

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

Janvier 2021 – N° 58

---



# SOMMAIRE

---

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

- Chine : ajustement des droits de douane pour l'an 2021 ..... 3
- Chine : suspension des importations de bois de grume pour plusieurs provinces australiennes ..... 3
- Chine : la province du Henan met en œuvre un système d'enregistrement en ligne (real-name system) pour l'importation d'aliments réfrigérés et congelés importés afin d'assurer une traçabilité des produits ..... 4
- Hongkong : suspension temporaire de l'importation de viande et produits à base de volaille en provenance de régions en Pologne et France ..... 5
- Chine: embargo sur les volailles et leurs produits dérivés en provenance de France ..... 5

## ACTIONS DE COOPÉRATION DES CONCURRENTS DE LA FRANCE DANS LE SECTEUR AGRICOLE ET AGROALIMENTAIRE ... 6

- Chine : 2020, synonyme de changements significatifs pour l'industrie du lait cru – une acquisition massive de grandes entreprises couplée à un élargissement des cheptels bovins laitiers ..... 6

## STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS..... 7

- Chine : la route scientifique de l'agriculture Alibaba..... 7
- Chine : six nouvelles boutiques hors taxes autorisées sur l'île de Hainan ..... 8
- Chine : la marque de vins liquoreux "Mary Shelley" entre sur le marché des vins « féminins » avec des références botrytisées ..... 8

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

- Chine : le marché de la vente au détail de fruits de mer est en plein développement..... 9
- Chine : le e-commerce, moteur de l'économie en Chine pendant le 13ème plan quinquennal (2016-2020) ..... 9
- Chine : la province du Henan met en œuvre un système d'enregistrement en ligne (real-name system) pour l'importation d'aliments réfrigérés et congelés importés afin d'assurer une traçabilité des produits ..... 10
- Taiwan : tendance imparable des achats de produits alimentaires en ligne avec un taux de croissance des ventes en plein essor, dépassant de loin les canaux physiques ..... 11

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

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

# SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

## CHINE : AJUSTEMENT DES DROITS DE DOUANE POUR L'AN 2021

*Des taux conventionnés sont applicables pour les marchandises en provenance de 27 pays/régions signataires.*

Le 21 décembre dernier, la Commission des taxes douanières du Conseil des Affaires d'Etat chinois a publié sur son site internet la circulaire No 33-2020 au sujet de l'ajustement des droits de douane chinois pour l'an 2021.

En ce qui concerne les droits de douane pour les nations « préférées » (most favoured nations, «MFN»), depuis le 1er janvier 2021, des taux temporaires sont applicables sur 833 références de marchandises (à l'exception de celles sous gestion de quota).

En 2021, des taux conventionnés sont applicables pour les marchandises en provenance de 27 pays/régions ayant signé des accords commerciaux. Ainsi, une baisse du taux fixe a été opérée depuis le 1er janvier 2021 pour les produits sous les accords commerciaux bilatéraux signés avec la Nouvelle-Zélande, le Pérou, le Costa Rica, la Suisse, ainsi que ceux sous l'accord APTA (Asia-Pacific Trade Agreement).

Une partie des marchandises d'origine mongole est également incluse sous le taux conventionné de l'APTA depuis le 1er janvier 2021.

À partir du 1er juillet 2021, certains taux conventionnés continueront de baisser, afin de suivre les exigences de l'accord commercial bilatéral sino-suisse et de l'accord APTA.

Enfin, des droits de douane préférentiels spéciaux continueront d'être applicables pour certains pays moins développés.

Thématique : taxe tarifaire – ajustement – Chine - 2021

Date : le 21 décembre 2020

Source : [http://gss.mof.gov.cn/qzdt/zhengcefabu/202012/t20201223\\_3636573.htm](http://gss.mof.gov.cn/qzdt/zhengcefabu/202012/t20201223_3636573.htm)

## CHINE : SUSPENSION DES IMPORTATIONS DE BOIS DE GRUME POUR PLUSIEURS PROVINCES AUSTRALIENNES

*Les provinces australiennes concernées sont le Queensland, le Victoria, la Tasmanie, l'Australie-Méridionale, la Nouvelle-Galles du Sud et l'Australie-Occidentale.*

Le Département des produits animaux et végétaux de l'Administration générale de la Douane chinoise (la GACC) a publié, le 24 décembre dernier, une circulaire au sujet de la suspension d'importation de bois de grume depuis deux provinces australiennes : la Nouvelle-Galles du Sud et l'Australie-Occidentale.

Ces derniers jours, les services douaniers de plusieurs ports chinois tels que Tianjin, Nankin, Xiamen, Canton, Shenzhen et Huangpu ont respectivement détecté des ravageurs forestiers dans des bois de grume importés depuis ces deux provinces australiennes. Ainsi, l'administration générale de la douane chinoise a décidé de suspendre l'importation des bois de grume depuis ces deux provinces australiennes, deux points ont été mis en application à la suite de la demande de l'administration générale de la douane chinoise :

- Suspendre la réception des demandes de déclaration douanière pour l'importation des bois de grume en provenance de la Nouvelle-Galles du Sud et de l'Australie-Occidentale, débarqués depuis le 22 décembre 2020 ;
- Renforcer le contrôle et la quarantaine des bois de grume importés depuis l'Australie.

Il est à noter que le Département des produits animaux et végétaux de la GACC avait déjà publié, le 31 octobre, le 11 novembre et le 2 décembre 2020, plusieurs circulaires au sujet de la suspension d'importation des bois de grume depuis 4 autres provinces australiennes : le Queensland, la Victoria, la Tasmanie ainsi que l'Australie-Méridionale.

Thématique : suspension – importation – bois en grume - Australie

Date : le 24 décembre 2020

Source : [https://www.thepaper.cn/newsDetail\\_forward\\_10520288](https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_10520288)

## CHINE : LA PROVINCE DU HENAN MET EN ŒUVRE UN SYSTEME D'ENREGISTREMENT EN LIGNE (REAL-NAME SYSTEM) POUR L'IMPORTATION D'ALIMENTS REFRIGERES ET CONGELES IMPORTES AFIN D'ASSURER UNE TRAÇABILITE DES PRODUITS

Le 30 décembre, l'administration provinciale du Henan a mis en place une norme imposant un enregistrement via un système de *real-name system* pour les consommateurs achetant des aliments importés via la chaîne du froid. À l'heure actuelle, le « Système de traçabilité des aliments de la chaîne du froid de la province du Henan » est dorénavant effectif, permettant la gestion complète des importations de viandes congelées et de produits maritimes à destination de la province du Henan.

Selon cette réglementation, les transformateurs et les commerçants d'aliments importés de la chaîne du froid du Henan doivent procéder à un enregistrement sur le « système de traçabilité » avant le 5 janvier 2021, et joindre différents certificats relatifs à l'origine, l'inspection et quarantaine de leurs produits ou encore télécharger une attestation de test Covid-19 et de désinfection des marchandises.

Les transformateurs et les commerçants sont soumis à l'apposition d'un code de traçabilité sur l'emballage des aliments. Suite à l'enregistrement post-achat du consommateur, ce dernier peut utiliser Alipay ou WeChat pour scanner ce QR code afin de vérifier la cohérence des informations avec celles renseignées par le code de traçabilité. En cas d'impossibilité de procéder au scan par les consommateurs, les producteurs et les opérateurs du secteur alimentaire seront alors obligés d'enregistrer à leur tour leur identité (y compris le nom, l'adresse et le numéro de téléphone) afin de transmettre ces informations sur le système mis en place.

Thématique : aliments importés – chaîne du froid – traçabilité

Date : le 30 décembre 2020

Source : [https://www.thepaper.cn/newsDetail\\_forward\\_10596051](https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_10596051)

## HONGKONG : SUSPENSION TEMPORAIRE DE L'IMPORTATION DE VIANDE ET PRODUITS A BASE DE VOLAILLE EN PROVENANCE DE REGIONS EN POLOGUE ET FRANCE

*Cette nouvelle suspension de l'importation de viande de volaille - carcasses, abats et œufs inclus - à Hong Kong fait suite à des cas de grippe aviaire détectés dans des élevages en Warmińsko-Mazurskie (Pologne) et en Vendée et Deux-Sèvres (France).*

Le 16 décembre 2020, le Centre pour la Sécurité Alimentaire (CFS) du Département de l'hygiène alimentaire et environnementale de Hong Kong a annoncé la suspension des importations de volaille -carcasses, abats et œufs- en provenance du district de Nowomiejski dans la région Warmińsko-Mazurskie en Pologne et des départements de Vendée et des Deux-Sèvres en France. Cette décision à effet immédiat fait suite au signalement de la part de l'Inspection vétérinaire générale de Pologne et de l'Organisation mondiale de la santé animale (OIE) concernant des foyers de grippe aviaire H5N8 hautement pathogène constatés dans les zones géographiques ciblées par la suspension, en Pologne et en France.

"Le CFS a contacté les autorités polonaises et françaises sur ces questions et suivra de près les informations publiées par l'OIE et les autorités compétentes sur les foyers de grippe aviaire. Des mesures appropriées seront prises fonction de l'évolution de la situation", a déclaré le porte-parole du CFS.

Au cours des neuf premiers mois de 2020, Hong Kong a importé environ 9 900 tonnes de viande de volaille congelée et 21,32 millions d'œufs de volaille en provenance de Pologne et près de 8 740 tonnes de viande de volaille réfrigérée et congelée et 1,1 million d'œufs de volaille produits en France, selon le Département du recensement et des statistiques.

1 : Le Centre pour la sécurité alimentaire ou Center for Food Safety (CFS) est responsable de la planification et de la mise en œuvre des politiques de contrôle de la sécurité sanitaire des aliments sur Hong Kong.

Thématiques : Sécurité Alimentaire – Volaille – Hong Kong – Grippe aviaire – Restrictions sanitaires

Date : le 16 Décembre 2020

Source : [https://www.cfs.gov.hk/english/press/20201216\\_8359.htm](https://www.cfs.gov.hk/english/press/20201216_8359.htm)

## CHINE: EMBARGO SUR LES VOLAILLES ET LEURS PRODUITS DERIVES EN PROVENANCE DE FRANCE

*La mesure est mise en application depuis le 5 janvier 2021.*

L'Administration Générale de la Douane chinoise (GACC) et le ministère de l'agriculture et des affaires rurales chinois (MARA) ont annoncé conjointement, le 5 janvier 2021, la mise en place d'un embargo sur les importations de volailles et produits dérivés en provenance de France, en raison des récents cas de grippe aviaire H5N8 sur le sol français. L'interdiction concerne tout produit non transformé ou transformé mais pouvant encore transmettre le virus. Il est interdit également d'envoyer des volailles ou des produits dérivés par voie postale depuis la France.

Thématiques : embargo – volaille – France – grippe aviaire

Date : le 5 janvier 2021

Source : <http://www.customs.gov.cn/customs/302249/2480148/3502950/index.html>

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

## CHINE : 2020, SYNONYME DE CHANGEMENTS SIGNIFICATIFS POUR L'INDUSTRIE DU LAIT CRU – UNE ACQUISITION MASSIVE DE GRANDES ENTREPRISES COUPLEE A UN ELARGISSEMENT DES CHEPTELS BOVINS LAITIERS

Depuis 2020, un nombre non-négligeable d'entreprises chinoises locales de lait cru sont progressivement aspirées par des géants de l'industrie laitière en parallèle d'une hausse des prix du lait amenant le secteur vers une nouvelle période d'expansion.

À partir de la fin de 2019, la fréquence de nouvelles fusions et acquisitions d'entreprises de lait cru s'est accélérée : Bright Dairy a investi 750 millions de CNY (95 millions d'euros) dans l'élevage et l'usine de Huishan Dairy dans la province du Jiangsu; le groupe japonais Meiji a acquis à hauteur de 25% la société Austasia Dairy pour une valeur totale 1,81 milliard de CNY (230 millions d'euros); Mengniu a augmenté sa participation au sein de China Shengmu de 3,83% à 17,8 % et est devenu le plus grand actionnaire de China Shengmu; Yili s'est lancé dans l'acquisition de Zhongdi Dairy après avoir finalisé le rachat de SK-Xing en janvier; Newhope Dairy a acquis la première entreprise laitière de la région du nord-ouest Ninxia Huanmei Dairy pour 1,711 milliard de CNY (216 millions d'euros).

Cette vague d'investissements s'est également accompagnée d'élargissements conséquents des tailles d'élevage. En 2020, Yili et Mengniu ont annoncé le début de la construction de 5 bases de production de lait cru à grande taille impliquant un cheptel dépassant 600 000 têtes. Junlebao Dairy et Bright Dairy ont déclaré avoir l'intention de multiplier les sources de production de lait en établissant de nouveaux élevages. Modern Dairy a également annoncé une nouvelle série de plans d'expansion initié en décembre avec pour objectif d'élever les capacités d'élevage de 230 000 à 500 000 têtes au cours des cinq prochaines années et d'augmenter la capacité de production de lait cru de 1,5 million de tonnes à 3,6 millions de tonnes.

Alors que les entreprises laitières déploient intensivement des moyens d'élevage et de traitement en amont, les prix du lait restent élevés et continuent d'augmenter. En novembre 2020, le prix d'achat du lait cru sur le marché était en moyenne de 4,15 CNY / kg (0,52 Euros/kg), contre 3,65 CNY / kg (0,46 Euros/kg) en 2019.

Thématiques : lait cru – acquisition

Date : le 27 décembre 2020

Source : <https://www.yicai.com/news/100892323.html>



# STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS

## CHINE : LA ROUTE SCIENTIFIQUE DE L'AGRICULTURE ALIBABA

*Alibaba se concentrera sur l'innovation dans le secteur agricole et explorera l'agriculture numérique avec des scientifiques de tous horizons.*

Le 18 décembre, le premier Forum d'Alibaba sur l'agriculture numérique s'est tenu à Kunming, dans le Yunnan. Le forum a réuni 50 personnes, 30 académiciens et experts de l'agriculture et 20 membres de l'équipe numérique d'Alibaba ; ils ont conjointement examiné des idées et des méthodes innovantes pour l'évolution de l'agriculture numérique.

Le thème de ce forum était : « Rendre les agriculteurs riches » en utilisant les nouvelles technologies agricoles et le numérique.

Lors du forum, Li Shaohua, vice-président du groupe Alibaba et directeur général de la division de l'agriculture numérique d'Alibaba, a déclaré qu'Alibaba se concentrerait sur "trois types d'innovations".

Concernant l'innovation technologique, Alibaba soutiendra les scientifiques pour développer l'utilisation du big data, aider les producteurs à planifier et gérer avec précision les cultures, et à améliorer l'efficacité de la production et l'utilisation des ressources ;

En matière d'innovation commerciale, Alibaba soutiendra 13 entreprises agricoles dans leur utilisation de l'ensemble de la chaîne de production industrielle et espère développer les liens entre les différents services (recherche, production, approvisionnement, vente, service) grâce à la numérisation ;

Enfin, en matière d'innovation de modèle, Alibaba et les scientifiques se concentreront sur la résolution de problèmes dans certaines zones agricoles clés. Ils exploreront conjointement de nouveaux modèles et mécanismes d'innovation scientifique et technologique ; et fourniront un soutien à la modernisation agricole et à la revitalisation rurale.

Le même jour, le premier canal officiel de coopération entre les scientifiques et Alibaba a été officiellement lancé sur la page d'accueil de Taobao.

À travers ce type d'évènement, Alibaba montre son désir de s'impliquer avec les scientifiques, dans la sélection et la production de nouvelles cultures, et plus seulement dans la vente finale de produits agricoles.

Lors de l'évènement Tmall Double 11 de cette année, les ventes de produits agricoles se sont élevées à 12 milliards de yuans, soit une augmentation de 22% d'une année sur l'autre, et 410 000 produits agricoles ont été vendus dans 1 406 comtés.

Thématiques : Alibaba – agriculture – big data – innovation – scientifiques agricoles

Date : le 20 décembre 2020

Source : <http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2020/460201.shtml>

## CHINE : SIX NOUVELLES BOUTIQUES HORS TAXES AUTORISEES SUR L'ILE DE HAINAN

*Ces autorisations apportent de la concurrence sur un marché des magasins hors taxes jusqu'alors dominé par un acteur majeur.*

Le 30 décembre 2020, le Port de libre-échange de Hainan a annoncé l'ouverture de six boutiques hors taxes supplémentaires, faisant passer de quatre à dix le nombre total d'établissements autorisés sur ce marché lucratif, répartis dans les villes de Haikou, Sanya et Boao.

Parmi les quatre boutiques déjà en opération, la première dépend du groupe China Duty Free Products (中国免税品), les trois autres appartiennent à Hainan Duty Free Products (海南省免税品), dont China Duty Free Products est actionnaire majoritaire depuis 2018. Désormais, les groupes Hainan Development Holdings (海南省发展控股), Shenzhen State-Owned Dutyfree Commodity (深圳市国有免税商品), Hainan Tourism Investment Development (海南省旅游投资发展) et China Pharmaceutical Group (中国医药集团) sont aussi autorisés à opérer sur ce marché.

Les ventes hors taxes 2020 liées au Port de libre-échange de Hainan sont estimées à plus de 30 Mds de CNY (3,8 Mds de EUR), marquées par des ventes quotidiennes dépassant les 120 M de CNY (environ 15 M de EUR) en moyenne depuis la mise en œuvre de la nouvelle politique d'exonération fiscale. Ainsi, depuis le 1er juillet, le montant annuel des achats hors taxe par voyageur pouvant être réalisé sur l'île de Hainan est de 100 mille CNY (environ 12 589 EUR). Les autorités locales mettent désormais l'accent sur une amélioration du service, et l'ouverture à venir de boutiques de produits importés détaxés à destination des résidents de l'île.

Thématiques : duty-free – hors taxe – Hainan – Port de libre-échange de Hainan

Date : le 30 décembre 2020

Source : [https://www.thepaper.cn/newsDetail\\_forward\\_10596129](https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_10596129)

## CHINE : LA MARQUE DE VINS LIQUOREUX "MARY SHELLEY" ENTRE SUR LE MARCHE DES VINS « FEMININS » AVEC DES REFERENCES BOTRYTISEES

*Le marché des boissons alcoolisées féminines est prévu atteindre une valeur d'une dizaine de milliards de CNY au cours des trois prochaines années.*

Mary Shelley se positionne sur le segment des vins fins, s'orientant vers des consommatrices âgées de 26 à 40 ans dont les occasions de consommation sont principalement personnelles et à domicile, ou encore dans le cadre d'interactions sociales et sous forme de cadeau. Depuis le lancement officiel de ses produits en avril 2020 en Chine, les ventes de la marque ont totalisé plusieurs millions de dollars américains.

Toutefois, la chaîne d'approvisionnement constitue le principal obstacle concurrentiel de Mary Shelley. Seules l'Allemagne, la France et la Hongrie maîtrisent les procédés de vinification des vins issus de pourriture noble. Evaluant au préalable et de manière exhaustive l'unicité du produit, la rareté, les facteurs historiques et culturels, le fondateur Harvey Zhai a identifié l'appellation Tokaj en Hongrie comme région de production de choix pour bâtir sa nouvelle marque, s'appuyant sur une coopération avec Domaine Hetszolo de Michel Reybier Hospitality.

Sur la base des différents taux de sucres résiduels couplés aux techniques de vinification, Mary Shelley divise son offre de vins liquoreux en plusieurs gradations, de 2 à 7 étoiles, pour faciliter l'identification auprès des consommateurs chinois. De cette manière, la marque se concentre sur un marché en expansion, simplifiant le concept de « vin botrytisé » en rendant ses références abordables. Chaque grade, s'inspirant sensiblement du système hongrois de puttonyos, est couplé à un prix unique, dont la promotion se concentre sur des références 3 et 5 étoiles vendues respectivement à 300 et 600 CNY.

Harvey Zhai considère le marché des boissons alcoolisées féminines « en phase de croissance », malgré des vins liquoreux pâtissant d'une faible présence de marque, ouvrant ainsi un champ d'opportunités pour les grandes marques en Chine. En parallèle, la proportion de femmes consommant de l'alcool ces dernières années a fortement augmenté, suivant une tendance pour les vins fins mais aux profils rarement « féminins » en raison d'une faible représentation.

Thématiques : vins liquoreux - vins botrytisés – Tokaj - Domaine Hetszolo - Michel Reybier Hospitality - vins féminins



Date : le 29 décembre 2020

Sources : <http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2020/460679.shtml>

# ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL

---

## CHINE : LE MARCHÉ DE LA VENTE AU DETAIL DE FRUITS DE MER EST EN PLEIN DÉVELOPPEMENT

---

*85% des grandes chaînes de magasins prévoient de développer un nouvel espace de croissance par le biais des fruits de mer.*

Selon des statistiques récentes, 60% des fruits de mer du territoire chinois sont destinés au marché de gros, 20% des fruits de mer vont vers le marché de la restauration et les ventes au détail de fruits de mer ne représentent que 15% du marché total en Chine, dont 5% sont des ventes en lignes.

Du point de vue du développement économique et des tendances de consommation, le marché de la vente au détail des fruits de mer en Chine a encore beaucoup de marge de croissance. De nombreux grands supermarchés nationaux considèrent les fruits de mer comme une catégorie clé pour leur avenir et prévoient de développer leur propre marque de fruits de mer, dans le courant de l'année 2021.

Selon une enquête menée auprès des 100 plus grandes chaînes de produits de consommation en Chine, les produits de la mer deviendront la principale catégorie de développement pour ces entreprises au cours des cinq prochaines années.

Thématiques : marché de détail – fruits de mer – chaîne de supermarché

Date : le 19 décembre 2020

Source : <http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2020/460175.shtml>

## CHINE : LE E-COMMERCE, MOTEUR DE L'ÉCONOMIE EN CHINE PENDANT LE 13ÈME PLAN QUINQUENNAL (2016-2020)

---

*Encadré par la « Loi sur le E-commerce » mise en œuvre en janvier 2019 en Chine, le Ministère du Commerce souligne le rôle déterminant du canal e-commerce au sein de l'économie nationale sur la période 2016-2020.*

Fin 2019, le volume national des transactions e-commerce atteignait 34 810 Mds de CNY (4 390 Mds de EUR) sur la période du 13ème plan quinquennal (2016-2020), avec un taux de croissance annuel moyen de 11,6%, dépassant celui de l'économie nationale et des industries traditionnelles. Au cours de cette période, les ventes au détail en ligne ont dépassé 10 000 Mds de CNY (1 260 Mds de EUR), avec un taux de croissance annuel de 24,6%. Plus spécifiquement,

les ventes au détail en ligne de biens de consommation ont contribué à hauteur de 45,6% au total des ventes au détail de biens de consommation. En 2019, les ventes en ligne des 100 plus grandes chaînes de distribution chinoises ont atteint 500 Mds de CNY (63 Mds de EUR), soit une augmentation annuelle de 28,7%.

Tandis que le commerce traditionnel a été fortement affecté par l'épidémie, le e-commerce a rapidement ajusté ses propres canaux logistiques et de vente pour répondre aux besoins quotidiens en Chine et dans le monde. Les fournitures médicales produites en Chine ont par exemple été distribuées dans le monde entier.

Le Ministère du Commerce promeut l'opportunité offerte par le canal e-commerce pour impulser la transformation et la modernisation du commerce de détail traditionnel (technologies de l'information nouvelle génération ; intelligence artificielle ; analyse de mégadonnées ; réalité virtuelle ; Internet des objets ; diffusion en direct ; etc.), favorisée par la large couverture internet haut débit et 4G sur le territoire. Le modèle de développement de certains acteurs du e-commerce est exposé au sein de 127 bases nationales de démonstration. L'axe O2O1, avec l'exemple de l'intégration entre plateformes e-commerces et magasins de proximité, est également scruté avec attention.

En parallèle, la coopération internationale en matière de e-commerce s'accélère, notamment grâce aux 600 formations e-commerce dispensées dans 70 pays. Dans le cadre des Routes de la Soie, les accords de développement passés avec 22 pays sur les 5 continents ont permis de faire augmenter les échanges de 87,9% entre 2018 et 2019, soit 49,6 points de plus que le taux de croissance total des transactions e-commerce transfrontalier réalisées avec la Chine. En 2019, le volume des importations et exportations via le e-commerce transfrontalier en Chine était cinq fois supérieur à celui de 2015, date de mise en place des premières « zones test » sur le territoire.

1 O2O : Online to Offline (intégration en ligne / hors ligne)

Thématiques : 13ème plan quinquennal – e-commerce – e-commerce transfrontalier – économie – nouvelles technologies

Date : le 31 décembre 2020

Source : <https://www.yicai.com/news/100897461.html>

## CHINE : LA PROVINCE DU HENAN MET EN ŒUVRE UN SYSTÈME D'ENREGISTREMENT EN LIGNE (REAL-NAME SYSTEM) POUR L'IMPORTATION D'ALIMENTS REFRIGÉRÉS ET CONGÈLES IMPORTÉS AFIN D'ASSURER UNE TRAÇABILITÉ DES PRODUITS

*Depuis cette année, les ventes de viande de mouton domestique ont augmenté de 108% d'une année sur l'autre.*

Selon les données statistiques de cette année, les ventes de viande de mouton domestique ont augmenté de 108% par rapport à l'année précédente. Le Bureau national des statistiques a souligné que la restauration s'est rétablie au troisième trimestre 2020. Avec l'arrivée de l'automne et de l'hiver, la consommation saisonnière de viande de mouton a augmenté de manière significative. En outre, en raison de l'impact du Covid-19 à l'étranger, les deux principaux pays de production de viande de mouton, l'Australie et la Nouvelle-Zélande, sont limités dans leurs exportations. Par conséquent, la croissance de la consommation de viande de mouton est plus rapide que la croissance de l'offre. Les ventes de viande de mouton domestique sur le marché ont donc augmenté.

Le prix de viande de mouton domestique a considérablement augmenté, et est environ 10% plus cher que celle de Nouvelle-Zélande. Il n'y a pas de viande de mouton importé dans les supermarchés, les produits sont tous remplacés par des produits d'origine locale. Par rapport à la même période l'année dernière, le prix de la viande de mouton a augmenté de 10 à 30 CNY par kilogramme (1,26 – 3,8 euros/kg). Le prix moyen de viande de mouton est de 85 CNY / kg (10,7 euros/kg).

Depuis le début du Covid-19, les entreprises de viande étrangères ont signalé à plusieurs reprises des infections, de la viande importée a été testée positive au coronavirus. Pour cette raison, la Chine a suspendu les exportations de nombreuses entreprises de viande vers la Chine. Par exemple, la Chine a récemment suspendu l'exportation de viande de mouton pour l'Australian Lamb Company et Australian JBS Company.

Thématiques : exportation – viande de mouton - Australie

Date : le 11 décembre 2020

Soucre : <https://www.jiemian.com/article/5391082.html>

## TAIWAN : TENDANCE IMPARABLE DES ACHATS DE PRODUITS ALIMENTAIRES EN LIGNE AVEC UN TAUX DE CROISSANCE DES VENTES EN PLEIN ESSOR, DEPASSANT DE LOIN LES CANAUX PHYSIQUES

*Bien que les produits alimentaires représentent encore une proportion marginale des ventes en ligne, les consommateurs taiwanais commencent à s'habituer à acheter de la nourriture via l'e-commerce, ainsi les ventes de produits alimentaires en ligne ont connu +80% de croissance au cours des deux dernières années.*

A Taiwan, le secteur de la vente au détail s'oriente vers l'e-commerce. Selon les données du Département des Statistiques du Ministère des Affaires Economiques, les ventes au détail via l'e-commerce ont atteint 287,3 milliards TWD en 2019, soit 8,6 milliards EUR, connaissant une croissance à deux chiffres pendant 2 années consécutives. La croissance a accéléré au 1er semestre 2020 avec un chiffre d'affaires de 4,8 milliards EUR, soit une augmentation de 17,5% par rapport à la même période en 2019. Parmi de nombreuses catégories de produits, la part des ventes de produits alimentaires dans l'e-commerce augmente. Selon les recherches de Kantar Worldpanel, la société de sondage, au 2e trimestre de 2018, les ventes de produits alimentaires dans l'e-commerce ne représentaient que 4,5% des ventes totales de produits alimentaires, mais au 2e trimestre de 2020, le chiffre est passé à 8,1%.

Par rapport à d'autres pays, la vitesse de développement de l'e-commerce à Taiwan figure parmi les premiers. En termes de proportion de l'e-commerce dans les ventes au détail, Taiwan se positionne en 3e place parmi les pays asiatiques, juste derrière la Chine et la Corée du Sud. Par ailleurs, selon les données d'Euromonitor en 2020, en termes de proportion des ventes en ligne de produits alimentaires emballés par rapport aux ventes globales, Taiwan a atteint 4,9% des ventes, derrière la Corée du Sud (13,5%), la Chine (11,8%) et les Etats-Unis (5,7%), mais devant le Japon (2,5%).

Tous les opérateurs des grandes plates-formes d'e-commerce ont observé cette tendance et y ont répondu. PChome, leader de l'e-commerce qui est spécialisé dans les ventes de produits électroniques, a déclaré que le développement des ventes de produits alimentaires en ligne seront considérés comme une stratégie importante pour le futur. Par ailleurs, les grands fabricants ainsi que les petites et moyennes entreprises de l'industrie alimentaire ont investi activement sur le marché de l'e-commerce. Par exemple, le groupe Dachan Great Wall a commencé à investir dans des opérations de l'e-commerce depuis 2013. En plus d'utiliser les plateformes d'e-commerce existantes pour la commercialisation de leurs produits, ils se préparent à renforcer l'image de la marque et élargir la clientèle en créant leur propre site web d'e-commerce.

En réponse à la tendance des achats de produits alimentaires en ligne, de nombreux opérateurs de l'industrie mènent activement une transformation numérique. Dans le but de connecter avec succès les canaux physiques et numériques, de plus en plus d'opérateurs sont prêts à investir en capital, fournir la formation du personnel et faire évoluer la culture organisationnelle.

Thématiques : e-commerce – mode de consommation – produits alimentaires - Taiwan

Date : le 1<sup>er</sup> décembre 2020

Source : <https://www.foodnext.net/news/industry/paper/5593538978>

# GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION

## ACRONYMES

<b>APTA</b>	<b>Asia-Pacific Trade Agreement</b>
<b>CFS</b>	Center for Food Safety
<b>COVID</b>	Corona Virus Disease
<b>CNY</b>	Chinese Yuan
<b>EUR</b>	Euros

<b>GACC</b>	Administration générale de la Douane chinoise
<b>MARA</b>	Ministry of Agriculture and Rural Affairs
<b>OIE</b>	Organisation mondiale des animaux Santé
<b>USD</b>	US dollars
<b>TWD</b>	Taiwan Dollar

## SOURCES D'INFORMATION

### WWW.FOODNEXT.NET

Créée en 2015, Food Next est une plateforme en ligne de média spécialisée dans l'actualité de l'industrie agroalimentaire, et dont le but est de transmettre des informations précises et pédagogiques concernant les dernières informations réglementaires et actualités du marché agroalimentaires pour les consommateurs finaux ainsi que les professionnels. Cette revue en ligne organise régulièrement en parallèle des colloques et conférences avec des influenceurs pour parler de l'origine des ingrédients, des dernières tendances du marché agroalimentaire et gastronomique.

### WWW.THEPAPER.CN

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

### WWW.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.CFS.GOV.HK

Le Centre pour la sécurité alimentaire (CFS) est le responsable de la planification et de la direction de la mise en œuvre des politiques de contrôle de la sécurité sanitaire des aliments sur Hong Kong.

### WWW.YICAI.COM

Créé en juillet 2003, site internet de CBN (China Business Networks), presse financière et économique, appartenant à SMG, Shanghai Media Group, le deuxième groupe de presse chinoise.

### WWW.MOFCOM.GOV.CN

Site internet officiel du ministère du commerce chinois.

### 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.CUSTOMS.GOV.CN

Site internet officiel de l'Administration Générale de la douane chinoise.

## 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  
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  
Nicolas FURIO- Chargée de développement Agrotech bureau de Shanghai  
Yanxia DENG - Chargée de développement Agrotech bureau de Canton  
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  
Marianna SIVALIANT– 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.