

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

Mai 2020 – N° 42

---



# SOMMAIRE

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

Chine : sous la pression populaire, certains marchés de volailles vivantes, aussi appelés marchés humides, vont rouvrir dans huit provinces chinoises ..... 3

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

Chine : l'Australie exportera 500 tonnes de crevettes brunes vers la Chine d'ici deux mois ..... 4

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

Chine : New Hope Dairy a l'intention d'acquérir Ningxia Huanmei Dairy pour 1,7 milliard de yuans ..... 5

Chine : Wumart a racheté 80% des actions de Métro Chine..... 5

Chine : bilan des activités des trois géants chinois du e-commerce en 2019..... 6

Chine : le groupe Shuanghui va investir 220 millions EUR pour un projet de production de volailles ..... 7

Chine : Carrefour a ouvert un nouveau supermarché haut de gamme à Pékin..... 7

## ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL ..... 8

Taïwan : des stratégies divergentes chez les groupes de restauration dans l'ombre du Covid-19..... 8

Chine : les grandes usines mondiales de viande de porc ont fermé leurs portes les unes après les autres ..... 9

Chine : la production de viande porcine devrait atteindre 39,34 millions de tonnes en 2020 ..... 9

Chine : le bénéfice du groupe chinois de vin Changyu serait de 1,11 milliard CNY, selon le rapport annuel 2019 ..... 10

Chine : la société Yantai Penglai Yunque Winery a été condamnée à une indemnisation de 500 000 CNY pour contrefaçon ..... 10

Hong Kong : le coronavirus teste les fournisseurs de vin de Hong Kong sur leurs capacités à vendre en ligne..... 11

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

Acronymes ..... 12

Sources d'information..... 12

# SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

## CHINE : SOUS LA PRESSION POPULAIRE, CERTAINS MARCHÉS DE VOLAILLES VIVANTES, AUSSI APPELÉS MARCHÉS HUMIDES, VONT ROUVRIRE DANS HUIT PROVINCES CHINOISES

*Cette demande est particulièrement prononcée dans le sud de la Chine, où les consommateurs affectionnent les poulets frais.*

"Nous achetons uniquement du poulet abattu sur les marchés pour nous assurer que la viande est fraîche et plus savoureuse que la volaille réfrigérée vendue dans les supermarchés", a déclaré Rosie Luo, une étudiante de la ville de Foshan, dans la province du Guangdong. Alors que les marchés d'animaux vivants sont soupçonnés d'être à l'origine du nouveau coronavirus et de certaines autres maladies, les autorités chinoises n'avaient d'autre choix que de les laisser rouvrir suite à des revendications populaires. Cette demande est motivée par le besoin des consommateurs chinois d'avoir une alternative bon marché au porc, qui est en pénurie en raison des contraintes d'approvisionnement en cette période de Covid-19 et de la peste porcine africaine. La consommation de volaille sous ses différentes formes rebondit alors que le pays se remet de l'épidémie de coronavirus. Cela s'explique en partie par une chute de la production porcine, de près de 30% au premier trimestre par rapport à l'année précédente, car la peste porcine a réduit les troupeaux, entraînant la fermeture des usines de transformation. Wens Foodstuffs Group Co., le plus grand éleveur de volaille du pays, a déclaré que les ventes de poulet avaient augmenté de 18% en mars par rapport à l'année précédente. Les ventes de poussins de Shandong Yisheng Livestock and Poultry Breeding Co. ont augmenté de près de 30%. Cela contribuera à stimuler la demande de farine de soja et de maïs utilisés dans l'alimentation animale. Concernant les marchés de poulets vivants, le ministère de l'Agriculture a demandé le mois dernier à certaines provinces de les rouvrir progressivement pour relancer la production de volaille. Huit provinces, dont le Guangdong, la principale zone de consommation de poulet frais, ont donc réouvert certains marchés humides, bien que la plupart soient toujours fermés.

Thématiques : volailles – Guangdong – marchés humides – peste porcine africaine

Date : le 20 avril 2020

Source : <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-04-19/live-bird-markets-are-coming-back-in-china-by-popular-demand>

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

## CHINE : L'AUSTRALIE EXPORTERA 500 TONNES DE CREVETTES BRUNES VERS LA CHINE D'ICI DEUX MOIS

*Un accord pour exporter 500 tonnes de crevettes brunes vers la Chine sera signé entre le gouvernement australien et la Geraldton Fishermen's Co-operative (GFC), afin de relancer les ventes de ce crustacé provenant d'Australie occidentale et dont les exportations ont été durement touchées par la pandémie de Covid-19.*

La crevette brune est le crustacé le plus pêché d'Australie occidentale. Avec le soutien du gouvernement, les 20 premières tonnes de crevettes seront arrivées en Chine le 15 avril. Selon le nouvel accord, un total de 18 vols de fret seront mobilisés pour transporter 500 tonnes de crevettes brunes en Chine. Les frais de transport seront pris en charge par le gouvernement australien. Ce regain d'activité permettra la création d'emplois.

Avec la reprise des activités économiques en Chine, la demande pour les crevettes brunes a augmenté au fur et à mesure. L'enjeu consiste donc à assurer la logistique pour transporter les produits depuis l'Australie vers les marchés étrangers, justifiant la création d'un fond de sauvetage et de relance de 10 milliards AUD pour soutenir les régions impactées par le chômage.

Thématique : crevettes rocheuses – Australie – création d'emplois – épidémie

Date : le 28 avril 2020

Source : <http://www.seafare.com.cn/seafoodnews/5496-2020-4-28-5>

# STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS

## CHINE : NEW HOPE DAIRY A L'INTENTION D'ACQUERIR NINGXIA HUANMEI DAIRY POUR 1,7 MILLIARD DE YUANS

*Cette opération devrait permettre au groupe New Hope Dairy de renforcer sa chaîne d'approvisionnement de lait et d'élargir son réseau de distribution dans le nord-ouest de la Chine.*

New Hope Dairy a déclaré l'an dernier qu'elle ne ralentirait pas le rythme des fusions et acquisitions. Des paroles, le groupe New Hope Dairy est passé aux actes avec l'intention de rachat quasi-total de Huanmei Dairy, une entreprise de produits laitiers basée dans le nord-ouest de la Chine.

Le 5 mai, New Hope Dairy, société laitière cotée en bourse et appartenant au groupe New Hope Dairy, a annoncé son intention d'acquérir 100% du capital de Ningxia Huanmei Dairy Development Co., Ltd. pour 1,711 milliard CNY. Cette acquisition se fera par l'achat comptant de 60% des actions et 40% par offre publique d'obligations convertibles.

La fusion vise à étendre l'influence de New Hope Dairy dans le pays en élargissant son domaine d'activité. L'activité principale de Huanmei Dairy est la recherche et le développement, la production et la vente de produits laitiers et de boissons contenant du lait, couvrant ainsi toute la chaîne industrielle en amont et en aval dans la région du nord-ouest. La zone d'exploitation commerciale se situe principalement dans les provinces du Ningxia, du Shaanxi, du Gansu et d'autres régions du nord-ouest.

En tant que leader régional des produits laitiers, la société Xiajin Dairy, filiale de Huanmei Dairy Holdings, est particulièrement compétitive dans la province du Ningxia. Ces dernières années, son chiffre d'affaire et son profit net ont connu une croissance importante.

Par le biais de cette transaction, les activités du groupe New Hope s'étendront à la région du nord-ouest, ce qui permettra à ce géant de l'agroalimentaire en Chine de cultiver de nouveaux points de croissance via l'expansion géographique.

Thématique : New Hope Dairy – fusion & acquisition – Huanmei dairy – produits laitiers – Chine de l'Ouest

Date : le 6 mai 2020

Source : <https://www.jiemian.com/article/4338095.html>

## CHINE : WUMART A RACHETE 80% DES ACTIONS DE METRO CHINE

*Méto profitera de cette opération pour accélérer son développement commercial et la digitalisation de ses magasins en Chine.*

Récemment, l'enseigne chinoise de supermarché Wumart a effectué le rachat de 80 % des actions de la filiale Métro Chine. Dans le cadre de cette fusion acquisition, Wumart dispose de 80 % des actions de Métro Chine, et le groupe Métro dispose de 20 % des actions. Actuellement, le commerce en ligne ne représente que 10 % des activités de Métro Chine. Au travers de cette coopération, Métro prévoit d'accélérer la digitalisation de ses magasins en Chine et d'augmenter le pourcentage de ses activités en ligne à 30 % d'ici quelques années.

Aujourd'hui, Métro dispose de 97 magasins sur le territoire chinois. À partir de 2021, l'enseigne allemande a pour but d'inaugurer tous les ans 5 à 10 nouveaux magasins en Chine. Métro prévoit également d'augmenter le pourcentage de produits importés de 17% à 20% et le pourcentage de produits de marque propre de 12% à 20%.

Thématique : Wumart – Métro – rachat – digitalisation – produit importé – produit de marque propre

Date : le 5 mai 2020

Source : <https://www.yicai.com/news/100617681.html>

## CHINE : BILAN DES ACTIVITES DES TROIS GEANTS CHINOIS DU E-COMMERCE EN 2019

*Le volume de transaction d'Alibaba a atteint 746 milliards EUR en 2019.*

Alibaba, Pin Duo Duo et JD sont les trois géants chinois du e-commerce. Selon leur rapport financier, en 2019 Alibaba, Pin Duo Duo et JD ont respectivement enregistré un volume de transaction (GMV : gross merchandise volume) de 5727 milliards CNY (environ 746 milliards EUR) (+18 %), 1006 milliards CNY (environ 131 milliards d'EUR) (+ 113 %) et 2085 milliards de CNY (environ 271 milliards EUR) (+ 24 %). Le nombre d'utilisateurs actifs d'Alibaba, Pin Duo Duo et JD sont respectivement de 711 millions (+ 11 %), 585 millions (+ 39 %) et 362 millions (+ 18 %). En ce qui concerne le revenu, Alibaba et JD ont respectivement réalisé un revenu net de 172 milliards de CNY (environ 22 milliards EUR) et 12 milliards de CNY (environ 1,5 milliard EUR). Pin Duo Duo est en perte stratégique de 6,9 milliards de CNY (environ 900 millions EUR). Cependant, Pin Duo Duo dépasse Alibaba et JD en termes de taux de croissance de volume de transaction et de nombre d'utilisateurs actifs.

Thématique : e-commerce – Alibaba – JD – Pin Duo Duo

Date : le 27 avril 2020

Source : [http://www.ce.cn/cysc/tech/gd2012/202004/27/t20200427\\_34787551.shtml](http://www.ce.cn/cysc/tech/gd2012/202004/27/t20200427_34787551.shtml)

## CHINE : LE GROUPE SHUANGHUI VA INVESTIR 220 MILLIONS EUR POUR UN PROJET DE PRODUCTION DE VOLAILLES

*L'objectif est l'abattage de 100 millions de poulets chaque année.*

Afin d'améliorer et d'élargir la taille des activités de porc et de volaille, le groupe Shuanghui prévoit d'investir dans un projet d'élevage de porcs et de poulets de chair dans la province du Liaoning. Shuanghui estime que l'investissement total sera d'environ 350 millions d'euros, dont 220 millions d'euros seront alloués aux projets de poulets de chair afin d'abattre 100 millions de têtes chaque année. Le domaine d'activité comprend l'élevage de poulets reproducteurs, l'éclosion et la commercialisation d'œufs de reproduction, la production et la commercialisation de l'alimentation animale, l'abattage, la transformation ainsi que la vente de poulets de chair et de sous-produits de poulet.

Au premier trimestre 2020, le groupe Shuanghui a réalisé un chiffre d'affaires de 2,3 milliards EUR, soit une augmentation de 47% par rapport à la même période de l'année précédente avec un nombre de têtes abattues de 1,67 millions de porcs, en baisse de 65% par rapport à la même période en 2019. Les ventes totales de viande porcine ont atteint 683 000 tonnes, soit une diminution de 11% par rapport à la même période en 2019.

En 2019, le prix des produits de viande du groupe Shuanghui a constamment augmenté pour atteindre un pic de +20%. À l'heure actuelle, 16 000 porcs des élevages du groupe Shuanghui ont été abattus, pour une production de 5 000 tonnes de viande par jour.

Thématique : Shuanghui – volaille – poulet de chair – élevages porcins – investissement – produits carnés

Date : le 29 avril 2020

Source : <http://www.guojixumu.com/newsall.aspx?cid=1&id=16728>

## CHINE : CARREFOUR A OUVERT UN NOUVEAU SUPERMARCHÉ HAUT DE GAMME A PEKIN

*L'enseigne de grande distribution française Carrefour ouvrira son premier restaurant de marque dans les magasins de Shanghai en juin, afin de mettre en avant les produits de charcuterie, de boulangerie, et de pâtisserie de sa propre marque.*

Le 29 avril, Carrefour a annoncé l'ouverture d'un nouveau supermarché "Sélection Carrefour" à Chongqing le 1<sup>er</sup> mai. La marque "Carrefour Selection" s'adresse à la nouvelle classe moyenne chinoise dont les exigences sont plus élevées en termes d'image de magasin et de qualité des produits. Ce format de supermarché sera également considéré comme l'une des orientations stratégiques du développement de Carrefour en Chine au cours des prochaines années.

Le premier supermarché premium de Carrefour "Sélection Carrefour", a déjà ouvert ses portes à Pékin il y a un mois. L'image de l'enseigne est passée du rouge et bleu traditionnel de Carrefour à des teints plus dorés. Des panneaux promotionnels indiquant les zones d'échange et de points d'adhésion ont été ajoutés. Aujourd'hui, les clients peuvent passer des commandes via les applications de livraison de plats à domicile telles que Meituan ou Eleme. Les 21 autres magasins du groupe Suning seront transformés en supermarchés "Sélection Carrefour".

Thématique : Carrefour – supermarché boutique – Suning – service de livraison à domicile

Date : le 29 avril 2020

Source : <https://www.jiemian.com/article/4318891.html>

# ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL

## TAÏWAN : DES STRATEGIES DIVERGENTES CHEZ LES GROUPES DE RESTAURATION DANS L'OMBRE DU COVID-19

*En raison de l'épidémie de Covid-19, les leaders des chaînes de restaurants réorientent leurs stratégies face au ralentissement de la consommation hors foyer.*

Bien que la situation de la pandémie soit maîtrisée à Taiwan, avec zéro cas de contamination locale depuis déjà un mois, les consommateurs sont toujours enclins à limiter leurs repas hors domicile, et les restaurateurs souffrent de l'absence de touristes depuis 2 mois, un manque difficile à combler par la consommation domestique. Cela fait de la restauration l'une des industries les plus touchées par le coronavirus à Taïwan, avec plus de 10 000 employés de restaurants licenciés en mars. Malgré les services de livraison de repas à domicile lancés par de nombreuses chaînes de restaurants, il est difficile de compenser toutes les pertes résultant de la baisse de consommation pendant la crise. Les trois principaux opérateurs des chaînes de restaurants à Taïwan ont subi une chute du chiffre d'affaires en avril : -28% chez WowPrime, -33% chez TTFB Company et -54% pour Hi-Lai Foods. L'impact de l'épidémie a contraint les opérateurs de chaînes de restauration à ralentir leur plan d'expansion et à repenser leur stratégie.

Le groupe WowPrime a lancé en avril les services de livraison à domicile spécialisés, dont les revenus mensuels ont dépassé 18 M de TWD, soit 543 600 EUR. Le groupe prévoit de continuer à ouvrir de nouveaux points de vente physiques mais avec des spécificités nouvelles. Par exemple, leur nouvelle enseigne « Meetingpoints », spécialisée dans les plats à base de nouilles, pourrait offrir un service de livraison de nourriture même avant l'ouverture physique d'un nouveau restaurant.

Le groupe TTFB, gérant de 5 enseignes de chaînes de restaurants, adoptant une attitude relativement conservatrice, a rectifié son objectif annuel d'augmentation de points de vente, et reporté son projet de nouveaux points de vente aux Etats-Unis. Au contraire, Tofu Restaurant Group, adopte une vision optimiste de la situation économique post-crise, et prévoit d'ouvrir 4 ou 5 nouveaux points de ventes dès le premier semestre 2020, puis d'accélérer le rythme d'ouverture de nouveaux points de vente au second semestre.

Les restaurants de buffet gérés par le groupe Hi-Lai Foods sont gravement impactés par la crise. Néanmoins, le groupe possède une base financière solide de plus de 200 M de TWD (soit 6 M EUR) de chiffre d'affaires annuel, et n'hésite pas à investir en rachetant les droits de gestion d'un restaurant renommé situé dans le quartier Xinyi. Selon leurs estimations, l'opération de ce nouveau restaurant, ainsi que 6 autres enseignes hors buffet avec des plats haut de gamme, devrait permettre au groupe d'équilibrer ses pertes actuelles issues de l'exploitation de restaurants de type buffet.

Thématique : restauration – chaînes de restaurants – Covid-19 – Taïwan

Date : le 12 mai 2020

Source : <https://www.chinatimes.com/newspapers/20200512000518-260110?chdtv>

## CHINE : LES GRANDES USINES MONDIALES DE VIANDE DE PORC ONT FERME LEURS PORTES LES UNES APRES LES AUTRES

*L'écart entre l'offre et la demande de viande de porc en Chine pourrait augmenter de 33%.*

Après la fermeture de trois usines de transformation du groupe américain Smithfield Foods, le plus grand transformateur de viande de porc au monde, l'écart entre l'offre et la demande de viande porcine pourrait augmenter de 33%. Homer Foods, aux États-Unis a également annoncé la fermeture d'une usine de transformation de porc après avoir détecté des cas de contamination de coronavirus parmi les travailleurs. Ces fermetures successives affectent grandement l'approvisionnement de viande de porc à l'échelle mondiale.

D'après l'analyse du ministère de l'Agriculture et des Affaires rurales, l'épidémie de Covid-19 et la diminution de production ont agrandi l'écart entre la production et la vente de la viande porcine en Chine et devrait augmenter de 32,7% en glissement annuel. Le prix des porcs devrait demeurer élevé et la capacité de production des porcs ne devrait pas retourner à la normale avant la fin de l'année 2021. Les fermetures successives des usines ont exacerbé les craintes des populations de pénurie de viande. Le prix de la viande porcine aux États-Unis repart également à la hausse. Selon les données du montant d'importation et d'exportation au premier trimestre publiées par le ministère de l'Agriculture et des Affaires rurales, la Chine a importé 399 000 tonnes de porc au mois de mars, doublant ainsi le volume par rapport à la même période l'an dernier. Les importations de soja, de coton et d'autres produits en provenance des États-Unis ont également augmenté rapidement.

Vu l'insuffisance de l'offre de porcs vivants en 2019, le taux d'augmentation des prix s'est accru pour atteindre un niveau record. En 2020, à cause de la pandémie et la baisse excessive de la capacité de production de porcs vivants, l'écart entre production et vente de porc devrait augmenter de 32,7% en glissement annuel et le prix des porcs continuera à monter.

Thématique : transformateur / approvisionnement de viande de porc – prix de viande porcine – Covid-19

Date : le 24 avril 2020

Source : <http://www.guojixumu.com/newsall.aspx?cid=2&id=16708>

## CHINE : LA PRODUCTION DE VIANDE PORCINE DEVRAIT ATTEINDRE 39,34 MILLIONS DE TONNES EN 2020

*Après 2022 le taux de croissance de la production devrait ralentir considérablement et se stabiliser.*

Le prix des porcs vivants en Chine restera élevé en 2020. La capacité de production de viande porcine en Chine s'est progressivement rétablie. Selon les données statistiques, la production de la viande porcine devrait atteindre 39,34 M de tonnes en 2020, 50 M en 2021 et 54 M en 2022. Après ces augmentations, le taux de croissance de la production devrait ralentir et se stabiliser.

La production nationale et les importations de viande porcine, qui devraient atteindre 2,8 M de tonnes en 2020, devraient être suffisantes pour répondre à la demande chinoise estimée à 42 M de tonnes.

À court terme, les élevages porcins s'agrandiront et la capacité de production de la viande sera rapidement restaurée. À moyen terme, les grandes exploitations deviendront les principaux moteurs de production de la filière porcine chinoise. À long terme, la production de la viande porcine devrait se stabiliser.

Thématique : viande porcine – importation – consommation de porc – élevages porcins

Date : le 20 avril 2020

Source : <http://www.feedtrade.com.cn/news/china/2020-04-20/2034461.html>

## CHINE : LE BÉNÉFICE DU GROUPE CHINOIS DE VIN CHANGYU SERAIT DE 1,11 MILLIARD CNY, SELON LE RAPPORT ANNUEL 2019

*Cependant, le doute sur la véracité de ce rapport plane puisque le bénéfice total des 155 grandes entreprises de production du vin chinois est de 1,058 milliard CNY.*

Le 23 avril 2020, le groupe Changyu a publié son rapport annuel de 2019. D'après ces informations, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 5,031 milliards CNY en 2019, en baisse de 2,16% par rapport à l'année dernière. Le bénéfice net attribuable aux actionnaires de la société cotée était de 1,129 milliard CNY, soit une augmentation de 8,35% par rapport à 2018.

Cependant, en 2019 le bénéfice total des 155 plus grandes entreprises chinoises de production de vin (ventes annuelles de plus de 20 millions CNY) est de 1,058 milliard CNY. Mis à part le groupe Changyu, la quasi-totalité de ces entreprises ont enregistré une perte.

Selon les données douanières publiées par la Direction des importations et exportations de vin et spiritueux de Chine (CFNA), les importations de vin en bouteille en 2019 ont atteint 2,289 milliards USD, soit une baisse de 14,26%. Le volume des importations de vin en bouteille était de 4,744 millions d'hectolitres, soit une baisse de 9,96%, la plus importante de ces dix dernières années.

La quantité de vin importé et la production de vin chinois atteignent un total de 9,259 millions hectolitres. Selon les données douanières, le vin importé et le vin chinois représentent respectivement 51% et 49% en volume et 53 % et 47 % en valeur sur le marché, ce qui représente 30,7 milliards CNY. Les ventes de vins importés ont baissé pour la deuxième année consécutive et celles des vins chinois ont baissé pour la septième année consécutive.

Thématique : Changyu – vin chinois – vin importé

Date : le 24 avril 2020

Source : <http://www.lookvin.com/article/news/detail-57266.html>

## CHINE : LA SOCIÉTÉ YANTAI PENGLAI YUNQUE WINERY A ÉTÉ CONDAMNÉE A UNE INDEMNISATION DE 500 000 CNY POUR CONTREFAÇON

*La protection des produits de l'indication géographique de Bordeaux en Chine est en vigueur depuis 2015.*

Le tribunal populaire supérieur de la province du Shandong a récemment annoncé les dix principales affaires de 2019 traitant de cas de propriété intellectuelle. Parmi elles, on retrouve le cas de la société chinoise de vin, Yantai Penglai Yunque Winery, accusée de contrefaçon de l'appellation "Bordeaux" et de concurrence déloyale. Yantai Penglai Yunque Winery a été condamnée par le tribunal à indemniser à hauteur de 500 000 CNY les pertes occasionnées par la vente de produits contrefaits sous l'appellation Bordeaux.

L'interprofession des vins de Bordeaux (CIVB) a estimé que les actes susmentionnés de la société chinoise constituaient une concurrence déloyale et a demandé au tribunal d'ordonner l'arrêt immédiat des ventes de bouteilles de vins sous l'appellation AOC Bordeaux et de compenser les pertes.

Le tribunal a jugé que l'utilisation d'un logo similaire à la marque « Bordeaux » par la société Yantai Penglai Yunque Winery sur les produits vitivinicoles constituait une contrefaçon et a statué que l'entreprise chinoise mette fin à l'infraction et compense la perte économique occasionnée par une indemnisation de 500 000 CNY.

L'Administration générale chinoise du contrôle de la qualité, de l'inspection et de la quarantaine a publié le 19 juin 2015 un avis approuvant la protection des produits de l'indication géographique de Bordeaux en Chine. Une annonce a été publiée le 17 mai 2016 pour approuver la mise en place de la protection des indications géographiques des 45 sous-appellations de Bordeaux en Chine.

Thématique : Yantai Penglai Yunque Winery – propriété intellectuelle – CIVB – Bordeaux AOP

Date : le 27 avril 2020

Sources : <http://www.winesinfo.com/html/2020/4/1-82176.html>

## HONG KONG : LE CORONAVIRUS TESTE LES FOURNISSEURS DE VIN DE HONG KONG SUR LEURS CAPACITES A VENDRE EN LIGNE

*Les fournisseurs de vin de Hong Kong sont plus préoccupés par leur survie que par la recherche de profit et la vente de vins en ligne prend une place importante dans l'économie.*

En janvier 2020, la situation économique commençait à s'améliorer pour les 4 000 importateurs et fournisseurs de vin de Hong Kong, qui ont connu une année 2019 marquée par des mois de protestations antigouvernementales. Mais depuis fin janvier, avec la fermeture des bars et des pubs, et avec les hôtels et restaurants vides en vertu des règles strictes de distanciation sociale du gouvernement de Hong Kong, les importateurs de vin craignent que les effets d'entraînement de la morosité de la restauration et de la vente au détail ne mettent en faillite beaucoup d'entreprises. Désormais, la vente de vin en ligne, qui a toujours joué un rôle secondaire par rapport aux ventes en magasin ou au restaurant, a pris un nouveau rôle important à l'ère de la distanciation sociale, en particulier pour les fournisseurs de vin qui travaillent habituellement avec l'industrie de l'hôtellerie-restauration.

Watson's Wine, le plus grand détaillant de vin de la ville avec près de 30 magasins, et appartenant à l'homme le plus riche de Hong Kong, Li Ka-shing, a été durement touché par l'épidémie. Les références de vins fins du magasin, qui sont normalement la section incontournable pour les touristes de Chine continentale qui sont autorisés à rapporter deux bouteilles de vins hors taxe de Hong Kong, ont vu une baisse des ventes, et l'effondrement de certains vins fins sur le marché local, est dû au fait que les collectionneurs ont déjà de vastes collections.

Pour Northeast Wines and Spirits, un importateur et distributeur local de vins et spiritueux, les ventes de vins en ligne de la société ont explosé. La part des ventes en ligne dans la composition globale des ventes est passée de 10% à 40%, a déclaré la directrice générale de la société, Betsy Haynes. Cette hausse est en partie due à l'action rapide de la société visant à réduire le palier de commande minimum à 800 HKD (95 euros) au lieu de 1 000 HKD (120 euros) pour une livraison gratuite afin d'encourager la consommation de vin à domicile. Ainsi le marchand n'a pas vu les consommateurs diminuer les montants de leur panier au cours des derniers mois.

Pour Vivino, sans doute la plus grande application viticole du monde avec 42 millions d'utilisateurs dans le monde, ses ventes à Hong Kong ont connu une augmentation immédiate à la mi-mars lorsque le gouvernement de Hong Kong a annoncé un ensemble de mesures pour contrôler davantage la frontière, notamment l'interdiction des arrivées étrangères et la limitation des rassemblements sociaux. Cependant, la forte hausse ne se traduit pas nécessairement par une augmentation des ventes pour la consommation globale de vin de Hong Kong, car l'augmentation des ventes en ligne compensera probablement la perte dans les restaurants et les magasins de détail déserts.

De même, l'application locale MyiCellar a convenu que la hausse des ventes est apparue après que le gouvernement a lancé des règles de distanciation sociale plus strictes en mars, incitant davantage de clients à acheter des vins pour boire à la maison. Les ventes de vin de l'application en valeur ont enregistré une hausse de 46% de mars à avril, tandis que ses ventes de février à mars ont diminué de -8%, selon Tomy Wu, fondateur de l'application qui compte plus de 8 000 utilisateurs. Wu a cependant noté que la taille du panier moyen des acheteurs a chuté de janvier à avril.

Hong Kong a assoupli la semaine dernière les règles de distanciation sociale après avoir connu zéro cas localement pendant plus de deux semaines. Les bars et les pubs ont été autorisés à réouvrir vendredi 8 mai. La vraie question cependant, alors que Hong Kong signale un déclin économique record de 8,9% au premier trimestre, est de savoir si les buveurs et les fêtards de la ville continueront à consommer malgré l'effondrement de l'économie et les craintes d'un retour imminent des manifestations.

Thématique : coronavirus – Hong Kong – vente en ligne – économie – vin

Date : le 7 mai 2020

Source : <https://vino-joy.com/2020/05/07/coronavirus-tests-hong-kong-wine-merchants-online/>

# GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION

## ACRONYMES

<b>CIVB</b>	Interprofession des vins de Bordeaux
<b>COVID-19</b>	Corona Virus Disease 2019
<b>CNY</b>	Chinese Yuan
<b>CFNA</b>	China Chamber of Commerce of Import & Export of Foodstuffs, Native Produce & Animal By-Products
<b>EUR</b>	Euros

<b>GMV</b>	Gross Merchandise Volume
<b>GFC</b>	Geraldton Fishermen's Co-operative
<b>HKD</b>	HongKong Dollar
<b>TWD</b>	Taiwan Dollar
<b>USD</b>	US Dollar

## SOURCES D'INFORMATION

### 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.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.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.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.CHINATIMES.COM

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

### VINO-JOY.COM

Site Internet de l'information émergeant basé à Hong Kong, qui se focalise sur le marché du vin en Chine, créé par l'ancienne journaliste de The Drinks Business Hong Kong, Natalie Wang.

### WWW.SEAFARE.COM.CN

Site internet officiel de China Fisheries & Seafood Expo.

### WWW.GUOJIXUMU.COM

Site internet créé par Shanghai Lyja Communication Co., Ltd. en 2004, spécialisé en communication d'informations professionnelles dans le secteur de l'agriculture et de l'élevage, ainsi que de produits alimentaires.

**WWW.FEEDTRADE.COM.CN**

Site Internet de l'information sur l'industrie des aliments des animaux.

**WWW.BLOOMBERG.COM**

Bloomberg News est une agence de presse américaine du groupe Bloomberg LP, spécialisée dans l'économie et la finance.

# 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

Yanxia DENG - Chargée de développement Agrotech bureau de Canton  
Sisi WANG - Chargée de développement Agrotech bureau de Pékin  
Yuchen ZHOU - Chargée de développement Agrotech bureau de Pékin  
Ying LI – Chargée d'affaires export Agrotech bureau de Pékin  
Arnaud DE BLAY DE GAIX – Chargé de développement Agrotech bureau de Pékin  
Bixi LI – Chargée de développement Agrotech bureau de Pékin  
Lucie ACQUAVIVA – Chargée de développement Agrotech bureau de Hongkong  
Min CHAO – Chargée de développement Agrotech bureau de Taiwan  
Anne GUINAUDEAU – Chargée d'affaires export bureau de Taiwan  
David ROLLAND – Chef de pôle Agrotech Chine  
Céline LAURANS – Responsable d'études réglementaires Asie (hors ASEAN) – Océanie – TOM

Contact FranceAgriMer : Véronique LOOTEN – Chef du Pôle Animation Export - FranceAgriMer

*Toute reproduction, représentation, intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, sur quelque support que ce soit, papier ou électronique, effectuée sans l'autorisation écrite expresse de Business France, est interdite et constitue un délit de contrefaçon sanctionné par l'article L.335-2 du code de la propriété intellectuelle.*

**Clause de non-responsabilité** / Business France ne peut en aucun cas être tenu pour responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication dans un but autre que celui qui est le sien, à savoir informer et non délivrer des conseils personnalisés. Les coordonnées (nom des organismes, adresses, téléphones, télécopies et adresses électroniques) indiquées ainsi que les informations et données contenues dans ce document ont été vérifiées avec le plus grand soin. Toutefois, Business France ne saurait en aucun cas être tenu pour responsable d'éventuels changements.