

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

Juillet 2020 – N° 46



SOMMAIRE

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS..... 3

Chine : les autorités chinoises demandent aux exportateurs d'aliments frais vers la Chine de signer un document déclarant que leurs produits ne sont pas contaminés par le Coronavirus 3

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

Chine : Carlsberg vend des actifs à Chongqing Beer 4

Chine : l'entreprise néozélandaise A2 Dairy a l'intention d'acquérir l'usine de Matura contrôlée par China Animal Husbandry Group..... 5

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

Chine : Tencent a investi dans Jiu Xiao Er, une plateforme de distribution d'alcool et de service de livraison à domicile 6

Chine : Unilever investit 100 millions d'euros dans la construction d'une usine de production de crème glacée en Chine 7

Chine : les centres digitalisés de transport et de tri des produits agricoles d'Alibaba sont désormais opérationnels 7

Chine : le groupe Shuanghui se lance dans l'industrie de la restauration 8

Taiwan : installation prochaine de la première usine autonome d'aliments pour animaux à Taiwan 8

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL 10

Chine : notice du ministère du Commerce sur l'ajustement du « Catalogue of Bulk Agricultural Commodities Subject to Import Report Administration »..... 10

Chine : la deuxième vague du Covid-19 a frappé l'industrie de la pêche maritime et les importations de produits de la mer 10

Chine : le fromage a le taux de croissance le plus dynamique de l'industrie laitière en Chine 11

Chine : fin des pailles en plastique chez McDonald's en Chine 12

Hong Kong : les statistiques montrent que plus de restaurants ont ouvert que fermé au 1^{er} mai 2020 à Hong Kong 12

GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION... 14

Acronymes 14

Sources d'information..... 14

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

CHINE : LES AUTORITÉS CHINOISES DEMANDENT AUX EXPORTATEURS D'ALIMENTS FRAIS VERS LA CHINE DE SIGNER UN DOCUMENT DÉCLARANT QUE LEURS PRODUITS NE SONT PAS CONTAMINÉS PAR LE CORONAVIRUS

Les aliments frais concernés sont principalement les fruits et légumes, les viandes et les fruits de mer.

Après la réapparition récente du nouveau coronavirus à Pékin, la Chine a lancé une campagne d'inspection des aliments importés et a durci les restrictions à l'importation des aliments frais. Les douanes chinoises demandent aux exportateurs d'aliments frais vers la Chine et également aux importateurs de signer un document déclarant que leurs produits ne sont pas contaminés par le coronavirus. Les aliments frais comprennent tous les produits agroalimentaires exigeant une logistique de la chaîne du froid, dont les fruits et légumes (frais et congelés), les viandes et les fruits de mer.

Actuellement, il n'existe aucune preuve que le coronavirus se transmet par les aliments. Cependant, avec la découverte du nouveau coronavirus sur des planches à découper le saumon importé dans le marché de gros de Xinfadi à Pékin, la Chine durcit les restrictions à l'importation des aliments frais afin diminuer au maximum le risque de transmission du virus.

Thématique : aliments frais importés – restriction à l'importation – coronavirus

Date : le 9 juin 2020

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

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

CHINE : CARLSBERG VEND DES ACTIFS À CHONGQING BEER

Les marques et les entités assez matures de Carlsberg vendues à Chongqing Beer devraient permettre à Chongqing Beers d'étendre ses zones des activités.

Sept ans après son acquisition par Carlsberg Brewery Hong Kong Co., Ltd., Chongqing Beer a publié une annonce de plan de restructuration. Chongqing Beer prévoit d'acheter 48,58% des actions de Chongqing Jianiang à Carlsberg. De plus, Chongqing Beer va racheter 100 % des actions à Xinjiang Beer, 70% des actions de Ningxia Xixia Jianiang : au total 11 brasseries de Carlsberg sont concernées par cette vente d'actifs à Chongqing Beer.

On note que les actifs de Carlsberg concernés sont répartis dans les provinces du Xinjiang, de Ningxia, du Yunnan, du Guangdong, et en Chine de l'Est. Parmi les 11 brasseries, Carlsberg, Tuborg et Triumph 1664 sont des marques de bière haut de gamme, tandis que Wusu, Xixia, Dali, Fenghuaxueyue et Tianmuhu sont toutes des marques fortes locales. La rentabilité de ces marques de bière est très impressionnante.

L'augmentation de capital bénéficiera aux deux parties, le marché des capitaux a soutenu Chongqing Beer et la hausse du cours des actions est confirmée. Cette restructuration devrait accroître l'influence de la marque Chongqing Beer, et a également révélé les ambitions de Carlsberg de pénétrer davantage le marché chinois et d'occuper le marché de la bière haut de gamme.

Selon des informations publiques, en 2018, la part de Carlsberg sur le marché chinois de la bière haut de gamme et ultra haut de gamme était de 4,6%, c'est-à-dire sensiblement inférieure à Budweiser Asia Pacific (46,6%), Tsingtao Brewery (14,4%) et Huarun Beer (11,0%). Ces dernières années, les brasseries chinoises se sont développées sur le segment des bières haut de gamme, et Carlsberg a choisi de pas rester les bras croisés.

Thématique : Carlsberg – Chongqing Beer – bière – infusion de capital – vente d'actifs

Date : le 2 juillet 2020

Source : <http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2020/450637.shtml>

CHINE : L'ENTREPRISE NÉOZÉLANDAISE A2 DAIRY A L'INTENTION D'ACQUÉRIR L'USINE DE MATAURA CONTRÔLÉE PAR CHINA ANIMAL HUSBANDRY GROUP

A2 souhaite augmenter sa capacité de fabrication et ainsi changer son modèle actuel d'une production OEM de ses produits par le groupe Bright Dairy.

En février de 2020, l'entreprise néozélandaise A2 Dairy a publié son rapport financier pour le deuxième semestre de l'année 2019. Les revenus du groupe A2 étaient de 468 millions d'euros sur les six derniers mois de 2019, soit une augmentation annuelle de 31,6% par rapport à la même période en 2018 ; le bénéfice net après impôt était de 107 millions d'euros, soit une augmentation annuelle de 21,1%. Son chiffre d'affaires de lait en poudre sous étiquette chinoise s'est élevé à 86 millions d'euros, soit le double de l'an dernier sur la même période.

En novembre 2018, la nouvelle usine de lait en poudre du groupe China Animal Husbandry à Matura en Nouvelle-Zélande a été mise en production. La préparation et la construction de l'usine ont duré deux ans. Sa capacité de production annuelle est de 50 000 tonnes : les principaux produits fabriqués sont le lait infantile en poudre classique, le lait en poudre entier et le lait en poudre écrémé.

Alors que ses activités de nutrition infantile continuent de croître, A2 envisage d'augmenter sa capacité de fabrication et de changer son modèle actuel de production OEM de ses produits par le groupe Bright Dairy. C'est pourquoi A2 Dairy prévoit d'acquérir l'usine de Matura contrôlée par China Animal Husbandry Group.

Thématique : A2 – Nouvelle-Zélande – Bright Dairy – lait infantile – usine

Date : le 22 juin 2020

Source : <http://www.bbtnews.com.cn/2020/0622/358386.shtml>

STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS

CHINE : TENCENT A INVESTI DANS JIU XIAO ER, UNE PLATEFORME DE DISTRIBUTION D'ALCOOL ET DE SERVICE DE LIVRAISON À DOMICILE

Avec 2,5 % des parts, Tencent démarre son activité de vente d'alcool au détail.

En septembre 2019, Jiu Xiao Er a annoncé l'achèvement du tour de financement pré-A pour une dizaine de millions de yuans provenant du fonds Hourunde (environ 1 million d'euros). Il s'agit du premier tour de financement près de cinq ans après sa création.

Selon des informations publiques, Jiu Xiao Er, créée en novembre 2014, se concentre sur la distribution la distribution d'alcool aux particuliers. L'entreprise utilise un modèle commercial de commande en ligne et livraison à domicile, grâce à un espace de stockage et une équipe de service de livraison à domicile dans la même ville, ce qui répond aux besoins des clients qui peuvent boire dans les 25 minutes après avoir commandé en ligne. Le point d'entrée de Jiu Xiao Er est l'improvisation d'un dîner et donc la commande associée d'alcool.

Du côté de l'offre, Jiu Xiao Er peut fournir de larges catégories de produits et satisfaire des volumes de commandes importants, son pouvoir de négociation en amont est donc plus fort. Le groupe a conclu des contrats de coopération stratégiques avec des marques bien connues telles que COFCO, MHD, AB InBev, Remy Martin et Guangxi Zhongyan, tandis que certains vins importés sont directement achetés à l'étranger.

Dans le communiqué de presse du tour de financement pré - A, Jiu Xiao Er a partagé des données sur ses revenus : en septembre 2019, plus de 500 types d'alcool étaient disponibles sur la plateforme ; en 2017, le volume des ventes a atteint à 91,96 millions CNY (11.63 millions d'euros) et 146 millions CNY (18.47 millions d'euros) en 2018.

Jiu Xiao Er a également déclaré que l'entreprise ne cesse de se développer en amont pour obtenir plus de pouvoir de négociation et élargir sa distribution au niveau national. À l'heure actuelle, Jiu Xiao Er couvre principalement les provinces du Guangxi, du Guangdong, de Hainan, du Yunnan, de Guizhou, du Hunan, du Fujian et d'autres régions du Sud de la Chine.

Thématique : distribution – alcool – livraison à domicile – e-commerce – Tencent

Date : le 3 juillet 2020

Source : <http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2020/450712.shtml>

CHINE : UNILEVER INVESTIT 100 MILLIONS D'EUROS DANS LA CONSTRUCTION D'UNE USINE DE PRODUCTION DE CRÈME GLACÉE EN CHINE

Cet investissement devrait être le projet le plus important de ces dernières années pour Unilever dans le secteur des produits alimentaires.

Le 24 juin dernier, Unilever, l'un des leaders mondiaux sur le marché des produits de grande consommation, a annoncé la montée en gamme de son site de production en Chine et la construction d'une usine de production de crème glacée dans la ville chinoise de Taicang. Pour une livraison prévue en 2022, la construction de cette usine représente un investissement de 100 millions d'euros et devrait être le projet le plus important de ces dernières années pour Unilever dans le secteur des produits alimentaires. Avec un volume de production annuel de 150 000 tonnes, cette usine sera la première usine de production de crème glacée d'Unilever utilisant les nouvelles technologies pour moderniser la production et proposer aux clients des produits davantage personnalisés.

La crème glacée d'Unilever est entrée en Chine dans les années 1990. En 1996, Unilever a inauguré sa première usine de production de crème glacée en Chine avec un volume de production de 42 000 tonnes par an. Aujourd'hui, les marques de crème glacée de Unilever comme Cornetto et Magnum sont distribuées sur le marché chinois. La construction de la nouvelle usine devrait permettre à Unilever d'accélérer son développement en Chine et de faire face à la concurrence croissante des marques chinoises de crème glacée dont Mengniu, Yili et les diverses marques proposées par les KOL (Key Opinion Leaders).

Pour information, en 2019 la Chine était le 2ème marché mondial de la crème glacée en termes de quantité de vente au détail, dépassant 2,2 milliards de litres.

Thématique : Unilever – usine de production – crème glacée

Date : le 25 juin 2020

Source : <http://www.bbtnews.com.cn/2020/0625/358798.shtml>

CHINE : LES CENTRES DIGITALISÉS DE TRANSPORT ET DE TRI DES PRODUITS AGRICOLES D'ALIBABA SONT DÉSORMAIS OPÉRATIONNELS

Trois autres centres seront construits cette année dans les provinces du Sichuan, du Shaanxi et du Shandong, avec plus de 20 entrepôts dans les capitales des provinces.

Le 30 juin, Alibaba a annoncé que ses centres agricoles digitalisés pour le transport et le tri des produits agricoles dans le Guangxi et le Yunnan sont opérationnels. Les deux centres sont situés près de l'aéroport, où plus de 100 tonnes de produits agricoles frais sont transférés chaque jour, notamment des fruits du dragon, des fruits de la passion, des mangues et des patates douces violettes. Il y a des navettes chargées de fruits et de fleurs qui partent chaque jour du centre digitalisé du Yunnan vers les grandes villes comme Pékin et Shanghai.

Selon Hou Yi, président de l'unité commerciale d'agriculture digitale d'Alibaba, la digitalisation est la caractéristique la plus importante des deux centres, dans la mesure où les produits agricoles peuvent être traités en deux minutes, du tri à l'emballage, en passant par le contrôle de la qualité. L'équipement de tri agit comme un scanner qui teste ensemble la douceur et l'acidité des fruits, et repère les moisissures ou les taches. Les deux centres du Guangxi et du Yunnan ont fourni près de 600 emplois aux agriculteurs locaux. De plus, l'entreposage frigorifique peut abaisser le taux de déchets des produits agricoles frais de 20-30% à 10% et le profit réalisé sera reversé aux agriculteurs. "Notre objectif est que les agriculteurs plantent de bons produits et les vendent à un bon prix pour augmenter leurs revenus, et que les clients de la ville aient ainsi des produits agricoles sûrs et de grande qualité", a déclaré Hou.

Selon Alibaba, trois autres centres seront construits cette année dans les provinces du Sichuan, du Shaanxi et du Shandong, avec plus de 20 entrepôts dans les capitales des provinces. Les entrepôts permettront le transport de 1 million de tonnes de produits agricoles frais à travers le pays chaque année.

Thématique : Alibaba – centre de transport – agriculture – digital – transformation agricole

Date : le 2 juillet 2020

Source :

https://www.chinafruitportal.com/2020/07/02/%E5%88%86%E6%8B%A3%E6%95%88%E7%8E%87%E8%B6%85%E4%BA%BA%E5%B7%A5124%E5%80%8D%E5%BC%8C%E6%8D%9F%E8%80%97%E7%8E%87%E9%99%8D%E8%87%B310%E5%BC%81%E9%98%BF%E9%87%8C%E5%B9%BF%E8%A5%BF%E3%80%81%E4%BA%91/?pk_campaign=394002e9d7&pk_source=mailchimp&pk_medium=email&pk_content=714804&pk_cid=1fe07b0af5&utm_campaign=394002e9d7&utm_source=mailchimp&utm_medium=email&utm_content=714804&utm_term=1fe07b0af5

CHINE : LE GROUPE SHUANGHUI SE LANCE DANS L'INDUSTRIE DE LA RESTAURATION

Le premier restaurant de Shuanghui ouvrira à Shanghai.

En juin, Taste Gourmet China et le groupe Shuanghui ont conclu un accord de coopération pour créer une entreprise en joint-venture.

Cette joint-venture sera détenue à 60% par Taste Gourmet China et à 40% par le groupe Shuanghui, avec un investissement total de 6,3 millions d'euros, dont 3,8 millions d'euros investis par Taste Gourmet China et 2,5 millions d'euros investis par Shuanghui.

La joint-venture sera établie à Shanghai et le premier restaurant de Shuanghui pourrait être un restaurant de ramen. Shuanghui sera responsable de l'approvisionnement de la plupart des ingrédients alimentaires et de la logistique, et le groupe Taste Gourmet China se concentrera sur d'autres aspects de la restauration pour maintenir la qualité et contrôler le coût des plats.

Taste Gourmet China est un groupe de restauration de Hong Kong qui propose de la cuisine vietnamienne, japonaise, chinoise et occidentale. Il possède et exploite un total de 28 restaurants et 2 fast-foods. Shuanghui Catering Investment Management Co., Ltd. a été créée en mars de 2020 avec un capital social de 12,6 millions d'euros. Henan Shuanghui Investment Development Co., Ltd. détient 100% des actions.

Thématique : Shuanghui – restaurant – Taste Gourmet

Date : le 2 juillet 2020

Source : <http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2020/450685.shtml>

TAÏWAN : INSTALLATION PROCHAINE DE LA PREMIÈRE USINE AUTONOME D'ALIMENTS POUR ANIMAUX À TAÏWAN

Un des plus grands fabricants d'aliments pour animaux et de produits carnés, Charoen Pokphand Taiwan prévoit d'investir plus de 800 millions de TWD, soit environ 24,2 millions d'EUR pour construire une nouvelle usine autonome intégrant l'intelligence artificielle pour la production d'aliments pour les animaux.

Afin de répondre à la demande accrue et aux tendances du marché, le géant agroalimentaire spécialisé dans la fabrication et la vente d'aliments pour animaux et de produits carnés, Charoen Pokphand Enterprise (CP Taïwan) a

annoncé le 2 juillet le démarrage de son projet d'investissement de plus 800 millions de TWD dans la construction d'une usine autonome intégrant l'intelligence artificielle (IA) située dans le parc industriel des sciences et technologies à Yunlin pour optimiser sa productivité. L'entreprise CP Taïwan a importé les équipements de production d'IA et les technologies de fabrication des aliments pour animaux les plus avancés pour créer une ligne de production intelligente sans ajout de médicaments. À l'avenir, elle envisage d'élargir progressivement l'échelle de la chaîne de production et vise à produire des aliments pour animaux de haute qualité afin de satisfaire la demande de plus en plus exigeante des consommateurs taïwanais.

Au cours des dernières années, l'entreprise CP Taïwan a diversifié ses activités de fabrication des matières premières à la transformation des aliments et a continué d'investir dans la recherche technologique pour offrir un portefeuille de produits plus large et pour maintenir son avantage concurrentiel sur le marché. Actuellement, CP Taïwan possède trois usines de fabrication à Taichung, à Nantou et à Kaohsiung. La nouvelle usine à Yunlin est la première usine d'aliments pour animaux à Taïwan qui applique la technologie de l'IA, le système de gestion des processus et de l'entreposage entièrement intelligent de cette usine permettraient d'améliorer la traçabilité de la production, de résoudre le problème de la contamination croisée des aliments et de démultiplier la productivité du site avec un minimum de main-d'œuvre. Selon la ministre de l'économie, ce projet d'investissement de CP Taïwan a attiré 538 entreprises taïwanaises ayant investi 1 396 milliards de TWD (soit environ 42 milliards d'EUR) dans le cadre d'un programme gouvernemental pour inciter la modernisation des usines de production. Les investissements de ces entreprises devraient créer 86 645 emplois locaux à Taïwan, a indiqué le ministère.

Thématiques : aviculture – alimentation pour animaux – intelligence artificielle – Taïwan

Date : le 2 juillet 2020

Source : <https://udn.com/news/story/7241/4673974>

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL

CHINE : NOTICE DU MINISTÈRE DU COMMERCE SUR L'AJUSTEMENT DU « CATALOGUE OF BULK AGRICULTURAL COMMODITIES SUBJECT TO IMPORT REPORT ADMINISTRATION »

L'importation du sucre en dehors du quota est désormais sous la gestion du rapport d'importation.

Le 30 juin, le ministère du Commerce a publié une annonce sur l'ajustement du « Catalogue of Bulk Agricultural Commodities Subject to Import Report Administration », qui implique l'inclusion du sucre hors quota dans la liste. La gestion des rapports d'importation de sucre hors quota est mise en œuvre depuis le 1er juillet 2020. Les marchandises concernées sont répertoriées dans le document joint à la présente circulaire.

Par ailleurs, depuis le 1er juillet 2020, la gestion des rapports d'importation de l'huile d'olive est supprimée.

Le Ministère du commerce confie à la CFNA (China Chamber of Commerce for Import and Export of Foodstuffs, Native Produce & Animal By-Products) la responsabilité de collecte, d'analyse et de vérification des informations du rapport d'importation des produits susmentionnés.

Les opérateurs du commerce extérieur qui importent les produits concernés, les entreprises transformatrices et productrices du sucre brut doivent déposer une demande auprès de la China Sugar Industry Association ; les entreprises commerciales d'État importatrices de sucre et les autres entreprises doivent déposer une demande auprès de la CFNA.

Thématique : MOFCOM – ajustement – catalogue – bulk agricultural commodities – rapport – importation – sucre – huile d'olive

Date : le 30 juin 2020

Source : <http://www.mofcom.gov.cn/aarticle/b/c/200806/20080605623539.html>

CHINE : LA DEUXIÈME VAGUE DU COVID-19 A FRAPPÉ L'INDUSTRIE DE LA PÊCHE MARITIME ET LES IMPORTATIONS DE PRODUITS DE LA MER

Les importateurs chinois de saumon sont confrontés à des pertes de marchandises et une rupture de cash-flow.

À la mi-juin, de nouveaux cas de coronavirus ont fait leur apparition à Pékin : le marché de gros de Xinfadi est au cœur de cette nouvelle vague de contamination. Le marché a été fermé par les autorités, de même qu'un marché aux fruits de mer où s'était rendue l'une des personnes contaminées, pour que des opérations de désinfection et de collecte

d'échantillons y soient pratiquées. Le virus avait été détecté sur des planches servant à découper le saumon importé. Les gens tremblent désormais de peur dès qu'on parle de saumon et cette panique s'est rapidement propagée à tous les fruits de mer importés. Même si certains experts et institutions ont clarifié qu'aucun élément ne confirme que le saumon est à l'origine de cette propagation, les ventes de produits de la mer importés ont chuté du jour au lendemain et toute la chaîne industrielle connaît une crise sans précédent.

La plupart des grands importateurs de saumon se consacrent principalement à l'importation de saumon entier : les poissons crus sont expédiés en Chine après abattage et éviscération sur le lieu d'origine. Avec l'amélioration de la situation sanitaire et de la reprise de l'économie nationale, les importateurs chinois étaient assez optimistes quant aux perspectives de ventes de saumon, ils ont donc passé des commandes auprès de fabricants étrangers pour réserver des stocks. Mais maintenant que leurs ventes ont chuté, ils ont dû discuter d'urgence avec les fournisseurs étrangers pour annuler le grand nombre de commandes, car selon les règles du commerce international, tant que le saumon n'a pas été expédié, il est encore possible de s'ajuster (pour les producteurs de saumon, le saumon qui n'a pas été capturé dans la pêcherie est relativement facile gérer, mais c'est un casse-tête d'annuler le saumon qui a été abattu pour expédition).

En ce qui concerne la politique nationale des importations actuelles de saumon, il n'y a aucun obstacle. Les services d'inspection des douanes et de quarantaine du pays ont ajouté un nouveau test sur les saumons à l'arrivée à la douane, et le cycle d'inspection et de quarantaine est très court. Cependant, la vente au détail de saumon et l'industrie de la restauration ont été lourdement frappés : les restaurants sont le lieu de consommation de 70 à 80% des produits de la mer importés, et la consommation de saumon se fait principalement dans les restaurants japonais.

Les restaurants japonais ont ainsi stocké un grand nombre de produits de la mer haut de gamme, principalement du saumon, et la revente difficile a entraîné de lourdes pertes. Aujourd'hui, la plupart d'entre eux ne fournissent plus de sashimi, mais proposent de la nourriture cuite. En amont, les grossistes sont aussi gravement touchés et confrontés à une rupture de cash-flow : les restaurants aujourd'hui en difficultés ne peuvent pas les payer à temps. De plus, les saumons frais réfrigérés importés ont un cycle de vente de seulement une ou deux semaines. Ils ne peuvent qu'être détruits ou congelés s'ils ne sont pas vendus à temps, cependant en plus des frais de l'entreposage au froid, le poisson congelé ne vaut que la moitié de la valeur du poisson frais réfrigéré.

Du point de vue de l'industrie mondiale du saumon norvégien, la situation actuelle en Chine est pour l'instant gérable. La Chine est un marché à fort potentiel, mais le volume de consommation n'est pas important, soit environ 5% au niveau mondial. Les producteurs de saumon devraient donc être en mesure d'équilibrer le marché mondial et de compenser les pertes de la Chine.

Thématique : saumon importé – fruits de mer importés – saumon norvégien – restaurants japonais

Date : le 1^{er} juillet 2020

Source : <http://news.foodmate.net/2020/07/565136.html>

CHINE : LE FROMAGE A LE TAUX DE CROISSANCE LE PLUS DYNAMIQUE DE L'INDUSTRIE LAITIÈRE EN CHINE

La restauration est devenue le moteur du développement de l'industrie fromagère.

Selon les statistiques, dans le contexte de la montée en gamme de consommation, de la popularisation de la cuisine occidentale, et de l'optimisation des structures industrielles de production des produits laitiers, l'industrie fromagère a connu un développement fulgurant en Chine, avec un taux de croissance se plaçant au premier rang parmi tous les produits laitiers.

Gravement touchées par le Covid-19, les entreprises laitières ont augmenté la production de lait en poudre afin de digérer le surplus de lait cru produit par la filière en amont : le volume moyen de lait en poudre fabriqué a atteint 18 000 tonnes par jour. Pour des raisons de nutrition et de santé nationales, les entreprises sont encouragées à élargir et à renforcer l'industrie fromagère locale. Ces dernières années, le volume de consommation de fromage n'a cessé d'augmenter d'une année à l'autre, dépassant 300 000 tonnes (fromage à la crème inclus), et le taux de croissance annuel moyen de la consommation de fromage en Chine devrait rester supérieur à 19% dans les années qui viennent. Le principal groupe de consommateurs de produits fromagers est la jeune génération de consommateurs âgés de 15 à 30 ans : la plupart des fromages sont achetés par de jeunes consommateurs dans les supermarchés, et dans plusieurs chaînes de restaurants occidentaux, les plats au fromage sont également très populaires auprès des jeunes. L'industrie fromagère en Chine est entrée dans une période de développement rapide, grâce au développement de la restauration à l'occidentale, et à une montée en gamme des produits laitiers avec une orientation plus saine. Selon les statistiques, la taille du marché de l'industrie chinoise du fromage est passée de 403 millions CNY en 2004 (50,7 millions d'euros) à 6 549 milliards CNY (824 milliards d'euros) en 2018.

Le fromage a une valeur nutritive élevée et est connu sous le nom de "lait d'or". En plus du fromage frais, environ 8 à 10 tonnes de lait cru peuvent produire 1 tonne de fromage, ce qui est une véritable essence du lait. Depuis toujours, le fromage est considéré comme un aliment traditionnel dans les pays occidentaux, mais les produits fromagers en Chine ont également une longue histoire. Il existe encore de nombreux types de produits fromagers traditionnels en Chine. Selon un expert dans le secteur, en plus d'enrichir et d'améliorer le goût du fromage, la restauration et le développement de plats adaptés au goût des consommateurs chinois, sont au centre du développement de l'industrie fromagère.

Thématique : fromage – restauration – industrie des produits laitiers – restauration occidentale

Date : le 30 juin 2020

Source : <http://news.foodmate.net/2020/06/565072.html>

CHINE : FIN DES PAILLES EN PLASTIQUE CHEZ MCDONALD'S EN CHINE

400 tonnes de plastique vont être économisées chaque année.

Ces derniers jours, McDonald's Chine a annoncé la disparition des pailles en plastique de ses restaurants dans les villes chinoises de Pékin, Shanghai, Canton et Shenzhen à partir du 30 juin. D'ici fin de l'année 2020, tous les restaurants de McDonald's en Chine vont bannir les pailles en plastique. Pour boire des boissons froides (hormis le thé aux perles de tapioca et certaines boissons froides à base de café), il faudra donc se passer de paille. Le liquide pourra être bu via un petit bec placé sur le couvercle. Grâce à cette opération, McDonald's Chine devrait pouvoir réduire ses déchets de plastique de 400 tonnes chaque année.

En janvier dernier, les autorités chinoises ont lancé une nouvelle réglementation sur l'interdiction de l'utilisation de pailles en plastique jetables. D'ici fin 2020, tous les acteurs du secteur de la restauration en Chine doivent supprimer les pailles en plastique. Starbucks Chine a déjà fait disparaître les pailles en plastique de ses cafés de Chine en 2019.

Thématique : McDonald's – paille – plastique

Date : le 30 juin 2020

Source : https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_8051591

HONG KONG : LES STATISTIQUES MONTRENT QUE PLUS DE RESTAURANTS ONT OUVERT QUE FERMÉ AU 1^{ER} MAI 2020 À HONG KONG

Les quartiers de Causeway Bay et Tsim Sha Tsui sont durement touchés, alors que nouveaux restaurants ont ouvert à Kwun Tong et Tsuen Wan.

Après six mois de conjoncture économique morose, l'industrie de la restauration hongkongaise semble rebondir alors que la situation épidémique s'est stabilisée et que les restrictions sanitaires ont été assouplies. Le guide des restaurants OpenRice a analysé les données des restaurants locaux au cours des cinq premiers mois de cette année et a constaté que plus de 1 200 restaurants avaient fermé à Hong Kong pendant la période. Les zones commerciales et touristiques traditionnelles telles que Yau Ma Tei, Tsim Sha Tsui, Mong Kok et Causeway Bay sont les zones les plus gravement touchées (120 restaurants ont fermé à Tsim Sha Tsui). Cependant, le nombre de restaurants nouvellement ouverts à Hong Kong au cours de la même période était supérieur à celui des fermetures. Plus de 1 300 restaurants ont osé ouvrir malgré l'épidémie et relever le défi.

La directrice générale d'OpenRice, Huang Fengming, a déclaré que le taux de fermeture de restaurants dans le centre-ville est plus élevé que dans d'autres quartiers, principalement en raison de la diminution des employés de bureau et des touristes. Lorsque l'épidémie était à son paroxysme en février et mars, les gens rentraient chez eux rapidement s'ils sortaient, et de nombreux restaurants ont ajusté leurs méthodes de fonctionnement, certains ont raccourci leurs heures d'ouverture et certaines chaînes de restaurants ont concentré leurs effectifs dans un nombre réduit de succursales pour économiser de l'argent, voire ont retardé leur expansion. La vente de plats à emporter a été multipliée par 5,5 sur les cinq premiers mois de l'année, et en février les ventes de fondues chinoises à emporter ont été multipliées par 10. Le nombre de restaurants proposant des services de vente à emporter a été multiplié par 1,2. L'augmentation des commandes en provenance de zones résidentielles a été la plus importante, comme dans le

quartier de Tai Po ou Tseung Kwan O. Les mesures de distanciation sociale mises en place par le gouvernement entre février et juin ont eu un impact plus important sur les petits restaurants abordables où le nombre de sièges affectait directement le nombre de clients et donc le chiffre d'affaires. Le gouvernement a mis en place un fonds de subventions antiépidémiques pour aider les restaurants en difficultés à survivre. Après le ralentissement de l'épidémie en mai et juin, le chiffre d'affaires de nombreux restaurants est revenu à 70-80% du chiffre d'affaires initial, ou est parfois plus élevé qu'avant. Le secteur de la restauration dans les zones touristiques n'est pas entièrement rétabli. Avec la baisse des loyers, davantage de restaurants devraient ouvrir dans les prochains mois.

Thématique : restaurants – Hong Kong – épidémie – consommation – tourisme – vente à emporter

Date : le 6 juillet 2020

Source :

<https://news.mingpao.com/pns/%E8%A6%81%E8%81%9E/article/20200706/s00001/1593974818771/openrice%E6%95%B8%E6%93%9A-%E9%A6%965%E6%9C%88%E9%96%8B%E5%BC%B5%E9%A3%9F%E8%82%86%E5%A4%9A%E9%81%8E%E7%B5%90%E6%A5%AD-%E5%B0%96%E6%B2%99%E5%98%B4%E9%8A%85%E9%91%BC%E7%81%A3%E9%87%8D%E5%89%B5-%E8%8D%83%E7%81%A3%E8%A7%80%E5%A1%98%E5%A4%9A%E6%96%B0%E5%BA%97>

GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION

ACRONYMES

COVID-19	Corona Virus Disease 2019
CNY	Chinese Yuan
CFNA	China Chamber of Commerce for Import and Export of Foodstuffs, Native Produce & Animal By-Products

EUR	Euros
KOL	Key Opinion Leaders
OEM	Original Equipment Manufacturer
USD	US Dollar

SOURCES D'INFORMATION

WWW.LINKSHOP.COM.CN

Site Internet de l'information sur les supermarchés, les grands magasins, les centres commerciaux, l'immobilier commercial, les dépanneurs et d'autres formats de vente au détail, les données de l'industrie, les avis d'opinion et les informations de gestion.

WWW.BBTNEWS.COM.CN

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

WWW.MINGPAO.COM

Site Internet du journal quotidien Ming Pao (sinogrammes : 明報/明報). Il s'agit d'un journal quotidien hongkongais fondé en 1959 qui couvre les événements politiques et économiques à Hong Kong et en Chine continentale.

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.MOFCOM.GOV.CN

Site internet officiel du ministère du Commerce chinois.

WWW.UDN.COM

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.CHINAFRUITPORTAL.COM

Site internet en chinois sous contrôle du groupe chilien Yentzen, spécialisé en reportage sur les politiques agricoles ou les tendances commerciales de différents pays dans le secteur des fruits et légumes, notamment ceux en lien avec le marché chinois.

NEWS.FOODMATE.NET

Site internet en chinois spécialisé en fourniture de diverses informations dans le secteur des produits alimentaires.

VEILLE MÉDIATIQUE AGROALIMENTAIRE SUR LA CHINE, HONG KONG ET TAÏWAN

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

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

RÉDACTEURS

Ying LI – Chargée d'affaires export Agrotech bureau de Pékin
Sisi WANG - Chargée de développement Agrotech bureau de Pékin
Yuchen ZHOU - Chargée de développement Agrotech bureau de Pékin
Bixi LI – 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
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.