

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

Juillet 2019 – N° 24



SOMMAIRE

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS..... 3

Chine : création du nouveau Comité d'Evaluation des Normes Nationales sur la Sécurité Sanitaire.....	3
------------------------------------------------------------------------------------------------------	---

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

Chine : Suntory et CITIC établissent une fusion pour la distribution des aliments santé de Brand's	4
----------------------------------------------------------------------------------------------------------	---

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

Chine : le producteur japonais de mayonnaise Kewpie prévoit de construire cinq nouveaux sites commerciaux en Chine en 2019	5
Chine : le géant néerlandais de café Jacobs Douwe Egberts ouvre son magasin flagship de E-commerce sur la plateforme chinoise de vente en ligne Tmall.....	5
Chine : Nestlé introduit sur le marché chinois une nouvelle marque de glace italienne	6

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL 7

Taiwan : un nouveau record de chiffre d'affaires pour la vente au détail et la restauration en mai.....	7
Chine : une partie des actions de l'entreprise chinoise de vin EMW a été rachetée par un fond d'investissement japonais	8
Chine : les grands groupes porcins se lancent dans le secteur de l'abattage	8
Chine : la Chine entame la production de brandy	9
Chine : le groupe Yili rachète 100% des actions de la coopérative néozélandaise Westland Co-Operative Dairy	9
Chine : la mode du fitness en Chine a entraîné la croissance des aliments de nutrition sportive importés	10
Chine : malgré la peste porcine africaine, le groupe chinois Wens a réalisé un bénéfice net de 180 millions d'euros au premier semestre 2019	10
Hong Kong : le Secrétaire d'Etat à la Santé déclare que le prix du porc continue son ascension record, alors que la peste porcine africaine empêche l'approvisionnement de Hong Kong.....	11

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

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

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

CHINE : CREATION DU NOUVEAU COMITE D'EVALUATION DES NORMES NATIONALES SUR LA SECURITE SANITAIRE

En 2010, la première session de la Comité d'évaluation des normes nationales chinoises sur la sécurité sanitaire avait été créée. Depuis, 1260 normes nationales sur la sécurité sanitaire ont été rédigées.

Le 12 juillet dernier, la deuxième session du Comité d'évaluation des normes nationales chinoises sur la sécurité sanitaire voyait le jour.

Cette nouvelle session est composée de 393 membres spécialisés dans différents secteurs : médecine, agriculture, denrée alimentaire, nutrition, biologie et environnement. 14 sous-comités seront créés couvrant respectivement les polluants, les microorganismes, les additifs alimentaires, les produits alimentaires, les aliments nutritionnels et les aliments diététiques spéciaux, les produits en contact direct avec les aliments, les étiquettes, les standards sur la production et sur la distribution, méthodes d'analyses physiques et chimiques, méthodes d'analyses sur les microorganismes, méthodes d'évaluation et processus toxicologiques, matières radioactives dans des denrées alimentaires, résidus de pesticides ainsi que les résidus de médicaments vétérinaires.

En mai 2019, le Conseil des affaires d'Etat chinois a publié l'« Avis sur le renforcement du travail de la sécurité sanitaire », dans lequel il est demandé d'accélérer l'amendement des normes générales en matière de résidus de pesticides et de médicaments vétérinaires, de métaux lourds, de polluants, et de microorganismes pathogènes. L'objectif est qu'elles puissent être en phase avec les standards des Codex Alimentarius.

Thématique : Comité d'évaluation des normes nationales sur la sécurité sanitaire – nouvelle session – amendement – normes

Date : le 12 juillet 2019

Source : http://www.sohu.com/a/326803026_654609

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

CHINE : SUNTORY ET CITIC ETABLISSENT UNE FUSION POUR LA DISTRIBUTION DES ALIMENTS SANTE DE BRAND'S

La convergence des entreprises japonaises vers le marché chinois des aliments sains pourrait représenter une grande tendance dans le futur.

D'après un reportage du site japonais Nikkei, le groupe japonais Suntory lancera la distribution d'aliments sains sur le marché chinois dès le mois d'août 2019 avec pour fer de lance l'essence de poulet (complément alimentaire obtenu à partir de bouilli de poulet) de la marque Brand's, via la vente en ligne. Ce produit est initialement distribué dans les pays d'Asie du Sud-Est, en particulier en Thaïlande et en Malaisie. Suntory estime qu'il existe une forte demande sur le marché chinois. Pour ce projet, Suntory Hongkong Investment Co., Ltd. a créé une joint-venture avec CITIC, le 12 juillet dernier.

Le groupe japonais a une longue histoire sur le marché chinois puisque les premières bières Suntory sont entrées en 1981. Ses produits étaient leader sur le marché chinois jusqu'à l'entrée sur le marché des concurrents tels que Snowbeer et ABInbev. En juin 2012, Suntory et Qingdao Beer ont créé 10 joint-ventures pour la planification des activités des bières, le développement et la communication des marques et des produits ainsi que la production et l'achat. Cependant, les performances de ces fusions ne sont pas satisfaisantes puisque 6 d'entre elles sont en perte en 2014. En octobre 2015, Suntory a vendu à Qingdao Beer 50% d'actions détenues au prix de 822,9 millions de CNY, marquant l'abandon du groupe japonais de son exploitation directe sur le marché chinois de la bière. Qingdao Beer se charge de la production et de la distribution des bières et paie des droits de licence à Suntory.

Il y a peu, Ajinomoto, concurrent japonais de Suntory, a commencé à distribuer sur le marché chinois des aliments nutritionnels secondaires "amino VITAL" via la vente en ligne transfrontalière de JD, montrant l'importance du marché des produits sains en Chine. Il existe aujourd'hui en Chine un grand intérêt des grands groupes japonais pour la vente d'aliments sains.

Thématique : Suntory – CITIC – aliments santé – vente en ligne

Date : le 16 juillet 2019

Source : <https://www.jiemian.com/article/3314591.html>

STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS

CHINE : LE PRODUCTEUR JAPONAIS DE MAYONNAISE KEWPIE PREVOIT DE CONSTRUIRE CINQ NOUVEAUX SITES COMMERCIAUX EN CHINE EN 2019

La Chine devrait devenir son premier marché à l'export.

Le producteur japonais de mayonnaise Kewpie dispose actuellement de trois sites de production et 32 sites commerciaux en Chine. En 2019, Kewpie prévoit de construire cinq nouveaux sites commerciaux sur la Chine littorale. D'ici deux ans, le nombre de sites commerciaux de Kewpie devrait atteindre 40 en Chine.

Fondé en 1919, Kewpie est le plus grand producteur de sauce pour salade au Japon. Il est entré sur le marché chinois en 1993 et a établi la joint-venture Beijing Kewpie Corporation avec Beijing Capital Agribusiness Group (北京首都农业集团有限公司). Avec une superficie de 25 000 mètres carrés, l'usine de cette joint-venture est destinée à la production d'une centaine de catégories de produits dont des sauces pour salade et des confitures. Son volume de production atteint 15 000 tonnes par an. Suite à cette première joint-venture à Beijing, Kewpie a créé en 2002 son deuxième site de production joint-venture à Hangzhou en Chine avec une superficie de 60 000 mètres carrés.

D'après le rapport financier de Kewpie, sur le deuxième trimestre 2019, Kewpie a enregistré 33 milliards de JPY (environ 271 millions d'EUR) de bénéfice net sur le marché japonais et 4,8 milliards de JPY (environ 39 millions d'EUR) à l'étranger. La Chine devrait bientôt devenir le premier marché à l'export de Kewpie.

Thématique : Kewpie – mayonnaise/sauce pour salade – joint-venture – site de production – site commercial

Date : le 10 juillet 2019

Source : <https://www.jiemian.com/article/3296025.html>

CHINE : LE GEANT NEERLANDAIS DE CAFE JACOBS DOUWE EGBERTS OUVRE SON MAGASIN FLAGSHIP DE E-COMMERCE SUR LA PLATEFORME CHINOISE DE VENTE EN LIGNE TMALL

Le marché chinois du café est très concurrentiel.

Avec 9,6 % des parts de marché mondial, l'entreprise néerlandaise Jacobs Douwe Egberts (JDE) est le deuxième acteur dans le secteur du café au monde. JDE vient d'annoncer l'ouverture de son magasin flagship de e-commerce

sur la plateforme chinoise de vente en ligne Tmall. Ses produits, tels que Maxwell House, Moccona, L'or, Kenco, seront commercialisés via ce magasin en ligne.

Aujourd'hui, le marché chinois du café est très concurrentiel. Nestlé domine et occupait 72% du marché en 2017. Starbucks, McDonald's et KFC disposent d'une clientèle fidèle. Les entreprises locales telles que Luckin Coffee ont une stratégie très agressive et menacent ce leadership étranger. JDE devra redoubler d'efforts pour se faire une place.

Thématique : café – Jacobs Douwe Egberts (JDE) – Maxwell House – e-commerce – Tmall – Nestlé

Date : le 11 juillet 2019

Source : <https://finance.sina.com.cn/roll/2019-07-11/doc-ihytcerm2775386.shtml>

CHINE : NESTLE INTRODUIT SUR LE MARCHÉ CHINOIS UNE NOUVELLE MARQUE DE GLACE ITALIENNE

Sur le marché chinois, les crèmes glacées d'entrée de gamme (0-80 CNY/kilo), qui sont principalement des marques locales, occupent une part de 48% du marché.

Nestlé a récemment introduit une nouvelle marque de glace haut de gamme, nommée Antica Gelateria del Corso sur le marché chinois.

Depuis quelques années, la crème gelato (crème glacée de style italien) est devenu une nouvelle tendance de consommation sur le marché chinois, notamment dans les enseignes de crème glacée haut de gamme. Il y a quelques jours, une autre marque italienne, GROM, a ouvert son premier magasin à Shanghai et a également lancé la vente en ligne de ses produits. Les consommateurs ayant un intérêt pour les glaces italiennes se concentrent principalement dans les villes de 1^{er} et de 2^e rang.

A l'heure actuelle, les crèmes glacées "Antica Gelateria del Corso" lancées par Nestlé disposent de trois gammes de produits qui sont seulement en vente sur la plateforme en ligne Tmall, respectivement au tarif de 88 CNY (350g), entre 39 et 50 CNY, et de 35 CNY (75g). Au vu du prix de vente au détail, le positionnement de "Antica Gelateria del Corso" est similaire à celui de son concurrent Häagen-Daz's, c'est-à-dire dans le haut de gamme.

Avec ces produits, Nestlé vise les consommateurs de plus de 25 ans, ayant un fort pouvoir d'achat. Le marketing digital sera un outil important pour la promotion de ces gammes de glaces italiennes. En plus de la vente sur Tmall, le groupe suisse utilisera différents médias sociaux pour la promotion de ses produits tels que Tik Tok, Wechat, Weibo, Xiaohongshu (little red book), etc.

D'après le rapport 2019 du Mintel, la vente de crèmes glacées sur le marché chinois devrait connaître une augmentation annuelle de 11,9% en valeur sur les 5 prochaines années, et pourra atteindre 71 milliards de CNY en 2023.

Thématique : Nestlé – crème glacée – gelato – Antica Gelateria del Corso

Date : le 12 juillet 2019

Source : <https://www.jiemian.com/article/3305827.html>

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL

TAIWAN : UN NOUVEAU RECORD DE CHIFFRE D'AFFAIRES POUR LA VENTE AU DETAIL ET LA RESTAURATION EN MAI

La demande domestique en biens de consommation s'est avérée robuste au premier semestre 2019.

Selon le rapport publié par le ministère des Affaires économiques (MOEA) le 24 juin, le chiffre d'affaires du secteur de vente au détail a augmenté de 3% en mai pour atteindre 319,5 milliards de TWD, soit 9,26 milliards EUR, tandis que les revenus de l'industrie de la restauration ont enregistré une croissance de 5,2%, atteignant 67,9 milliards TWD, soit 1,97 milliards EUR. Ce sont deux chiffres records en cette période de l'année.

Les revenus du commerce de détail étaient stimulés par la hausse des ventes de véhicules automobiles, l'ouverture de nouveaux points de vente de grands magasins, l'expansion et les promotions réalisées par les *convenient stores* (CVS) et la forte demande pour les produits de luxe, selon Mme Shu-chuan WANG, chef adjointe du département des statistiques du MOEA. Elle a également déclaré que les repas familiaux liés aux célébrations de la fête des mères ainsi que l'expansion de certains restaurants avec la création de nouveaux points de vente ont mené l'essor des revenus du secteur de la restauration en mai.

Selon l'estimation des autorités, la consommation domestique devrait continuer à évoluer de façon positive en raison des subventions proposées par le gouvernement pour les appareils ménagers économes en énergie et pour la promotion du tourisme en hivers, ainsi que d'autres facteurs du contexte économique tels que l'augmentation du revenu des ménages et la réduction du taux de chômage.

Pour le mois de juin, Mme Shu-chuan WANG estime que les ventes du commerce de détail et de la restauration redoubleront pendant le festival des bateaux-dragons et la période de remise des diplômes. Par ailleurs, la demande pour des produits alimentaires estivaux contribuera également à stimuler la consommation pendant l'été. Le ministère prévoit ainsi une croissance annuelle du commerce de détail de 2% à 5% et un redoublement du chiffre d'affaires pour le secteur de la restauration de 0 à 3% cette année.

Thématique : commerce de détail – restauration – statistiques sur la consommation – Taïwan

Date : le 24 juin 2019

Source : www.cna.com.tw/news/afe/201906240260.aspx

CHINE : UNE PARTIE DES ACTIONS DE L'ENTREPRISE CHINOISE DE VIN EMW A ETE RACHETEE PAR UN FOND D'INVESTISSEMENT JAPONAIS

Le saké (alcool traditionnel japonais à base de riz) deviendra le prochain produit phare de l'EMW.

Le 18 juin 2019, Cool Japan Fund Inc. (CJF) un fond d'investissement japonais, a déclaré sur son site officiel avoir racheté une partie des actions de l'entreprise chinoise de vin EMW.

EMW est l'une des premières entreprises d'importation des vins fins, et possède 80 marques de vin provenant de 15 pays dans le monde entier. Elle bénéficie d'un réseau de distribution couvrant plus de 150 villes de Chine continentale, ainsi que Hong Kong et Macao. Cette entreprise est implantée en Chine depuis 17 ans et compte aujourd'hui 200 employés.

Selon les analyses du secteur, le rachat de CJF des actions d'EMW bénéficiera aux deux parties. CJF perçoit cette alliance comme un excellent moyen de promouvoir le saké japonais haut de gamme en Chine grâce à la plateforme de vente en ligne d'EMW ce qui permettra de renforcer les ventes de la société chinoise.

L'importateur ASC Fine Wine bénéficie également d'un financement japonais et possède aujourd'hui le droit de distribution du groupe Beam Suntory en Chine continentale depuis mars 2019. Beam Suntory détient des marques de whisky et gin japonais comme Yamazaki, Hikibi et Roku Gin, qui vont progressivement entrer sur le marché chinois.

Avec une forte demande en saké et whisky japonais par les consommateurs des grandes villes de Chine, les ventes de saké et spiritueux japonais semblent entrer dans une période de forte croissance.

Thématique : financement japonais – vin – saké – whisky japonais

Date : le 3 juillet 2019

Source : http://www.sohu.com/a/324472996_107987

CHINE : LES GRANDS GROUPES PORCINS SE LANCENT DANS LE SECTEUR DE L'ABATTAGE

La filière porcine chinoise, atteinte par la peste porcine africaine, doit être rééquilibrée.

Avant l'arrivée de la peste porcine africaine, les zones de production porcines en Chine étaient principalement concentrées dans le nord, tandis que les zones de consommation de viande porcine étaient principalement situées dans le sud. Les porcs sont transportés de la zone de production à l'abattoir situé à proximité des zones de vente pour être abattus et transformés.

Afin d'éradiquer la peste porcine africaine, une politique de « concentration d'abattage, transport frigorifique, commercialisation réfrigérée » a été mise en œuvre début 2019. Afin de résoudre le problème des restrictions imposées au transport de porc vivant, les grands groupes porcins ont progressivement accru leurs activités, en abattant les porcs directement sur la zone de production, puis en transportant les carcasses via une logistique de chaîne du froid. Il s'agit non seulement d'un contrôle pour réduire la transmission de la maladie, mais également d'un choix fondé sur le long terme pour les grands groupes.

Après l'introduction de cette politique début 2019, ce modèle de contrôle des maladies s'est répandu au sein des grands groupes porcins. Par exemple, le groupe Tianbang et le groupe Zengfa ont coopéré afin de collecter les fonds nécessaires pour la construction d'un abattoir et d'un site capable de transformer 5 millions de têtes. A l'instar des groupes Tianbang et Zengfa, le géant Wens a établi un partenariat avec le groupe Huangtong afin de renforcer le contrôle de l'abattage et de la transformation.

Thématique : peste porcine africaine– transport en chaine du froid – viande porcine – Tianbang – Zengfa – Muyuan – Wens

Date : le 4 juillet 2019

Source : <https://www.jiemian.com/article/3277557.html>

CHINE : LA CHINE ENTAME LA PRODUCTION DE BRANDY

La société de vin et spiritueux Changyu a mis en place un domaine viticole professionnel pour accélérer l'essor de l'industrie chinoise de l'alcool.

La grande cérémonie du Domaine Koya du groupe chinois de vin Changyu s'est tenue à Yantai en Chine. L'association chinoise des vins et spiritueux a décerné le titre de « Premier domaine de brandy de Chine » au Domaine Koya, ainsi que le titre de « Premier Master du brandy chinois » à l'œnologue renommé M. Zhang Baochun.

En 2010, la consommation de brandy en Chine était de 75 500 tonnes. Elle a atteint 152 200 tonnes en 2017 et 172 500 tonnes en 2018. La production de brandy en Chine n'était que 60 000 tonnes en 2010 contre 139 300 tonnes en 2018. Cela signifie que la demande de brandy sur le marché chinois a fortement augmenté ces dernières années.

Selon les données de BNIC (Bureau National Interprofessionnel du Cognac), le brandy importé en 2017 sur le marché chinois a augmenté respectivement de 61,8% et 34,8% par rapport aux années 2015 et 2016. Le taux de croissance du brandy est le plus important dans le secteur de vin et spiritueux importé. En 2017, la Chine a dépassé Singapour et est devenue le deuxième plus grand marché du cognac juste après les Etats-Unis. En 2018, la Chine a importé 24,4 millions de bouteilles de cognac.

Actuellement, l'Est et le Sud de la Chine sont les marchés de brandy les plus importants dans le pays.

En 2017, le marché du brandy représentait environ 8,252 milliards CNY. Le volume des ventes des marques chinoises était d'environ 1,84 milliards CNY et celui des marques importées d'environ 6,412 milliards CNY.

Changyu a vinifié sa première barrique de brandy en Chine en 1914 sous le nom de Koya Brandy. Koya Brandy a remporté le concours international de brandy XO lors du salon Prowein à Duesseldorf en mars 2019.

Thématique : brandy chinois – marché chinois de brandy – Changyu

Date : le 8 juillet 2019

Sources : http://www.xinhuanet.com/food/2019-07/08/c_1124724870.htm

CHINE : LE GROUPE YILI RACHETE 100% DES ACTIONS DE LA COOPERATIVE NEOZELANDAISE WESTLAND CO-OPERATIVE DAIRY

En 2013, Yili avait acheté Oceania Dairy et a investi dans des lignes de production sur place.

Ces derniers jours, le Conseil d'Administration de Westland Co-Operative Dairy Company Limited a autorisé un projet de rachat de 100% de ses actions par Hongkong Jingang Trade Holding Co., Limited, filiale du groupe laitier chinois Yili.

D'après une annonce du mois de mars 2019 du géant laitier chinois, le montant total de l'acquisition de 100% d'actions de Westland par Jingang Holding ne devait pas dépasser 246 millions NZD. Une fois l'acquisition faite, Yili possédera 4% de la production nationale néozélandaise de lait brut et des produits à forte valeur ajoutée.

Fort d'une expérience de 150 ans dans l'élevage laitier, Westland Co-Operative Dairy Company dispose de plus de 400 élevages, faisant de cette coopérative laitière la deuxième plus importante en Nouvelle-Zélande. En 2014, Westland Dairy a ouvert un bureau de représentation à Shanghai et exporte ses produits comme la poudre de lait, le beurre, la poudre de protéine, le lait UHT et de la poudre de lait infantile dans plus de 40 pays.

Avant ce rachat, Yili possédait déjà des unités industrielles en Nouvelle Zélande. En 2013, Yili avait racheté la société laitière Oceania Dairy et investi 3 milliards CNY pour la création de lignes de production dédiées à la poudre de lait, à la poudre lait infantile et au lait UHT.

Thématique : Yili – achat – Westland – Nouvelle-Zélande – produit laitier

Date : le 8 juillet 2019

Source : http://food.china.com.cn/2019-07/08/content_74964438.htm

CHINE : LA MODE DU FITNESS EN CHINE A ENTRAINE LA CROISSANCE DES ALIMENTS DE NUTRITION SPORTIVE IMPORTES

9,6% d'une année sur l'autre.

Selon les données publiées par la douane de Tianjin, les aliments de nutrition sportive importés maintiennent une croissance rapide depuis le début de l'année 2019. De janvier à juin, le volume d'importation était de 1 688 tonnes, ce qui représente une hausse de 9,6% par rapport à 2018.

Au cours des dernières années, un nombre croissant de sportifs choisissent de consommer des aliments ayant des qualités nutritionnelles spécifiques regroupant un certain nombre de denrées. On retrouve dans la catégorie de nutrition sportive : les substituts de repas énergétiques, la poudre d'avoine, la protéine en poudre complexes, les barres de protéines sportives, la L-carnitine, les boissons solides à base d'algues.

L'importation de tels produits doit être conforme aux normes sanitaires chinoises puisque les produits importés doivent obtenir le "certificat de l'inspection et de la quarantaine" avant de pouvoir être vendus. Par exemple, afin de vendre un produit en tant qu'« aliment nutritionnel sportif », l'étiquette du produit doit également indiquer la classification du produit sur la surface principale de l'emballage.

Thématique : fitness – aliments de fitness – substitut de repas – aliment nutritionnel – sportif

Date : le 10 juillet 2019

Source : <http://www.cnfood.cn/shipinyaowen140579.html>

CHINE : MALGRE LA PESTE PORCINE AFRICAINE, LE GROUPE CHINOIS WENS A REALISE UN BENEFICE NET DE 180 MILLIONS D'EUROS AU PREMIER SEMESTRE 2019

Il prévoit de vendre 23 millions de têtes sur l'année 2019.

Le 11 juillet dernier, le groupe Wens, géant chinois du secteur de l'élevage de porc et de poulet, a publié ses résultats du premier semestre 2019. Grâce à la prise de mesures de lutte contre l'épidémie de peste porcine africaine, les activités porcines du groupe ont pu se poursuivre et enregistrer une augmentation des ventes de 13,69 % en volume par rapport au premier semestre 2018. Le bénéfice net du groupe sur le premier semestre 2019 est entre 1,35 à 1,45 milliard de CNY (environ 180 millions d'EUR), soit une augmentation de 52 % par rapport au premier semestre 2018. Wens prévoit de vendre 23 millions de têtes pour l'année 2019.

En janvier et février 2019, la peste porcine africaine et la baisse cyclique de l'activité du secteur ont ralenti les activités porcines. Mais à partir du mois de mars, avec la demande croissante en porc et l'augmentation du prix du porc sur le marché chinois, celles-ci se sont améliorées.

Concernant ses activités avicoles, sur le premier trimestre 2019 Wens a vendu 184 millions poulets.

Thématique : porc – Groupe Wens - peste porcine africaine – bénéfice – poulet

Date : le 12 juillet 2019

Source : <https://finance.sina.com.cn/stock/relnews/cn/2019-07-12/doc-ihytcitm1424094.shtml>

HONG KONG : LE SECRETAIRE D'ETAT A LA SANTE DECLARE QUE LE PRIX DU PORC CONTINUE SON ASCENSION RECORD, ALORS QUE LA PESTE PORCINE AFRICAINE EMPECHE L'APPROVISIONNEMENT DE HONG KONG

Les prix aux enchères du porc atteignent plus de 4 000 dollars de Hong Kong (HKD) par picul (environ 60kg) cette semaine, soit plus du double des prix du mois de mai.

La semaine dernière, Hong Kong a été frappée par des prix records du porc, la peste porcine africaine réduisant l'offre en porcs vivants en provenance de Chine continentale. La Secrétaire d'Etat à l'Alimentation et la Santé, Sophia Chan Siu-chee, met en garde contre une pénurie persistante.

Les prix aux enchères du porc ont atteint plus de 4 000 HKD (511 USD) par picul, cette semaine, un niveau « record », soit plus du double des 1 600 HKD de mai.

Les prix du porc à Hong Kong sont montés en flèche après que la ville a signalé deux cas de peste porcine africaine en mai. Ces cas ont entraîné la fermeture temporaire des abattoirs de la ville et l'abattage de près de 11 000 porcs afin d'empêcher la propagation du virus. Il a également coûté 40 millions de HKD aux contribuables en indemnités versées aux fournisseurs de porcs à Hong Kong.

Le prix au détail de la viande de porc maigre est passé d'environ 70 HKD par catty (unité chinoise pesant environ 600 grammes) à 88 HKD le samedi. Avant l'arrivée du virus, le prix était d'environ 40 à 50 HKD par catty. Les vendeurs de porc n'osent cependant pas augmenter davantage leurs prix de peur d'effrayer les clients qui achètent déjà moins ; certains étals risquent de fermer boutique faute de profit.

Selon les statistiques du Département de l'alimentation et de l'hygiène environnementale, la quantité quotidienne de porcs fournis à Hong Kong a diminué au cours des deux dernières semaines, passant de 2 004 le 1^{er} juillet à 1 481 vendredi 12 juillet. Le nombre est toutefois passé à 1 987 samedi 13 juillet.

Le gouvernement de Hong Kong a discuté avec les autorités du continent pour augmenter l'offre de porc, ainsi qu'avec les négociants locaux.

Thématique : peste porcine africaine – Hong Kong – porc

Date : le 13 juillet 2019

Source :

<https://www.scmp.com/news/hong-kong/health-environment/article/3018494/record-high-pork-prices-continue-health-secretary>

GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION

ACRONYMES

BNIC	Bureau National Interprofessionnel du Cognac
CJF	Cool Japan Fund Inc.
CNY	RMB, devise chinoise
CVS	Convenient stores
EUR	Euros
HKD	Hongkong Dollar, devise hongkongaise

JPY	Yen japonais, devise japonaise
JDE	Jacobs Douwe Egberts
MOEA	Ministère des affaires économiques de Taiwan
NZD	New Zealand dollar, devise néo-zélandaise
TWD	Taiwan New Dollar, devise taiwanaise
USD	US Dollar, devise américaine

SOURCES D'INFORMATION

WWW.SOHU.COM

Créé par Dr. Charles Zhang, un des pionniers de l'internet en Chine, Sohu.com Inc. (NASDAQ: SOHU) intègre différents services: média internet, moteur de recherche, et jeux en ligne. Le groupe dispose de deux entreprises cotées à NASDAQ : SOHU et CYOU.

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.

HTTP://FINANCE.SINA.COM.CN

Rubrique financière du site www.sina.com.cn, appartenant à la société SINA Corporation (NASDAQ GS : SINA), société de communication en ligne dédiée aux chinois et à la communauté chinoise dans le monde.

WWW.CNA.COM

Fondée en Chine en 1924 par le parti nationaliste du Kuomintang, Central News Agency est la principale agence de presse de la Taïwan, ayant pris forme de société d'Etat en 1973, puis transformé en statut d'association à but non lucratif en 1996.

WWW.XINHUANET.COM

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

HTTP://FOOD.CHINA.COM.CN

Rubrique produits alimentaires du site www.china.com.cn. Contrôlé directement par le Bureau de la presse du Conseil des Affaires d'Etat, le site internet (www.china.com.cn) est sous tutelle de Chine Foreign Language Administration.

WWW.CNFOOD.CN

Site internet du journal « China Food Newspaper », un des plus importants journaux spécialisés dans le secteur des produits alimentaires.

HTTP://EPAPER.BJBUSINESS.COM.CN

Site internet du journal « Beijing Business Today ». Appartenant à Beijing Daily Groupe, le journal est un des principaux quotidiens spécialisés en économie dans la région de Pékin.

WWW.SCMP.COM

Site Internet du journal quotidien South China Morning Post. Il s'agit d'un journal quotidien anglophone hongkongais fondé en 1903 qui couvre les événements politiques, économiques et sociaux à Hong Kong, en Chine continentale et de l'international. Il est le journal de référence de la presse anglophone à Hong Kong.

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

Yanxia DENG – Prospectrice Agrotech bureau de Shenzhen
Jean-Charles SHADILI – Chargé 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 réglementaire Agrotech bureau de Pékin
Arnaud DE BLAY DE GAIX – Chargé de développement Agrotech bureau de Pékin
Lucie ACQUAVIVA – Prospectrice Agrotech bureau de Hongkong
Min CHAO – Chargée de développement Agrotech bureau de Taiwan
Anne GUINAUDEAU – Conseiller export bureau de Taiwan
David ROLLAND – Chef de pôle Agrotech Chine
Céline LAURANS – Chef de projet informations 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.