

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

Avril 2019 – N° 18



SOMMAIRE

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS..... 3

Chine : appel à commentaires pour le projet de la « Méthode de gestion pour le contrôle de l'industrie du sel alimentaire » 3

ACTIONS DE COOPÉRATION DES CONCURRENTS DE LA FRANCE DANS LE SECTEUR AGRICOLE ET AGROALIMENTAIRE ... 4

Chine : Cargill investit 26 millions d'euros dans la construction d'une usine de production d'aliments pour animaux à Yichun..... 4

Chine : Veronafiere et Shenzhen Taoshow Culture & Media lancent le salon international des vins & spiritueux « Wine to Asia » 4

Chine : Rusagro investit dans la mise en place d'un élevage porcin et d'une usine de transformation d'alimentation animale à Qingdao..... 5

STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS..... 6

Chine : Anchor introduit son produit à base de lait frais en utilisant les ressources laitières chinoises..... 6

Chine : Amazon se retirera partiellement du plus grand marché mondial des achats en ligne..... 6

Chine : projet d'achat de tonneaux par le groupe Changyu en 2019 7

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL 8

Hong Kong : Espagne, Bordeaux, Tasmanie : de jeunes propriétaires de vignobles chinois apportent leur vision globale et leur sens des affaires 8

Chine : les activités e-commerce de Nestlé en Chine ont enregistré des croissances importantes en 2018..... 9

Chine : augmentation des importations de viande porcine depuis l'Allemagne..... 9

Taiwan : Carrefour reprend la gestion des hypermarchés et supermarchés du groupe Taisugar 10

Chine : les envois de viandes bovine et ovine provenant d'Australie continuent de croître fortement depuis le début de l'année 2019..... 10

Chine : coopération entre CP Group et Alibaba..... 11

Chine : perspective de l'agriculture chinoise sur les 10 prochaines années..... 11

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

Acronymes..... 13

Sources d'information..... 13

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

CHINE : APPEL A COMMENTAIRES POUR LE PROJET DE LA « METHODE DE GESTION POUR LE CONTROLE DE L'INDUSTRIE DU SEL ALIMENTAIRE »

L'objectif est de mettre en œuvre une politique de réforme sur le système de l'industrie de sel alimentaire et la « Loi sur la sécurité sanitaire » chinoise.

Le 15 avril 2019, l'Administration nationale pour les régulations de marchés (SAMR) a publié sur son site internet un appel à commentaires sur la version provisoire de la « Méthode de gestion pour le contrôle de l'industrie du sel alimentaire ». Cet appel prendra fin le 14 mai 2019.

En décembre 2017, le Conseil des affaires d'Etat chinois avait diffusé l'amendement de la « mesure sur la vente exclusive du sel alimentaire », immédiatement entré en vigueur. La mesure précisait les responsabilités des services nationaux et régionaux concernés et a mis en évidence la sécurité sanitaire et l'approvisionnement du sel alimentaire. La « Méthode de gestion pour le contrôle de l'industrie du sel alimentaire » a été élaborée dans le but de mettre en œuvre la politique de réforme du système de l'industrie du sel et la « Loi sur la sécurité sanitaire », et de remplir les responsabilités pour le contrôle de la filière de sel. Cette méthode de gestion est composée de 6 chapitres et 53 articles. Le chapitre I clarifie l'objectif et la base juridique, le champ d'application, les principes de travail, la répartition des responsabilités ainsi que les obligations des entreprises et de l'industrie.

Le chapitre II précise l'obligation du permis de production, les interdictions, les additifs alimentaires et les fortifiants nutritionnels, le système de gestion, le système de la qualité, la formation pour les personnels, l'auto-contrôle d'entreprise, l'étiquetage, le système de traçabilité et la gestion de crise.

Le chapitre III indique les exigences relatives à la distribution de sel, comprenant : le permis de distribution, les interdictions, les personnels, le système de gestion, les canaux d'approvisionnement, le contrôle lors l'achat, les notes sur la distribution, l'auto-contrôle et le stockage, le système de traçabilité, la gestion sur la vente en ligne, etc.

Le chapitre IV est dédié à la gestion et le contrôle, comprenant : le contrôle des risques, les prélèvements et analyses sur les échantillons, la gestion pour les différents niveaux de risque, le contrôle des différents services compétents, le rappel des produits, la note de crédibilité, les responsabilités en cas de problème, la plainte et enfin la publication d'information et soumission des cas.

Le chapitre V mentionne les mesures de punition en cas d'activités violant la loi ou la réglementation.

Le chapitre VI enfin, précise les explications sur la terminologie, sur le droit d'explication et sur la date d'application.

Thématique : sel alimentaire – réforme – gestion – SAMR

Date : le 15 avril 2019

Source : http://www.samr.gov.cn/hd/zjdc/201904/t20190415_292835.html

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

CHINE : CARGILL INVESTIT 26 MILLIONS D'EUROS DANS LA CONSTRUCTION D'UNE USINE DE PRODUCTION D'ALIMENTS POUR ANIMAUX A YICHUN

Le volume annuel de production devrait atteindre 180 000 tonnes une fois l'usine livrée en décembre 2020.

D'après les informations publiées dans la presse chinoise le 8 avril dernier, la société américaine Cargill, fournisseur mondial de services et de produits agroalimentaires, industriels et financiers, a lancé un projet de construction d'une usine de production d'aliments pour animaux dans la ville chinoise d'Yichun, représentant un investissement de plus de 200 M CNY (environ 26 M EUR). Cette usine aura une superficie d'environ 48 000 mètres carrés et un volume de production de 180 000 tonnes par an. La construction a débuté le 29 mars dernier et sa livraison est prévue en décembre 2020. Une fois livrée, cette usine deviendra l'usine flagship de production d'aliments pour animaux de Cargill en Chine.

Le groupe Cargill est entré sur le marché chinois dans les années 1970 et dispose actuellement d'usines de production et de transformation dans une vingtaine de villes chinoises.

Thématique : Cargill – construction – usine – alimentation animale – Yichun

Date : le 8 avril 2019

Source : <http://www.grainnews.com.cn/content.aspx?id=6&type=15&articleGuid=2775ec3d-f4ea-4c31-8f90-b61a1825003c>

CHINE : VERONAFIERE ET SHENZHEN TAOSHOW CULTURE & MEDIA LANCENT LE SALON INTERNATIONAL DES VINS & SPIRITUEUX « WINE TO ASIA »

La première édition devrait avoir lieu en juin 2020 à Shenzhen.

Le 10 avril dernier, l'organisateur du salon Vinitaly Veronafiere et la filiale du groupe chinois Pacco Communication Shenzhen Taoshow Culture & Media ont annoncé le lancement du salon international des vins & spiritueux « Wine in Asia ». La première édition de ce salon annuel devrait avoir lieu en juin 2020 à Shenzhen. Zone économique spéciale, Shenzhen est située dans la nouvelle entité géographique au sud de la Chine dénommée la « Greater Bay Area » et est actuellement la troisième ville de Chine par son PIB.

D'après Veronafiere, la demande en vins importés en Extrême-Orient (dont la Chine) a enregistré une croissance de 227% sur les dix dernières années. Aujourd'hui, la demande en vins importés de cette région représente 6,4 % Mds EUR en valeur, juste derrière celle de l'Amérique du Nord s'élevant à 6,9 Mds EUR.

Thématique : Veronafiere/Vinitaly – vins & spiritueux – salon – Shenzhen – Extrême-Orient

Date : le 11 avril 2019

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2019/4/1-80759.html>

CHINE : RUSAGRO INVESTIT DANS LA MISE EN PLACE D'UN ELEVAGE PORCIN ET D'UNE USINE DE TRANSFORMATION D'ALIMENTATION ANIMALE A QINGDAO

L'investissement total représente un montant de 5 milliards USD.

Le 12 mars dernier, la municipalité de Qingdao a signé un accord de coopération stratégique avec le groupe Rusagro, dans le cadre d'un projet d'investissement en trois phases de 5 milliards USD pour la construction d'un élevage porcin et d'une usine de transformation d'alimentation animale. Avant la signature de cet accord, le Bureau de l'agriculture et des affaires rurales, le Bureau de la zone franche de Qingdao, ainsi que la municipalité de Pingdu ont mené plusieurs tours de négociations avec le groupe Rusagro.

L'investissement de la première phase, représentant un montant total de 2 milliards USD, consiste en la mise en place d'un élevage porcin standardisé avec un système de contrôle intelligent (d'une capacité de production annuelle de 3 millions têtes), d'une usine dédiée à la transformation de l'alimentation animale (d'une capacité de production annuelle de 1 million de tonnes) et d'une usine d'abattage de porcs (d'une capacité de 650 têtes abattues par heure).

En tant qu'important producteur agricole privé en Russie, les activités de Rusagro couvrent plusieurs aspects : l'huile, l'élevage, le sucre et l'agriculture. Ce groupe possède la seconde plus grande part du marché russe pour les viandes et est le premier producteur de produits céréaliers et oléagineux dans le pays.

Thématique : Rusagro – investissement – élevage – porcs – Qingdao

Date : le 17 avril 2019

Source : <http://www.feedtrade.com.cn/livestock/pigs/2019-04-17/2256586.html>

STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS

CHINE : ANCHOR INTRODUIT SON PRODUIT A BASE DE LAIT FRAIS EN UTILISANT LES RESSOURCES LAITIÈRES CHINOISES

Le géant laitier néo-zélandais Fonterra a présenté pour la première fois son lait frais qui sera commercialisé sur le marché chinois sous sa célèbre marque Anchor.

Le lait frais d'Anchor sera dans un premier temps distribué dans les supermarchés haut de gamme tels que City Super et Jiuguang à Shanghai ainsi que dans les chaînes de grande distribution de la Chine de l'Est. Fonterra entend également lancer le lait Anchor sur les plateformes de vente en ligne comme Tmall ou Missfresh.

Le géant laitier néo-zélandais dispose actuellement en Chine de 3 centres laitiers et 7 fermes d'élevage regroupant 60 milles vaches laitières au total. Le lait frais Anchor proviendra de l'élevage du Hebei et sera destiné aux consommateurs de la classe moyenne et supérieure, en particulier les femmes « col blanc » de 25 ans à 35 ans.

La forte demande du lait frais à Shanghai est la raison pour laquelle Fonterra y lance son produit en priorité. Selon les chiffres donnés par Kantar, entreprise de conseil, le taux de pénétration du lait pasteurisé à Shanghai en mai 2018 était à 72% et sa part sur le marché des produits laitiers s'élevait à 19%, alors que les chiffres nationaux étaient respectivement de 31% et 19%.

La directrice générale du marché chinois du groupe Fonterra, Ge Lidan a annoncé que deux nouveaux produits verront le jour successivement au troisième semestre de l'année 2019 et au premier semestre de l'année 2020.

Thématiques : Fronterra – Anchor – lait frais pasteurisé – marché chinois

Date : le 16 avril 2019

Source : <https://www.jiemian.com/article/3043973.html>

CHINE : AMAZON SE RETIRERA PARTIELLEMENT DU PLUS GRAND MARCHÉ MONDIAL DES ACHATS EN LIGNE

Amazon a annoncé son retrait du marché chinois prévu le 18 juin 2019 pour se concentrer uniquement sur la vente de biens expédiés en Chine depuis des pays tiers.

Ce retrait signifie que les clients d'Amazon en Chine ne pourront plus acheter de produits auprès de distributeurs chinois qui garderont cependant la possibilité de vendre leurs produits vers l'étranger via Amazon.cn. Le géant de la distribution

en ligne conservera ses autres activités en Chine telles que les services d'infonuagique et continuera également de vendre ses lecteurs électroniques Kindle et son contenu dans le pays.

« Au cours des dernières années, nous avons développé notre activité de vente au détail en ligne en Chine afin de mettre davantage l'accent sur les ventes transfrontalières. En retour, nous avons été très bien accueillis par les clients chinois. » a déclaré Amazon.

Le géant de la distribution en ligne a fait son entrée sur le marché chinois en 2004 par l'acquisition de Joyo, un acteur du marché de vente en ligne national, mais rapidement, Amazon a été confronté à une concurrence locale féroce. Selon les dernières recherches d'eMarketer, la part du marché d'Amazon parmi toutes les plateformes de vente en ligne en Chine est à 0,7%. Le marché chinois est dominé par Alibaba, qui opère plus de la moitié des transactions et par son concurrent local JD.com.

« Il y a trop de concurrence sur le marché intérieur et Amazon n'a pas la notoriété de Tmall ou JD.com » a reconnu Ben Cavender, analyste au China Market Research Group, « cela laisse Amazon dans une position de faiblesse puisque le groupe doit investir lourdement en communication pour acquérir de nouveaux clients tout en concurrençant de manière agressive en matières du prix avec plusieurs acteurs puissants. »

Thématique : Amazon China – retrait du marché chinois – plateformes de vente en ligne

Date : le 19 avril 2019

Source : http://www.sohu.com/a/308956445_162522

CHINE : PROJET D'ACHAT DE TONNEAUX PAR LE GROUPE CHANGYU EN 2019

En 2019, Changyu compte investir 34,63 millions de CNY pour acheter 2440 tonneaux de grandes et petites tailles.

Des projets d'investissement pour l'année 2019 du groupe Changyu ont été acceptés lors de la dernière réunion du Conseil d'administration du groupe. L'un d'entre eux consiste en l'achat de tonneaux en chêne. En 2019, Changyu compte investir 34,63 millions CNY pour acheter 2440 tonneaux de grandes et petites tailles ayant une capacité de 5000 L, 350 L et 255 L.

Les tonneaux de 5000 L sont probablement destinés à la fermentation tandis que ceux de 350 L pourraient être utilisés pour le stockage de brandy. Enfin, les plus petits formats de 225 L pourraient être destinés au vieillissement du vin.

Thématique : tonneaux – projet d'achat – 2019 – Changyu

Date : le 22 avril 2019

Source : <http://www.chinanews.com/wine/2019/04-22/8815869.shtml>

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL

HONG KONG : ESPAGNE, BORDEAUX, TASMANIE : DE JEUNES PROPRIÉTAIRES DE VIGNOBLES CHINOIS APPORTENT LEUR VISION GLOBALE ET LEUR SENS DES AFFAIRES

Les jeunes propriétaires de vignobles chinois n'ont pas seulement injecté du capital, ils ont aussi insufflé une nouvelle façon de penser dans leurs activités.

Howard Chang Kwok, jeune Hongkongais, évolue dans le monde du vin bordelais depuis 2012 après avoir reçu, à l'âge de 25 ans, un Château à Bordeaux, cadeau de son père milliardaire. Le vignoble de quatre hectares - comprenant le Château de La Patache et Enclos Tourmaline, dans l'appellation bordelaise Pomerol - produit chaque année 15 000 bouteilles de vins à base de merlot. Sa famille possède sept vignobles, dont le Château Tour Saint Christophe et le Château Bellefont-Belcier à Bordeaux ; son père a acheté son premier Château, Haut-Brisson à Saint-Emilion, en 1997. Ces vignobles, qui comptent plus de 30 employés, produisent environ 300 000 bouteilles par an, vendus dans le monde entier. M. Kwok indique que la stratégie d'entreprise de sa famille consiste à acheter des vignobles représentant un potentiel de développement important.

L'acquisition de vignobles occidentaux par les chinois a suscité des craintes quant à la croissance des investissements et de l'influence des chinois. L'année dernière, le président français Emmanuel Macron a déclaré qu'il s'efforcera d'empêcher les investisseurs étrangers d'acheter des fermes françaises après qu'il est apparu qu'un fond chinois avait acheté près de 3 000 hectares de champs de blé dans le centre du pays.

Lang Sailing, 28 ans, diplômé d'Oxford dont la famille est copropriétaire de Dominio de Cair, à Ribera del Duero en Espagne, avec la famille Luis Cañas depuis 2013, affirme que l'investissement croissant des Chinois dans les vignobles occidentaux ne devrait pas soulever de questions politiques ou nationalistes. « De nouveaux capitaux entreront toujours sur le marché lorsque les acteurs existants auront des besoins financiers. La Chine a connu une croissance rapide et le besoin des consommateurs chinois en vins de bonne qualité croît avec au même titre que notre économie. Les acquisitions dans les meilleures régions viticoles du monde s'inscrivent naturellement dans cette évolution. »

Isabella Ko Tsz-ching, 28 ans, fondatrice d'une société de négoce de vin en Asie, affirme que les jeunes viticulteurs chinois ont une vision internationale qui peut enrichir l'industrie mondiale du vin.

Thématique : vin – domaine viticole – investissement

Date : 9 avril 2019

Source :

<https://www.scmp.com/lifestyle/food-drink/article/3005505/how-young-chinese-winery-owners-bring-more-finance-table>

CHINE : LES ACTIVITES E-COMMERCE DE NESTLE EN CHINE ONT ENREGISTRE DES CROISSANCES IMPORTANTES EN 2018

Une grande partie de ses nouveaux produits sont entrés sur le marché chinois par le e-commerce transfrontalier.

D'après le rapport financier de Nestlé, le chiffre d'affaires mondial du groupe a atteint 91,4 milliards de CHF en 2018, soit une croissance de 2,1% par rapport à 2017. La zone grande Chine a enregistré un chiffre d'affaires de 7 Mds CHF (environ 6,1 Mds EUR), soit une croissance de 6,4% par rapport à 2017. Ses activités e-commerce, dont le e-commerce transfrontalier, ont fortement contribué à cette croissance. Beaucoup de ses produits tels que les poudres de lait infantile NAN A2, BEBA, GERBER, sont entrés sur le marché chinois par le e-commerce transfrontalier. Cela a permis de faire entrer des poudres de lait infantile directement sur le marché chinois en contournant la réglementation chinoise sur l'enregistrement des formules de poudres de lait infantile. Les Millenials (génération née après les années 90), de plus en plus soucieux de leur bien-être et de leur santé, préfèrent acheter des produits importés de qualité et sont les principaux acheteurs de produits infantiles Nestlé commercialisés via le e-commerce transfrontalier.

En 2018, les ventes via le e-commerce transfrontalier en Chine ont dépassé 9 100 Mds CNY (environ 1 207 Mds EUR). Ce chiffre devrait continuer à augmenter pour atteindre 10 800 Mds CNY (environ 1433 Mds EUR) sur l'année 2019.

Thématique : croissance - e-commerce transfrontalier – Nestlé – poudres de lait infantiles – millenials

Date : le 12 avril 2019

Source : https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_3287840

CHINE : AUGMENTATION DES IMPORTATIONS DE VIANDE PORCINE DEPUIS L'ALLEMAGNE

Récemment, la croissance du besoin du marché chinois pour la viande porcine a entraîné l'augmentation de tarif de viande porcine sur le marché allemand.

D'après Spiegel Online, sous l'impact de la peste porcine africaine (PPA), les capacités de production de porc en Chine ont baissé, profitant à l'exportation de viande porcine allemande. Depuis plusieurs années, la quantité d'abattage de porcs et la consommation de viande porcine en Allemagne ont baissé de façon significative. Récemment, la croissance du besoin du marché chinois pour la viande porcine a poussé l'augmentation du prix de la viande porcine sur le marché allemand.

Selon M. Matthias Quaing, expert de l'ISN (Interprofession porcine allemande), depuis trois semaines, le besoin chinois pour la viande porcine européenne a fortement augmenté, ce qui a gonflé le prix du porc en Allemagne de 20 EUR par tête. Cela est dû à la guerre commerciale sino-américaine ainsi qu'à la PPA en Chine. Par ailleurs, en raison de difficultés de financement, et du fait qu'ils ne disposent pas de l'autorisation pour exporter en Chine, plusieurs producteurs allemands de viande porcine ont des difficultés pour exporter.

Des cas de PPA ont été décelés dans des pays voisins de l'Allemagne tels que la République Tchèque, la Pologne et la Belgique. A ce stade, aucun cas n'a été identifié en Allemagne. En dehors de l'Union Européenne, la Chine est le plus important pays destinataire de viande porcine allemande, représentant une valeur annuelle d'environ 500 millions EUR.

Thématique : augmentation – importation – viande porcine – Allemagne

Date : le 15 avril 2019

Source : <http://www.mofcom.gov.cn/article/i/yjil/m/201904/20190402852500.shtml>

TAIÛWAN : CARREFOUR REPREND LA GESTION DES HYPERMARCHES ET SUPERMARCHES DU GROUPE TAISUGAR

Fondé en 1946, Taisugar fait partie des leaders taiwanais dans le paysage de l'industrie agricole (sucre de canne, matières grasses, élevage porcin, etc.) et décide de joindre ses forces à Carrefour pour améliorer ses ventes.

Carrefour Taïwan, leader de la grande distribution qui déploie de manière active ses réseaux de distribution, a annoncé la signature d'un accord avec Taiwan Sugar Corporation (TSC), une entreprise d'État spécialisée dans la production et la vente de sucre de canne qui a progressivement diversifié ses activités dans l'industrie agricole, industrielle, biologique et commerciale, offrant une large gamme de produits innovants sous sa propre marque "Taiwan Sugar".

En 2001, Taiwan Sugar Corporation (TSC) a ouvert son premier hypermarché à Kaohsiung, puis quatre autres hypermarchés et trois magasins de supermarchés dans le sud de Taïwan. Cependant, les ventes dans les hypermarchés de TSC se sont beaucoup affaiblies ces dernières années en raison de la concurrence féroce du marché de la distribution. Ainsi, TSC a enregistré une perte de plus de 300 millions TWD en 2018, incitant la société à embrasser un contrat de partenariat avec Carrefour pour la gestion de ses points de vente ainsi que la commercialisation des produits dans les points de ventes Carrefour. D'après la revue Apple Daily, Carrefour se porterait garant d'un revenu annuel de 400 millions TWD (soit 12,92 millions USD) pour la vente des produits de Taiwan Sugar.

Via ce partenariat, Carrefour introduirait les produits de la marque "Taiwan Sugar" dans les points de vente de Carrefour et sur sa plate-forme de e-commerce. Avec la reprise des points de vente de Taisugar, le réseau de vente au détail de Carrefour s'étendra à 69 hypermarchés et 66 supermarchés. Selon le président de Taiwan Sugar, Kuan Tao-i, cette coopération permettrait non seulement d'augmenter les chiffres de ventes des produits de TSC mais également d'améliorer le développement économique local dans le sud à Taïwan avec la création de nouveaux postes.

Pour le moment, ni les termes financiers ni le calendrier de la reconversion des magasins Taisugar à l'enseigne Carrefour n'ont été précisés, car TSC se concentre actuellement sur la question des employés, des contrats de fournisseurs. Les nouveaux magasins sous la marque Carrefour ouvriront probablement vers la fin de l'année.

Taiwan Sugar Corporation (TSC) a déclaré qu'alors même que les supermarchés de Taiwan Sugar vont bientôt disparaître du paysage taiwanais, le maintien de ses employés et de fournisseurs de qualité dans les magasins Carrefour constituait une priorité absolue.

Thématique : grande distribution – Taisugar – Carrefour – Taïwan

Date : le 15 avril 2019

Source :

http://www.taipeitimes.com/News/biz/archives/2019/04/15/2003713404?fbclid=IwAR0bz1Vx9Us6AOebwPLrSYON-UsEZWBWP_AjgeS4uYIYuwyC9UkGe1Wypk8

CHINE : LES ENVOIS DE VIANDES BOVINE ET OVINE PROVENANT D'AUSTRALIE CONTINUENT DE CROITRE FORTEMENT DEPUIS LE DEBUT DE L'ANNEE 2019

L'envolée des exportations australiennes de bœuf et de mouton vers la Chine s'explique par la forte demande émanant de la classe aisée du pays.

Cette augmentation est le résultat de la demande croissante de viande de qualité provenant d'Australie. Au cours des trois premiers mois de 2019, les exportations totales de bœuf d'Australie vers la Chine ont augmenté de 67% par rapport à l'année précédente, contre 11% en moyenne sur les autres marchés à l'export. L'Australie a augmenté respectivement de plus de 83% et de 11% ses exportations d'ovins vers la Chine contre 19% et 12% pour l'ensemble des marchés d'exportation.

Le marché estime que l'épidémie récente et la propagation rapide de la peste porcine africaine (PPA) en Chine ont entraîné une augmentation de la demande de bœuf et de mouton australiens sur le marché chinois. Toutefois, la

demande du marché chinois avait maintenu une tendance à la hausse constante avant le déclenchement de la PPA, indiquant que la classe aisée chinoise consomme de plus en plus de viande de qualité importée.

L'Australie n'est pas la seule option sur le marché chinois de la viande importée. En effet, les demandes de la classe aisée ont également stimulé les importations de bœuf d'Amérique du sud et de Nouvelle Zélande. De janvier à février de cette année, les exportations néo-zélandaises de mouton vers la Chine ont augmenté de 17% par rapport à l'année précédente et elles représentent actuellement 53% des importations chinoises totales de mouton.

La vente de viande de bœuf américain vers la Chine a encore progressé de 16% au premier semestre et cette tendance à la hausse continuera à être soutenue à mesure que le marché entrera dans la saison estivale.

Thématiques : bœuf – agneaux – exportation australienne – augmentation – Chine

Date : le 16 avril 2019

Source : <http://www.acbnews.com.au/industrynews/20190416-33169.html>

CHINE : COOPERATION ENTRE CP GROUP ET ALIBABA

En 2018, la vente d'aliments pour animaux de CP Group sur "Rural Taobao" a connu une augmentation de 179% par rapport à l'année précédente.

Parmi les 10 géants agro-alimentaires mondiaux, CP Group est le premier à collaborer avec Alibaba. En 2016, CP Group a signé un partenariat avec Alibaba et sa filiale ANT Financial pour une coopération complète sur différents secteurs : produits alimentaires, vente en ligne, service financier, service agricole, service logistique, vente en détail, réduction de la pauvreté, etc. Depuis sa collaboration avec Alibaba, la vente des aliments pour animaux du groupe CP via "Rural Taobao" a connu une croissance de 179% en 2018.

Le marché chinois pour les produits agricoles importés augmente rapidement. En 2018, l'importation chinoise de produits agricoles s'élevait à 137,1 milliards de USD en valeur, soit une augmentation de 8,9% par rapport à l'année précédente. Dans le passé, la voie principale d'accès au marché chinois pour les géants agricoles mondiaux se faisait souvent par la création d'une usine de production ou une filiale en Chine. Actuellement, les entreprises étrangères peuvent accéder rapidement au marché chinois via le commerce en ligne.

Afin de résoudre le problème de préservation des produits agricoles, Alibaba a créé la filiale "Win Chain", pouvant fournir les services complets intégrant l'achat central, la transformation, le stockage et la livraison, le financement pour la chaîne de l'approvisionnement et le marketing.

Les géants agricoles chinois ont également collaboré avec Alibaba. Sinochem, fournisseur chinois de semences, d'engrais chimiques et de cultures agricoles le plus important, a créé avec l'aide technique de "Alibaba Cloud" la plateforme « 1chemic.com ». A l'heure actuelle, Sinochem est en discussion avec Alibaba pour développer, en utilisant différentes technologies telles que la *big data*, le *Cloud computing* ainsi que l'*Internet of things* (IoT).

Thématique : CP Group – Alibaba – collaboration – vente en ligne – produits agricoles – solution

Date : le 19 avril 2019

Source : http://www.xinhuanet.com/tech/2019-04/19/c_1124389271.htm

CHINE : PERSPECTIVE DE L'AGRICULTURE CHINOISE SUR LES 10 PROCHAINES ANNEES

Il est estimé que pour les années 2019 et 2020, les importations chinoises de viande porcine pourraient respectivement s'élever à 1,7 million et à 2 millions de tonnes.

En août 2018, le premier foyer de peste porcine africaine (PPA) a été identifié en Chine. L'épidémie a un important impact sur la filière et sur le marché chinois. D'après le « Rapport de la perspective pour l'agriculture chinoise (2019-2028) » récemment publié, dans les dix prochaines années, l'approvisionnement de la viande porcine en Chine tend à être serré et l'importation restera à un niveau élevé.

D'après les données du Bureau des statistiques chinois, en 2018, le nombre de cochons abattus en Chine s'élevait à 694 millions de têtes, soit une baisse de 1,2% par rapport à 2017. La production de viande porcine chinoise était de 54,04 millions de tonnes en 2018, représentant une baisse de 0,9% en comparaison avec l'année précédente.

Les analyses du rapport montrent que, depuis mars 2019, le prix de la viande porcine sur le marché chinois a commencé à s'accroître et il est prévu qu'au mois de mai, le cours du porc pourrait connaître une augmentation rapide. Le rapport estime également que l'offre de viande porcine durant le deuxième semestre de 2019 sera serrée par rapport à la demande, dû à la pénurie de truies, décimées par la PPA.

En 2018, la Chine a importé 1,19 million de tonnes de viande porcine. Il est estimé que pour les années 2019 et 2020, les importations pourraient respectivement s'élever à 1,7 million et à 2 millions de tonnes. En 2020, dans le cas où l'approvisionnement chinois est toujours en baisse, l'importation de viande porcine pourrait continuer d'augmenter. A long terme, si le contrôle de l'épidémie sera efficace pour permettre à la production chinoise de retrouver ses capacités d'avant la propagation de la peste porcine africaine, l'importation de viande porcine pourrait baisser progressivement.

Thématique : perspective – agriculture chinoise – approvisionnement – viande porcine – pénurie

Date : le 21 avril 2019

Source :

<http://news.cctv.com/2019/04/21/ARTIWIB6v0y0H0ZMLMhHQxFK190421.shtml?spm=C94212.PxBacxQyDqwK.S95581.78>

GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION

ACRONYMES

CHF	Swiss Franc, devise de la Suisse
CNY	RMB, devise chinoise
EUR	Euros
PIB	Produit intérieur brut
PPA	Peste porcine africaine

SAMR	Administration nationale pour les régulations de marchés
TSC	Taiwan Sugar Corporation
TWD	Taiwan New Dollar, devise taiwanaise
USD	US Dollar, devise américaine

SOURCES D'INFORMATION

WWW.SAMR.GOV.CN

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

WWW.GRAINNEWS.COM.CN

Site internet du journal « Grain News », créé en avril 1985, seul journal de niveau national dans le secteur céréalier et oléagineux.

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.FEEDTRADE.COM.CN

Site internet sous tutelle du ministère de l'Agriculture et des affaires rurales chinois, spécialisé en fourniture des nouvelles dans la filière de l'alimentation animale.

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.SOHU.COM

Créé par Dr. Charles Zhang, un des pionniers de l'internet en Chine, Sohu.com Inc. (NASDAQ: SOHU) intègre différents services: média internet, moteur de recherche, et jeux en ligne. Le groupe dispose de deux entreprises cotées à NASDAQ : SOHU et CYOU.

WWW.CHINANEWS.COM

"China News Service" (CNS), Agence de presse nationale chinoise généraliste, spécialisée au service des résidents chinois de Hong-Kong, Macao et de l'étranger.

WWW.SCMP.COM

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

WWW.THEPAPER.CN

Il s'agit de la version électronique du journal « Oriental Morning Post » basé à Shanghai. Le site est spécialisé en reportages sur des événements d'actualité et nouvelles politiques.

WWW.MOFCOM.GOV.CN

Site internet du ministère du Commerce chinois

WWW.TAIPEITIMES.COM

Fondée en 1999, Taipei Times est le seul journal quotidien de langue anglaise imprimé à Taiwan, créé par le groupe Liberty Times, un des plus grands médias généralistes taiwanais diffusé sur papier et en ligne, et couvrant des sujets d'actualités politiques, socio-économiques, de sport et de loisirs.

WWW.ACBNEWS.COM.AU

Portail financier et économique en chinois en Australie, ACB News est dédié à l'actualité économique et financière à destination d'un lectorat sinophone.

WWW.XINHUANET.COM

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

HTTP://NEWS.CCTV.COM

Site internet de CCTV, China Central Television

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
Dorinne TU – Chargée de développement Agrotech bureau de Taiwan
Anne GUINAUDEAU – Conseiller export bureau de Taiwan
David ROLLAND – Chef de pôle Agrotech Chine
Céline LAURANS – Chef de projet informations réglementaires Asie (hors ASEAN) – Océanie – TOM

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

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

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