutelle de la SAMR (Administration nationale pour les régulations de marchés), spécialisé en diffusion des politiques, lois et réglementations publiées par les autorités compétentes chinoises, des informations en temps réel et des points de vue sur la qualité des produits sur le marché international et national.

WWW.WINEINFO.COM

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

WWW.FARMER.COM.CN

Site internet de « Farmers' Daily », quotidien sous tutelle du ministère de l'Agriculture et des Affaires Rurales, spécialisé en diffusion des nouvelles dans le secteur de l'agriculture.

WWW.INSIDERETAIL.HK

InsideRetail.hk est la principale autorité de Hong Kong sur les tendances du secteur de la vente au détail. Le site publie des informations et des analyses sur le commerce de détail à Hong Kong et ailleurs. Le site est rattaché à Inside Retail.com.au, une source de confiance des nouvelles du secteur de la vente au détail depuis plus de 35 ans.

VEILLE MÉDIATIQUE AGROALIMENTAIRE SUR LA CHINE, HONG KONG ET TAIWAN

Pour toute question ou suggestion relative à cette veille, nous vous remercions d'adresser un courriel à : pekin@businessfrance.fr

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

REDACTEURS

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

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

Toute reproduction, représentation, intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, sur quelque support que ce soit, papier ou électronique, effectuée sans l'autorisation écrite expresse de Business France, est interdite et constitue un délit de contrefaçon sanctionné par l'article L.335-2 du code de la propriété intellectuelle.

Clause de non-responsabilité / Business France ne peut en aucun cas être tenu pour responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication dans un but autre que celui qui est le sien, à savoir informer et non délivrer des conseils personnalisés. Les coordonnées (nom des organismes, adresses, téléphones, télécopies et adresses électroniques) indiquées ainsi que les informations et données contenues dans ce document ont été vérifiées avec le plus grand soin. Toutefois, Business France ne saurait en aucun cas être tenu pour responsable d'éventuels changements.