

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

Mars 2021 – N° 62

---



## SOMMAIRE

---

### SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS..... 4

Chine : L'accord sino-européen sur la reconnaissance mutuelle de la protection des indications géographiques entre en vigueur ..... 4

Chine : Autorisation de nouveaux additifs alimentaires, ainsi que de nouveaux additifs pour les matériaux en contact direct avec des denrées alimentaires ..... 5

Taiwan : Les autorités sanitaires taiwanaises ont annoncé un amendement sur la définition du chocolat..... 5

Hongkong : Restaurants : les dîners sur place après 18h de nouveau autorisés..... 6

### ACTIONS DE COOPÉRATION DES CONCURRENTS DE LA FRANCE DANS LE SECTEUR AGRICOLE ET AGROALIMENTAIRE ... 7

Chine : Changements au capital de Suning.com : Shenzhen International et Kunpeng Equity rachètent 23% des actions ..... 7

### STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS ..... 8

Chine : Le groupe CP investit plus de 140 millions d'euros dans un projet d'élevage caprin dans la province du Shaanxi ..... 8

Chine : Tim Hortons Chine accélère l'ouverture de magasins en Chine ..... 8

Chine : Combien de temps l'enseigne d'hypermarchés Walmart China pourra-t-elle subsister ?..... 9

### ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL ..... 10

Chine : La plateforme d'e-commerce 1919.cn publie des données sur les tendances de consommation de ses utilisatrices ..... 10

Chine : Les importations chinoises de viandes avicoles américaines ont atteint un nouveau record..... 11

Chine : Les représentants de l'APN et de la CCPPC ont suggéré d'augmenter les investissements dans la recherche scientifique dans l'industrie du vin ..... 11

Chine : Le ministère de l'Agriculture et des Affaires Rurales continue d'encourager la mécanisation agricole..... 12

Chine : Développement du secteur de la transformation des huîtres en Chine..... 12

### GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION... 13

Acronymes ..... 13

Sources d'information..... 13

## **IMPORTANT**

Dans le cadre d'une réflexion continue sur l'amélioration de la veille, les équipes de FranceAgriMer et Business France vous sont reconnaissantes de répondre à ce court [questionnaire de satisfaction](#). Votre participation contribuera à assurer une meilleure adéquation de la veille à vos besoins et nous assurera de la nécessité de poursuivre la publication de cet outil d'information.

Merci d'avance !

# SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

## CHINE : L'ACCORD SINO-EUROPÉEN SUR LA RECONNAISSANCE MUTUELLE DE LA PROTECTION DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES ENTRE EN VIGUEUR

*Après de longs pourparlers et une signature fin 2020, l'accord de protection dit « 100 + 100 » est désormais effectif, reconnaissant mutuellement des indications géographiques européennes et chinoises.*

Ce 1er mars 2021, l'accord bilatéral pour la protection des indications géographiques (IG) entre la Chine et l'Union Européenne est officiellement entré en vigueur. Cet accord est le premier de la sorte à être signé par la Chine dont la portée vise à renforcer la coopération économique et commerciale sino-européenne, profitant parallèlement aux consommateurs et professionnels.

Les indications géographiques sont ici de véritables certifications d'origine de produits et s'intègrent au sein d'enjeux cruciaux relatifs au respect de la propriété intellectuelle sino-française. A l'issue de 22 cycles de négociations initiées en 2011 et menant à la signature d'un accord le 14 septembre 2020, la Chine et l'Union Européenne se sont accordées sur la reconnaissance mutuelle de plus de 500 IG comprenant notamment certaines régions productrices de vins et spiritueux.

Cette entrée en vigueur se fonde sur un système en deux temps. Dans une première mesure sera reconnu bilatéralement un total de 200 indications géographiques, divisé équitablement entre la Chine et l'Union Européenne. La protection d'un second lot, comprenant 175 autres IG par partie, sera ensuite effective dans les 4 ans suivant la première prise d'effet de l'accord.

En guise d'exemple, la Chine bénéficie dès à présent d'une reconnaissance de nombreux de ses produits et indications, incluant les vins de la région de l'Est des montagnes du Helan (贺兰山东麓葡萄酒), le vin de glace de Huanren (桓仁冰酒), le vin de Yantai (烟台葡萄酒) et de Shacheng (沙城葡萄酒). Le raisin muscat Chadian (茶淀玫瑰香葡萄) et les vins du Château Rongzi (戎子酒庄葡萄酒) ont été inclus au sein de la deuxième partie de l'accord.

En outre, 74 IGP et AOP productrices de boissons alcoolisées au sein de l'Union Européenne sont désormais reconnues par la Chine, comprenant notamment les régions françaises des Côtes de Provence, de Bordeaux, du Cognac ou encore de la Champagne. Sont également incluses dans cette première liste les IG européennes de Porto, Hesse-Rhénane, Rioja et Toscane.

Thématiques : IGP – vins – spiritueux – AOP – accord – propriété intellectuelle

Date : le 1 mars 2021

Source : <https://www.putaojiu.com/news/202103296151.html>

## CHINE : AUTORISATION DE NOUVEAUX ADDITIFS ALIMENTAIRES, AINSI QUE DE NOUVEAUX ADDITIFS POUR LES MATERIAUX EN CONTACT DIRECT AVEC DES DENREES ALIMENTAIRES

*Des informations spécifiques sur leurs utilisations sont disponibles dans la circulaire.*

Le 18 février dernier, par son annonce No. 2-2021, la National Health Commission (NHC) a confirmé l'autorisation d'utilisation de nouveaux additifs alimentaires ainsi que de nouveaux additifs dans les matériaux en contact avec les produits alimentaires.

En ce qui concerne les additifs alimentaires nouvellement autorisés, 3 préparations enzymatiques (Alpha-amylase, Protease et Lactase) ont obtenu l'autorisation pour une utilisation dans des produits alimentaires. De plus, 4 types d'additifs alimentaires, 2 auxiliaires technologiques, ainsi que 1 fortifiant nutritionnel se sont vu accorder un élargissement de leur champ d'utilisation.

Quant aux matériaux en contact direct avec les produits alimentaires, 2 nouveaux additifs sont autorisés et 3 additifs ont bénéficié d'un élargissement de leur champ d'utilisation. La NHC autorise également 1 nouveau type de résine dédiée aux produits en contact direct avec des denrées alimentaires.

Des informations spécifiques telles que le numéro CAS, les champs d'utilisation, la quantité maximale d'utilisation, la limite de migration spécifique (LMS), la limite maximale de résidus (LMR), etc. ont également été précisées dans cette circulaire.

Thématiques : additif alimentaire – matériaux en contact – denrées alimentaires – autorisation - NHC

Date : le 20 février 2021

Source : <http://www.nhc.gov.cn/sps/s7892/202102/b03cdbca10464f2890d1b5d50d7bbb48.shtml>

## TAIWAN : LES AUTORITES SANITAIRES TAÏWANAISES ONT ANNONCE UN AMENDEMENT SUR LA DEFINITION DU CHOCOLAT

*La Taïwan Food & Drug Administration (TFDA) a annoncé des nouvelles règles précisant la quantité de chocolat et de cacao qu'un produit devrait contenir afin de pouvoir utiliser le terme de « chocolat » dans son nom.*

Ces nouvelles règles de définition du chocolat devront entrer en vigueur le 1er janvier 2022, couvrant les produits de chocolat qui contiennent des fourrages, des pâtes et des sirops de chocolat, ainsi que des chocolats contenant des graisses végétales. Les produits de chocolat fourrés devront contenir au moins 25% de chocolat et être précisés comme chocolat « fourré » ou « transformé » sur l'étiquetage. Quant aux produits de chocolat semi-solides ou fluides, tels que les pâtes à tartiner au chocolat ainsi que les produits à base de sirop chocolaté, ils devront contenir au moins 5% d'extrait sec de cacao ou au moins 2% de beurre de cacao.

Par ailleurs, la TFDA a enlevé les réglementations antérieures concernant l'étiquetage du « chocolat avec succédanés de beurre de cacao (chocolate with cocoa butter substitutes) ». Dans le futur, les produits dont la quantité d'huile végétale ajoutée dépasse 5% du poids total du produit, ne pourront plus être dénommés « produits chocolatés » mais pourront être décrits comme produits « aromatisés au chocolat ».

La TFDA précise que ces nouvelles règles s'appliqueront aux produits fabriqués à partir du 1er janvier 2022. Les fabricants seront condamnés à une amende variant entre 30 000 TWD (soit 899 EUR) et 3 millions TWD (soit 89 874 EUR), si l'emballage des produits concernés ne contient pas les informations requises. Par ailleurs, une amende de 40 000 à 4 millions de TWD, soit de 1 198 à 119 832 EUR, sera infligée si l'emballage des produits contient de fausses informations.

Thématiques : réglementation – chocolats – TFDA – étiquetage – Taïwan

Date : le 2 mars 2021

Source : <https://www.mohw.gov.tw/cp-5014-58406-1.html>

## HONGKONG : RESTAURANTS : LES DINERS SUR PLACE APRES 18H DE NOUVEAU AUTORISES

*Depuis le 17 février, les mesures sanitaires ont été assouplies et les établissements peuvent prolonger leurs services, passant de 18h à 22h.*

Des règles strictes avaient été mises en place début novembre dans le cadre de la quatrième vague d'infection. Le nombre de personnes autorisées par table est passé de 2 à 4, mais la réduction de 50% de la capacité des restaurants est toujours en vigueur.

L'assouplissement des mesures de distanciation sociale a conduit à la mise en place de nouveaux moyens pour détecter les cas positifs de Covid-19 et limiter leur propagation : les clients fréquentant un restaurant peuvent télécharger l'application gouvernementale d'exposition aux risques du virus « Leave Home Safe » puis scanner le QR code de l'établissement. L'application enregistre les endroits fréquentés et les stocke sur leur téléphone pendant 31 jours. Les utilisateurs recevront une alerte si un cas confirmé de Covid-19 est identifié sur l'un des lieux où il se sont rendus.

Certains acteurs du secteur de la restauration ont fait le choix de rester fermés en raison de leur désaccord concernant l'utilisation de cette application : celle-ci soulève des inquiétudes car le traçage des déplacements ne respecte pas la vie privée.

La seconde option proposée par les restaurants et cafés est de remplir un formulaire papier pour renseigner ses informations personnelles, offrant ainsi aux clients une alternative moins intrusive.

Les établissements, habituellement ouverts jusqu'à 3h du matin, ont été fortement impactés par les mesures anti-Covid. L'assouplissement de ces mesures leur offre ainsi un peu de répit.

Thématiques : restauration – économie – coronavirus

Date : le 19 février 2021

Source : <https://www.scmp.com/news/hong-kong/society/article/3122266/coronavirus-hongkongers-rediscover-joy-evening-meals>

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

## CHINE : CHANGEMENTS AU CAPITAL DE SUNING.COM : SHENZHEN INTERNATIONAL ET KUNPENG EQUITY RACHETENT 23% DES ACTIONS

*Cette opération permettra au détaillant Suning.com de gagner des parts de marché en Chine du Sud.*

Le 28 février, le duo d'investisseurs Shenzhen International (深圳国际) - Shenzhen Kunpeng Equity (鲲鹏资本) a conclu un accord-cadre avec ZHANG Jindong, dirigeant-fondateur et actionnaire jusqu'alors majoritaire, pour la cession de 23% des actions de Suning.com. L'opération s'élève à un total de 14,8 milliards de CNY (environ 1,91 milliards d'EUR). Le logisticien Shenzhen International et son partenaire investisseur Kunpeng Equity, gestionnaire de fonds contrôlé par la Municipalité de Shenzhen, entendent capitaliser sur l'infrastructure et les services logistiques du détaillant O2O (online to offline) Suning.com sur la zone de Shenzhen. Cela permettra également à Suning.com de développer son influence en Chine du Sud, spécifiquement au sein de la Great Bay Area.

A la suite de cette opération, ZHANG Jindong et ses partenaires conservent 21,83% des actions et demeurent les 1ers actionnaires en nombre de droits de vote.

Thématiques : Suning – Rachat – Suning.com – Shenzhen – E-commerce – Logistique

Date : le 2 mars 2021

Source : <https://mp.weixin.qq.com/s/5hhMcnxDMBQtQYbAnD6wIw>

# STRATÉGIE D'ENTREPRISES, DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS

## CHINE : LE GROUPE CP INVESTIT PLUS DE 140 MILLIONS D'EUROS DANS UN PROJET D'ÉLEVAGE CAPRIN DANS LA PROVINCE DU SHAANXI

*Afin de mettre en œuvre les objectifs des autorités de la province du Shaanxi sur le « Plan de développement de l'élevage industriel de caprins laitiers », le groupe CP a initié en février l'application d'un imposant projet dont la valeur investie s'élève à plus de 1,1 milliard de CNY (140 millions d'euros).*

Le plan d'action de ce programme inclus la standardisation des dynamiques d'élevages de caprins laitiers, l'optimisation de la transformation des produits laitiers, des aliments pour animaux, et biologiques ou encore l'établissement d'un centre de recherche sur la sélection génétique. En effet, l'une des priorités du groupe CP est d'établir une zone d'élevage de 106 000 mètres carrés en 2021, comprenant 2 500 têtes de caprins laitiers importés de qualité. A l'issue de la réalisation de ce projet, le cheptel du comté de Qianyang devrait regrouper plus de 50 000 têtes, un objectif dynamisé parallèlement par l'amélioration attendue de la chaîne industrielle interreliant la production, l'approvisionnement, la commercialisation et la recherche industrielle. La mise en place de ce dessein intégrera ainsi une prospection mondiale et active des meilleures races d'élevage et des équipements technologiques les plus performants.

Thématiques : caprin laitier – élevage

Date : le 4 mars 2021

Source : <http://news.foodmate.net/wap/index.php?moduleid=21&itemid=586468>

## CHINE : TIM HORTONS CHINE ACCELERE L'OUVERTURE DE MAGASINS EN CHINE

*Le plan d'ouverture de 1500 magasins en 10 ans, proposé lors de son entrée en Chine en 2019, est en cours d'accélération.*

Le 26 février, Tims Coffee a annoncé l'achèvement d'un nouveau tour de financement. Deux ans après l'entrée en Chine de Tims Coffe, il est destiné à l'expansion et au développement de l'infrastructure numérique.

En termes de plans d'ouverture de magasins, Tims prévoit d'ouvrir 200 nouveaux magasins en 2021, et le plan d'ouverture de 1500 cafés à travers le pays au cours des prochaines années reste inchangé.

Il existe actuellement trois principaux formats de magasin pour Tims :



- Les magasins standard
- Tims Go
- Les magasins axés sur l'expérience créative tels que Tims Lab.

Tims Go est similaire au format de magasin « express » que Starbucks et d'autres chaînes de cafés ont exploré ces dernières années - la surface du magasin est plus petite et repose principalement sur la commande par téléphone mobile ; tandis que les magasins standard sont généralement ouverts dans des centres commerciaux.

Tims a révélé que la marque compte actuellement environ 150 magasins en Chine, dont 15 magasins Tims Go. La société pense que le café est devenu un produit important pour les consommateurs chinois dans les villes de premier rang. Ainsi, un développement rapide est un facteur décisif important. À l'avenir, Tims continuera d'ouvrir des magasins standard, et plantera plus de magasins express (Tims Go) dans les villes de premier rang.

Thématiques : café – Tim Hortons – café express - efficacité

Date : le 26 février 2021

Source : <https://www.jiemian.com/article/5731739.html>

## CHINE : COMBIEN DE TEMPS L'ENSEIGNE D'HYPERMARCHES WALMART CHINA POURRA-T-ELLE SUBSISTER ?

*L'enseigne d'hypermarché éponyme du Groupe Walmart est en perte de vitesse sur le marché chinois, avec des recettes de plus en plus dépendantes de l'enseigne de magasins par abonnement Sam's Club, dont le positionnement n'est pas encore consolidé sur son segment de marché.*

Le rapport financier annuel 2020 du Groupe Walmart révèle une diminution sensible du nombre total de magasins en Chine (hypermarchés Walmart, Sam's Club et supermarchés Walmart Huixuan) par rapport à 2019, passant de 420 à 412. Pourtant, Sam's Club China projette d'augmenter le nombre de ses points de ventes à l'horizon 2022, tandis que le nombre de supermarchés Walmart Huixuan reste inchangé. Cette diminution est donc largement marquée par la fermeture d'hypermarchés Walmart en Chine, essentiellement par non-renouvellement de bail.

Le rapport permet également d'observer que la croissance à deux chiffres opérée par Sam's Club n'a pas compensé la forte perte de vitesse des ventes dans les hypermarchés Walmart. Ainsi, malgré la forte croissance sur le canal e-commerce (65% au dernier trimestre 2020), les ventes nettes du Groupe en Chine ont connu une légère baisse de 10,702 milliards de USD en 2019 à 10,671 milliards de USD en 2020.

Les hypermarchés Walmart subissent de plein fouet la diminution des ventes hors ligne et la rigidité d'un modèle économique basé sur une démultiplication du nombre de points de vente face à une concurrence déployant une stratégie plus flexible. D'un autre côté, Sam's Club fait face à une concurrence sévère sur son segment de marché, notamment avec l'arrivée de son rival nord-américain COSTCO en Chine en 2019. Bien plus que le total de ventes nettes, la bataille se mène sur la fidélisation client pour ses modèles économiques basés sur l'abonnement.

Au-delà de la sous-performance constatée des hypermarchés Walmart, le développement de Sam's Club ne permet pas de sécuriser les parts de marché du Groupe en Chine. A cette incertitude s'ajoutent les spéculations autour d'un rachat de Walmart China qui planent depuis la démission en mai 2020 de l'ancien PDG et son remplacement par Zhu Xiaojing, impliquée dans diverses opérations d'investissement sur le marché alimentaire.

Thématiques : Walmart – GMS – distribution – Sam's Club – Costco

Date : le 24 février 2021

Source : <https://www.jiemian.com/article/5714941.html>

# ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL

## CHINE : LA PLATEFORME D'E-COMMERCE 1919.CN PUBLIE DES DONNEES SUR LES TENDANCES DE CONSOMMATION DE SES UTILISATRICES

*1919.cn a justifié d'une augmentation de la fréquentation de la gente féminine, motivant des achats de boissons alcoolisées spécifiques à cette catégorie de consommateur.*

Se positionnant comme plateforme majeure dans le paysage chinois du e-commerce des boissons alcoolisées, l'entreprise sichuanaise 1919.cn a enregistré une hausse du nombre de ses membres, dépassant les 11 millions en ce début d'année 2021. Parmi les multiples profils d'utilisateurs, la gente féminine occupe une part croissante dans les recettes de l'entreprise, moyennant des paniers par cliente également à la hausse.

De 2017 à 2021, la proportion de membres de 1919.cn s'identifiant comme féminins est passée de 4,79% à 19,02%, s'inscrivant dans une tendance haussière globale du nombre de ses utilisatrices de 64,48%.

En 2020, le total annuel des commandes par cliente est estimé à 2228,24 CNY (287,75 EUR), soit une augmentation de 36,41% par rapport à 2019.

Cette féminisation de la consommation s'explique en grande partie par la force motrice de la génération Y. Cette génération intègre la plus grande proportion d'utilisateurs féminins, constituant 65,46% de son total. Le pouvoir d'achat des jeunes femmes continue d'exercer une forte influence sur l'industrie chinoise et motivant de nouvelles sources de revenus pour les acteurs de la filière. En effet, les dynamiques d'achat de la gente féminine chinoise exercent une influence prenant de l'ampleur, brisant les habitudes de dégustation dites « traditionnelles » et dépassant le taux de croissance de consommation des usagers masculins.

1919.cn met également en avant la centralité géographique de ses utilisatrices. Les provinces regroupant les groupes de clientes les plus denses sont le Sichuan, le Guangdong, le Henan, le Shaanxi et le Zhejiang, rassemblant 50,09% du total de ses membres féminins en Chine. A échelle municipale, les 5 villes les plus représentées par ces profils de consommateurs sont Chongqing, Chengdu, Guangzhou, Shanghai et Pékin.

Relativement aux types de boissons alcoolisées consommées, le baijiu ne représente que le deuxième alcool le plus commandé en ligne derrière les vins rouges, totalisant respectivement 23% et 35% des achats sur 1919.cn en 2020. Par rapport à 2019, le taux de croissance des ventes de vins de fruits commandés par des utilisatrices de 1919.cn a atteint 36%, représentant la plus faible augmentation toutes catégories d'alcools confondues. La bière a néanmoins enregistré une croissance fulgurante de 249%, reflétant une diversification des tendances de consommation féminine.

Thématiques : 1919 - femmes – vin – baijiu – bière – vin de fruits

Date : le 5 mars 2021

Source : <https://www.winesinfo.com/html/2021/3/12-84327.html>

## CHINE : LES IMPORTATIONS CHINOISES DE VIANDES AVICOLES AMERICAINES ONT ATTEINT UN NOUVEAU RECORD

*En 2020, les exportations de viandes de volaille en provenance des États-Unis vers la Chine intercontinentale et Taiwan ont battu un nouveau record après 5 ans d'interruption.*

Après une longue suspension des importations de viandes de volaille américaines affectées par la grippe aviaire, la Chine a levé ses mesures restrictives en décembre 2019 offrant depuis un nouveau souffle à l'industrie états-unienne. Les importations chinoises de viande avicole ont rapidement repris cours, rattrapant leur cadence d'activité de période pré-interruption avant l'arrivée du printemps 2020. Jouissant d'une nouvelle demande locale, les exportations américaines de poulets de chair vers la Chine ont atteint 732 millions d'USD en 2020, soit 20,6% des exportations totales de volailles américaines, dépassant ainsi le dernier record homologué en 2008. La Chine occupe désormais la place de deuxième destination des exportations américaines pour cette catégorie de produit, derrière le Mexique.

Ce nouveau record est notamment justifié par des importations chinoises de plus de 200 000 tonnes de pattes de poulets américains, totalisant une valeur de 461 millions d'USD en 2020. Les importations de cuisses de poulet ont également explosé, une tendance expliquée par l'influence de la peste porcine africaine frappant l'industrie nationale chinoise, orientant les locaux vers une consommation alternative de viandes de volaille.

Les exportations américaines en volume et en valeur de poulets de chair vers Taïwan ont également battu des records, enregistrant respectivement un total d'environ 240 000 tonnes (+16,7%) et 219 millions d'USD (+19,8%) en 2020

Thématique : poulet de chair – viande de poulet – exportation – les Etats-Unis – Taïwan

Date : le 25 février 2021

Source : <http://www.guojixumu.com/newsall.aspx?cid=500&id=18159>

## CHINE : LES REPRESENTANTS DE L'APN ET DE LA CCPPC ONT SUGGERE D'AUGMENTER LES INVESTISSEMENTS DANS LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE DANS L'INDUSTRIE DU VIN

*Les producteurs de vins chinois sont en difficulté depuis 2015.*

M. Jiang Ming, représentant de l'Assemblée populaire nationale et président du groupe de Tianming, a présenté les « Recommandations sur la diminution de la surimposition dans l'industrie du vin et l'amélioration de la compétitivité du marché ».

Affectée par de multiples facteurs tels que la renommée des vins importés et la faible acceptation du vin local par les consommateurs ; la production et les ventes de vins locaux sont en baisse d'année en année, depuis 2015 ; ainsi la réduction des retours sur investissement cause une réduction progressive de la superficie de plantation de raisins de cuve.

Les suggestions de M. Jiang Ming consistent tout d'abord à accroître les investissements dans la recherche scientifique et à optimiser les techniques de culture, afin de cultiver des variétés de raisins de cuve, adaptées aux conditions environnementales dans les principales zones de production du pays. Simplifier les procédures et les conditions d'introduction de variétés étrangères de haute qualité ; renforcer la recherche et le développement de technologies de plantation, développer et promouvoir les nouvelles machines agricoles, les machines de cueillette, d'élagage et les équipements de protection des végétaux, etc.

Enfin il est nécessaire de réduire la charge fiscale et d'optimiser l'environnement du secteur du vin, afin de favoriser son développement. Annuler la taxe sur la consommation de vin, exonérer ou réduire l'impôt sur les sociétés et réduire le taux d'imposition de 13% à 9% en ajoutant les vins à la politique de TVA préférentielle pour les produits agricoles primaires, afin de soutenir la filière vitivinicole nationale et résister à l'impact des produits importés.

APN: Assemblée populaire Nationale

CCPPC: Conférence consultative politique du peuple chinois

Thématique : filière vitivinicole – vin local – mesures de soutien  
Date : le 4 mars 2021  
Source : <https://www.winesinfo.com/html/2021/3/1-84319.html>

## CHINE : LE MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE ET DES AFFAIRES RURALES CONTINUE D'ENCOURAGER LA MÉCANISATION AGRICOLE

*Les politiques de subvention d'achats de machines agricoles continueront de s'appliquer à moyen et à long terme.*

Récemment, le ministère de l'agriculture et des affaires rurales chinois (MARA) a publié sur son site internet officiel l' « Avis pour l'accomplissement des objectifs clés du secteur agricole pour l'année 2021 ».

Dans cet avis, il a été précisé de :

- Encourager le développement de la mécanisation agricole et mettre en place plus de mesures de subventions pour les achats de machines agricoles ;
- Renforcer les subventions pour faciliter la production céréalière, pour les régions montagneuses, pour les machines et équipements intelligents, et encourager le renouvellement des machines agricoles ;
- Publier un catalogue des équipements et machines qui répondent aux besoins actuels des principales cultures agricoles ; encourager l'utilisation de machine agricole dans les régions montagneuses ;
- Créer des fermes expérimentales pour la mécanisation totale des principales cultures agricoles, et développer les nouveaux modèles de service tels que « mécanisation totale + numérisation », etc.

Thématique : MARA – avis – mécanisation agricole – subvention d'Etat  
Date : le 27 février 2021  
Source : <http://www.amic.agri.gov.cn/secondLevelPage/info/30/109412>

## CHINE : DEVELOPPEMENT DU SECTEUR DE LA TRANSFORMATION DES HUITRES EN CHINE

*L'un des plus gros producteurs et consommateurs d'huîtres au monde, la Chine lance une initiative de modernisation technologique dans le secteur de la transformation des huîtres.*

Le marché des huîtres en Chine est en plein développement, poussé par le secteur de la transformation de ces produits qui représente actuellement 20 milliards de CNY (environ 2,5 milliards d'EUR). Augmenter la valeur ajoutée des huîtres et développer davantage les produits à base d'huîtres sont des éléments clés du développement du secteur. Pour répondre aux besoins des consommateurs sur les produits à base d'huître, les entreprises chinoises investissent de plus en plus dans la technologie et les équipements de transformation de ces produits.

Sur le marché chinois, 60% à 70% des huîtres sont destinées à la consommation directe (principalement consommées cuites), et 30% à 40% sont transformées (congelées, séchées, broyées, etc.). « Ville des huîtres » en Chine, La ville de Rushan (province du Shandong), dispose de près de cent sites de purification et 10 usines de transformation d'huîtres. Le volume de produits à base d'huîtres dans cette ville atteint 20 000 tonnes par an.

Thématique : huître - transformation – surgelés - produits de la mer  
Date : le 18 février 2021  
Source : <https://www.foodjx.com/news/detail/137382.html>

# GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION

## ACRONYMES

<b>AOP</b>	Appellation d'Origine Protégée
<b>APN</b>	Assemblée populaire Nationale
<b>AUD</b>	Australian Dollar
<b>CCPPC</b>	Conférence consultative politique du peuple chinois
<b>CNY</b>	Chinese Yuan
<b>COVID</b>	Corona Virus Disease
<b>EUR</b>	Euros
<b>ICA</b>	International Chocolate Awards

<b>IG</b>	Indications Géographiques
<b>IGP</b>	Indication Géographique Protégée
<b>MARA</b>	Ministère de l'Agriculture et des Affaires rurales chinois
<b>TFDA</b>	Taiwan Food & Drug Administration
<b>O2O</b>	Online to offline
<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 agroalimentaire 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.SCMP.COM

South China Morning Post (SCMP), est un important journal de langue anglaise basé à Hong Kong et appartenant au groupe Alibaba.

### 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.NHC.GOV.CN

Site officiel de National Health Commission of the PRC.

### MP.WEIXIN.QQ.COM

Compte Wechat spécialisé en fourniture des informations sur le secteur des 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.

### **NEWS.FOODMATE.NET**

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

### **WWW.PUTAOJIU.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.

### **WWW.MOHV.GOV.TW**

Appartenant au ministère de la santé et du bien-être social, la Taiwan Food and Drug Administration (TFDA) est l'organisme gouvernemental taïwanais responsable de la sécurité et de la qualité des aliments, médicaments, services médicaux et cosmétiques mis en vente sur le marché.

### **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.

## 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  
Jenny MAHIKIAN – 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  
Laurent DINE – Chef de service réglementation internationale

Contact FranceAgriMer : Anatole GAUTHIER –Chargé de mission - 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.