

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

Juin 2020 – N° 45

---



# SOMMAIRE

---

## SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS..... 3

Chine : la Chine a suspendu les importations de volaille de Tyson Foods après la découverte du Covid-19 dans une installation de l'Arkansas ..... 3

Taiwan : une nouvelle vague de grippe aviaire H5N5 décime près de 10 000 volailles à Taiwan ..... 4

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

Chine : les Domaines Barons de Rothschild (Lafite) rouvrent un magasin phare en ligne et se lancent dans le e-commerce ..... 5

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

Chine : Starbucks planifie de fermer ses cafés en Amérique du Nord et d'en ouvrir au moins 500 en Chine..... 6

Chine : Maersk inaugure avec succès sa route maritime et terrestre de la chaîne du froid à Qingdao ..... 7

Chine : le projet de la viande bovine australien de New Hope sous pression : plus de 50% de ses courants d'affaires à marge élevée dépendent du marché chinois ..... 7

Chine : PepsiCo lance son premier produit substitut de repas sur le marché chinois ..... 8

## ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL ..... 9

Chine : les importations de porc pourraient diminuer progressivement à court terme en Chine ..... 9

Chine : la Chine est le premier importateur de viande bovine chilienne ..... 10

Chine : les aliments faits sur mesure, les aliments frais et gâteaux traditionnels de la fête des bateaux-dragons sont les trois produits les plus appréciés par les consommateurs chinois pendant la fête du shopping en ligne de la mi-année en Chine le « 6.18 » ..... 10

Chine : la nouvelle chanson « Mojito » du chanteur Jay Chou, fait monter en flèche les ventes de cocktails mojito..... 11

Hong Kong : l'assouplissement des mesures de distanciation sociale est une bonne nouvelle pour l'industrie de la restauration de Hong Kong ..... 11

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

Acronymes ..... 12

Sources d'information..... 12

# SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

## CHINE : LA CHINE A SUSPENDU LES IMPORTATIONS DE VOLAILLE DE TYSON FOODS APRES LA DECOUVERTE DU COVID-19 DANS UNE INSTALLATION DE L'ARKANSAS

*Les importations de la marque Tyson Foods sont « temporairement suspendues », a indiqué l'administration chinoise.*

Les douanes chinoises ont annoncé la suspension des importations de produits en provenance d'un abattoir de volaille de Tyson Foods après qu'un cluster d'infections par le coronavirus dans l'abattoir a été confirmé. Tous les produits de l'usine identifiés par le code d'enregistrement P5842 qui sont déjà arrivés ou sur le point d'arriver en Chine seront saisis par les douanes, selon une déclaration de l'agence gouvernementale.

Tyson Foods, qui produit près de 20 % du bœuf, du porc et du poulet aux Etats-Unis, a confirmé vendredi dernier que 481 de ses 3 748 employés, soit 13 % des effectifs, avaient été testés positifs au Covid-19. L'entreprise a fait savoir que ces cas « n'auraient pas été identifiés » sans son dépistage à grande échelle.

Fondée en 1935, cette entreprise alimentaire a démarré avec la production de poulet et est devenue le plus grand producteur et fournisseur mondial de poulet, de bœuf et de porc, et le plus grand producteur mondial de cuirs de vache et de porc. Son siège social est situé dans l'Arkansas. Elle est entrée sur le marché chinois en 2001, a fondé Jiangsu Tyson Foods Co., Ltd. en 2008, et commencé à se développer rapidement sur le marché local. En 2009, Tyson Foods et Shandong Xinchang Group Co., Ltd. se sont associés pour créer une joint-venture qui a été rachetée par Tyson Food deux ans plus tard. En 2012, l'usine de Jiangsu Tyson a été mise en production et Tyson Food a achevé sa stratégie de développement centrée sur Shanghai, pour la vente au détail de poulet frais et congelé dans le pays.

Au-delà de la vente au détail, Tyson Foods a conclu des collaborations à long terme avec de nombreuses marques de chaînes de restaurants, dont McDonald's, KFC, Burger King, Dix, etc. Outre les principaux produits à base de poulet, les produits de Tyson Foods vendus en Chine continentale comprennent aussi des produits à base de bœuf et de porc. Son réseau de vente couvre les supermarchés et les principales plateformes de vente en ligne.

Thématique : volaille – poulet – Tyson foods – covid -19 – suspension de l'importation – vente au détail

Date : le 21 juin 2020

Source : <https://www.jiemian.com/article/4561822.html>

## TAÏWAN : UNE NOUVELLE VAGUE DE GRIPPE AVIAIRE H5N5 DECIME PRES DE 10 000 VOLAILLES A TAIWAN

*Le bureau de protection et d'inspection sanitaire des animaux appelle les aviculteurs à être conscients de la menace d'une nouvelle vague d'épidémie au sein des élevages avicoles.*

Une vague d'influenza aviaire hautement pathogène type H5N5 circule actuellement à Taiwan, sa diffusion étant accélérée par la canicule actuelle. En effet, la chaleur élevée de ce mois peuvent causer un stress thermique important chez les volailles, ce qui induit une baisse de leur système immunitaire. Le bureau local de prévention et d'inspection sanitaire des animaux a confirmé le 21 juin qu'un élevage avicole de Changhua, ville au centre de l'île, a été atteint par l'influenza aviaire. Suite à cette confirmation, un total de 9556 volailles ont été abattus et le site désinfecté.

Le directeur du bureau de protection et d'inspection sanitaire des animaux a souligné la menace d'une nouvelle vague de grippe aviaire et a appelé l'industrie avicole à se sensibiliser à la prévention des épidémies. Selon lui, cette grippe aviaire de type H5N5 avait touché un élevage avicole à Kaohsiung, au sud de Taiwan, en septembre 2019. Après avoir été découverte pour la première fois à Kaohsiung l'année dernière, l'épidémie semblerait s'être propagée rapidement jusqu'au centre de Taiwan. D'après les autorités locales, le virus pourrait provenir d'une souche localisée du virus H5N2, qui a muté après avoir été en contact avec d'autres types de virus chez des volailles infectées, et présente des nouvelles caractéristiques, notamment une résistance à la chaleur, un taux de propagation et de mortalité élevé pour les volailles. Le gouvernement appelle l'industrie avicole à redoubler de vigilance et prendre les mesures nécessaires pour la prévention de la grippe. Les aviculteurs doivent renforcer la ventilation dans leurs fermes d'élevage cet été. Il est conseillé d'utiliser un ventilateur électrique pour déshumidifier et dissiper la chaleur dans le contexte des orages d'été. Par ailleurs, une augmentation de la fréquence d'arrosage pour le refroidissement et la désinfection bénéficie également à contrôler la transmission de l'épidémie.

Thématiques : aviculture – grippe aviaire – prévention d'épidémie – Taïwan

Date : le 23 juin 2020

Source :

<https://tw.news.yahoo.com/%E6%96%B0%E5%9E%8B%E7%A6%BD%E6%B5%81%E6%84%9F%E4%BE%B5%E8%A5%B2%E5%BD%B0%E5%8C%96%E9%A4%8A%E9%9B%9E%E5%A0%B4-%E6%92%B2%E6%AE%BA%E8%BF%91%E8%90%AC%E9%9A%BB%E5%9C%9F%E9%9B%9E-042202572.html>

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

## CHINE : LES DOMAINES BARONS DE ROTHSCHILD (LAFITE) ROUVRENT UN MAGASIN PHARE EN LIGNE ET SE LANCENT DANS LE E-COMMERCE

*Le changement dans le système de distribution est une tentative pour Lafite d'explorer davantage le marché chinois.*

Le 15 juin, le magasin en ligne phare de CARO, une marque des Domaines Barons de Rothschild (Lafite), a été officiellement inauguré sur JD.com et a profité des activités de shopping en ligne du 18 juin (6.18) pour faire sa promotion. Il est à noter que c'est la deuxième fois que Lafite déploie un magasin en ligne.

Selon l'avis des professionnels du vin, l'ouverture de ce magasin en ligne n'est pas seulement une stratégie d'expansion des canaux de vente, mais aussi une mesure qui répond aux changements des habitudes de consommation de la jeune génération chinoise.

Lafite a récemment achevé la réforme de ses canaux de vente. L'entreprise a annoncé en avril qu'elle allait lancer un modèle de distribution multicanal sur le marché chinois, et ainsi mettre fin au modèle d'agence exclusive de ASC Fine Wines. Dorénavant, quatre importateurs différents représentent les marques de Lafite.

Les professionnels du vin ont déclaré que le changement dans le système de distribution était une tentative pour Lafite d'explorer davantage le marché chinois.

Affectés par la crise sanitaire Covid-19, les métiers du vin traversent une période difficile, mais la tendance sur le marché chinois du vin est toujours favorable.

Thématiques : Domaines Barons de Rothschild – Lafite - vente en ligne – JD.com – CARO - ASC Fine Wines

Date : le 16 juin 2020

Sources : <http://www.winesinfo.com/html/2020/6/3-83348.html>

# STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS

## CHINE : STARBUCKS PLANIFIE DE FERMER SES CAFES EN AMERIQUE DU NORD ET D'EN OUVRIR AU MOINS 500 EN CHINE

*Le nombre des nouveaux points de vente ouverts en Chine dépasserait celui des Etats-Unis, qui est pourtant le plus grand marché pour le groupe.*

Le Covid-19 a affecté le modèle de développement commercial du groupe américain Starbucks. Le groupe a déclaré dans une annonce aux actionnaires qu'il compte fermer définitivement ses 400 magasins d'Amérique du Nord d'ici 18 mois, et se concentrer plutôt sur des activités de services de livraison à domicile et de vente à emporter.

Environ 100 points de vente Starbucks ferment chaque année aux États-Unis, principalement en raison de l'expiration du bail. Cette année l'ampleur de la fermeture des magasins a augmenté à la suite la pandémie. Le chiffre d'affaires du groupe aux États-Unis en mai a diminué de 40% par rapport à l'an dernier. Parallèlement, l'entreprise a réduit de moitié de son plan initial d'ouvrir 600 nouveaux magasins au cours de l'année 2020.

Les nouveaux cafés prendront la forme de magasins "Coffee Express" qui sont déjà le type de magasins que Starbucks a ouvert en Chine, dédiés aux services de livraison à domicile ainsi qu'à la vente à emporter. L'entreprise a constaté que 80% de son chiffre d'affaires avant la pandémie en Amérique du Nord provient des commandes en ligne, sur téléphone portable. Le Covid-19 a accéléré le processus de réforme du business model de Starbucks.

Comparé à sa performance en Amérique du Nord, la situation de Starbucks en Chine s'est progressivement redressée. En avril et mai de cette année, Starbucks a ouvert 57 nouveaux magasins en Chine. Selon ses prévisions, l'entreprise ouvrira au moins 500 nouveaux magasins en Chine en 2020, dépassant le nombre de magasins aux États-Unis, son plus grand marché. Ses activités s'orientent plus vite vers la vente en ligne et les magasins Café Express : commande sur l'application Starbucks, ouverture du programme de fidélité en ligne, moins de siège dans les points de vente, etc. Même si Starbucks a toujours cherché à transformer le modèle de ses activités, la baisse de son chiffre d'affaires à cause de l'épidémie devrait encore se poursuivre pendant quelques temps.

Thématique : café – Starbucks – livraison à domicile – Covid-19 – vente à emporter

Date : le 12 juin 2020

Source : <https://www.jiemian.com/article/4516948.html>

## CHINE : MAERSK INAUGURE AVEC SUCCES SA ROUTE MARITIME ET TERRESTRE DE LA CHAÎNE DU FROID A QINGDAO

*Une montée en gamme de l'industrie de la chaîne du froid s'est achevée à Qingdao.*

Le 13 juin, le navire dénommé « KGB entre terre et mer », chargé de 612 EVP, passant par les ports de Ho Chi Minh, Hong Kong et Dalian, a accosté avec succès au port Shandong Port Qingdao. Il s'agit de la deuxième route de la chaîne du froid ouverte par le port de Shandong, seulement un mois après l'ouverture réussie de Haifeng Southeast Asia Cold Chain Express en mai de cette année, marquant ainsi la transformation d'un port de matériaux de production à un port de transport complet de matériaux et de moyens de production. Ce canal logistique efficace et à faible coût et à haute efficacité permet de connecter l'Asie du Sud-Est à la zone de démonstration économique de SCO (Shanghai Cooperation Organization), ce qui favorisera le commerce extérieur, répondra aux besoins en importations alimentaires de Qingdao et du Shandong, et promouvra la coopération économique et commerciale entre l'ASEAN et le Shandong. Selon les statistiques douanières, au cours des cinq premiers mois de cette année, l'ASEAN est devenue le plus grand partenaire commercial de la Chine, avec une valeur commerciale totale de 1,7 milliard de CNY (210 millions d'euros), soit une augmentation de 4,2%. Conscient des opportunités offertes par le changement de la chaîne logistique internationale sous l'impact de la crise sanitaire, le port du Shandong a pris comme point d'entrée l'ouverture d'une ligne express de la chaîne du froid pour réaliser une montée en gamme de l'industrie logistique du froid, accélérant la construction du centre de distribution de biens de consommation dans le Nord de la Chine.

Cette nouvelle chaîne du froid lancée par l'entreprise Maersk offre aux clients des lignes de distribution directes depuis le port de Ho Chi Minh au Vietnam vers Dalian et Qingdao en Chine. Les fruits du dragon, les bananes, les filets de poisson et fruits de mer de l'Asie du Sud-Est peuvent être livrés à Qingdao en seulement 5 jours. Dans le même temps, la route coopère avec la route PH4, offrant deux lignes par semaine, le mardi et le samedi, pour donner aux clients plus d'options pour exporter leurs marchandises.

Thématique : chaîne du froid – route maritime et terrestre – ASEAN – Qingdao – Shandong – Vietnam

Date : le 18 juin 2020

Source : <http://shipin.people.com.cn/n1/2020/0618/c85914-31751569.html>

## CHINE : LE PROJET DE LA VIANDE BOVINE AUSTRALIEN DE NEW HOPE SOUS PRESSION : PLUS DE 50% DE SES COURANTS D'AFFAIRES A MARGE ELEVEE DEPENDENT DU MARCHÉ CHINOIS

*New Hope a commencé à investir activement sur le marché australien en 2011.*

Début mai, la Chine a suspendu les importations de bœuf des transformateurs de viande australiens en raison de violations des réglementations concernant les étiquettes et les descriptions de produits. Les quatre transformateurs suspendus sont Kilcoy Pastoral Company, les usines Beef City et Dinmore de JBS, et Northern Cooperative Meat Company. Kilcoy a été le plus gravement affecté : l'entreprise vient de déposer une demande d'IPO à Hong Kong pour lever un montant de 2,65 milliards d'euros. Kilcoy est spécialisée dans la viande bovine de haute qualité et son usine du Queensland a une capacité de production annuelle de 230 000 tonnes. Ses principaux marchés sont l'Australie, la Chine, le Japon, les États-Unis et la Corée du Sud, et la Chine est son plus grand marché à l'étranger. Sur les 9 premiers mois de 2019, ses revenus des produits de bœuf s'élèvent à 495 millions d'euros, dont près de 18% proviennent de la Chine.

Le plus gros actionnaire de Kilcoy est New Hope Group qui détient une participation de 45,44%. En décembre 2013, New Hope a acquis le quatrième plus grand transformateur de bœuf d'Australie, Kilcoy Livestock Company, pour 500 millions de CNY (62,5 millions d'euros). Depuis l'acquisition de Kilcoy en 2013, New Hope a investi 70,5 millions d'euros pour moderniser les installations de transformation de Kilcoy, ce qui lui a permis d'atteindre une capacité de

transformation annuelle de 500 000 bovins en 2018. La proportion des exportations de Kilcoy vers la Chine est passée de 17% en 2014 à environ 28% en 2018. En 2018, les exportations totales de Kilcoy vers la Chine étaient de 17 800 tonnes, soit environ 27,3% de la part de marché des importations de bœuf haut de gamme de la Chine.

Le bœuf australien haut de gamme représente 67,2% des importations chinoises de bœuf haut de gamme en 2018 et devrait atteindre 73,0% d'ici 2023. Le taux de croissance annuel composé entre 2018 à 2023 est estimé à 15,6%. La demande du bœuf australien dans le pays ne cesse de croître. La suspension des importations du bœuf australien aura un impact important sur les transformateurs de viande bovine australiens. Kilcoy a suspendu son projet d'IPO. Les transformateurs de bœuf australiens ont besoin d'énormes profits sur le marché chinois, mais d'autres pays exportateurs de bœuf tels que le Brésil, l'Argentine et l'Uruguay en ont encore plus envie.

Thématique : transformateur de viande bovine – transformation du bœuf – Australie – suspension de l'importation

Date : le 7 juin 2020

Source : <https://www.jiemian.com/article/4490401.html>

## CHINE : PEPSICO LANCE SON PREMIER PRODUIT SUBSTITUT DE REPAS SUR LE MARCHÉ CHINOIS

*D'ici 2022, le marché chinois des produits substitués de repas devrait atteindre un volume de 15 milliards d'euros.*

Ces derniers jours, PepsiCo a lancé son premier produit substitut de repas Smart Calories (en chinois 抵卡控) sur le marché chinois. Consommé dans le cadre d'un régime hypocalorique de 200Kcal/bouteille, ce produit pourrait donner aux consommateurs un sentiment de satiété de quatre heures. Actuellement, Smart Calories est commercialisé sur les plateformes chinoises de e-commerce, telles que Tmall et JD, avec un prix de 159 CNY/6 bouteilles (environ 3 euros/bouteille). Pour PepsiCo, le marché chinois des produits « sains », dont les substituts de repas font partie, dispose d'un gros potentiel de croissance.

Selon les données d'Euromonitor, en 2017 le marché mondial des produits substitués de repas a enregistré un volume de 58 milliards d'euros dont 57 milliards de CNY (environ 7 milliards d'euros) contribués par la Chine. D'ici 2022, le marché chinois des produits substitut de repas devrait atteindre un volume de 120 milliards de CNY (environ 15 milliards d'euros).

Pour information, outre PepsiCo, Nestlé avait également lancé sur le marché chinois des produits substitués de repas sous les marques Optifast, NesQino et Build U.

Thématique : PepsiCo – substitut de repas – produit sain

Date : le 09 juin 2020

Source : <https://www.jiemian.com/article/4500311.html>

# ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL

## CHINE : LES IMPORTATIONS DE PORC POURRAIENT DIMINUER PROGRESSIVEMENT A COURT TERME EN CHINE

*Une chute des importations du porc est prévue dans les deux mois à venir en raison des impacts des accidents sanitaires mondiaux.*

Le Covid-19 a un gros impact sur les importations de porc en Chine. 61,56% du porc importé par la Chine provient de l'UE, suivie du Canada qui se place au deuxième rang des fournisseurs. Les exportations de porc du Brésil et du Chili vers la Chine au cours des deux dernières années avaient considérablement augmenté. Les États-Unis sont également l'un des principaux fournisseurs de porc de la Chine, se classant quatrième avec 8,1% de part de marché. A l'heure actuelle, plusieurs politiques de blocage et de suspension des exportations ont été prises en raison de la situation sanitaire dans les principaux pays fournisseurs de porc.

Selon les données douanières chinoises, les importations de porc dans le pays ont atteint un niveau record en 2019, soit 2,1 millions de tonnes. La majorité du porc est importée par contrats à terme à un ou deux mois, c'est-à-dire que le navire met un à deux mois pour arriver à Hong Kong. Par conséquent, malgré la grave situation sanitaire, le volume des importations au premier trimestre de 2020 est resté élevé, avec 951 000 tonnes de porc importées, soit une augmentation de 184,51% en glissement annuel, parce que le porc importé en mars 2020 a été commandé au plus tard en février où la pandémie ne s'était pas encore clairement propagée.

L'offre domestique en porc a augmenté en mars, mais la demande a diminué et la baisse continue du prix du porc a entraîné une baisse des prix sur le marché intérieur. Pourtant, l'écart de prix entre le porc importé et le porc domestique demeure toujours important, de sorte que les importations de porc continuent d'augmenter.

À présent, la situation épidémique à l'échelle mondiale n'est pas encore optimiste, en particulier dans l'UE et aux États-Unis, et certaines grandes entreprises d'abattage de porcs ont suspendu leurs activités. Dans le même temps, les zones portuaires ont pris des mesures de contrôle et de quarantaine pour les navires et le personnel entrant et sortant du port, ce qui aura un impact important pour les circulations commerciales.

Les importations de porc en juin et juillet pourraient pour ainsi baisser fortement, jusqu'à diminuer de 50%. Les importations devraient reprendre progressivement après le mois d'août en fonction des contrôles et de la gestion de la crise sanitaire dans les pays fournisseurs. À long terme, avec le redressement économique en Chine, les prix intérieurs du porc pourraient progressivement redescendre à un niveau raisonnable. On prévoit que les importations de porc diminueront progressivement en 2021 et 2022, ne dépassant pas 1,5 million de tonnes en 2022.

Thématique : importations de porc – Covid-19 – cours du porc – prix du porc – politique de suspension – quarantaine

Date : 16 juin 2020

Source : <http://www.guojixumu.com/newsall.aspx?cid=2&id=17000>

## CHINE : LA CHINE EST LE PREMIER IMPORTATEUR DE VIANDE BOVINE CHILIENNE

*Actuellement, 80% de la consommation chinoise en produits carnés provient des importations.*

D'après le bureau en charge de la promotion du Chili ProChile, la Chine est aujourd'hui le premier importateur de la viande bovine chilienne. Malgré l'épidémie de coronavirus, la demande chinoise en produits carnés continue d'augmenter. Comme la production intérieure ne permet pas de couvrir les besoins de la population, la Chine ouvre de plus en plus ses frontières et les autorités chinoises ont tendance à multiplier la liste des pays autorisés à importer de la viande bovine sur le territoire. Actuellement, 80% de la consommation chinoise des produits carnés provient des importations.

Bien que la Chine soit le plus grand marché à l'export pour le bœuf chilien, le Chili n'est que le 8<sup>e</sup> fournisseur de produits carnés de la Chine avec 0,7% des parts de marché. Pour le Chili, le marché chinois possède un grand potentiel de croissance. À Shanghai, le porc, le poulet, le bœuf et l'agneau chiliens sont appréciés par les consommateurs locaux. Les produits sont commercialisés non seulement dans les magasins physiques mais aussi en ligne sur les plateformes chinoises de e-commerce et via les applications utilisant des influenceurs pour la promotion des produits.

Pour information, les trois premiers fournisseurs de produits carnés de la Chine sont le Brésil, l'Argentine et l'Australie.

Thématique : viande bovine – bœuf – produit carné – Chili – e-commerce – influenceur

Date : le 16 juin 2020

Source : [http://www.br-cn.com/news/nm\\_news/20200616/149909.html](http://www.br-cn.com/news/nm_news/20200616/149909.html)

## CHINE : LES ALIMENTS FAITS SUR MESURE, LES ALIMENTS FRAIS ET GATEAUX TRADITIONNELS DE LA FETE DES BATEAUX-DRAGONS SONT LES TROIS PRODUITS LES PLUS APPRECIES PAR LES CONSOMMATEURS CHINOIS PENDANT LA FETE DU SHOPPING EN LIGNE DE LA MI-ANNEE EN CHINE LE « 6.18 »

*Outre les plateformes traditionnelles de e-commerce, les plateformes de diffusion de vidéos courtes Douyin et Kuaishou profitent également du « 6.18 » pour effectuer des ventes en ligne grâce à des vidéos en direct.*

La fête annuelle du e-commerce « 6.18 » (ce nom vient du jour où elle a lieu, le 18 juin) est à nouveau arrivée. Cette année pendant la fête, les aliments faits sur mesure, les aliments frais et les gâteaux traditionnels de la fête des bateaux-dragons sont les trois produits les plus appréciés par les consommateurs chinois.

D'après la grande plateforme chinoise de e-commerce JD.com, les ventes des aliments faits sur mesure s'appuyant sur le modèle Customer-to-Manufacturer (C2M), en particulier ceux de Mondelez International, de Nestlé et de Fortune (en chinois 福临门), ont explosé durant la fête. Sur l'autre grande plateforme chinoise de e-commerce Tmall, par rapport à l'année précédente les ventes des aliments frais comme le caviar, les ormeaux, les huîtres, les anguilles, la seiche, le crabe, les coquillages et les côtes d'agneau, ont au moins doublé pendant la première semaine du « 6.18 ».

Cette année, la pandémie et le confinement accélèrent la croissance du e-commerce en Chine. Les foyers chinois effectuent de plus en plus d'achats en ligne de produits alimentaires notamment pendant ce grand rendez-vous de shopping « 6.18 ». Outre les plateformes traditionnelles de e-commerce Tmall et JD, les plateformes chinoises de diffusion de vidéos courtes Douyin et Kuaishou profitent également du « 6.18 » pour effectuer des ventes grâce à des vidéos en direct. Se démocratisant très vite, les deux plateformes Douyin et Kuaishou ne cessent de battre des records en Chine.

Thématique : aliments faits sur-mesure – C2M – aliment frais – fête du shopping – « 6.18 » - e-commerce – Douyin – Kuaishou

Date : le 16 juin 2020

Source : <http://baijiahao.baidu.com/s?id=1669616967392313530&wfr=newsapp>

## CHINE : LA NOUVELLE CHANSON « MOJITO » DU CHANTEUR JAY CHOU, FAIT MONTER EN FLECHE LES VENTES DE COCKTAILS MOJITO

*Les boissons alcoolisées auront-elles de nouvelles opportunités sur le marché chinois ?*

Après que le célèbre chanteur Jay Chou a sorti la nouvelle chanson « Mojito », les ventes de ce cocktail éponyme ont rapidement augmenté sur le marché chinois.

Impactées par cette tendance, les ventes de rhum, la base du mojito, ont également été poussées à la hausse. La quantité des commandes d'un rhum blanc de Bacardi a augmenté rapidement, et le plan de ventes de la marque pour cette année pourrait devoir être révisé.

Selon les données de Mintel, 42% des consommateurs âgés de 18 à 24 ans ont consommé plus de boissons à faible teneur en alcool ou non alcoolisées en 2018 que pendant les années précédentes.

Les données de Global Market Insights montrent qu'en 2018, le marché mondial des boissons faibles en alcool et non alcoolisées était de 20 milliards d'USD, et il devrait atteindre 30 milliards d'USD d'ici 2025. Le marché des boissons à faible teneur en alcool dans la zone Asie-Pacifique devrait croître de plus de 8,5% entre 2019 et 2025.

Saisissant cette tendance, de nombreux géants du secteur des boissons se sont déjà déployés sur ce marché. Non seulement sur le marché des boissons pré-emballées, mais aussi sur le marché de la vente de boissons sur place ou à emporter : de nombreuses marques de café et de thé telles que Starbucks ou HeyTea ont également introduit des boissons alcoolisées ces dernières années.

L'introduction de ces boissons alcoolisées peut non seulement enrichir la catégorie de produits des entreprises et augmenter la fréquence de consommation, mais aussi attirer davantage l'attention des jeunes en lançant de nouveaux produits.

Thématiques : Mojito – rhum – Bacardi – boissons non alcoolisées – boissons alcoolisées

Date : le 16 juin 2020

Sources : <http://finance.sina.com.cn/chanjing/cyxw/2020-06-18/doc-iircuyvi9142783.shtml>

## HONG KONG : L'ASSOUPLISSEMENT DES MESURES DE DISTANCIATION SOCIALE EST UNE BONNE NOUVELLE POUR L'INDUSTRIE DE LA RESTAURATION DE HONG KONG

*L'industrie de la restauration a applaudi la décision du gouvernement de lever la plupart des restrictions de rassemblement social dans les restaurants et les bars, affirmant que cela aidera à relancer le secteur en difficulté.*

Le président de la Fédération des métiers de la restauration de Hong Kong, Simon Wong, a déclaré que l'annonce de la reprise des activités normales de la restauration mardi 16 juin avait immédiatement déclenché une augmentation des réservations pour la Fête des Pères.

Un certain nombre de restaurants ont été forcés de fermer à cause de Covid-19, et les derniers chiffres révèlent que le chômage dans l'industrie de la restauration est passé à 14,8%. Environ 8% des revenus de l'industrie proviennent des touristes : il faudra du temps pour que l'industrie revienne à la normale car les restrictions de voyage pèsent sur le secteur. Cependant, la baisse du tourisme pourrait être compensée par le nombre de locaux dépensant leur argent à Hong Kong alors qu'ils seraient normalement en voyage à l'étranger.

Les autorités ont décidé d'alléger la limite des rassemblements publics de huit à 50 personnes à partir de ce vendredi, les restrictions sur les mariages sont désormais levées.

Thématique : coronavirus – Hong Kong – restaurants – économie

Date : 17 juin 2020

Source : [https://news.rthk.hk/rthk/en/component/k2/1532517-20200617.htm?archive\\_date=2020-06-17](https://news.rthk.hk/rthk/en/component/k2/1532517-20200617.htm?archive_date=2020-06-17)

# GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION

## ACRONYMES

<b>COVID-19</b>	<b>Corona Virus Disease 2019</b>
<b>CNY</b>	Chinese Yuan
<b>C2M</b>	Customer-to-Manufacturer
<b>EUR</b>	Euros
<b>HKD</b>	HongKong Dollar
<b>IPO</b>	Initial Public Offering

<b>KFC</b>	Kentucky Fried Chicken
<b>KGB</b>	The KGB translated in English as the Committee for State Security
<b>O2O</b>	Online to Offline
<b>P2C</b>	Production to Consumer
<b>USD</b>	US Dollar

## SOURCES D'INFORMATION

### WWW.PEOPLE.COM.CN

Site internet du journal « People's Daily », un des dix journaux les plus importants du monde. Créé en 1er janvier 1997, le site dispose, en plus de la version chinoise, de 7 versions différentes en langue des minorités nationales et de 9 versions différentes en langues étrangères.

### WWW.BR-CN.COM

"Journal chinois d'outre-mer d'Amérique du Sud" était auparavant connu sous le nom de "Journal chinois d'outre-mer du Brésil" et a été fondé en 1960. C'est le plus grand journal chinois d'Amérique du Sud, qui fournit aux internautes des informations précises et détaillées sur les actualités, les entreprises et la société brésiliennes et sud-américaines.

### NEWS.RTHK.HK

Site Internet de Radio Télévision Hong Kong, la seule entreprise audiovisuelle publique de Hong Kong. L'entreprise a été créée en 1928 pour la radio et en 1954 pour la télévision.

### 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.

### BAIJIAHAO.BAIDU.COM

Baijiahao est une plateforme lancée par Baidu pour les écrivains, blogueurs et journalistes indépendants.

### WWW.GUOJIXUMU.COM/

Site internet créé par Shanghai Lyja Communication Co., Ltd. en 2004, spécialisé en communication d'informations professionnelles dans le secteur de l'agriculture et de l'élevage, ainsi que de produits alimentaires.

### TW.NEWS.YAHOO.COM

Yahoo est un portail web appartenant à la société américaine Oath. En coopération avec de nombreux médias, Yahoo News fournit des informations d'actualités, de société, de loisirs, et de divertissements en tous genres. Yahoo News Forum, est quant à elle une plateforme où des experts de différents secteurs sont invités à échanger leurs opinions avec les lecteurs en ligne.

# 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](mailto:pekin@businessfrance.fr)

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

## REDACTEURS

Ying LI – Chargée d'affaires export Agrotech bureau de Pékin  
Bixi LI - Chargée de développement Agrotech bureau de Pékin  
Yuchen ZHOU - Chargée de développement Agrotech bureau de Pékin  
Yanxia DENG - Chargée de développement Agrotech bureau de Canton  
Lucie ACQUAVIVA – Chargée de développement Agrotech bureau de Hongkong  
Min CHAO – Chargée de développement Agrotech bureau de Taiwan  
Dorinne TU - Chargée de développement Agrotech bureau de Taiwan  
Anne GUINAUDEAU – Chargée d'affaires 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.