

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

Novembre 2018 - N° 6



SOMMAIRE

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS..... 3

Chine : appel à commentaires pour deux projets de normes relatifs aux limites maximales autorisées de pesticides dans les produits alimentaires 3

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

Chine : Heineken signe un accord définitif avec CR Entreprise pour son développement sur le marché chinois 4

Chine : installation du premier centre technologique laitier dans la plaine centrale à Huahuaniu en coopération avec les Pays Bas..... 5

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

Chine : analyse de l'impact du bœuf irlandais sur le marché chinois des importations 6

Chine : 10% des vignobles et caves dans la Vallée de Barossa en Australie appartiennent aux Chinois 7

Chine : Tencent en négociation en vue d'une coopération avec Métro 7

Chine : la chaîne de magasins de proximité Good Neighbor a obtenu un financement de plusieurs dizaines de millions de dollars 8

Chine : première session de "China International Import Expo" 8

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL 9

Chine : l'industrie laitière sous pression 9

Chine : forte croissance des exportations canadiennes vers la Chine 10

Chine : l'impact de la peste porcine africaine sur la chaîne industrielle du secteur du porc vivant en Chine..... 10

Hong Kong : après 10 ans sans droit d'accises sur les vins, les importations ont augmenté de 6,5 fois en valeur 11

Chine : la Chine va acheter plus d'huile végétale et de tourteaux d'oléagineux 11

Chine : dix-sept ans après l'embargo chinois sur la viande bovine française, la France peut de nouveau vendre son bœuf en Chine 12

Chine : autorisation d'exportation en Chine pour les échalottes françaises 12

Taiwan : la 2^e plus grande chaîne de magasins de proximité (CVS) FamilyMart à la recherche de produits « clean label » 13

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

Acronymes 14

Sources d'information..... 14

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

CHINE : APPEL A COMMENTAIRES POUR DEUX PROJETS DE NORMES RELATIFS AUX LIMITES MAXIMALES AUTORISEES DE PESTICIDES DANS LES PRODUITS ALIMENTAIRES

La fin de l'appel à commentaires est prévue pour le 30 novembre 2018.

Le Département des productions végétales du MOA a publié, le 31 octobre, la version provisoire des deux normes nationales chinoises relatives aux limites maximales autorisées de pesticides dans des denrées alimentaires, plus précisément :

- *Maximum residue limits for 53 pesticides in food ;*
- *Maximum residue limits for 18 pesticides in animal commodities.*

La version provisoire des deux normes se trouve en pièce jointe de l'annonce (seulement en version chinoise). Cet appel à commentaires prendra fin le 30 novembre 2018.

Thématique : MOA – appel à commentaires – norme – limite – résidu

Date : le 31 octobre 2018

Source : <http://www.chinapesticide.org.cn/zwtz/12302.jhtml?from=groupmessage>

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

CHINE : HEINEKEN SIGNE UN ACCORD DEFINITIF AVEC CR ENTREPRISE POUR SON DEVELOPPEMENT SUR LE MARCHÉ CHINOIS

L'achat par CRE (CR Entreprise) des activités chinoises de Heineken aidera à augmenter la part de CR Beer sur le marché de la bière haut de gamme en Chine.

Le 5 novembre, CR Beer(Holding) Co., Ltd. a annoncé la signature d'un accord d'achat d'actions avec le groupe hollandais Heineken. CR Beer achètera toutes les actions des 6 sociétés de Heineken International en Chine, ainsi que les actions émises par Heineken HK Inc., Ltd. pour un montant total de 2,35 milliards de HKD.

Le groupe Heineken a également annoncé la signature de l'accord de coopération stratégique avec CR Entreprise et CR Beer en Chine continentale, Hongkong et Macao. Heineken achètera 40% d'action de CRH (Beer) Limited ('CBL') et CR Entreprise ('CRE') disposera des 60% d'actions restantes. CBL disposant de 51,7% des actions de CR Beer, Heineken possèdera ainsi réellement 20,7% d'actions de CR Beer après la transaction. Le montant total de l'investissement de Heineken chez CBL atteindra à 24,3 milliards de HKD.

CRE acquerra 5,2 millions d'actions de Heineken NV (correspondant à 0,9% des actions de Heineken NV), pour un montant total de 464 millions euros. Heineken vendra ses activités en Chine, y compris trois brasseries, à CR Beer pour un montant total de 2,4 milliards de HKD par transaction d'actions. L'ensemble de ces transactions entraîneront un investissement net de 1948 millions d'euros par Heineken. Heineken et CR Beer signeront un accord de permis d'utilisation de marque Heineken® en Chine. Heineken autorisera CR Beer à s'appuyer sur ses canaux de distribution mondiaux pour soutenir et accélérer la croissance internationale de la marque Snow® de CR Beer et ses autres marques chinoises.

L'industrie de la bière en Chine est en phase de maturation et de segmentation. Entre 2011 et 2016, la part de marché des bières milieu et haut de gamme est passée de 38,4% à 57,4%. Actuellement, CR Beer qui est sous contrôle de CBL est le premier producteur et distributeur de bière en Chine. Selon les données semi-annuelles publiées par le groupe le 17 août, durant les 6 premiers mois de 2018, le CA de CR Beer a atteint 17,5 milliards de CNY, soit + 11,25% par rapport aux 6 premiers mois 2017. L'achat par CRE des activités chinoises de Heineken aidera à augmenter la part de CR Beer sur le marché des bières haut de gamme en Chine.

Thématique : Heineken – CR Beer – accord de coopération – achat d'actions

Date : le 5 novembre 2018

Source :

http://cj.sina.cn/articles/view/1651428902/626ece2602000eb3y?cre=tianyi&mod=pcpager_fin&loc=2&r=9&doct=0&rfunc=17&tj=none&tr=9

CHINE : INSTALLATION DU PREMIER CENTRE TECHNOLOGIQUE LAITIER DANS LA PLAINE CENTRALE A HUAHUANIU EN COOPERATION AVEC LES PAYS BAS

La coopération des groupes laitier sino-néerlandais de la plaine centrale du Henan a permis une amélioration de l'industrie laitière.

Aujourd'hui, le premier centre technologique laitier sino-néerlandais de la plaine centrale du Henan a été officiellement ouvert au sein du Zhongli Ruiya ranch appartenant au groupe laitier Huahuaniu. Le soutien financier du groupe pour le SDDDC (*Sino-Dutch Dairy Development Centre*) a permis l'ouverture de ce centre de technologie laitière qui aura un impact profond sur le développement de l'industrie laitière chinoise, la formation de talents et la recherche scientifique dans la plaine centrale du Henan.

Le SDDDC est une plateforme de coopération internationale de l'industrie laitière créée en 2013 par l'Université agricole de Chine, l'Université et le Centre de recherche de Wageningen des Pays-Bas, ainsi que le Royal Friesland des Pays-Bas. Huahuaniu, l'une des sociétés laitières locales les plus puissantes de la province du Henan et même du centre de la Chine, a rejoint le SDDDC en 2015. La bonne relation entre les deux parties a favorisé, en 2016, la mise en place du centre sino-néerlandais de technologie laitière au sein de la Ruiya Ranch, dans le comté de Zhongli, agglomération de Zhengzhou.

Thématique : Centre néerlandais de technologie laitière – plaine centrale de Chine – Huahuaniu

Date : le 24 octobre 2018

Sources : http://www.hesitan.com/nnyw_qydt/2018-10-24/269370.shtml

STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS

CHINE : ANALYSE DE L'IMPACT DU BŒUF IRLANDAIS SUR LE MARCHÉ CHINOIS DES IMPORTATIONS

Au cours du premier mois d'entrée en Chine, le premier conteneur de viande de bœuf irlandais a eu beaucoup de succès.

Le 11 septembre, le premier conteneur de bœuf irlandais est arrivé en Chine. Le même jour, la plateforme alimentaire de JD.com, le groupe européen ABP et l'entreprise Beijing Hopewise International Trading ont célébré la conférence du premier envoi du conteneur maritime de bœuf irlandais livré chez JD.

« Le bœuf irlandais est meilleur que le bœuf moyen nourri à l'herbe. Son prix est supérieur à celui du bœuf chinois, mais inférieur à celui du bœuf américain et australien. »

De nombreux restaurants européens en Chine ont l'habitude d'utiliser le bœuf irlandais. Concernant la distribution, Sun Yongli a lancé les produits bovins emballés sous la marque « Pales » sur la plateforme alimentaire JD Fresh ainsi que sur d'autres sites de e-commerce. Le bœuf irlandais sera majoritairement distribué aux restaurants européens haut de gamme tels que Fresh Hema, Fresh Elephant, 7 Fresh. D'après M. Sun, 2 conteneurs sont vendus par mois, de 50 à 100 tonnes.

À l'heure actuelle, les premiers fournisseurs de viande de bœuf en Chine sont le Brésil, l'Uruguay, l'Australie et l'Argentine. La viande de bœuf irlandaise vient d'entrer sur le marché chinois, avec des restrictions sur le type et l'âge de la viande. « Les os et les viscères ne peuvent pas être importés en Chine. Les produits issus des bovins de plus de 30 mois ne peuvent pas être exportés en Chine. » Sun Yongli a déclaré qu'avec ces restrictions, la quantité de ces produits pouvant pénétrer le marché chinois est relativement faible.

« Pour le moment, la quantité de viande de bœuf irlandaise exportée vers la Chine en 2018 devrait avoisiner les 3 000 tonnes. Même si elle devrait doubler l'année prochaine, ce volume n'est toujours pas comparable à celui du Brésil et de l'Australie. » M. Sun a ajouté que le bœuf irlandais entrant en Chine ne modifierait que difficilement le marché chinois existant du bœuf importé, mais que l'Irlande reste un fournisseur potentiel auquel les commerçants de bœuf chinois devraient prêter attention.

Thématique : marché du bœuf importé – bœuf irlandais

Date : le 25 octobre 2018

Sources : <http://www.cnfood.cn/guojiaowen131031.html>

CHINE : 10% DES VIGNOBLES ET CAVES DANS LA VALLEE DE BAROSSA EN AUSTRALIE APPARTIENNENT AUX CHINOIS

En 2016, le groupe chinois Weilong a acheté trois vignobles australiens pour un investissement total de plus de 13 millions d'AUD.

D'après un récent reportage de ABC (*Australian Broadcasting Corporation*), actuellement dans la Vallée de la Barossa, célèbre région productrice de vin dans le sud de l'Australie, 10% de vignobles et caves de la vallée appartiennent au Chinois. Ces dernières années, les achats des vignobles australiens par les Chinois sont devenus de plus en plus fréquents. En 2016, le groupe chinois Weilong a acheté trois vignobles australiens pour un investissement total de plus de 13 millions d'AUD. Ce fut un des plus importants achats de vignobles en Australie durant les 10 dernières années. Les investissements chinois dans le secteur du vin en Australie sont en phase de maturation. Il y a cinq ans, les Chinois ne connaissent que la marque 'Penfolds', ayant peu de connaissance sur les régions de production et les cépages. Actuellement, les investisseurs chinois montrent un grand intérêt pour les différentes régions telles que la Vallée de la Barossa, McLaren Vale, la Vallée de Yarra, etc. En raison de la préférence du marché chinois pour le vin rouge, les régions productrices de vin rouge sont naturellement plus appréciées par les investisseurs chinois. Derrière ces investissements, s'exprime le fort besoin du marché chinois pour les vins australiens. D'après les données fournies par Wine Australia, autorité compétente du gouvernement australien spécialisée en promotion et contrôle de la filière de vin australienne, les exportations de vins australiens vers les marchés du Nord-Est asiatique ont connu une croissance de 51% pour un montant total de 1,2 milliard d'AUD.

Thématique : vignoble australien – investissement chinois – Vallée de la Barossa

Date : le 31 octobre 2018

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2018/10/2-78862.html>

CHINE : TENCENT EN NEGOCIATION EN VUE D'UNE COOPERATION AVEC METRO

Tencent accélère la restructuration de son activité de vente au détail.

D'après des informations publiées sur le site internet JIEMIAN le 2 novembre, Tencent est en cours de négociation avec Métro pour une coopération. Depuis octobre dernier, des rumeurs selon lesquelles Métro cherchait à vendre ses activités en Chine, et selon lesquelles Fosun International était en négociation avec Métro pour l'achat de 9% de ses actions circulaient.

Métro est entré en Chine en 1996 en ouvrant son premier magasin à Shanghai. A l'heure actuelle, le groupe dispose de 94 magasins sur le marché chinois. En 2017, son chiffre d'affaires s'est élevé à 21,3 milliards de CNY. Ces dernières années, en plus de ses magasins traditionnels, Métro a testé d'autres modèles d'exploitation, et a coopéré avec Alibaba en intégrant la plateforme TMALL. Depuis 2016, Métro a successivement ouvert 4 magasins de proximité « MY MART » à Shanghai qui étaient tous fermés en juillet 2017.

Du côté de Tencent, le groupe a accéléré la restructuration de son activité de vente au détail. Ainsi, le 11 décembre 2017, Yonghui Superstore a annoncé le transfert de 5% de ses actions à Tencent pour un montant de 4,2 milliards de CNY. Le 23 janvier 2018, Carrefour a annoncé un investissement potentiel par Tencent et Yonghui, ainsi qu'une convention de coopération stratégique avec Tencent sur le marché chinois.

Thématique : Métro – coopération – Tencent – vente en détail

Date : le 2 novembre 2018

Source : <https://www.jiemian.com/article/2590187.html>

CHINE : LA CHAÎNE DE MAGASINS DE PROXIMITÉ GOOD NEIGHBOR A OBTENU UN FINANCEMENT DE PLUSIEURS DIZAINES DE MILLIONS DE DOLLARS

Pour un objectif d'ouverture de 1 000 nouveaux magasins.

D'après M.TAO Ye, fondateur de la chaîne de magasins de proximité Good Neighbor (environ 300 magasins à Pékin et 30 magasins à Hangzhou), le capital de la société Good Neighbor atteint un capital de 2 milliards de dollars. Son objectif est, d'ici deux ou trois ans, d'ouvrir 1 000 nouveaux magasins, dont la plupart seront concentrés à Pékin. Selon M.TAO Ye, ce nouvel investissement financera le développement d'équipements d'intelligence artificielle, de systèmes informatiques, la rénovation du parc de magasins existants ainsi que l'ouverture de nouveaux magasins. En effet, en octobre 2018, le gouvernement de Pékin a publié des mesures pour promouvoir le développement des magasins de proximité : au cours des trois prochaines années, le nombre de magasins de proximité atteindra plus de 6 000 dans la ville de Pékin, l'objectif étant de créer deux magasins de proximité dans chaque résidence.

Thématique : magasin de proximité – Good Neighbor – Pékin – Hangzhou

Date : le 5 novembre 2018

Source : http://food.china.com.cn/2018-11/05/content_70286200.htm

CHINE : PREMIERE SESSION DE "CHINA INTERNATIONAL IMPORT EXPO"

Création officielle de la "Délégation de Win-Chain spécialisée en importation de produits frais".

La première édition de la "China International Import Expo" (CIIE) a été inaugurée le 6 novembre. A cette occasion, Win-Chain, plateforme d'achat pour les produits frais sous contrôle du groupe Alibaba, a annoncé son planning stratégique d'importation pour les produits frais. L'objectif de la plateforme est, pendant une période de 5 ans, de couvrir 40 pays, d'établir des coopérations stratégiques avec 50 régions d'origine ainsi que 100 top fournisseurs au niveau mondial. Afin d'atteindre cet objectif, une délégation de Win-Chain spécialisée en achat mondial de produits frais ("*Win-Chain Global Fresh Buyer Delegation*") est officiellement créée. Lors de la cérémonie pour la création de la délégation, Win-Chain a signé des contrats de coopération avec le groupe brésilien JBL et Danish Crown Group.

Le montant total du mémorandum signé entre Win-Chain et JBL a atteint 1,5 milliards de USD pour une période de 3 ans. C'est la plus importante commande de viande bovine entre la Chine et Brésil. Les produits concernés comprennent les viandes bovines, viandes porcines, viandes de volaille, ainsi que les produits aquatiques, qui seront en provenance de différents abattoirs de JBS répartis dans différents pays. Win-Chain fournira différents services : transformation, distribution, marketing, chaîne du froid et service logistique, gestion des mégadonnées, etc. De plus, Win-Chain aidera JBS à distribuer les produits en ligne et dans les circuits de distribution traditionnels. Le groupe JBL ouvrira de son côté un magasin flagship sur la plateforme de Tmall. Le contrat signé entre Win-Chain et Danish Crown Group correspond quant à lui à un montant total de 400 millions de USD pour une période de 5 ans.

D'après Win-Chain, son rôle est d'être un pont entre les fournisseurs mondiaux et les canaux de distribution de la nouvelle vente au détail : Tmall, Hema, RT-Mart, etc., afin de fournir aux fournisseurs une solution unique de la fourche à la fourchette, couvrant toute la chaîne des produits frais.

Thématique : CIIE – Win-Chain – délégation d'achat – signature – JBL – Danish Crown – produits frais

Date : le 7 novembre 2018

Source : https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_2606490 ;

https://www.chinafruitportal.com/2018/11/07/%E9%A6%96%E5%B1%8A%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E5%9B%BD%E9%99%85%E8%BF%9B%E5%8F%A3%E5%8D%9A%E8%A7%88%E4%BC%9A%E6%8B%89%E5%BC%80%E5%B8%B7%E5%B9%95%EF%BC%9A%E9%98%BF%E9%87%8C%E5%B7%B4%E5%B7%B4%E4%BA%91/?pk_campaign=264a5738cc&pk_source=mailchimp&pk_medium=email&pk_content=77096&pk_cid=1fe07b0af5&utm_campaign=264a5738cc&utm_source=mailchimp&utm_medium=email&utm_content=77096&utm_term=1fe07b0af5

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL

CHINE : L'INDUSTRIE LAITIÈRE SOUS PRESSION

Il existe un certain nombre d'entreprises possédant des pâturages indépendants en Chine, mais très peu d'entre elles peuvent produire la lactoferrine.

En Chine, la lactoferrine est principalement importée des États-Unis, de Nouvelle-Zélande, d'Australie, des Pays-Bas et de France. Au mois de juillet 2017, la nouvelle norme nationale chinoise GB1903.17—2016 «*Food Nutrition Enhancer Lactoferrin*», qui révisait les indicateurs physiques et chimiques de la lactoferrine, a augmenté la pureté de cette matière première de 90% à 95%. Cela a entraîné une chute soudaine de l'offre de lactoferrine puis une pénurie, menant à une montée en flèche du prix de ce produit en début d'année.

Le prix de la lactoferrine est passé d'une moyenne de 3 000 CNY/kg en 2017 à plus de 10 000 CNY/kg au premier semestre de 2018. Le stock de lactoferrine des entreprises nationales ayant progressivement diminué, le prix de la lactoferrine a continué d'augmenter. Selon les médias, le prix de la lactoferrine a atteint 13 000 CNY/kg, en juin de cette année, à ce jour, proche de 30 000 CNY/kg. Le prix aujourd'hui a presque été multiplié par dix.

En effet, les habitudes de consommation de produits laitiers varient d'un pays à l'autre. Le lait cru produit dans les pâturages domestiques est principalement utilisé pour la fabrication de lait liquide et de lait en poudre. La Chine n'autorise pas la production de lactoferrine. Si elle est extraite du lait, le lait d'origine ne sera pas vendu, ce qui signifie également qu'il n'y aura pas de production à grande échelle en Chine. Les produits laitiers étrangers sont plus diversifiés et la lactoferrine est un dérivé des produits laitiers tels que le fromage, qui peut potentiellement être produit à grande échelle en Chine, mais sa production est toujours limitée aujourd'hui. Au vu des conditions de production nationales actuelles, il est nécessaire de résoudre fondamentalement le problème du prix et de l'offre en lactoferrine, puisqu'il n'est pas envisageable pour les entreprises nationales de produire elles-mêmes cette matière première. La meilleure solution consiste à suggérer aux services compétents de modifier les conditions de la nouvelle norme nationale en matière de pureté et autres matériaux pour entrer sur le marché.

Thématique : lactoferrine – laits infantiles en poudre – nouvelle norme nationale

Date : le 28 octobre 2018

Sources : <https://www.jiemian.com/article/2575013.html>

CHINE : FORTE CROISSANCE DES EXPORTATIONS CANADIENNES VERS LA CHINE

En 2017, les échanges commerciaux entre le Canada et la Chine ont représenté 72,7 milliards d'USD.

Selon les informations de Statistique Canada, organisme national de statistiques du Canada, d'avril à août 2018, les exportations canadiennes vers la Chine ont connu une augmentation importante de 23% par rapport à la même période en 2017. Les produits agroalimentaires et fruits de mer sont les principaux vecteurs de cette croissance. En août dernier, les exportations canadiennes d'huile de colza raffinée, de viande bovine sans os et du homard vers la Chine ont respectivement augmenté de 930%, 220% et 87% en valeur.

Ces dernières années, le commerce bilatéral entre le Canada et la Chine croît rapidement. Ce phénomène a été accéléré par les mesures protectionnistes prises par les Etats-Unis récemment. Pour atténuer l'impact sur ses exportations en direction de son voisin du Sud, le Canada développe donc ses exportations vers d'autres marchés. Les échanges commerciaux entre le Canada et la Chine ont représenté 72,7 milliards d'USD en 2017. Ils représentent déjà plus de 49,8 milliards d'USD sur les huit premiers mois de 2018 dont 12,6 milliards d'USD d'importations chinoises en provenance du Canada.

Thématique : Canada – exportation – croissance – échanges commerciaux – produit agroalimentaire – fruits de mer

Date : le 30 octobre 2018

Source : http://www.xinhuanet.com/2018-10/30/c_1123637704.htm

CHINE : L'IMPACT DE LA PESTE PORCINE AFRICAINE SUR LA CHAÎNE INDUSTRIELLE DU SECTEUR DU PORC VIVANT EN CHINE

Cette maladie devrait pousser au développement de la chaîne du froid de la viande en Chine.

La peste porcine africaine frappe les porcs chinois depuis début août dernier. De nouveaux foyers de la peste porcine ont été détectés les mois suivants dans plusieurs provinces. Les autorités chinoises ont suspendu le transport de porcs vivants de provinces infectées afin de contrôler la situation de cette maladie. En suspendant le transport de porcs vivants, la viande porcine devrait être transportée à l'état surgelé. Cela devrait favoriser grandement le développement de la chaîne du froid de la viande en Chine, notamment dans le nord-est, importante région chinoise d'élevage de porcs. La Chine a également interdit l'utilisation d'eaux grasses (déchets de cuisine et de table) dans l'alimentation de porcs dans de nombreuses provinces chinoises. Actuellement, à peu près 35 millions de porcs (≈ 5-10 % de la population de porcs en Chine) sont nourris ainsi.

Pour information, en octobre dernier, les autorités chinoises avaient affirmé que la situation de la peste porcine africaine en Chine était sous contrôle.

Thématique : peste porcine africaine – secteur du porc vivant – chaîne du froid – transport – eaux grasses

Date : le 30 octobre 2018

Source : <https://www.yicai.com/news/100048872.html>

HONG KONG : APRES 10 ANS SANS DROIT D'ACCISES SUR LES VINS, LES IMPORTATIONS ONT AUGMENTE DE 6,5 FOIS EN VALEUR

Le gouvernement hongkongais a levé les taxes sur le vin il y a 10 ans afin de promouvoir Hong Kong en tant que plateforme commerciale du vin.

Un négociant en vin a déclaré que Hong Kong était devenu une plaque tournante pour le commerce du vin : le stock de vin rouge est concentré à Hong Kong, puis réexporté au besoin vers la Chine continentale.

L'année dernière, la valeur des vins importés était de 11,95 milliards de yuans, et celle des spiritueux, 44 milliards.

Le gouvernement a levé la taxe sur le vin à partir de la fin février 2008. Selon les statistiques gouvernementales, les importations de vin étaient de 1,59 milliard de yuans en 2007. La première année hors taxes (2009) a atteint 4,03 milliards de yuans. Depuis lors, elle a parfois fluctué mais a atteint 11,95 milliards de yuans en 2017, soit une hausse de plus de 6,5 fois par rapport à 2007.

En ce qui concerne les spiritueux non exemptés de taxe, la valeur totale des importations en 2007 était de 2,36 milliards de yuans, ce qui était supérieur au montant total des importations de vin, mais après 2008, la valeur des importations de vin a dépassé celle des spiritueux. En 2017, la valeur totale des importations de spiritueux n'était que de 4,43 milliards de yuans, soit bien moins que la valeur des importations de vin.

Le PDG de l'importateur Oriental Pearl Wines, M. Gu Sui, a souligné que l'exonération de taxes sur le vin n'a pas d'effet sur le marché des spiritueux et que la valeur des importations de spiritueux continue à augmenter, mais un peu moins que celle du vin. Avant que Hong Kong ne soit exonéré de taxes, son stock de vin était placé à Singapour qui avait une taxe moins élevée sur l'alcool, mais Hong Kong est devenue une plateforme mondiale après l'exonération fiscale.

Thomas Jullien, représentant du Conseil Interprofessionnel des Vins de Bordeaux (CIVB), a déclaré que les Hongkongais avaient davantage de connaissances en matière de vin et que les conditions de stockage des vins étaient meilleures à Hong Kong que sur le continent. Certains négociants en vins bordelais ont tendance à utiliser Hong Kong comme entrepôt et base de stockage et à ensuite payer la taxe sur les vins de Chine continentale par lots.

Allan Sichel, président de la Bordeaux Wine Industry Association, a déclaré que Hong Kong était l'une des destinations privilégiées des exportations de vins de Bordeaux au cours des derniers mois. L'année dernière, la valeur totale des vins fournis par Bordeaux a atteint 320 millions d'euros (environ 2,86 milliards de HKD).

Zoe, une importatrice en vin qui organise des dîners avec accord mets et vins, a déclaré qu'une exonération fiscale pouvait réduire les coûts : une bouteille de spiritueux coûte entre 300 et 400 yuans, alors qu'une bouteille de vin rouge de moyenne gamme va coûter une centaine de yuans, les jeunes vont donc naturellement choisir de boire plus de vin.

Thématique : vin – Hong Kong – taxes – Bordeaux

Date : le 28 octobre 2018

Source : https://news.mingpao.com/pns/dailynews/web_tc/article/20181028/s00002/1540663261554

CHINE : LA CHINE VA ACHETER PLUS D'HUILE VEGETALE ET DE TOURTEAUX D'OLEAGINEUX

Conséquence de la réduction des importations de soja américain.

D'après un article du magazine « Oil world », la Chine va certainement augmenter ses achats d'huile végétale et de tourteaux d'oléagineux (à destination de l'alimentation animale) dans un futur proche, en conséquence de la réduction des importations de soja américain, résultats des récentes frictions commerciales sino-américaines.

En juillet dernier, la Chine a annoncé l'augmentation de 25% des droits de douane sur les produits américains, y compris sur le soja dont elle est le premier importateur mondial et le premier pays acheteur de soja américain. L'année dernière, les importations chinoises de soja américain dépassaient en effet les 12 milliards de dollars. Depuis le début de la guerre commerciale sino-américaine, les acheteurs chinois ont commencé à acheter du soja du Brésil.

Selon « Oil world », entre novembre 2018 et janvier 2019, les achats chinois de soja s'élèveront à au moins 11 millions de tonnes, soit moins que la même période de l'an passé. Les importateurs chinois vont devraient également augmenter leurs importations d'huile de palme, d'huile de soja, d'huile de tournesol et d'huile de colza, afin de pallier le manque d'approvisionnement d'huile végétale domestique.

Thématique : guerre commerciale sino-américaine – huile végétale – tourteaux d'oléagineux – soja

Date : le 31 octobre 2018

Source : <http://www.grainnews.com.cn/content.aspx?id=4&type=10&articleGuid=215e6472-deb1-4f3c-9d8e-a3d168b59504>

CHINE : DIX-SEPT ANS APRES L'EMBARGO CHINOIS SUR LA VIANDE BOVINE FRANÇAISE, LA FRANCE PEUT DE NOUVEAU VENDRE SON BŒUF EN CHINE

Le premier lot de bœuf importé de France devrait arriver en Chine entre le 5 et 10 novembre 2018.

L'embargo chinois sur la viande bovine française (et celle de douze autres pays européens) avait été imposé en 2001 suite à la crise de la vache folle. Dix-sept ans après cet embargo, la France est le quatrième pays européen (après l'Irlande, les Pays-Bas et le Danemark) auquel la Chine autorise l'importation de bœuf. D'après l'ambassadeur de France en Chine M. Jean-Maurice RIPERT, le premier lot de bœuf français devrait arriver en Chine pendant la période du salon CIIE (*China International Import Expo*), soit entre le 5 et le 10 novembre 2018. A ce moment-là, une première dégustation du bœuf français aura lieu sur le pavillon France du CIIE. Le conseiller agricole du service économique régional de l'ambassade de France à Pékin, M. François BLANC, estime que dans un futur proche, les exportations françaises du bœuf français vers la Chine pourraient atteindre 15 000 à 30 000 tonnes par an.

Aujourd'hui, la Chine est le deuxième importateur de viande bovine au monde avec 700 000 tonnes importées en 2017, pour une valeur totale de 3,07 milliards d'USD. L'Uruguay, le Brésil, l'Australie, l'Argentine et la Nouvelle-Zélande sont les principaux pays exportateurs de bœuf vers la Chine et représentent 96% du volume total importé.

Thématique : bœuf/viande bovine – embargo – importation/exportation – salon CIIE

Date : le 2 novembre 2018

Source : <https://finance.sina.com.cn/roll/2018-11-02/doc-ihnfikve5583295.shtml>

CHINE : AUTORISATION D'EXPORTATION EN CHINE POUR LES ECHALOTTES FRANÇAISES

Le 19 septembre 2018, les autorités compétentes des deux pays ont signé un protocole pour l'importation de l'échalotte française.

Par sa circulaire No 161-2018, publiée le 6 novembre 2018 sur son site internet, la GACC (Administration nationale de la douane chinoise) a officiellement autorisé l'importation des échalottes (*Allium cepa var. aggregatum*) d'origine française. Les conditions de l'inspection et de la quarantaine à l'importation sont également précisées dans le document joint à la présente circulaire. Le 19 septembre 2018, les autorités compétentes des deux pays avaient signé le protocole pour l'importation de l'échalotte française.

Dans la circulaire, il est précisé que la liste des producteurs français agréés ainsi que le modèle du certificat phytosanitaire correspondant pourra être consultable sur le site internet de la GACC.

Thématique : échalotte française – autorisation d'importation – Chine

Date : le 6 novembre 2018

Source : <http://www.customs.gov.cn/customs/302249/302266/302269/2074773/index.html>

TAÏWAN : LA 2^E PLUS GRANDE CHAÎNE DE MAGASINS DE PROXIMITÉ (CVS) FAMILYMART A LA RECHERCHE DE PRODUITS « CLEAN LABEL »

Family Mart se lance dans un projet de 3 ans pour devenir le 1^{er} circuit de distribution avec la plus grande offre de produits « Clean Label ».

Depuis ces dernières années, les consommateurs taïwanais sont de plus en plus soucieux de leur santé et sont de plus en plus portés vers des produits sans additifs et les ingrédients naturels.

Pour répondre à cette tendance, FamilyMart, la 2^e plus grande chaîne de magasins de proximité (CVS) à Taïwan, lance un projet sur 3 ans pour élargir son offre en produits « clean label » dans les 3165 points de vente FamilyMart de l'île. Afin d'atteindre cet objectif ambitieux, FamilyMart travaillera en collaboration avec l'institut de certification Tse-Yue International, l'institut national de recherche & développement sur les céréales (*China Grain Products Research & Development*) et une centaine de fournisseurs. FamilyMart commencera cette année par élargir sa palette de produits alimentaires « Clean Label » (sans avec moins d'additifs, colorants ou arômes) sous sa propre marque *FamilyMart Collection* avec un objectif d'un minimum de 70 références. Ensuite, à partir de 2019, FamilyMart élargira l'offre « Clean label » aux produits frais et en 2020, étendra l'offre à la majorité de ses produits en se distinguant comme le premier circuit de distribution « *Clean Label* ».

D'après les estimations de FamilyMart, comme les Taïwanais réclament des produits alimentaires dont l'origine est définie et avec le moins d'additifs possible, le marché des produits « clean label » serait évalué à environ 10 milliards de dollars taïwanais.

Thématiques : Clean Label – chaîne de CVS – Taïwan

Date : 08/11/2018

Source : <https://news.cnyes.com/news/id/4214433>

GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION

ACRONYMES

AUD	China Cuisine Association
ABC	Chief Executive Officer
CBL	CRH (Beer) Limited
CIIE	China International Import Expo
CIVB	Conseil Interprofessionnel des Vins de Bordeaux
CNY	RMB, devise chinoise
CRE	CR Entreprise

CVS	Chaîne de magasins de proximité
GACC	Administration nationale de la douane chinoise
HKD	HK dollar, devise hongkongaise
MOA	Ministère de l'agriculture chinois
SDDDC	Sino-Dutch Dairy Development Centre
USD	United States dollar

SOURCES D'INFORMATION

WWW.CHINAPESTICIDE.ORG.CN

Site internet de "Institute for the Control of Agrochemicals" (ICAMA), sous tutelle du Ministère de l'agriculture chinois.

HTTPS://CJ.SINA.COM.CN

Rubrique "Finance et Economique" 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.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.CNFOOD.CN

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

WWW.WINESINFO.COM

Site internet créé par la société Bon-wine Culture Consulting Co., Ltd., société de consulting spécialisée en communication autour de la culture du vin.

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://FOOD.CHINA.COM.CN

Rubrique financière de www.sina.com.cn, le plus grand portail de divertissement en langue chinoise. Il est dirigé par Sina Corporation (新浪, xinlang), qui a été fondée en décembre 1998.

HTTP://FOOD.CHINA.COM.CN

Rubrique "Food" de www.china.com.cn, contrôlé directement par le Bureau de la presse du Conseil des Affaires d'Etat, le site internet est sous tutelle de China Foreign Language Administration.

WWW.THEPAPER.CN

Version électronique du journal « Oriental Morning Post » basé à Shanghai, le site est spécialisé en reportages sur des événements d'actualité et nouvelles politiques.

WWW.CHINAFRUITPORTAL.COM

Site internet en chinois sous contrôle du groupe chilien Yentzen, spécialisé en reportage sur les politiques agricoles ou les tendances commerciales de différents pays dans le secteur des fruits et légumes, notamment ceux en lien avec le marché chinois.

WWW.XINHUANET.COM

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

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.

[HTTPS://NEWS.MINGPAO.COM](https://NEWS.MINGPAO.COM)

Site Internet du journal quotidien Ming Pao (sinogrammes : 明報/明報). Il s'agit d'un journal quotidien hongkongais fondé en 1959 qui couvre les événements politiques et économiques à Hong Kong et en Chine continentale.

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.

[HTTP://FINANCE.SINA.COM.CN](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.CUSTOMS.GOV.CN

Site internet de l'Administration générale de la douane chinoise

[HTTPS://NEWS.CNYES.COM](https://NEWS.CNYES.COM)

Revue en ligne d'informations sur les dernières nouvelles sur la stratégie des grands groupes, les finances, ainsi que les opportunités d'investissement. La revue est dédiée surtout aux investisseurs et investisseurs potentiels.

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**

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
Ying LI – Chargée d'affaires export règlementaire Agrotech bureau de Pékin
Laure ELSAESSER – Chargée d'affaires export Agrotech bureau de Pékin
Arnaud de BLAY DE GAIX – Prospecteur Agrotech bureau de Pékin
David ROLLAND - Chef de pôle Agrotech Chine
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.