

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

Octobre 2020 – N° 51



SOMMAIRE

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS..... 3

Chine : la bière belge Hoegaarden importée s'est vu refuser l'entrée en raison d'une utilisation excessive d'additifs alimentaires 3

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

Chine : Burger King : dernières informations sur la cession de Burger King China 4

STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS..... 5

Chine : festival du vin allemand à Qingdao : 6ème édition 5

Chine : groupe Joyvio : l'activité vin a été suspendue..... 5

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL 7

Chine : dernier rapport de Kantar Worldpanel : le marché chinois des biens de grande consommation continue de s'améliorer 7

Chine : la Chine deviendra pour la première fois le plus grand importateur d'arachides au monde 8

Chine : la Chine a acheté 664000 tonnes de soja américain 8

Chine : en Chine, le E-commerce de produits frais poursuit sa croissance au-delà de la situation épidémique : 3 512 entreprises enregistrées dans ce secteur sur les huit premiers mois de 2020 9

Chine : le prix du poulet en Chine tombe à un tiers du prix du porc 9

Chine : la production chinoise de produits biologiques a dépassé les 5,5 millions de tonnes en 2019..... 10

Hong Kong : pas de visiteurs, pas de buzz : les exploitants de food-truck de Hong Kong voient la fin de la route au milieu de la pandémie de Covid-19 10

Taiwan : le marketing expérientiel, nouvelle tendance marketing dans vente au détail 11

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

Acronymes 12

Sources d'information..... 12

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

CHINE : LA BIÈRE BELGE HOEGAARDEN IMPORTÉE S'EST VU REFUSER L'ENTRÉE EN RAISON D'UNE UTILISATION EXCESSIVE D'ADDITIFS ALIMENTAIRES

Selon les réglementations en vigueur en Chine, l'acésulfame ne peut être utilisé dans aucun alcool.

Deux lots de la bière Hoegaarden du groupe Budweiser ont été refusés à l'entrée en Chine, en raison de l'utilisation excessive de l'additif alimentaire acésulfame potassium. Les produits en question sont la bière blanche (saveur citron) et la bière rose (saveur fruit). Ce n'est pas la première fois que Hoegaarden se voit refuser l'entrée. En juin de cette année, trois lots de produits Hoegaarden se sont également vu refuser l'entrée par l'Administration générale des douanes chinoise en raison de l'utilisation excessive d'additifs alimentaires.

En Chine, la "norme nationale sur l'utilisation des additifs alimentaires" stipule que l'acésulfame ne peut être utilisé dans aucun alcool.

Thématique : Hoegaarden – Budweiser – acésulfame – additifs alimentaires

Date : le 23 septembre 2020

Source : <https://www.jiemian.com/article/5025912.html>

*

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

CHINE : BURGER KING : DERNIERES INFORMATIONS SUR LA CESSION DE BURGER KING CHINA

Le 17 septembre, Bloomberg News a dévoilé que le Turc TAB Food Investments (TFI) envisage de céder la totalité de ses actions dans Burger King China (汉堡王), soit une participation de 50%, avec une valorisation de plus de 1,2 milliard de USD.

TFI, le plus gros franchisé Burger King au monde, a répondu qu'aucun processus de vente d'actions n'est actuellement en cours. En 2019, la société avait annoncé son intention de vendre ses actions Burger King sur le marché chinois, afin de trouver de nouveaux partenaires pour développer ses autres activités en Chine. TFI exploite actuellement 2 519 points de vente et 8 marques food & beverage dans le monde. Entré sur le marché chinois en 2012, ce franchisé a largement contribué au développement rapide de Burger King China, avec plus de 600 magasins ouverts en 6 ans. En Chine, TFI exploite plus de 1 000 restaurants dans 155 villes, notamment avec les enseignes Burger King et Popeyes (派派思), dont le nombre de points de vente est actuellement inférieur à 100.

Burger King a intégré le marché chinois en 2005, avec seulement 52 restaurants recensés en 2012.

Sous l'impulsion du plan de développement « 1000 points de vente en 3 ans » (三年千店) initié en 2018, le géant américain prévoit de dépasser les 2000 restaurants d'ici à la fin de l'année prochaine. Fin 2019, Burger King comptait 1300 restaurants ouverts dans plus de 140 villes en Chine.

Thématique : Burger King – Burger King China – Fast Food – restauration rapide – chaînes de restaurants – cession

Date : le 21 septembre 2020

Source : <http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2020/455266.shtml>

STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS

CHINE : FESTIVAL DU VIN ALLEMAND A QINGDAO : 6EME EDITION

C'est le plus grand événement du vin en plein air en Chine.

Le 19 septembre, le 6^e festival du vin allemand à Qingdao a débuté. Le festival international du vin à Qingdao est actuellement le plus grand événement du vin en plein air en Chine.

L'organisateur du festival espère qu'en organisant cet événement, il pourra mieux connecter les ressources internationales, et en même temps créer de nombreuses opportunités d'échange pour les entreprises du monde entier et renforcer les contacts mutuels.

Le festival du vin allemand à Qingdao fournit non seulement une plate-forme aux citoyens de Qingdao pour en apprendre davantage sur la culture allemande, mais donne également aux Chinois et au reste du monde l'occasion d'en apprendre davantage sur la ville Qingdao. Ce n'est pas seulement un événement d'échange culturel, mais aussi un point chaud pour le tourisme et les loisirs.

Il est rapporté que ce festival du vin est coorganisé par Deutsch-Chinesische Treffpunkt Qingdao (DCT Qingdao) et Wine529, et a reçu un soutien spécial du Bureau de la culture et du tourisme de Qingdao. L'événement s'étend sur deux week-ends (du 18 septembre au 20 septembre, du 25 septembre au 27 septembre) pour un total de six jours. Le lieu est situé au Quai olympique, qui est un des bâtiments emblématiques de Qingdao. L'organisateur de l'événement propose une gamme complète de vins allemands, une activité de découverte des entreprises allemandes connues et la dégustation de spécialités de différents pays.

Deutsch-Chinesische Treffpunkt Qingdao (DCT Qingdao), une nouvelle plate-forme d'échange économiques, commerciaux et culturels sino-allemand a été établie par le gouvernement de Qingdao. Wine529 est un grand importateur de vin allemand, il possède 50 références de 7 appellations en Allemagne et en Autriche, gagnant le prix de "Meilleur importateur annuel de vins allemands en Chine" pendant trois années consécutives.

Thématiques : vin allemand – Qingdao – Festival du vin – Deutsch-Chinesische Treffpunkt Qingdao – Wine529

Date : le 21 septembre 2020

Sources : <http://www.winesinfo.com/html/2020/9/1-83688.html>

CHINE : GROUPE JOYVIO : L'ACTIVITE VIN A ETE SUSPENDUE

Le Groupe Joyvio se concentrera sur l'importation de fruits et de protéines animales (fruits de mer et viande).

Le 19 septembre, certains médias ont rapporté que le département du vin du Groupe Joyvio avait été vendu à Forty-Nine Union (spécialisé dans l'alcool de riz chinois). Cette vente a suscité une inquiétude généralisée dans l'industrie.

Cependant, la société a démenti cette déclaration, affirmant qu'en raison du Covid-19 et des changements dans l'environnement international, elle n'a fait que suspendre ses activités viticoles. Joyvio dispose toujours de ressources en amont et d'un stock qualité. La question de savoir s'ils vont redémarrer leurs activités à l'avenir dépend du développement de la crise sanitaire mondiale. Le Groupe Joyvio se concentrera, cette année, sur l'importation de fruits et de protéines animales (fruits de mer et viande).

En 2013, Joyvio de Legend Holdings a annoncé son entrée dans le domaine du vin. En 2018, il importait des vins de différentes appellations à travers le monde. Plus de 600 distributeurs et 430 magasins couvrent aujourd'hui toute la Chine, et trois magasins phares sur Tmall, JD et Suning ont été ouverts. Mais à partir de 2019, Joyvio semble être entré dans une période de faible développement.

Selon les professionnels, la crise sanitaire a eu un impact négatif important sur l'ensemble des métiers du vin importé.

Thématique: Joyvio – Covid-19 – Legend Holdings – vin – Forty-Nine Union

Date : le 21 septembre 2020

Sources : <http://www.winesinfo.com/html/2020/9/3-83686.html>

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL

CHINE : DERNIER RAPPORT DE KANTAR WORLDPANEL : LE MARCHÉ CHINOIS DES BIENS DE GRANDE CONSOMMATION CONTINUE DE S'AMÉLIORER

Le rapport montre qu'au cours des 12 dernières semaines, les ventes sur le marché chinois des biens de grande consommation ont augmenté de 4,1% par rapport à l'année précédente, principalement en raison de l'augmentation de la fréquence d'achat.

Le taux de croissance des villes secondaires dépasse celui des villes principales. Dans le même temps, avec l'atténuation de l'épidémie et l'arrivée de l'été, la consommation en extérieur dans les villes primaires a commencé à montrer des signes de redressement.

Par rapport à l'année dernière, les canaux de distributions modernes (y compris les hypermarchés, les supermarchés et les épiceries) ont chuté de 2,9% au cours des 12 dernières semaines. Les petits supermarchés ont continué à progresser avec une croissance rapide de 7,3%, tandis que les hypermarchés ont subi de sérieux défis, avec une baisse de 7,1% en glissement annuel. Il est à noter que parmi les plus grands détaillants, RT-Mart a gardé la position de leader avec une part de marché de 7,2%, soit une augmentation de 0,1% par rapport à l'année précédente, ceci et attribué à la croissance forte de la part des villes secondaires. Dans le même temps, Yonghui a maintenu une croissance à deux chiffres au cours des trois derniers mois. Selon le dernier rapport financier, le chiffre d'affaires de Yonghui a augmenté de 22,7% au premier semestre 2020. Parmi les détaillants régionaux, Spar Group est celui qui a le plus progressé, atteignant 17,9%.

Le dernier rapport a également souligné que le e-commerce continue de maintenir une forte croissance de 43,5%, en effet, depuis l'épidémie, les consommateurs chinois se sont habitués aux achats en ligne. Au cours des 12 dernières semaines, 72,3% des ménages urbains chinois ont acheté des biens de consommation rapides en ligne, ainsi le nombre de consommateurs a considérablement augmenté. Alibaba a maintenu sa position de leader avec une part de marché en ligne de 45,8%, tandis que la part de marché de JD a légèrement diminué de 0,2%.

Parmi les principales entreprises de commerce électronique, Alibaba reste en première position avec une augmentation de son taux de pénétration du marché chinois de 13,9 %, suivi de Pinduoduo avec 8,8%. Pinduoduo a récemment lancé un nouveau projet d'achat du groupe communautaire "Duo Duo Cai", qui vise à augmenter les utilisateurs actifs mensuels en vendant des aliments frais et d'autres articles de consommation à haute fréquence et de première nécessité.

Thématique : biens de grande consommation – supermarché – hypermarché – e-commerce

Date : le 16 septembre 2020

Source : <http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2020/455014.shtml>

CHINE : LA CHINE DEVIENDRA POUR LA PREMIERE FOIS LE PLUS GRAND IMPORTATEUR D'ARACHIDES AU MONDE

Les importations chinoises d'arachides devraient atteindre 1,4 million de tonnes cette année.

La Chine est le premier consommateur et producteur mondial d'arachides. Selon les statistiques, la production d'arachides en Chine en 2019 était de 17 519 600 tonnes, soit près de 40% de la production mondiale. Avec l'amélioration du système de culture national et la croissance rapide des importations d'arachides ces dernières années, la production, la transformation et le commerce d'arachides en Chine ont changé.

En raison du manque d'approvisionnement intérieur en arachides, la Chine a importé 841 600 tonnes d'arachides en 2019, pour une valeur d'importation de 649 millions de dollars, un niveau record. Les principaux pays d'origine de ces importations sont le Sénégal, le Soudan et les États-Unis, avec 91,1%. On estime que les importations d'arachides cette année atteindront 1,4 million de tonnes, la Chine dépassera l'UE et deviendra pour la première fois le plus grand importateur d'arachides au monde.

Le rapport du mois d'août sur le marché mondial du commerce des graines oléagineuses publié par le ministère de l'Agriculture a également souligné qu'au cours des cinq dernières années, la Chine a commencé à importer une grande quantité d'arachides, principalement pour les presser dans les aliments pour animaux et dans les huiles comestibles.

Thématique : arachide – huile comestible – aliments pour animaux

Date : le 25 septembre

Source : <http://www.chinanews.com/cj/2020/09-16/9292264.shtml>

CHINE : LA CHINE A ACHETE 664000 TONNES DE SOJA AMERICAIN

La Chine a commencé à acheter plus de soja et d'autres produits agricoles en provenance des États-Unis.

Les données du ministère américain de l'Agriculture montrent que les acheteurs chinois ont commandé 664 000 tonnes de soja, soit le plus grand volume d'achat journalier depuis le 22 juillet. Les données montrent également que les exportateurs américains avaient réalisé une vente de 101 600 tonnes de maïs vers la Chine.

Le total des achats de la Chine au premier semestre 2020 n'est que de 7,274 milliards de USD, tandis que l'accord commercial exige des achats annuels de 36,5 milliards de USD.

La forte augmentation des prix du maïs, qui est essentiel pour les filières d'élevages porcins, des élevages laitiers et des élevages de volailles, marque une augmentation de l'écart entre l'offre et la demande sur le marché chinois.

Après des mois d'importations records de soja en provenance du Brésil, la Chine a commencé à acheter plus de soja et d'autres produits agricoles en provenance des États-Unis. Les importateurs chinois ont acheté beaucoup de maïs, de viande de porc et de viande de volaille des États-Unis cette année.

Thématique : Soja – maïs – américain – viande de porc – viande de volaille

Date : le 15 septembre 2020

Source : <http://www.guojixumu.com/newsall.aspx?cid=3&id=17476>

CHINE : EN CHINE, LE E-COMMERCE DE PRODUITS FRAIS POURSUIT SA CROISSANCE AU-DELA DE LA SITUATION EPIDEMIQUE : 3 512 ENTREPRISES ENREGISTREES DANS CE SECTEUR SUR LES HUIT PREMIERS MOIS DE 2020

Le Guangdong est la province recensant le plus d'acteurs (3 800 entreprises), suivi par le Jiangsu (2 854), puis le Shandong (1 500).

En 2020, la situation sanitaire et la période de confinement ont bouleversé les habitudes de consommation en Chine. Désormais, de plus en plus de consommateurs font leurs courses en ligne, offrant une opportunité de croissance pour les acteurs du e-commerce d'aliments frais.

En conséquence, la création d'entreprises dans ce secteur est en plein essor, en hausse de 34,5% sur les huit premiers mois de 2020, par rapport à la même période l'année précédente. L'année 2019 avait déjà connu une dynamique positive, avec +17,4% de création d'entreprises d'e-commerce d'aliments frais, par rapport à 2018.

Aujourd'hui, un total de 16 000 entreprises de commerce électronique de produits frais sont enregistrées sur le marché chinois. Avec 3 800 entreprises, le Guangdong est la province chinoise qui rassemble le plus d'acteurs dans ce secteur, devant le Jiangsu (2 854 entreprises) et le Shandong (1 500 entreprises). En ce qui concerne la taille de ces entreprises, 74,4 % sont enregistrées avec un capital social de moins de 5 millions de CNY (environ 628 500 de EUR), tandis que seulement ¼ des sociétés disposent d'un capital social supérieur à 5 millions de CNY.

Thématique : e-commerce – e-commerce alimentaire – produits frais – habitudes de consommation – Guangdong

Date : le 22 septembre 2020

Source : http://www.ce.cn/cyssc/sp/info/202009/22/t20200922_35793717.shtml

CHINE : LE PRIX DU POULET EN CHINE TOMBE A UN TIERS DU PRIX DU PORC

C'est la première baisse depuis trois ans.

Selon des données récemment publiées par le Bureau national des statistiques de Chine, le prix de la viande de poulet en août a chuté de 1,6% par rapport à l'an passé. Le prix du poulet est tombé à environ un tiers de celui du porc.

Du 4 septembre au 10 septembre 2020, le prix du poulet était de 2,1 euros / kg, soit 11,9% de moins qu'au début de cette année. Le prix moyen du porc sur le marché de gros est de 6,1 euros / kg, ainsi le prix du poulet est d'environ un tiers du prix du porc.

Affectés par la peste porcine africaine, les prix du porc ont fortement augmenté l'an dernier, ce qui a entraîné la hausse du prix des poulets. Cela a accru la motivation des éleveurs de poulets. L'année dernière, la production de viande de poulet a connu une croissance exponentielle. En 2019, la consommation nationale de poulet est passée à 14 millions de tonnes.

Selon les données du Bureau national des statistiques, la production de volaille en Chine au premier semestre de cette année a augmenté de 6,8% par rapport à la même période l'an passé, et la capacité de production de poulets est restée élevée. En outre, le Covid-19 a également réduit la demande de consommation de poulet. Au premier semestre 2020, les entreprises et les écoles n'avaient pas encore complètement repris les activités à cause du Covid-19, et la demande des consommateurs n'était pas encore revenue à des niveaux normaux. Le prix de vente de viande de poulet avait donc chuté.

Thématique : viande de poulet – volaille – Covid-19 – porc

Date : le 16 septembre 2020

Source : http://www.ce.cn/cyssc/sp/info/202009/16/t20200916_35753158.shtml

CHINE : LA PRODUCTION CHINOISE DE PRODUITS BIOLOGIQUES A DEPASSE LES 5,5 MILLIONS DE TONNES EN 2019

Le Heilongjiang, la Mongolie Intérieure, le Liaoning, le Guizhou et le Shandong sont les cinq premières provinces productrices de produits bio en Chine.

D'après le rapport sur la certification des produits bio et le développement du secteur bio en Chine présenté le 21 septembre, fin 2019, la surface totale de plantation des cultures biologiques (selon la norme chinoise de produits bio) s'étendait sur 2,2 millions d'hectares et la production totale de plantes biologiques était de 12,45 millions de tonnes en Chine. Un total de 5 361 certificats ont été délivrés à 5 120 entreprises.

Sur l'année 2019, la production chinoise de produits bio a atteint 5,5 millions de tonnes. Les provinces chinoises du Heilongjiang, la Mongolie Intérieure, le Liaoning, le Guizhou et le Shandong sont les cinq premières régions productrices avec un total de 2,22 millions de tonnes, soit 59% de la production biologique chinoise annuelle.

Sur cette même année 2019, le volume total des ventes de produits bio en Chine s'est élevé à 67,8 milliards de CNY (environ 8,5 milliards de EUR), en hausse de près de 7% par rapport à 2018. Les importations et exportations étaient respectivement de 12,5 milliards de CNY (environ 1,5 milliard de EUR) et de 727 millions de USD.

Thématique : agriculture biologique – produits bios – biologique – certification – agriculture

Date : le 22 septembre 2020

Source : http://www.ce.cn/cyssc/sp/info/202009/22/t20200922_35788340.shtml

HONG KONG : PAS DE VISITEURS, PAS DE BUZZ : LES EXPLOITANTS DE FOOD-TRUCK DE HONG KONG VOIENT LA FIN DE LA ROUTE AU MILIEU DE LA PANDEMIE DE COVID-19

Les arrivées de visiteurs à Hong Kong ont chuté de 99,9% (seulement 4449 visiteurs en août), et de 91,9% au cours des huit premiers mois de cette année.

L'expérience des Food Truck de Hong Kong est en train de mourir. Quatre ans après avoir fait irruption à Hong Kong, grâce à un concours pour sélectionner des vendeurs sur roues, ils commencent maintenant à disparaître.

La pandémie de Covid-19 a fait disparaître complètement les visiteurs, et les restrictions visant à maintenir le virus à distance ont retenu même les clients locaux à approcher les food trucks. Le revenu brut des Food trucks s'est effondré à seulement 540 000 dollars hongkongais au cours des huit premiers mois de cette année, contre 8,17 millions de dollars hongkongais à la même période l'année dernière. La commission n'avait pas d'informations sur les bénéfices et les pertes des vendeurs de Food truck.

Les arrivées de visiteurs à Hong Kong ont chuté de 99,9% (seulement 4449 visiteurs en août), et de 91,9% au cours des huit premiers mois de cette année. Des destinations clés telles que Disneyland et Ocean Park, autrefois parmi les endroits les plus lucratifs pour les Food trucks, sont fermées depuis des mois.

Sur 15 food-trucks en 2016, seuls trois sont toujours en service. Les autres ne fonctionnent plus, leurs propriétaires ayant abandonné.

Thématiques : coronavirus – Hong Kong – économie – food-truck

Date : le 19 septembre 2020

Source : <https://www.scmp.com/news/hong-kong/hong-kong-economy/article/3102197/no-visitors-no-buzz-hong-kongs-food-truck>

TAÏWAN : LE MARKETING EXPERIENTIEL, NOUVELLE TENDANCE MARKETING DANS VENTE AU DETAIL

De plus en plus de détaillants investissent dans la restauration dans un but de promouvoir davantage les ingrédients et de renforcer l'image des enseignes.

A.Mart, PX Mart et Carrefour, 3 grands opérateurs de la grande distribution ont lancé une nouvelle stratégie de marketing qui se focalise sur « l'expérience client ». Visant à stimuler les ventes de produits frais en magasins, ils diversifient leurs activités en restauration. La mise en application des ingrédients dans les restaurants permet de solliciter les cinq sens du consommateur.

A.Mart a créé 5 restaurants dans leurs points de vente hypermarchés au nord et au centre de Taiwan depuis décembre 2018, offrant un « service de cuisine » pour les clients. Les clients sélectionnent et achètent leurs produits en rayon et ont la possibilité de les cuisiner et consommer directement dans ces espaces de restauration. Dans un point de vente nouvellement ouvert à Taichung, tous les produits sont mis à disposition des clients pour être cuisiné en restaurant. Ce concept offre un excellent rapport qualité-prix et attire les clients. A.Mart estime que les ventes du service de cuisine au premier semestre de 2020 sont 7 fois plus élevées que celles de la même période de 2019. Les clients sont satisfaits par le fait que le prix du repas chez les restaurants A.Mart est au moins 10-20% inférieur au prix des restaurants en général.

Par ailleurs, ces enseignes ont réussi à stimuler les ventes des aliments frais dans les hypermarchés, avec une croissance décuplée du chiffre d'affaires un an après la mise en place du service de cuisine. Parmi tous les produits, les ventes de produits de la mer ont le plus augmenté, représentant 60% des ventes totales en service de cuisine, car certains ingrédients de fruits de mer sont difficiles à préparer. En outre, la viande représente 40% des ventes globales de services de cuisine, et le steak est le produit phare.

Afin d'améliorer l'expérience client et attirer l'intérêt des consommateurs pour les aliments frais, PX Mart, leader des chaînes de supermarchés, a lancé une enseigne de hot-pot en septembre 2020. Dans leur restaurant éphémère (pop-up) sur rue, il propose un hot-pot à base des ingrédients frais sélectionnés chez ses propres fournisseurs. Le prix moyen du repas est de 8,9 à 11,9 EUR, un prix accessible aux jeunes consommateurs.

En coopération avec un fournisseur, Carrefour a également créé son 1^{er} restaurant de hot-pot dans un de ses magasins, proposant des repas en utilisant les ingrédients filière qualité Carrefour. Carrefour a déclaré que depuis l'ouverture du restaurant en août, même sans campagne de promotion, le chiffre d'affaires mensuelles était près de 21 000 EUR. L'enseigne prévoit d'ouvrir plus de 10 restaurants à Taïwan en partenariat avec des fournisseurs ou des restaurateurs ayant une vision commune.

Thématiques : vente au détail – restauration – stratégie marketing -- Taïwan

Date : le 28 septembre 2020

Source : <https://www.chinatimes.com/newspapers/20200928000196-260204?chdtv>

GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION

ACRONYMES

COVID	Corona Virus Disease
CNY	Chinese Yuan
DCT	Deutsch-Chinesische Treffpunkt
EUR	Euros

PPA	Peste porcine africaine
TWD	Taiwan Dollar
UE	Union Européenne
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.CHINANEWS.COM

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

WWW.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.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.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.

WWW.WINESINFO.COM

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

WWW.CHINATIMES.COM

Le China Times Newsletter est un journal en ligne appartenant au groupe Want Want China Times. Créé en 1995, China Times Newsletter est le plus ancien média en ligne à Taïwan et l'un des 4 grands journaux de Taïwan (1 million de tirage pour la version papier), couvrant des sujets d'actualités politiques, socio-économiques, de sport et de loisirs.

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.SCMP.COM

Un média spécialisé dans le vin et dédié à partager et à diffuser les connaissances les plus récentes sur le vin et l'expérience de la vie du vin dans un esprit de simplicité, de divertissement et d'interaction.

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

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
Paul GEOFFROY – Chargé de développement Agrotech bureau de Pékin
Yvane ABIVEN – Chargée de développement Agrotech bureau de Canton
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
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.