

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

Juin 2021 – N° 69



SOMMAIRE

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS..... 3

- Chine : Le gouvernement central a mis à jour un ensemble de politiques visant à soutenir l'agriculture céréalière 3
- Chine : Ministère de l'Agriculture et des Affaires rurales : il faut promouvoir l'entièreté du système agricole 4
- Chine : le MARA publie la « Réglementation sur le système de gestion des intrants pour la pisciculture » 4
- Chine : Appel à commentaire sur la réglementation d'étiquetage des produits laitiers..... 5

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

- Chine : L'investisseur chinois Primavera Capital acquiert MeadJohnson Chine pour 2,2 Mds de USD 6

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

- Chine : Shuanghui investit sur le marché des substituts de viande au vu d'une tendance haussière mondiale 7
- Chine : Charoen Pokphand Groupe a investi 10 milliards de yuans dans la création d'une chaîne de production porcine à Chongqing..... 7

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL 9

- Chine : Le Ningxia construit une zone industrielle viticole moderne..... 9
- Chine : Les grandes chaînes chinoises de supermarchés accélèrent le développement des activités en ligne..... 9
- Chine : Publication du « Consensus scientifique sur les céréales complètes et la santé » par les professionnels chinois 10
- Chine : IWSR publie son analyse du positionnement de l'industrie des boissons alcoolisées sur le marché chinois en 2020 10
- HongKong : le secteur de l'hôtellerie prend des initiatives pour encourager la population à se faire vacciner..... 11
- Taiwan : la crise sanitaire stimule les ventes au détail et accélère la digitalisation des acteurs de la GMS..... 12

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

- Acronymes 13
- Sources d'information..... 13

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

CHINE : LE GOUVERNEMENT CENTRAL A MIS A JOUR UN ENSEMBLE DE POLITIQUES VISANT A SOUTENIR L'AGRICULTURE CEREALEIERE

Le ministère des Finances et le ministère de l'Agriculture et des Affaires rurales ont récemment publié conjointement un avis visant à déployer au niveau national un ensemble de politiques de soutien à l'agriculture céréalière en 2021.

Cet ensemble de politiques de soutien à la production céréalière comprend principalement cinq objectifs :

- Le premier objectif consiste à consolider les capacités de production céréalière en proposant du financement pour le développement de nouvelles terres agricoles.
- Le second objectif consiste à développer les technologies et les capacités de stockage de céréales, à travers le pays.
- Le troisième objectif est de stabiliser les subventions céréalières pour assurer des revenus raisonnables aux exploitations céréalières.
- Le quatrième objectif est d'optimiser la structure et la chaîne de production de l'industrie céréalière. Soutenir les principales provinces productrices de céréales et créer 5 nouveaux parcs industriels agricoles modernes.
- Le cinquième objectif est d'assurer la sécurité alimentaire et d'assurer une production alimentaire stable et accrue.

Thématique : production céréalière – politiques de soutien

Date : le 4 juin 2021

Source : http://www.xinhuanet.com/food/2021-06/04/c_1127528872.htm

CHINE : MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE ET DES AFFAIRES RURALES : IL FAUT PROMOUVOIR L'INTEGRALITE DU SYSTEME AGRICOLE

Le ministère de l'Agriculture et des Affaires rurales a récemment publié un document visant à promouvoir le développement de l'ensemble de l'industrie agricole.

Selon ce document, l'industrie agricole couvre tous les aspects de la recherche et du développement agricole, la production, la transformation et la consommation. Dans le passé, l'augmentation du niveau de vie des agriculteurs en Chine était principalement due au développement des cultures céréalières et au secteur de l'élevage. Aujourd'hui, l'écosystème agricole chinois commence à s'étendre aux industries primaire, secondaire et tertiaire, et permet de mettre en valeur les multiples facettes de l'agriculture, la diversité et la beauté des villages agricoles chinois attirent des touristes et augmentent le niveau de vie des agriculteurs.

Ces dernières années, le développement de la filière agricole en Chine s'est accéléré. En 2020, la valeur totale de la production agricole est de 10 700 milliards de yuans (1400 milliards d'euros), les revenus de l'industrie de transformation des produits agricoles sont de 23 200 milliards de yuans (3000 milliards d'euros) et les revenus des exploitations agricoles de loisir et du commerce électronique sont d'environ 4 000 milliards de yuans (500 milliards d'euros).

Thématique : chaîne de l'industrie agricole - transformation des produits agricoles

Date : le 3 juin 2021

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/202106/03/t20210603_36614101.shtml

CHINE : LE MARA PUBLIE LA « RÉGLEMENTATION SUR LE SYSTEME DE GESTION DES INTRANTS POUR LA PISCICULTURE »

L'objectif est de renforcer le contrôle sur l'utilisation des intrants pour la pisciculture.

Cette nouvelle réglementation vise à normaliser le contrôle de l'utilisation d'intrants pour la pisciculture, cette réglementation est établie sous la forme d'une liste positive, couvrant : les médicaments vétérinaires autorisés dédiés à la pisciculture, les ingrédients et additifs pour la pisciculture répertoriés dans le « Feed Ingredient Catalogue » et le « Feed additives catalogue », les aliments pour animaux ainsi que leurs additifs fabriqués par des producteurs locaux disposant du « Permis de production ». Elle précise également les méthodes à suivre pour trouver les listes des différents types d'intrants autorisés.

De plus, l'annonce demande de renforcer l'inspection et le contrôle lors de l'utilisation des intrants de l'aquaculture, et de publier au moins une fois par trimestre des messages d'alerte sur d'éventuels risques au niveau de la qualité et de la sécurité des produits destinés aux élevages.

Thématique : MARA – réglementation – utilisation - intrants - aquaculture

Date : le 27 mai 2021

Source : http://www.moa.gov.cn/govpublic/YYJ/202105/t20210527_6368569.htm

CHINE : APPEL A COMMENTAIRE SUR LA REGLEMENTATION D'ETIQUETAGE DES PRODUITS LAITIERS

La date finale de l'appel à commentaire est prévue pour le 4 juillet 2021.

Début juin, l'Administration nationale chinoise de Régulation du Marché (SAMR: State Administration of Market Regulation) a lancé un appel à commentaire concernant les indications détaillées sur l'étiquetage des produits laitiers ; en effet, il est désormais nécessaire de pouvoir lire en plus de la date de fabrication, la date maximale de consommation du produit. Pour le lait pasteurisé la durée du produit étant inférieure ou égale à 14 jours après sa fabrication et pour les yaourts, généralement inférieure ou égale à 30 jours.

Il est prévu qu'à partir du 1er octobre 2022, lors de la fabrication de lait pasteurisé et de yaourt, il faut indiquer sur l'étiquetage, en plus de la date de fabrication et la date maximale de consommation du produit. "nous vous prions de consommer ce produit avant le XX jour XX mois XXXX année". La police de caractères doit répondre aux demandes correspondantes de la GB 7718-2011 (Norme Nationale de sécurité alimentaire - Norme Générale pour l'étiquetage des denrées alimentaires préemballées). L'étiquetage doit être facilement identifiable et lisible.

Actuellement sur le marché chinois, pour la plupart des yaourts, la durée de vie des produits est de 21 jours. Par ailleurs, en ce qui concerne le "lait pasteurisé", il existe deux types de produits : ceux d'une durée de vie de 4 - 7 jours et ceux de 14 - 19 jours.

D'après les analyses des professionnels, la sortie de cette nouvelle demande vise à différencier les méthodes utilisées pour la pasteurisation du lait. De plus, pour les producteurs laitiers, les contrôles de la qualité, de la vitesse de rotation des produits, et de la gestion des canaux de distribution, etc. seront également plus fréquents.

Thématique : SAMR – appel à commentaire – étiquetage – lait pasteurisé – yaourt - DLC

Date : le 4 juin 2021

Source : http://www.samr.gov.cn/hd/zjdc/202106/t20210604_330268.html

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

CHINE : L'INVESTISSEUR CHINOIS PRIMAVERA CAPITAL ACQUIERT MEADJOHNSON CHINE POUR 2,2 MDS DE USD

Cette opération confère à Primavera Capital la licence exclusive d'utilisation des marques de MeadJohnson pour la zone « grande Chine ».

Le 6 juin 2021, le britannique Reckitt Benckiser, leader mondial sur le segment des produits de consommation pour la santé, a annoncé la signature d'un accord avec le fonds d'investissement chinois Primavera Capital pour la vente de l'entité MeadJohnson Chine. Dans le cadre de cette opération d'une valeur de 2,2 milliards d'USD, Reckitt Benckiser réduit sa participation dans MeadJohnson Chine à 8% et cède ainsi ses activités dans le secteur de la nutrition infantile sur la zone « grande Chine » (dont la Chine, Hong Kong et Taiwan).

Par ce rachat, Primavera Capital obtient la licence exclusive de commercialisation des marques de poudres de lait infantiles et produits de nutrition Enfinitas (蓝臻), Enfamil (铂睿) et Enfagrow (安儿宝) pour la zone « grande Chine ».

Reckitt Benckiser possède les marques de MeadJohnson / Enfinitas / Enfamil / Enfagrow en dehors de la zone « grande Chine ». Dans le cadre de l'exercice financier 2020, MeadJohnson a réalisé un chiffre d'affaires total de 861 millions de GBP (1,002 Mds EUR) dont 85 millions de GBP de ventes (98,94 millions EUR) provenant de la vente de produits de nutrition infantiles dans la zone « grande Chine ».

Primavera Capital est également investisseur dans la chaîne de restauration rapide Yum China et dans le laitier chinois Junlebao qui déploie une gamme de poudres de lait infantiles.

Thématique : MeadJohnson - Primavera Capital - acquisition - poudres de lait infantile - produit de nutrition - Reckitt Benckiser

Date : le 6 juin 2021

Source : <https://www.jiemian.com/article/6196406.html>

STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS

CHINE : SHUANGHUI INVESTIT SUR LE MARCHÉ DES SUBSTITUTS DE VIANDE AU VU D'UNE TENDANCE HAUSSIÈRE MONDIALE

En 2020, plus de dix milliards de dollars ont été investis dans l'industrie mondiale des succédanés de viande.

Shuanghui, géant de l'industrie chinoise des produits carnés, a récemment inauguré un institut de recherche lié aux produits carnés de substitution dans le but de mieux répondre à la demande du marché.

Selon un expert local, malgré les opportunités de développement basées sur des possibilités de marges brutes élevées à la vente du produit, il est encore difficile pour Shuanghui d'en tirer véritablement profit sans s'appuyer sur de grandes capacités de production.

L'ambition de l'entreprise de pénétrer le marché des succédanés de viande se fonde notamment sur une valeur sectorielle en augmentation ces dernières années. D'après Marketsand Markets, en 2019, la taille du marché mondial des substituts de viande a atteint un total de 12,1 milliards de dollars de ventes et poursuit une progression à la hausse. En effet, en raison d'un taux de croissance annuel de 15%, le marché mondial devrait atteindre une valeur record de 27,9 milliards de dollars d'ici 2025 dont les perspectives de développement sont principalement portées par le marché Asie-Pacifique.

Thématiques : substitut de viande – Shuanghui – viande végétale

Date : le 31 mai 2021

Source : <http://www.guojixumu.com/newsall.aspx?cid=2&id=18583>

CHINE : CHAROEN POKPHAND GROUPE A INVESTI 10 MILLIARDS DE YUANS DANS LA CREATION D'UNE CHAÎNE DE PRODUCTION PORCINE A CHONGQING

Charoen Pokphand Group a signé un contrat d'investissement stratégique de 10 milliards de yuans (soit environ 1,29 milliard d'euros) avec le comité du commerce de Chongqing.

L'entreprise Charoen Pokphand souhaite investir dans différents projets clefs, notamment l'établissement d'une chaîne de production de 1 million de porcs dans la région de Qijiang (Chongqing) ainsi que d'une chaîne de production de 3 millions de volailles dans la région Tongnan (Chongqing) ou encore l'inauguration des nouveaux supermarchés Lotus et Charoen Pokphand à Chongqing.

Fondé en 1921 par Yichu XIE, un Thaïlandais d'origine chinoise, Charoen Pokphnd Group est une entreprise multinationale bénéficiant d'un rayonnement international notable. L'entreprise maintient une relation commerciale avec diverses sociétés localisées dans plus de 100 pays et régions, et dispose d'environ 350 000 employés. En 2019, son chiffre d'affaires a atteint 68 milliards de dollars. Charoen Pokphand Group a commencé à investir en Chine en 1978, lorsque le gouvernement chinois a lancé des réformes permettant aux capitaux étrangers de financer et investir dans des sociétés chinoises. Aujourd'hui, Charoen Pokphand Group a fondé presque 600 entreprises en Chine en créant plus de 90 000 emplois. Les investissements totaux de l'entreprise en Chine ont dépassé 120 milliards de yuans (15,45 milliards d'euros), tandis que son chiffre d'affaires annuel est d'environ 150 milliards de yuans (19,92 milliards d'euros).

Thématiques : Charoen Pokphand – Chongqing – porc

Date : le 31 mai 2021

Source : <http://www.guojixumu.com/newsall.aspx?cid=2&id=18610>

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL

CHINE : LE NINGXIA CONSTRUIT UNE ZONE INDUSTRIELLE VITICOLE MODERNE

Le 8 juin, le gouvernement de la région autonome Hui de la province du Ningxia, le ministère de l'Agriculture et des Affaires rurales et le ministère de l'Industrie et des Technologies de l'information ont tenu conjointement une conférence de presse à Pékin pour présenter la nouvelle « Zone pilote de développement de l'industrie du vin du Ningxia ».

La zone pilote aura une superficie de 502,2 km², et couvrira 6 comtés. Elle se concentrera sur l'introduction de la technologie, la formation de nouveaux talents, la définition des normes d'innovation, sur le marketing international, et la protection environnementale.

À l'heure actuelle, les vignobles du Ningxia couvrent une surface de 333 km², l'industrie viticole du Ningxia inclut 211 caves et produit annuellement 130 millions de bouteilles de vin. Plus de 50 de ces caves ont remporté des prix dans des concours internationaux de vin.

Thématique : zone industrielle viticole – Ningxia

Date : le 9 juin 2021

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/202106/09/t20210609_36629819.shtml

CHINE : LES GRANDES CHAINES CHINOISES DE SUPERMARCHES ACCELERENT LE DEVELOPPEMENT DES ACTIVITES EN LIGNE

Les autorités chinoises lancent un avis sur la construction de « zone de proximité pratique » dans lequel les habitants peuvent trouver quasiment tous les biens de grande consommation dans un rayon de 15 minutes à pied.

La récente épidémie de Covid-19 a poussé les consommateurs chinois à privilégier l'achat d'aliments et produits frais en ligne. Pendant la période de confinement début 2020, les ventes en ligne ont atteint un taux de croissance de 200%. Ce phénomène pousse les grandes chaînes chinoises de supermarchés à accélérer le développement de leurs activités e-commerce et à renforcer l'expérience consommateur O2O.

Certaines chaînes ont même commencé à installer des mini-entrepôts dans les zones résidentielles afin d'assurer une livraison de produits plus rapide. Les enseignes chinoises de supermarchés dont Yonghui Superstores, RT-Mart et Hema accélèrent l'ouverture de magasins de petite taille.

Les géants chinois de E-commerce dont Alibaba, JD et Pinduoduo diversifient leurs activités en renforçant leurs services d'achats communautaires groupés.

Fin mai 2021, le Ministère du commerce de Chine et 12 autres unités représentatives ont rendu un avis sur la mise en place de « zone de proximité pratique », le ministère souhaiterait que sur un rayon de 15 minutes à pied autour d'un lieu de résidence, les habitants aient la capacité de trouver la grande majorité des biens essentiels de grande consommation. Cet avis met l'accent sur l'amélioration de l'emplacement et la multiplication des magasins de proximité, des supermarchés de frais, des restaurants, et des mini-entrepôts des plateformes de e-commerce alimentaires dans les zones résidentielles, dans l'objectif de faciliter les courses du quotidien des habitants.

Le secteur du e-commerce, le commerce de proximité et le mode de commerce O2O sont en plein développement en Chine.

1O2O : expérience d'achat intégrée en ligne / hors ligne

Thématique : E-commerce – supermarché – aliment frais – O2O – commerce de proximité – achat groupé en communauté

Date : le 3 juin 2021

Source : http://www.xinhuanet.com/food/2021-06/03/c_1127525045.htm

CHINE : PUBLICATION DU « CONSENSUS SCIENTIFIQUE SUR LES CEREALES COMPLETES ET LA SANTE » PAR LES PROFESSIONNELS CHINOIS

Cette publication a pour but d'éduquer les consommateurs chinois aux apports nutritifs des céréales sous leur forme non ou peu transformée, pour en développer la consommation.

Le 29 mai 2021, huit institutions professionnelles chinoises dont le China Food Information Center (CFIC), le Center for Disease Control and prevention of China (CDC) et l'Academy of State Administration of Grain of China (ASAG) ont publié le « Consensus scientifique sur les céréales complètes et la santé ».

Cette publication s'inscrit dans une démarche de pédagogie auprès des consommateurs pour mettre en avant les bienfaits des céréales complètes pour la santé et en démocratiser la consommation.

Le consensus favorise également l'établissement de normes harmonisées pour que le consommateur puisse s'y retrouver et le renforcement de la R&D pour diversifier les produits à base de céréales complètes en Chine.

En comparaison aux céréales transformées, les céréales complètes conservent des nutriments tels que les fibres alimentaires, la vitamine B, des minéraux et certaines substances actives végétales. Il est bon pour la santé de privilégier la consommation de produits à base de céréales complètes.

Thématique : consensus scientifique – céréales complètes – santé – habitudes de consommation

Date : le 3 juin 2021

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/202106/03/t20210603_36614205.shtml

CHINE : IWSR PUBLIE SON ANALYSE DU POSITIONNEMENT DE L'INDUSTRIE DES BOISSONS ALCOOLISEES SUR LE MARCHÉ CHINOIS EN 2020

A la suite de la crise de la Covid-19, les vins et les spiritueux importés ont pâti d'une baisse de consommation significative en 2020, compensée par un rebond économique portant la consommation de boissons alcoolisées aux mêmes niveaux que 2019.

Le marché chinois est caractérisé par une consommation de vins importés au sein des grandes métropoles, mais entrevoit l'émergence de foyers de consommation dynamiques de taille inférieure.

Cette nouvelle impulsion est due notamment au développement étendu des dynamiques de ventes en ligne chinoises, profitant également d'un fondement sans-équivoque de pionnier et leader mondial en période de pré-crise. Dans le prolongement de cette tendance croissante, la filière des boissons alcoolisées justifie d'une pénétration progressive sur les canaux digitaux, stimulant globalement les ventes off-trade de boissons alcoolisées totalisant 39,1% des parts de marché. Le vin demeure la boisson alcoolisée la plus vendue sur le canal du e-commerce dont la distribution off-

trade représente 53,9 % du chiffre d'affaires de sa catégorie. Les ventes de spiritueux et de bières se basent davantage sur une distribution on-trade malgré une hausse observée sur le canal off-trade atteignant 40% des parts totales.

L'épidémie de la Covid-19 a provoqué une paralysie du marché chinois entre janvier et mars 2020 dont la reprise d'activité n'a été initiée qu'à la fin du mois de mars. Dans l'ensemble, cette période de ralentissement a mené à une baisse des ventes générales des boissons alcoolisées : les consommateurs chinois ont consommé 4,14 millions de caisses de vin en 2020, soit une diminution de 19,1 % par rapport à 2019 ainsi que 8,68 millions de caisses de spiritueux (-4,6%/2019) et 42,65 millions de caisses de bières (-5,1%/2019).

La baisse des ventes de vins tranquilles et effervescents est la plus marquante au sein de la catégorie des vins, soit respectivement 32,9 % et 25,1 %, alors que celle des liqueurs est plus faible, enregistrée à 13,8 %. Parmi les spiritueux importés principalement appréciés en Chine, les amateurs locaux n'ont consommé que 1,68 millions de caisses de whiskies en 2020, soit -4 % par rapport à 2019 ; 3,39 millions de caisses de brandies, soit -4,7 % ainsi que 561 000 caisses de vodka, soit 10,9 %. Les volumes de ventes de gin et de rhum ont également diminué.

Thématique : boisson alcoolique – vin – spiritueux – Chine – e-commerce

Date : le 7 juin 2021

Source : <https://www.winesinfo.com/html/2021/6/1-84633.html>

HONGKONG : LE SECTEUR DE L'HOTELLERIE PREND DES INITIATIVES POUR ENCOURAGER LA POPULATION A SE FAIRE VACCINER

Certains hôtels à Hong Kong offrent des réductions aux personnes entièrement vaccinées.

L'hôtel de luxe The Langham et ses hôtels partenaires appartenant au groupe Great Eagle offrent à leurs clients vaccinés une réduction de 15% sur les repas et les boissons dans leurs restaurants et bars. Cette décision vise à encourager la population à se faire vacciner.

Les autorités publiques ont averti que des millions de doses inutilisées seront gaspillés à la mi-août car trop peu de gens recevaient le vaccin.

Les hôtels The Langham, Cordis, Eaton et Ming Court Wanchai, tous détenus par le groupe Great Eagle, proposent une offre « Stay Safe and Save » de 1000 nuitées chaque mois du 1er juin au 31 août 2021 avec 50% de réduction sur les tarifs des chambres et les menus des restaurants pendant le séjour.

Stefan Leser, le PDG du groupe Langham Hospitality, une filiale du groupe Great Eagle, a déclaré : « Nous avons tous un rôle à jouer dans l'effort de vaccination car nous voulons que Hong Kong atteigne l'immunité collective à un rythme plus rapide. Nous espérons que les offres proposées vont inciter les résidents à se faire vacciner afin que nos frontières puissent s'ouvrir et que les voyages reprennent en toute sécurité pour tout le monde ».

Malgré un accès gratuit aux vaccins depuis plusieurs mois, le nombre de personnes vaccinées augmente lentement : au 1er juin, seulement 18% de la population était complètement vaccinée.

Thématique : Hôtellerie – Promotions - Coronavirus

Date : le 2 juin 2021

Source : <https://vino-joy.com/2021/06/02/hotels-in-hong-kong-offers-drinks-discount-to-the-fully-vaccinated/>

TAIWAN : LA CRISE SANITAIRE STIMULE LES VENTES AU DETAIL ET ACCELERE LA DIGITALISATION DES ACTEURS DE LA GMS

Suite à l'annonce du passage au niveau 3 d'alerte épidémique depuis mi-mai et la fermeture des écoles, restaurants et l'application du télétravail dans de nombreuses entreprises, les Taïwanais se ravitaillent en grande quantité dans les circuits de la grande distribution et des magasins de proximité.

Depuis mi-mai, Taïwan fait face à une reprise des contaminations de la covid-19 et l'ensemble de l'île est ainsi passée au niveau 3 de l'alerte jusqu'au 28 juin. Le niveau 3 d'alerte implique des mesures de distanciation strictes décrétées par le gouvernement telles que l'interdiction de consommer dans les restaurants, la gestion des flux au sein des entreprises et le télétravail ont entraîné une augmentation des ventes au détail notamment au sein des chaînes de supermarchés, des convenience stores (CVS), dont 7-Eleven, Family Mart, PX Mart et Carrefour. Par ailleurs, la dynamique des ventes pendant la pandémie a accéléré la digitalisation des réseaux de distribution, la généralisation des circuits de distribution alternatifs « sans contact » comme la livraison à domicile et le click & collect.

À titre exemple, le leader des magasins de proximité, 7-Eleven, avec 6 191 points de vente, a lancé une plateforme "i pre-order" permettant les consommateurs de passer des commandes et payer à l'avance en ligne puis de récupérer les produits dans leur magasin 7-Eleven le plus proche. Selon 7-Eleven, étant donné que l'enseigne a élargi son offre en intégrant plus de 300 références produits en lien avec la prévention épidémique depuis le début de l'apparition des clusters de covid, 7-Eleven a enregistré un chiffre d'affaires 3 fois plus élevé que celui du mois d'avril sur les ventes d'aliments frais, surgelés ainsi que les appareils électroménagers en ligne.

En parallèle, FamilyMart, la 2e plus grande chaîne de CVS à Taïwan avec 3 868 points de vente, a proposé un nouveau service « click & collect », et lancé une plateforme e-commerce « All +1 Mobile Shopping » en mi-mai à travers l'application de messagerie instantanée LINE, proposant des paniers de fruits et légumes ou de poissons ainsi que des plats prêts à consommer surgelés. Cette stratégie correspondant bien aux besoins des consommateurs taïwanais et a entraîné une croissance doublée des ventes en ligne par rapport au mois dernier.

D'autre part, PX-Mart, le leader des supermarchés avec 1045 points de vente, observe que la plupart des membres de PX-Mart se sont convertis aux cyberachats sur leur application mobile ou sur leur site vente en ligne « PXGo! », d'après des données, le volume des commandes par jour a doublé suite à l'annonce du passage au niveau 3 d'alerte épidémique.

Quant à Carrefour, celui-ci a affirmé que le volume d'achats en ligne sur leur site a atteint plus de 23 000 commandes par jour en un mois. Afin de soutenir les producteurs locaux, Carrefour a créé une plate-forme « Taiwan Agricultural Carnival », qui regroupe plus de 60 opérateurs d'e-commerce spécialisés dans les produits agricoles, ce qui a entraîné un succès sans précédent pour eux. Ainsi, leur chiffre d'affaires est 2 à 3 fois plus élevé que celui de la même période en 2020, et la vente en e-commerce représente à présent plus de 20 % de leur chiffre d'affaires.

Thématiques : Covid-19 – secteur de détail – digitalisation- Taïwan

Date: le 14 juin 2021

Source(s): <https://www.chinatimes.com/newspapers/20210614000594-260204?chdtv>

GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION

ACRONYMES

| | |
|--------------|--|
| ASAG | Academy of State Administration of Grain of China |
| CDC | Center for Disease Control and prevention of China |
| COVID | Corona Virus Disease |
| CNY | Chinese Yuan |
| CFIC | China Food Information Center |
| EUR | Euros |
| HKD | Hong Kong Dollar |

| | |
|-------------|---|
| IWSR | International Wine & Spirits Research |
| MARA | Le ministère de l'Agriculture et des Affaires rurales |
| O2O | Online to offline |
| SAMR | L'Administration nationale chinoise de Régulation du Marché |
| USD | US dollars |
| TWD | Taiwan Dollar |

SOURCES D'INFORMATION

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.SAMR.GOV.CN

Site officielle de l'Administration d'État pour la réglementation du marché.

NEWS.XINHUANET.COM

Site internet de Xinhua News Agency, équivalent de l'AFP français.

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.VINO-JOY.COM

Basé à Hong Kong, Vino Joy est un site internet spécialisé dans le marché du vin en Asie. Les contenus sont publiés en anglais sur son site internet et en chinois sur son compte WeChat.

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.MOA.GOV.CN

Site officielle du ministère de l'Agriculture et des Affaires rurales chinois.

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 Taiwan 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.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.

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
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 du Service Réglementaire

Contact FranceAgriMer : Chloé Paquette – Chargée 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.