

VEILLE MÉDIATIQUE AGROALIMENTAIRE SUR LA CHINE, HONG-KONG ET TAÏWAN

Janvier 2020 – N° 34



SOMMAIRE

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS..... 3

- Taiwan : Nouvelles règlementations sur les critères d'hygiène et l'étiquetage des ovoproduits liquides..... 3
- Chine : la NHC publie un appel à commentaire sur plusieurs normes nationales 4

ACTIONS DE COOPÉRATION DES CONCURRENTS DE LA FRANCE DANS LE SECTEUR AGRICOLE ET AGROALIMENTAIRE ... 5

- Chine : projet stratégique de Walmart : ouverture de 500 nouveaux magasins « Communauté », entrepôts cloud, centres commerciaux et Sam's Club en Chine d'ici 5 à 7 ans 5

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

- Chine : la filiale française du Groupe Sanyuan, St Hubert, lance cinq nouvelles références de produits à base de yaourt végétal sur le marché chinois 6
- Chine : la société hongkongaise Best Mart 360o a ouvert une filiale en propriété exclusive à Shenzhen..... 6
- Hongkong : Vinexpo Hong Kong est maintenu en mai 2020..... 7
- Chine : un des plus grandes chaînes de supermarché australienne Coles s'est enregistré sur le marché chinois et opte pour une stratégie de développement via le e-commerce 8

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL 9

- Chine : la vitesse des acquisitions du Groupe New Hope ne diminuera pas dans le futur 9
- Chine : construction d'une usine de torréfaction en joint-venture par Luckin Coffee et Louis Dreyfus Company 9
- Chine : Treasury Wine Estates mettra fin au contrat d'exclusivité des marques de Mouton Cadet 10
- Chine : Vinexpo fusionne avec Comexposium, la troisième plus grande société de salon d'exposition au monde 10
- Chine : le concours International Wine Challenge Chine et JD.com signent officiellement un accord de coopération stratégique 11

GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION... 12

- Acronymes 12
- Sources d'information..... 12

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

TAIÏWAN : NOUVELLES REGLEMENTATIONS SUR LES CRITERES D'HYGIENE ET L'ETIQUETAGE DES OVOPRODUITS LIQUIDES

La TFDA a publié de nouvelles normes sur les ovoproduits pour contrôler la conformité sanitaire d'œufs utilisés pour la fabrication d'ovoproduits liquides, ainsi que leur conformité en matière d'étiquetage.

En 2019, la *Taiwan Food and Drug Administration* (TFDA) a publié deux textes réglementaires : « **Hygiene Standard for Liquid Eggs** » et « **Regulations Governing the Labeling of Liquid Egg Products** », afin de mettre en place des règles de conformité sanitaire pour les ovoproduits liquides. Ainsi, à partir du 1^{er} janvier 2020, seuls les œufs entiers dont les membranes sont complètes et en bon état peuvent être transformés en ovoproduits liquides.

À la suite du scandale sanitaire révélant le fait que certains fournisseurs locaux aient vendu des ovoproduits liquides fabriqués à base d'œufs périmés ou d'œufs avec des coquilles cassées auprès de boulangeries-pâtisseries et de restaurants ces deux dernières années, les autorités sanitaires taiwanaises ont renforcé les mesures de contrôle et mis en application ces nouvelles réglementations concernant les œufs destinés à la fabrication d'ovoproduits liquides. Selon la TFDA, seuls deux types d'œufs pourront être utilisés dans la fabrication des ovoproduits liquides : les œufs entiers non endommagés et les œufs dont la coquille est fissurée mais sans rupture de membrane. Quant aux œufs fêlés et dont la membrane est abîmée, ceux-ci ne devraient pas être utilisés comme matières premières. L'accent mis sur la membrane est dû au fait qu'elle est la principale barrière contre les virus et les bactéries.

Étant donné que les ovoproduits liquides sont largement utilisés par l'industrie agroalimentaire et la restauration, le gouvernement a également établi des spécifications sanitaires pour les « ovoproduits liquides pasteurisés » et les « ovoproduits liquides non-pasteurisés ». Selon le texte législatif, pour fabriquer des produits alimentaires contenant des œufs crus tels que le tiramisu ou la mayonnaise, les opérateurs doivent sélectionner des ovoproduits pasteurisés qui ne contiennent aucune trace de bactérie salmonelle. Les ovoproduits non-pasteurisés peuvent être sélectionnés comme ingrédient pour fabriquer des gâteaux et autres produits nécessitant une cuisson à haute température. En parallèle, la TFDA a souligné que les opérateurs commercialisant des œufs liquides crus doivent respecter la limite du nombre de germes des ovoproduits et indiquer sur l'emballage et l'étiquetage la mention suivante : « Ce produit ne peut être utilisé que dans des produits qui ont été suffisamment chauffés ou qui ont subi un processus de pasteurisation » ou un message équivalent.

Les réglementations sont entrées en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2020. Les contrevenants seront passibles d'amendes importantes allant de 30 000 jusqu'à 3 M TWD, soit environ de 888 à 88 800 EUR.

Thématique : ovoproduits- réglementation d'hygiène – étiquetage – Taiwan

Date : le 26 décembre 2019

Source : <https://udn.com/news/story/7266/4249896>

<https://www.fda.gov.tw/TC/newsContent.aspx?cid=3&id=25720>

CHINE : LA NHC PUBLIE UN APPEL A COMMENTAIRE SUR PLUSIEURS NORMES NATIONALES

Les commentaires sont attendus d'ici au 28 février 2020.

Le 31 décembre dernier, la *National Health Commission* (NHC), ministère de la Santé chinois, a publié sur son site internet un appel à commentaire sur plusieurs normes nationales de sécurité sanitaire. Parmi lesquelles :

- *Maximum levels of contaminants in food* ;
- *Maximum level of mycotoxins* ;
- *Pathogen Limits for the prepackaged foods* ;
- *General Rules for the Labeling of Prepackaged foods*.

La date butoir pour cet appel à commentaire est fixée au 28 février 2020.

Thématique : NHC – appel à commentaire – norme nationale – sécurité sanitaire

Date : le 31 décembre 2020

Source : <http://www.nhc.gov.cn/wjw/yjzj/201912/41aa6721971c4bfe89e9bc9802b40c82.shtml>

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

CHINE : PROJET STRATEGIQUE DE WALMART : OUVERTURE DE 500 NOUVEAUX MAGASINS « COMMUNAUTE », ENTREPOTS CLOUD, CENTRES COMMERCIAUX ET SAM'S CLUB EN CHINE D'ICI 5 A 7 ANS

La connexion numérique devrait être établie entre Walmart et 80% de ses clients.

D'après les informations publiées par la presse chinoise, Walmart prévoit d'ouvrir 500 nouveaux magasins en Chine au cours des 5 à 7 prochaines années. D'après le rapport financier du groupe, au troisième trimestre 2019 les ventes totales des activités du groupe en Chine ont augmenté de 6,3%. Il s'agit de la meilleure performance des ventes de Walmart Chine depuis plus de cinq ans. Aujourd'hui Walmart est devenu l'un des plus grands acteurs de vente au détail hors ligne et en ligne en Chine, et accélère toujours son développement numérique. D'ici 2023, le groupe devrait pouvoir se connecter numériquement avec 80% de ses clients en Chine.

Pour information, en 2019 le centre logistique des aliments frais de Walmart est entré en service dans la ville de Dongguan. Avec un investissement de plus de 700 M CNY (environ 91 M EUR), l'établissement de ce centre logistique était le plus gros investissement du groupe depuis son entrée sur le marché chinois il y a 23 ans.

Thématique : Walmart – ouverture – magasin – Sam's Club – connexion numérique – centre logistique

Date : le 9 janvier 2020

Source : <https://www.yicai.com/news/100462425.html>

STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS

CHINE : LA FILIALE FRANÇAISE DU GROUPE SANYUAN, ST HUBERT, LANCE CINQ NOUVELLES RÉFÉRENCES DE PRODUITS À BASE DE YAOURT VÉGÉTAL SUR LE MARCHÉ CHINOIS

Ces produits sont destinés aux jeunes consommateurs dans les villes de premier rang.

Depuis son acquisition par le groupe Fosun, St Hubert se lance sur le marché chinois avec 5 nouvelles références de produits à base de yaourt végétal. Ces nouveaux produits seront vendus via la boutique en ligne de St Hubert sur la plateforme de JD.com et les supermarchés de Shanghai, Pékin et d'autres villes.

Le lancement de ces 5 nouvelles références est le fruit de deux ans de travail de l'équipe R&D de St Hubert en Chine. Le prix de ces produits varie entre 12 et 15 CNY. Ils sont destinés aux jeunes consommateurs dans les villes de premier rang. Aujourd'hui, la filiale chinoise de St Hubert, basée à Shanghai depuis 2019, reste principalement sous la tutelle du siège en France, tandis que Fosun et Sanyuan s'occupent principalement de la distribution sur le marché chinois de la marque française.

Thématique : Sanyuan – St Hubert - nouvelle référence – yaourt végétal

Date : le 11 novembre 2019

Source : <http://vr.sina.com.cn/news/hz/2019-11-11/doc-iicezzrr8646180.shtml>

CHINE : LA SOCIÉTÉ HONGKONGAISE BEST MART 360° A OUVERT UNE FILIALE EN PROPRIÉTÉ EXCLUSIVE À SHENZHEN

Son premier magasin en Chine continentale devrait être inauguré au cours de cette année.

Best Mart 360° (en chinois 优品 360 中国) est le deuxième acteur de la vente au détail à Hong Kong. Le 27 décembre dernier, l'entreprise a annoncé l'ouverture de sa filiale dans la ville chinoise de Shenzhen. Au vu de la difficulté d'accès au marché de la vente au détail à Hong Kong, cette opération est faite dans le but de trouver de nouvelles opportunités en dehors du marché hongkongais. Cette année, le premier magasin de Best Mart 360° en Chine continentale devrait être ouvert. En décembre dernier, la société avait déjà inauguré son premier magasin à Macao et prévoit d'y ouvrir 15 à 20 magasins dans les années à venir.

Fondée en 2013, Best Mart 360° dispose de 98 magasins destinés à la vente au détail de snacks importés. Ses magasins proposent un total d'environ 2837 SKU dont principalement des snacks en provenance de Hong Kong, du Japon et des États-Unis.

Pour information, selon les données du cabinet d'études AskCI.com, le volume du marché chinois des snacks a augmenté de 320 Mds CNY (environ 42 Mds EUR) à 452 Mds CNY (environ 58 Mds EUR) entre 2011 et 2016. En 2020, ce chiffre devrait pouvoir atteindre 620 Mds CNY (environ 81 Mds EUR). Parallèlement, les études de iResearch montrent que, pour 57,5% des consommateurs chinois, la valeur des produits alimentaires importés compte pour plus de 10% de leur consommation totale des produits alimentaires.

Thématique : Best Mart 360° - vente en détail - ouverture – snacks importés – Hong Kong

Date : le 30 décembre 2019

Source : <https://www.jiemian.com/article/3825700.html>

HONGKONG : VINEXPO HONG KONG EST MAINTENU EN MAI 2020

Le nouveau PDG Rodolphe Lameyse annonce le maintien du salon à Hong Kong cette année, et relève le défi de la refonte de la marque Vinexpo.

Vinexpo est une marque renommée dans le monde des salons professionnels du vin, mais qui fait face à une concurrence renforcée. Hormis ses concurrents, c'est son événement phare à Bordeaux qui ternit la réputation de Vinexpo. Liée à une ville qui n'est plus un centre majeur du négoce de vins, Vinexpo s'est fait critiquer par les exposants et les visiteurs pour sa biennale au Parc des Congrès et Expositions de Bordeaux, et pour ne pas avoir répondu aux appels des professionnels du secteur qui réclamaient du changement. En interview, le nouveau PDG M. Rodolphe Lameyse, assure que Vinexpo Bordeaux n'est pas mort.

La Chambre de Commerce de Bordeaux est l'actionnaire principal de Vinexpo, c'est pourquoi la ville de Bordeaux garde son importance dans la programmation annuelle des salons de la marque, qui organise également des expositions à Shanghai, Hong Kong, New York, et pour la première fois en février 2020, à Paris.

La nature de Vinexpo Bordeaux en 2021 sera cependant sensiblement modifiée, annonce le PDG : il ne s'agira plus d'un salon professionnel, mais d'un événement à la croisée des chemins entre une Exposition Universelle et une « Fashion Week du vin », avec un nombre très limité d'exposants (entre 100 et 200).

La concurrence internationale est rude, en particulier celle de ProWein/ProWine qui organise également deux salons en Asie, à Hong Kong et Shanghai. Pour M. Lameyse, Vinexpo est une marque premium, à la fois différente et complémentaire de son concurrent. Vinexpo est également une entreprise qui soutient ses partenaires dans les moments difficiles : à Hong Kong, après l'épidémie de grippe aviaire en 1997, au Japon après le tsunami et la catastrophe nucléaire de Fukushima en 2011, à Sonoma après les incendies dévastateurs de 2017. Il est annoncé que Vinexpo Hong Kong aura bien lieu en mai 2020, malgré la situation sociale toujours troublée dans la ville.

Pour l'évènement de Paris, Vinexpo a choisi de s'associer à Comexposium, qui compte dans son portefeuille Wine Paris. Ainsi, Comexposium prend en charge deux halls d'exposition avec des exposants français, et Vinexpo un troisième hall avec des exposants internationaux. Une autre alliance similaire a été mise en place avec Diversified Communications pour Vinexpo New York. La marque est ouverte à d'autres propositions d'alliance dans le futur mais ne souhaite pas augmenter significativement le nombre de ses salons.

Thématique : Vinexpo – Hong Kong – Bordeaux – vins

Date : le 3 janvier 2020

Source : <https://www.thedrinksbusiness.com/2020/01/vinexpo-ceo-if-we-dont-do-anything-then-in-five-years-time-we-are-dead/>

CHINE : UN DES PLUS GRANDES CHAINES DE SUPERMARCHÉ AUSTRALIENNE COLES S'EST ENREGISTRÉ SUR LE MARCHÉ CHINOIS ET OPTÉ POUR UNE STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT VIA LE E-COMMERCE

Ce choix s'explique par les avantages économiques qu'offre le commerce en ligne en Chine

Alors que la demande chinoise de viande, de vin et de lait en poudre australiens continue de croître, une des plus grandes chaînes de supermarché australienne, Coles, entend se développer sur le marché chinois.

La marque chinoise de cette chaîne australienne, dénommée « Ke Ao Shi », a déjà été enregistrée auprès des autorités chinoises. Cependant, l'enseigne australienne ne compte pas ouvrir un magasin physique directement en Chine, mais vendra du bœuf congelé par les canaux en ligne et hors ligne via les plateformes d'e-commerce, les grossistes et les chaînes de supermarchés locales.

Au cours des 5 prochaines années, Coles fournira ainsi du bœuf australien de haute qualité aux consommateurs chinois. De plus, si cette stratégie se concrétise, Coles envisagera également d'ajouter d'autres catégories de produits, comme le lait en poudre et les produits à la base d'avoines.

Avec l'essor des entreprises de vente au détail locales et l'impact du développement des achats en ligne, de nombreux supermarchés étrangers se sont physiquement retirés du marché chinois. Entre 2014 et 2019, les activités de Tesco en Chine ont été acquises par le groupe China Resources, le géant de la vente au détail thaïlandais Suntech a fermé son dernier magasin en Chine, l'enseigne anglaise Martha Department Store a cessé ses activités sur le marché chinois et Lotte Mart a annoncé que 93 de ses magasins ont été vendus aux groupes Liqun et Wumart. Carrefour et Metro ont également été acquis par Suning et Wumart.

Dans ce contexte, certaines entreprises de vente au détail étrangères choisissent toujours de pénétrer le marché chinois, comme Costco et ALDI. Walmart a également annoncé son projet d'ouvrir 500 nouveaux magasins et entrepôts cloud en Chine au cours des 5 à 7 prochaines années.

Coles estime qu'il y existe une importante demande émanant de la classe moyenne en Chine, ce qui représente une grande opportunité de développement.

Thématique : supermarché – bœuf australien – Coles – vente au détail

Date : le 9 janvier 2020

Source : <http://m.bbtnews.com.cn/content/aa/c6/174561.html>

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL

CHINE : LA VITESSE DES ACQUISITIONS DU GROUPE NEW HOPE NE DIMINUERA PAS DANS LE FUTUR

Le groupe estime que le lait produit dans ses propres élevages représentera environ 40 à 50% en 2020 de la production totale du groupe.

New Hope Dairy est une division du Groupe New Hope spécialisée dans le secteur des produits laitiers et compte actuellement 37 filiales, 14 usines de transformation laitière, 11 élevages de bovins et 3 autres en cours de construction. New Hope Dairy s'est essentiellement développé via des fusions et acquisitions avec un premier cycle de rachats de sociétés de 2001 à 2003, et un deuxième cycle de rachat de 4 sociétés, acquises de 2015 à 2016. Poussé par la forte demande nationale pour du lait cru, New Hope Dairy a, en juillet de 2019, racheté 595 millions d'actions de la société Modern Dairy pour la somme de 709 M CNY. Ce dernier est le plus grand éleveur de bovins laitiers et producteur de lait en Chine. New Hope Dairy continuera son développement par le biais de fusions et d'acquisitions au cours des trois à cinq prochaines années. L'entreprise estime que le lait produit dans ses propres élevages représentera environ 40 à 50% de la production totale du groupe en 2020.

Thématique : New Hope – produits laitiers – acquisition – gamme UHT

Date : le 31 décembre 2019

Source : <https://www.jiemian.com/article/3828767.html>

CHINE : CONSTRUCTION D'UNE USINE DE TORREFACTION EN JOINT-VENTURE PAR LUCKIN COFFEE ET LOUIS DREYFUS COMPANY

Le volume de production annuel devrait atteindre 30 000 tonnes.

Le 6 janvier dernier, le géant chinois du secteur du café Luckin Coffee et le groupe multinational Louis Dreyfus ont annoncé la construction d'une usine de torréfaction en joint-venture dans la ville chinoise de Xiamen. Avec une surface de 35 000m², cette usine sera équipée d'un système avancé de production afin de pouvoir proposer aux consommateurs chinois du café de qualité à un bon rapport qualité/prix. En 2021 cette usine devrait être mise en service et pourrait produire 30 000 tonnes de grains de café torréfiés par an.

Thématique : café – torréfaction – joint-venture – Luckin Coffee – Louis Dreyfus

Date : le 9 janvier 2020

Source : http://www.ce.cn/cyssc/sp/info/202001/09/t20200109_34077516.shtml

CHINE : TREASURY WINE ESTATES METTRA FIN AU CONTRAT D'EXCLUSIVITE DES MARQUES DE MOUTON CADET

Les marques françaises de Mouton Cadet développeront elles-mêmes leur stratégie en Chine

Les entreprises Treasury Wine Estates et Baron Philippe de Rothschild ont mis fin à leur coopération. À partir du 9 avril 2020, Treasury Wine Estates mettra fin à son contrat d'exclusivité de distribution et de promotion de la marque Mouton Cadet appartenant au groupe Baron Philippe de Rothschild en Chine.

Depuis la coopération entre les deux parties, Treasury Wine Estates a utilisé son solide réseau de distribution pour promouvoir les marques Mouton Cadet et Escudo Rojo auprès des importateurs, qu'ils soient présents sur le secteur de la vente au détail, du commerce en ligne, de la restauration ou encore du tourisme.

La France reste un pays viticole stratégique pour Treasury Wine Estates. Plus tôt en 2019, l'entreprise a annoncé l'acquisition de domaines viticoles à Bordeaux. Parmi les actifs achetés, on retrouve des installations et domaines viticoles de haute qualité. Cette initiative permet à Treasury Wine Estates de se fournir en raisin de qualité provenant de l'une des principales régions viticoles de France.

Thématiques : Treasury Wine Estates, Baron Philippe de Rothschild, Mouton Cadet, Bordeaux

Date : le 9 janvier 2020

Source : <http://finance.sina.com.cn/wm/2020-01-09/doc-iihnzhha1403692.shtml>

CHINE : VINEXPO FUSIONNE AVEC COMEXPOSIUM, LA TROISIEME PLUS GRANDE SOCIETE DE SALON D'EXPOSITION AU MONDE

Les deux parties prévoient de créer une nouvelle entité, détenant chacune 50%.

Le 8 janvier, la société française de salon d'exposition de vin Vinexpo a annoncé sa fusion avec Comexposium. Lors d'une conférence de presse tenue à Paris, les deux parties ont annoncé la création d'une nouvelle entité, dont les propriétaires détiendront chacun 50% des parts.

La société fusionnée poursuivra toutes les expositions de Vinexpo et les expositions de vin de Comexposium.

Vinexpo propose aujourd'hui des salons à Bordeaux, Paris, Hong Kong, Shanghai, New York et offre également la possibilité d'inviter des acheteurs à visiter les différentes appellations.

La société Comexposium organise les le salon professionnel Wine Paris, la conférence professionnelle World Wine Meetings qui rassemble acheteurs et vendeurs de vins, ainsi que le salon World Bulk Wine Exhibition (Amsterdam et Asie), spécialisé dans le vin en vrac.

La nouvelle société devrait devenir l'un des plus grandes sociétés d'exposition professionnelle de vins au monde en regroupant 5 900 exposants et 78 000 participants de 140 pays.

Thématiques : Vinexpo, Comexposium, Wine Paris, World Wine Meetings, World Bulk Wine Exhibition

Date : le 9 janvier 2020

Sources : <http://www.winesinfo.com/html/2020/1/2-81839.html>

CHINE : LE CONCOURS INTERNATIONAL WINE CHALLENGE CHINE ET JD.COM SIGNENT OFFICIELLEMENT UN ACCORD DE COOPERATION STRATEGIQUE

Les vins médaillés du concours IWC Chine ont la possibilité d'être commercialisés directement sur le marché chinois via la plateforme de commerce en ligne JD.com

Le 14 janvier, IWC Chine a officiellement signé un accord avec la plateforme de commerce en ligne JD.com. Ce partenariat permettra à IWC Chine de fournir les vins médaillés du célèbre concours, directement sur le canal de vente en ligne.

Selon l'accord entre les deux parties, tous les vins médaillés de l'IWC China 2020, y compris les Grands prix, médaillés d'or, médaillés d'argent, médaillés de bronze et les prix de recommandation, ont la possibilité d'être commercialisés directement sur le marché chinois via JD.com.

Les fournisseurs de vins médaillés d'IWC Chine pourront ouvrir des boutiques en ligne sur la plateforme JD.com et entrer en contact avec les importateurs de vin sur le marché chinois. Pour les producteurs ou négociants de vin médaillés ayant déjà des importateurs en Chine, JD.com négociera avec ces derniers pour s'accorder sur les plans de promotion.

Actuellement, JD.com compte plus de 330 millions d'utilisateurs actifs et a conclu une coopération avec des marques de vins internationales et chinoises renommées, notamment Penfolds d'Australie, Concha y Toro du Chili, Domaines Barons De Rothschild de France et Robert Mondavi Winery des États-Unis.

Grâce à ses services logistiques efficaces, JD.com fournit des services à domicile pour le marché chinois. Les réseaux de distribution de ce géant du e-commerce couvrent 99% du pays.

Thématiques : IWC China, JD.com, E-commerce

Date : 15 janvier 2020

Sources : <http://www.winesinfo.com/html/2020/1/3-81858.html>

GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION

ACRONYMES

CNY	RMB, devise chinoise
EUR	Euros
IWC	International Wine Challenge
NHC	National Health Commission

SKU	Stock Keeping Unit
GACC	General Administration of Customs China
TWD	Taiwan Dollar, devise taiwanaise
TFDA	Taiwan Food and Drug Administration

SOURCES D'INFORMATION

[HTTPS://UDN.COM/NEWS/INDEX](https://udn.com/news/index)

Créé en 1951, United Daily News est une plateforme en ligne de média généraliste, couvrant des sujets d'actualités politiques, socio-économiques, de sport et de loisirs. Il s'agit d'un des principaux acteurs de la presse taïwanaise.

[WWW.FDA.GOV.TW](http://www.fda.gov.tw)

Appartenant au ministère de la santé et du bien-être social, Taiwan Food and Drug Administration (TFDA) est l'autorité taïwanaise compétente pour assurer la sécurité et la qualité des aliments, médicaments, services médicaux et cosmétiques.

[WWW.NHC.GOV.CN](http://www.nhc.gov.cn)

Site internet de National Health Commission (ministère de la santé chinois)

[WWW.YICAI.COM](http://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 groupe de presse chinoise.

[WWW.SINA.COM.CN](http://www.sina.com.cn)

Sina.com (NASDAQ : SINA) est le plus grand portail de divertissement en langue chinoise. Il est dirigé par Sina Corporation (新浪, xinlang), qui a été fondée en décembre 1998.

[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.THEDRINKBUSINESS.COM](http://www.thedrinkbusiness.com)

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

[HTTP://M.BBTNEWS.COM.CN](http://m.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.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.WINEINFO.COM](http://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.

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 - Chargée de développement Agrotech bureau de Canton
Antoine Oustrin – Chargé de développement Agrotech bureau de Shanghai
Sisi WANG - Chargée de développement Agrotech bureau de Pékin
Yuchen ZHOU - Chargée de développement Agrotech bureau de Pékin
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
Torinne TU – Chargée de développement Agrotech bureau de Taiwan
Anne GUINAUDEAU – Conseiller export bureau de Taiwan
David ROLLAND – Chef de pôle Agrotech Chine
Céline LAURANS – Responsable d'études 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.