

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

Octobre 2018 - N° 5

---



# SOMMAIRE

---

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

Chine : appel à commentaires pour 13 normes nationales chinoises dont celle sur la bière ..... 3

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

Chine : l'Argentine compte parmi les principaux fournisseurs de bœuf de la Chine ..... 4

Chine : l'Australie et la Nouvelle-Zélande pourraient devenir les plus gros exportateurs de lait préemballé pour la Chine, détrônant l'Union Européenne ..... 5

## STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS..... 6

Chine : Alibaba fusionne sa plateforme de livraison de repas Ele.me avec sa plateforme de services aux commerces Koubei ..... 6

Chine : collaboration de Carrefour avec JD DAOJIA ..... 6

Chine : Alibaba investit 2 milliards de CNY chez 1919, société spécialisée dans la vente en ligne de boissons alcoolisées ..... 7

Taiwan : le géant chinois de la distribution de retour à Taïwan pour conquérir les consommateurs de l'île de Formose..... 7

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

Chine : la filiale chinoise de la plus grande chaîne de café sud-coréenne Caffè Bene fait faillite ..... 9

Chine : interdiction d'importation de porc depuis la Moldavie ..... 9

Chine : le marché en ligne des produits alimentaires importés, le nouveau champ de bataille des plateformes e-commerces ..... 10

Chine : nouvelles mesures du bureau de commerce de Pékin pour soutenir le développement des magasins de proximité urbains ..... 11

Chine : les importations chinoises de viande bovine ont connu une croissance de 47% durant les trois premiers trimestres 2018 ..... 11

Chine : l'escalade de la guerre commerciale Chine - Etats-Unis ..... 12

Hong kong : Bonhams HK organise la plus grande vente aux enchères de son histoire..... 12

## GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION.... 14

Acronymes ..... 14

Sources d'information..... 14

# SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

## CHINE : APPEL A COMMENTAIRES POUR 13 NORMES NATIONALES CHINOISES DONT CELLE SUR LA BIÈRE

Cet appel prendra fin le 20 novembre 2018.

Le 15 octobre 2018, la SAC (*Standardization Administration of China*) a lancé un appel à commentaires sur son site internet pour 13 normes nationales chinoises, parmi lesquelles, plusieurs concernent des produits agroalimentaires :

- GB/T 4927-201X *Beer*
- GB/T 15038-201X *Analytical methods of wine and fruit wine*
- GB/T 23528-201X *Fructooligosaccharide*
- GB/T 26762-201X *Crystalline fructose and solid fructose-glucose*
- GB/T XXXX-XXXX *Inulin*
- GB/T 20370-201X *Guideline for enzyme preparations classification*
- GB/T 23597-201X *Dried laver*
- GB/T 10782-201X *General rule for preserved fruits*

La fin de cet appel à commentaires est prévue pour le 20 novembre 2018.

Thématique : appel à commentaires – SAC – norme – produits agroalimentaires

Date : le 15 octobre 2018

Source : [http://www.sac.gov.cn/gzfw/zqyj/201810/t20181015\\_342998.htm](http://www.sac.gov.cn/gzfw/zqyj/201810/t20181015_342998.htm)

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

## CHINE : L'ARGENTINE COMPTE PARMIS LES PRINCIPAUX FOURNISSEURS DE BŒUF DE LA CHINE

*La Chine représente le plus grand marché pour la viande bovine argentine, absorbant 54% du total des exportations de la viande bovine.*

Le 15 octobre, un séminaire sur la promotion de la viande bovine argentine premium s'est tenu à Pékin. Dans une interview, Ulise Fort, le président de l'Institut pour la promotion du bœuf argentin (IPCVA) a déclaré que la Chine s'est étroitement associée avec l'Argentine d'un point de vue commercial au cours de ces dernières années. En 2017, l'Argentine a exporté 100 000 tonnes de viande bovine vers la Chine, devenant l'un des principaux fournisseurs de bœuf du marché chinois.

Au mois de septembre 2018, le Ministère du Commerce de la République populaire de Chine a cité des rapports des médias argentins, en mentionnant que 28 entreprises exportatrices argentines avaient reçu l'autorisation d'exporter vers la Chine de la viande bovine fraîche, réfrigérée ou congelée, désossée. Les organisateurs ont annoncé que l'IPCVA collaborera ensuite avec la *China Cuisine Association* (CCA), en proposant des Master Class de viande bovine en Chine.

Les consommateurs chinois peuvent actuellement acheter de la viande bovine importée d'Argentine dans des supermarchés tels que Hema Xiansheng et Suning Shengxian, ou effectuer des commandes en ligne sur les plateformes de e-commerce de Taobao et JD.com.

Thématique : viande bovine – Argentine – IPCVA – promotion

Date : le 16 octobre 2018

Source : [http://www.xinhuanet.com//food/2018-10/16/c\\_1123566502.htm](http://www.xinhuanet.com//food/2018-10/16/c_1123566502.htm)

## CHINE : L'AUSTRALIE ET LA NOUVELLE-ZELANDE POURRAIENT DEVENIR LES PLUS GROS EXPORTATEURS DE LAIT PREEMBALLÉ POUR LA CHINE, DETRONANT L'UNION EUROPEENNE

*Entre janvier et août 2018, les importations depuis l'Australie et la Nouvelle-Zélande ont connu une forte augmentation pour atteindre 44,4% des importations totales chinoises.*

Selon les statistiques de la douane chinoise, entre janvier et août 2018, la Chine a importé au total 419 000 tonnes de lait préemballé pour une valeur de 563 millions de USD, soit une croissance respective de 5,4% et de 12,2% par rapport à la même période l'an dernier.

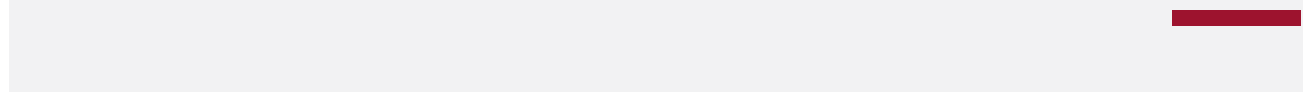
Les importations depuis la Nouvelle-Zélande et l'Australie ont connu une forte augmentation pour occuper la part de 44,4% des importations totales chinoises, soit 2% de plus par rapport à celles des 8 premiers mois de 2017. Les importations depuis la Nouvelle-Zélande ont atteint 133 200 tonnes pour une part de 31,8% (4,5% de croissance) ; celles depuis l'Australie s'élèvent à 52 900 tonnes soit une part de 12,6% (12,2% de croissance). Cette augmentation est due à plusieurs raisons : le bas prix de production en Australie et en Nouvelle-Zélande, la taxe douanière préférentielle grâce aux accords de libre-échange signés entre la Chine et ces deux pays, et des investissements chinois des entreprises laitières chinoises en Australie et en Nouvelle-Zélande. Les importations en provenance d'Australie et de Nouvelle-Zélande continueront à augmenter et remplaceront bientôt l'Union Européenne en tant que première zone fournissant du lait préemballé de la Chine.

Thématique : lait préemballé – Nouvelle-Zélande – Australie – Union Européenne

Date : le 22 octobre 2018

Source : [http://www.hesitan.com/nnyw\\_xjxm/2018-10-22/268968.shtml](http://www.hesitan.com/nnyw_xjxm/2018-10-22/268968.shtml)

# STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS



## CHINE : ALIBABA FUSIONNE SA PLATEFORME DE LIVRAISON DE REPAS ELE.ME AVEC SA PLATEFORME DE SERVICES AUX COMMERCE KOUBEI



*Cette nouvelle entité « Alibaba Local Services » nait dans un contexte de compétition intense avec son rival Meituan-Dianping.*

Le 12 octobre, Alibaba a annoncé la création de l'entreprise « Alibaba Local Services », née de la fusion entre Ele.me et Koubei, deux entreprises de Foodtech. Ils vont pouvoir allier leur force dans un contexte de guerre des prix avec le géant Meituan-Dianping de Tencent. Ele.me, comme plateforme de livraison de repas, a accumulé beaucoup de données sur le service à domicile et a de grandes capacités de livraison. Koubei, comme plateforme de services, apporte un système mature de services aux commerçants et sa connaissance fine des comportements du consommateur. « Alibaba Local Services » a déjà accumulé plus de 3 milliards de dollars d'engagement d'investissements, dont ceux d'Alibaba et du japonais Softbank. Aujourd'hui Ele.me et Koubei couvrent à eux deux 676 villes et proposent leurs services à 3.5 millions de commerçants. « Le but de cette entreprise est de redéfinir la vie urbaine, la rendre meilleure et plus pratique » a déclaré Daniel Zhang, actuel CEO d'Alibaba.

Thématique : Alibaba – Ele.me – Koubei – livraison de repas – Foodtech – fusion  
Date : le 12 octobre 2018  
Source : <https://www.jiemian.com/article/2532485.html>

## CHINE : COLLABORATION DE CARREFOUR AVEC JD DAOJIA



*Les ventes de Carrefour ont septuplé un mois après le lancement de cette coopération.*

Le 16 octobre, Carrefour a annoncé sa collaboration avec JD Daojia. Dès la fin septembre, 158 magasins ont été ouverts dans 31 villes majeures chinoises, et JD Daojia prévoit de s'étendre ensuite grâce à l'ouverture de 200 magasins à travers le pays. Auparavant, Carrefour a été partenaire avec d'autres plateformes O2O tels que Meituan, Ele.me et Baidu.

La première offre de produits de Carrefour qui sera lancée sur JD Daojia comporte plus de 6 000 variétés de marchandises, telles que des fruits frais, des légumes, des produits laitiers, des aliments transformés, des boissons, des produits d'épicerie, de beauté, de santé & bien-être, des produits infantiles et de maternité, et d'autres produits de grande consommation. En outre, Carrefour a sélectionné plus de 400 références de produits importés. À l'avenir, les deux parties souhaitent ajouter progressivement des catégories de produits destinés à la vente en ligne. Les données de JD Daojia indiquent que les ventes de Carrefour ont septuplé un mois après son lancement. Les clients manifestent un grand intérêt pour les produits de Carrefour sur JD Daojia, et une satisfaction notable pour les services de livraison dans l'heure.

Thématique : Carrefour – JD Daojia – commerce électronique

Date : le 16 octobre 2018

Source : <https://www.jiemian.com/article/2541487.html>

## CHINE : ALIBABA INVESTIT 2 MILLIARDS DE CNY CHEZ 1919, SOCIÉTÉ SPÉCIALISÉE DANS LA VENTE EN LIGNE DE BOISSONS ALCOOLISÉES

*Suite à ce financement, Alibaba est devenu le deuxième actionnaire le plus important de 1919.*

Le 18 octobre dernier, 1919, société spécialisée dans la vente en ligne de boissons alcoolisées a annoncé la fin de son tour C de financement, ayant reçu l'investissement stratégique du groupe Alibaba à hauteur de 2 milliards de CNY, dont 30% soit 600 millions de CNY seront dédiés à l'ouverture de nouveaux magasins (2000 nouveaux magasins sont prévus pour l'année prochaine), 891 millions de CNY en liquidités et 509 millions de CNY pour rembourser les prêts. Suite à cet investissement, Alibaba deviendra le deuxième actionnaire de 1919 avec 29% des parts.

Selon le contrat de coopération stratégique signé, 1919 développera une coopération avec les différents services d'Alibaba, y compris Cainiao Inc. sur l'amélioration de la chaîne d'approvisionnement, le stockage et le service logistique. L'objectif est de diminuer le stockage et d'augmenter le taux de rotation, ainsi que de libérer des liquidités.

Créé en 2006 à Chengdu, 1919 est coté en bourse depuis août 2014 auprès de New OTC Market (*new over-the-counter market*). Actuellement, ses activités comprennent 6 grandes catégories : la vente en ligne, la gestion de chaînes de magasins, la gestion de la chaîne d'approvisionnement pour des marchandises de grande consommation, le stockage et le service logistique dans la ville, le Data marketing, les technologies informatiques, etc. En 2017, la société dispose de 1200 magasins en direct répartis dans plus de 500 villes chinoises.

D'après les données publiées par 1919, l'entreprise a réalisé un chiffre d'affaires de 2,9 milliards de CNY en 2016 et 3,3 milliards de CNY en 2017. Ce chiffre pourrait atteindre 4,5 milliards et 7 milliards de CNY en 2018 et 2019.

Thématique : Alibaba – 1919 – investissement – coopération

Date : 19 octobre 2018

Source : <https://www.jiemian.com/article/2551296.html>

## TAIÏWAN : LE GEANT CHINOIS DE LA DISTRIBUTION DE RETOUR À TAIÏWAN POUR CONQUÉRIR LES CONSOMMATEURS DE L'ÎLE DE FORMOSE

*Après l'échec de sa première tentative d'implantation il y a 3 ans, le géant de la distribution en ligne, Taobao, est de retour à Taïwan.*

La guerre du e-commerce continue de plus belle à Taïwan. Après l'implantation de Shopee, plateforme de e-commerce singapourien qui a déjà détrôné le leader de la distribution en ligne local PcHome via une stratégie de guerre des prix, arrive à présent sur le marché le leader de la distribution en ligne de l'autre rive : Taobao, filiale du groupe Alibaba.

Il y a 3 ans, Taobao avait été forcé de quitter le marché taïwanais en raison du non-respect des réglementations taïwanaises relatives à l'investissement de fonds de Chine continentale à Taïwan. En juin dernier, le voilà de retour,

avec une stratégie qui ne s'appuie plus sur la guerre des prix, mais qui joue sur des alliances avec les vendeurs et distributeurs locaux, des marques locales telles que Test Rite, ainsi qu'avec les *web influencers* ou *Youtubers* célèbres localement. Les leaders locaux de la distribution en ligne tels que PcHome et Momo commencent déjà à se préparer à une concurrence très agressive.

Alors que début septembre, le fondateur d'Alibaba Group, Jack Ma, parlait de son départ à la retraite et de son retour au métier de professeur, Taobao annonce son projet de conquête du marché taïwanais.

Taobao est le leader du e-commerce en Chine continentale, détenant plus de 180 000 marques et des dizaines de millions de boutiques en ligne, avec une distribution dans plus de 214 pays dans le monde. Les plateformes Taobao et Tmall représentaient 214 milliards de yuan RMB (soit 26,75 Mds EUR) de chiffre d'affaires l'année dernière, et en 2018, son fondateur Jack Lee devient l'homme le plus fortuné de Chine avec 270 milliards de yuan RMB (soit 33,75 Mds EUR) de fortune personnelle estimée.

Lors de sa première tentative d'implantation à Taïwan en 2016, Taobao avait été obligé de payer une pénalité de 240 000 TWD (soit 6744 EUR) et de se retirer du marché faute de répondre positivement aux lois strictes sur les investissements de capitaux chinois à Taïwan. Après de longues années de procès, Taobao a réussi à obtenir un permis officiel des autorités du Ministère de l'économie taïwanaise en tant qu'investisseur chinois, pour se réimplanter à Taïwan en juin.

En moins de 4 mois, Taobao a mis en place une stratégie de développement d'envergure : mise en place d'une école Taobao qui vise à attirer des vendeurs taïwanais, installation de boutiques physiques en partenariat avec Test Rite (l'agent de B&Q à Taïwan), recrutement de *web influencers* taïwanais, négociation d'un partenariat avec Line Shop (application mobile) pour atteindre ses 19 millions d'utilisateurs à Taïwan... Cette stratégie méticuleuse vise à s'arracher des parts de marché du e-commerce à Taïwan, qui représente aujourd'hui environ 28 Mds d'euros.

Armé de cette stratégie de développement solide qui a déjà fait ses preuves sur le continent chinois, Taobao est fin prêt pour s'implanter avec tact à Taïwan, en faisant preuve d'une adaptation au marché local, ce qui fait déjà trembler les grands du e-commerce taïwanais à la veille de la date décisive du 11 novembre, traditionnelle journée de soldes e-shopping en Asie.

Thématiques : vente en ligne – distribution – Chine – Taiwan

Date : le 24 octobre 2018

Source

[https://www.mirrormedia.mg/story/20181022fin002/?gclid=EAlaIQobChMIxbyv\\_seGe3gIVjRsqCh2wjQi4EAAYASAAEgIxe\\_D\\_BwE](https://www.mirrormedia.mg/story/20181022fin002/?gclid=EAlaIQobChMIxbyv_seGe3gIVjRsqCh2wjQi4EAAYASAAEgIxe_D_BwE)



# ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL

---

## CHINE : LA FILIALE CHINOISE DE LA PLUS GRANDE CHAÎNE DE CAFÉ SUD-CORÉENNE CAFFÉ BENE FAIT FAILLITE

---

*La répartition non équilibrée des parts entre les actionnaires chinois et coréens et des bénéfices aurait été le terreau de cette crise.*

Le 9 octobre, le tribunal populaire du district de Fengxian à Shanghai a publié une annonce invitant les créanciers de la filiale chinoise de Caffé Bene à signaler leurs réclamations avant le 9 novembre 2018. La filiale a été déclarée en faillite depuis août dernier. La société figurait sur la liste noire des entreprises illégales ou peu fiables. A l'heure actuelle, le représentant légal Yu Yufa est porté manquant.

Fondée en 2008, Caffé Bene est la plus grande chaîne de café coréenne. Il y a plus de 1 200 unités dans le monde, notamment en Chine, aux Etats-Unis et aux Philippines. Elle rentre sur le marché chinois en 2012 et s'est rapidement implantée dans les villes de 1<sup>er</sup>, 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> rang. La chaîne a reposé son développement majoritairement sur le système des franchises. Par exemple, en 2014, en Corée du Sud, sur plus de 900 magasins, seulement 30 étaient gérés directement par la société. Lors de son pic de développement en Chine, la chaîne comptait plus de 600 magasins et avait établi un record de 200 nouvelles ouvertures en une année.

Mais l'expansion trop rapide et la mauvaise gestion des franchises la conduisent à sa perte. Dès 2014, la société et ses franchisés accumulent les retards de paiement entraînant des problèmes logistiques et la fuite des employés. La cause profonde de ce chaos semblerait être la répartition non équilibrée des parts et des bénéfices entre actionnaires chinois et coréens. Les Coréens étaient largement minoritaires dans les investissements mais recevaient 50% des bénéfices. Cela aurait engendré le mécontentement des Chinois et leur manque de motivation pour réussir ce projet.

Thématique : Café – chaîne de restaurants – faillite – Caffé Bene – Corée du Sud – franchise

Date : le 15 octobre 2018

Source : <https://www.jiemian.com/article/2533781.html>

## CHINE : INTERDICTION D'IMPORTATION DE PORC DEPUIS LA MOLDAVIE

---

*Les produits exportés après la date de publication de la circulaire d'interdiction seront retournés ou détruits.*

Le 15 octobre 2018, la douane et le Ministère de l'agriculture chinois ont publié en ligne la circulaire No 133-2018 au sujet de l'interdiction d'importation du porc, du porc sauvage et des produits porcins depuis la Moldavie.

Le 21 septembre dernier, l'autorité compétente moldave a informé l'OIE (Office international des épizooties) cinq cas de peste porcine africaine à l'intérieur de son pays. Suite à cette déclaration, les autorités compétentes chinoises ont décidé d'interdire toute importation directe ou indirecte de porcs, porcs sauvages ou produits dérivés porcins depuis la Moldavie et d'arrêter la délivrance du permis d'importation tout en supprimant ceux déjà délivrés. Tous produits porcins importés de Moldavie, dont la date de départ est ultérieure à la date de publication de la présente circulaire, seront retournés ou détruits. Pour les produits qui sont partis avant cette date, les douanes chinoises vont renforcer les contrôles sanitaires.

Thématique : interdiction – importation – porc – Moldavie – peste porcine africaine

Date : le 15 octobre 2018

Source : <http://www.customs.gov.cn/customs/302249/302266/302269/2044315/index.html>

## CHINE : LE MARCHÉ EN LIGNE DES PRODUITS ALIMENTAIRES IMPORTÉS, LE NOUVEAU CHAMP DE BATAILLE DES PLATEFORMES E-COMMERCE

*En 2017, les ventes de produits alimentaires importés s'élèvent à 58,28 milliards de dollars.*

La plateforme de e-commerce Jingdong vient tout juste de dévoiler sa nouvelle stratégie « Global Yet Local » pour les produits importés. Parallèlement, l'agence O&O Consulting a publié un rapport sur la vente en ligne de ces produits. Ils observent que le marché des produits alimentaires importés en Chine s'est rapidement élargi et le taux de croissance de vente en ligne est nettement supérieur au taux de croissance global du secteur. En 2017, selon les statistiques douanières, la valeur des produits alimentaires importés s'élève à 58,28 milliards de dollars, soit une croissance de 25%. Sur la même période, Jingdong a vu une croissance de plus de 50% de ses ventes soit une croissance deux fois supérieure à la moyenne nationale.

Les consommateurs se soucient aujourd'hui davantage de la qualité que du prix. Ils préfèrent donc les marques haut de gamme notamment pour l'eau plate, le chocolat ou encore les produits laitiers. Les villes de premier rang restent les principaux foyers de consommation. Cependant, si l'on regarde le taux de croissance, d'autres régions comme Hainan et Anhui apparaissent parmi les 5 premiers, ce qui révèle une meilleure pénétration des canaux de distribution.

Les produits alimentaires importés sont devenus le nouveau champ de bataille des plateformes de e-commerce. Le supermarché en ligne de Jingdong a plus de 50 % des parts de marché sur certaines marques très connues comme Ferrero, Nescafé ou encore Evian et Anchor.

Le rapport estime que les progrès logistiques, des mesures du gouvernement plus souples sur l'importation et la sensibilisation du consommateur à une consommation de produits de qualité vont ouvrir une longue période de forte croissance pour le marché des produits alimentaires importés.

Thématique : Jingdong – produits importés – alimentaire – e-commerce

Date : le 16 octobre 2018

Source : [http://www.ce.cn/cyssc/sp/info/201810/16/t20181016\\_30531043.shtml](http://www.ce.cn/cyssc/sp/info/201810/16/t20181016_30531043.shtml)

## CHINE : NOUVELLES MESURES DU BUREAU DE COMMERCE DE PEKIN POUR SOUTENIR LE DEVELOPPEMENT DES MAGASINS DE PROXIMITE URBAINS

*La capitale chinoise veut soutenir de manière administrative et financière le développement des chaînes de magasins de proximité.*

Récemment, la municipalité de Pékin a promulgué une nouvelle réglementation pour soutenir le développement des magasins de proximité dans la capitale.

D'après le Bureau du commerce pékinois, des espaces d'une surface de 10-20 m<sup>2</sup> seront dédiés aux magasins de proximité pour les projets de construction d'habitation. Aussi, des espaces similaires seront réservés au sein des bâtiments de services publics tels que les écoles, stades, hôpitaux, parcs, stations de métro, parcs technologiques, etc. De plus, trois niveaux de service logistique (base de service logistique + district de service logistique + point de livraison) seront établis pour le stockage et le transport des marchandises.

Le bureau de commerce pékinois s'engage à apporter un support financier via des fonds spéciaux à hauteur de 50% des investissements avec un plafond montant à 5 millions de CNY pour les projets de création de magasin de proximité. Des subventions seront aussi attribuées afin de couvrir 30 % des investissements immobiliers.

Afin d'accélérer les procédures administratives, l'acquisition du permis pour la distribution des aliments (*Food Distribution License*) sera réduite à 5 jours ouvrés.

L'offre des magasins de proximité va également changer puisqu'ils pourront élargir leur gamme d'aliments fournis et vendre au détail des médicaments OTC type B.

L'objectif est d'atteindre 6000 magasins de proximité d'ici trois ans, et que chaque quartier dispose de 2 magasins de proximité.

Thématique : magasin de proximité – Pékin – mesure de support

Date : le 18 octobre 2018

Source : [http://www.xinhuanet.com//2018-10/18/c\\_1123579260.htm](http://www.xinhuanet.com//2018-10/18/c_1123579260.htm)

## CHINE : LES IMPORTATIONS CHINOISES DE VIANDE BOVINE ONT CONNU UNE CROISSANCE DE 47% DURANT LES TROIS PREMIERS TRIMESTRES 2018

*En 2017, l'écart entre l'offre et la demande chinoises de viande bovine a atteint 967 000 tonnes.*

Selon les statistiques publiées par la douane chinoise du 12 octobre dernier, durant les trois premiers trimestres 2018, les importations chinoises de viande bovine ont atteint 738 000 tonnes, soit une augmentation de 46,8 %. D'après les experts chinois du secteur, cela est dû à plusieurs facteurs : les limites de la filière d'élevage chinoise, l'augmentation de la demande des consommateurs chinois en viande bovine, la lutte du gouvernement chinois contre la contrebande, la prévision des opérateurs sur les politiques futures, etc.

A l'heure actuelle, la consommation annuelle chinoise de produits carnés est d'environ 60 kilos par habitant, soit le double du niveau moyen mondial, avec principalement une consommation de viande porcine. La consommation de viande bovine ou ovine en Chine est loin derrière le niveau moyen mondial. En même temps, l'offre de viande bovine est insuffisante. Le modèle d'élevage de petite échelle et un coût trop élevé ont conduit à une diminution du cheptel de bovins viande en Chine.

En 2017, l'écart de l'offre et de la demande chinoise en viande bovine a atteint 967 000 tonnes. D'après le Ministère du commerce chinois, les importations de viande bovine et de leurs produits transformés ont augmenté, passant de 27 000 tonnes en 2011 à 601 000 tonnes en 2016. En 2016, les principaux pays fournisseurs pour la Chine étaient le Brésil (171 000 T), l'Uruguay (167 000 T), l'Australie (117 000 T).

En octobre 2017, afin de lutter contre la contrebande de viande bovine et de bovins vivants aux frontières des provinces du Yunnan et du Guangxi, le Ministère de l'agriculture, le Ministère du commerce, la douane et l'ancienne AQSIQ ont décidé d'effectuer des essais dans la province du Yunnan pour une gestion régionale contre les épidémies animales ainsi qu'une industrialisation transfrontalière. Plus précisément, des zones d'élevage bovin sont désignées dans les pays frontaliers, respectant des contraintes d'inspection et de quarantaine, et l'abattage sera effectué en Chine. A ce jour, le projet est en phase de construction. Il est prévu qu'en 2019, suite au démarrage du projet, les importations de viande bovine chinoise soient plus stables.

Thématique : viande bovine – importation – croissance

Date : le 19 octobre 2018

Source : [http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201810/19/t20181019\\_30573063.shtml](http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201810/19/t20181019_30573063.shtml)

## CHINE : L'ESCALADE DE LA GUERRE COMMERCIALE CHINE - ETATS-UNIS

*La guerre commerciale entre Beijing et Washington profite aux agriculteurs brésiliens.*

Il y a trois semaines, COFCO International Ltd (CIL) a entamé la construction d'un silo d'une capacité de 60 000 tonnes dans le nord du Mato Grosso, le premier état brésilien pour la production du soja. Il sera intégré à un réseau de transport longue distance avec des camions qui achemineront les céréales et les oléagineux vers le nord jusqu'aux fleuves Tapajos et Amazon, puis la marchandise naviguera par barge vers le port de Barcarena, dans l'océan Atlantique.

« À Barcarena, nous chargeons les navires, qui transportent la cargaison essentiellement vers la Chine », a déclaré Valmor Schaffer, directeur général de la gestion des actifs mondiaux chez COFCO International. La Chine est le plus gros consommateur de soja au monde et représente 60% des importations mondiales. La part du Brésil dans les importations de soja de la Chine a atteint 66% en août 2018, contre 48% l'année précédente, a estimé l'USDA (le département de l'Agriculture des États-Unis).

COFCO cherche à faire de sa filiale, COFCO International, un concurrent face aux grands groupes agroalimentaires internationaux telles que Archer Daniels Midland (ADM), Bunge et Cargill. L'année dernière, le groupe national chinois a racheté l'entreprise néerlandaise Nidera et Noble Agri, pour sa présence stratégique en Amérique du Sud avec 66 installations de stockage intérieur d'une capacité de 2,7 millions de tonnes, soit 22 silos au Brésil, 14 en Argentine, 7 au Paraguay et en Uruguay. Aujourd'hui, 8,2 millions de tonnes de maïs et de soja achetés par COFCO international proviennent de l'agriculture brésilienne tandis que 4 à 5 millions de tonnes proviennent d'autres négociants.

Selon Schaffer, COFCO International ne fournit pas seulement la Chine, mais aussi les marchés d'Europe, du Moyen-Orient, d'Afrique et d'Asie du Sud-Est avec du sucre blanc, du café, du coton, des céréales et des oléagineux.

Thématique : COFCO – guerre commerciale – Brésil – Etats-Unis – soja

Date : le 23 octobre 2018

Source : <http://www.grainnews.com.cn/content.aspx?id=1&type=2&articleGuid=dab4ff8e-801a-44b6-87a0-6a03c4794de6>

## HONG KONG : BONHAMS HK ORGANISE LA PLUS GRANDE VENTE AUX ENCHERES DE SON HISTOIRE

*La maison d'enchères Bonhams organisera cet automne à Hong Kong sa plus grande vente de vins haut de gamme et de spiritueux, comprenant plus de 1 000 lots, ainsi qu'un fût de The Macallan de 1996, tandis qu'un grand format de Le Pin sera mis aux enchères à Londres.*

La vente, qui aura lieu à Hong Kong le 16 novembre, comprend 650 lots de vin et 530 lots de whisky, avec une estimation avant-vente de 30 millions de HKD.

Bordeaux, Napa Cabernet et des vins australiens haut de gamme dominent les lots de vin avec des bouteilles de Petrus 1990, Margaux 1982, Henschke Hill of Grace 1992, Penfolds Grange 1986 et Dominus 1994 parmi les premiers lots.

Les amateurs et collectionneurs pourront également acquérir un jéroboam de Mouton Rothschild 2000, une bouteille numéro 5 parmi les 5 000 signées par feu la baronne Philippine (140 000 HKD - 150 000 HKD) et une verticale de 53 bouteilles de Mouton couvrant la période allant de 1960 à 2010 (300 000 HKD-380 000HKD).

Au cœur de la vente, on trouve aussi un gros fût (hogshead) américain de 1996 : un The Macallan âgé de 22 ans, estimé à entre 2,2 et 2,8 millions de HKD.

Les amateurs de whisky japonais pourront choisir parmi plus de 70 bouteilles de Karuizawa et 50 bouteilles de single cask Yamazaki, ainsi que du Hanyu 'Card Series'.

Les amateurs inconditionnels de scotch pourront se tourner vers diverses Bowmores de collection, notamment les Black Bowmore 1964, les millésimes de Macallan de 1937 à 1991 et des whiskies anciens et rares de grands conditionneurs tels que Samaroli, Moon, Sestante et Silver Seal.

Dans le même temps, plus tard en novembre, le commissaire-priseur à Londres offrira des ventes de doubles magnums de Le Pin, provenant de la cave du domaine. Les millésimes vont de 1994 à 2015, et les vins de 2009, 2010 et 2015 sont estimés entre 12 000 et 15 000 £ chacun.

Thématique : vin – enchères – Hong Kong – spiritueux

Date : le 23 octobre 2018

Source : <https://www.thedrinksbusiness.com/2018/10/bonhams-hk-to-hold-biggest-sale-ever/>

# GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION

## ACRONYMES

<b>CCA</b>	China Cuisine Association
<b>CEO</b>	Chief Executive Officer
<b>CNY</b>	RMB, devise chinoise
<b>EUR</b>	Euros, devise de l'Union Européenne
<b>HKD</b>	Hong Kong Dollar
<b>IPCVA</b>	Institut pour la promotion du bœuf argentin

<b>OIE</b>	Office international des épizooties
<b>OTC</b>	Over-the-counter
<b>SAC</b>	Standardization Administration of China
<b>TWD</b>	New Taiwan dollar
<b>USD</b>	United States dollar

## SOURCES D'INFORMATION

### [WWW.SAC.GOV.CN](http://WWW.SAC.GOV.CN)

Site internet de Standardization Administration of China

### [WWW.XINHUANET.COM](http://WWW.XINHUANET.COM)

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

### [WWW.HESITAN.COM](http://WWW.HESITAN.COM)

Site internet du magazine mensuel « Holstein Farmer », créé en 2005 par Beijing Orient Dairy Consultants Ltd., la seule publication DM (Direct Mail Advertising) en Chine dédiée à la filière de l'élevage bovin.

### [WWW.JIEMIAN.COM](http://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.MIRRORMEDIA.MG](http://WWW.MIRRORMEDIA.MG)

Fondé en 2016, Mirror Media Co., Ltd. par le premier chef éditorial de NextMag, une revue hebdomadaire en ligne et sur papier, avec une moyenne de 2,3 millions de Page Views par jour, et environ 8000 abonnés de la revue papier.

### [WWW.CUSTOMS.GOV.CN](http://WWW.CUSTOMS.GOV.CN)

Site internet de l'Administration générale de la douane chinoise

### [WWW.CE.CN](http://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.GRAINNEWS.COM.CN](http://WWW.GRAINNEWS.COM.CN)

Site internet du journal « Grain News », créé en avril 1985, le seul journal de niveau national dans le secteur céréalière et oléagineux.

### [WWW.THEDRINKSBUSINESS.COM](http://WWW.THEDRINKSBUSINESS.COM)

Site Internet du magazine The Drinks Business Hong Kong, un magazine pour les professionnels du secteur vinicole. The Drinks Business Hong Kong est une branche de The Drinks Business, basé au Royaume-Uni.

## VEILLE MEDIATIQUE 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

Jean-Charles SHADILI – Chargé de développement Agrotech bureau de Canton

Ying LI – Conseillère export règlementaire Agrotech bureau de Pékin

Juliette CARON – Prospectrice Agrotech bureau de Pékin

Lucie ACQUAVIVA – Prospectrice Agrotech bureau de Hongkong

Anne GUINAUDEAU – Conseiller export bureau de Taiwan

Céline LAURANS – Chef de projet informations réglementaires Asie (hors ASEAN) – Océanie – TOM

Contact à 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.