

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

Mars 2020 – N° 38



SOMMAIRE

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS..... 3

Chine : contrôle plus strict pour l'approbation et la quarantaine des animaux sauvages non comestibles à des fins spécifiques 3

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

Chine : le leader américain de viande artificielle, Beyond Meat, se fournit en protéine de pois auprès de l'entreprise chinoise Shuangta Food..... 4

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

Chine : retrait total du marché chinois du géant anglais de la vente en détail Tesco 5

Chine : le groupe Tsingtao Beer se prépare à la production transfrontalière de whisky et de spiritueux distillés 5

Chine : le groupe agroalimentaire chinois New Hope prévoit d'investir 4,3 milliards de CNY pour la construction de 10 élevages porcins..... 6

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL 7

Chine : analyse statistique des importations de vin et spiritueux de janvier à décembre 2019..... 7

Chine : les grandes entreprises porcines continuent d'accroître leur expansion 8

Chine : la Chine a importé 199 285 bovins vivants en 2019 8

Chine : Métro en Chine expulsera de sa chaîne d'approvisionnement d'ici 2027 les œufs de poules élevées en cage..... 9

Chine : Starbucks estime une baisse de revenus jusqu'à 430 millions de dollars au maximum pour le deuxième trimestre fiscal 9

Hong Kong : le Covid-19 va-t-il faire sonner le glas des bars et restaurants du quartier de Soho à Hong Kong ? 10

Taiwan : l'épidémie du coronavirus stimule les ventes de l'e-commerce ainsi que la vente des plats préparés ou surgelés 11

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

Acronymes 12

Sources d'information..... 12

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

CHINE : CONTROLE PLUS STRICT POUR L'APPROBATION ET LA QUARANTAINE DES ANIMAUX SAUVAGES NON COMESTIBLES A DES FINS SPECIFIQUES

Accélération de la réalisation de catalogues pour les ressources génétiques du bétail et de la volaille ainsi que celui pour les animaux sauvages aquatiques.

Afin de mettre en place la décision du Comité permanent de l'Assemblée populaire nationale sur l'interdiction complète du commerce illégal des animaux sauvages, le ministère de l'Agriculture et des Affaires rurales renforcera le contrôle sur l'approbation et sur la quarantaine des animaux sauvages non comestible, pour une utilisation spécifique (recherche scientifique, utilisation médicale, exposition, etc.)

Le responsable du ministère de l'Agriculture et des Affaires rurales a déclaré qu'à l'avenir, les lois et règlements sur la protection de la faune sauvage seront pleinement mis en œuvre et que le contrôle de l'application des lois sera renforcé. Parallèlement, la mise en place d'un catalogue des ressources génétiques animales et avicoles et la révision du catalogue des animaux sauvages aquatiques seront accélérées. Selon la demande de la < Loi de l'élevage de la République populaire de Chine >, les animaux d'élevage et les volailles les plus courants (comme les porcs, les bovins, les moutons, les poulets, les canards, les oies...) seront inclus dans le catalogue des ressources génétiques pour le bétail et les volailles et ils sont contrôlés conformément aux dispositions de la loi sur l'élevage. Le MARA se coordonnera avec le Bureau national des forêts et des prairies pour clarifier davantage le champ des catalogues des animaux sauvages aquatiques et terrestres.

Thématique : animaux sauvages – renforcement – contrôle – utilisation spéciale – catalogue

Date : le 28 février 2020

Source : http://www.xinhuanet.com/fortune/2020-02/28/c_1125641248.htm

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

CHINE : LE LEADER AMERICAIN DE VIANDE ARTIFICIELLE, BEYOND MEAT, SE FOURNIT EN PROTEINE DE POIS AUPRES DE L'ENTREPRISE CHINOISE SHUANGTAFOOD

Shuangta Food produit environ 70 000 tonnes de protéine de pois par an, comptant pour 30% à 40% de la production mondiale.

Zhao Yuan Jun Bang Trading (en chinois 招远君邦商贸有限公司) est une filiale entièrement détenue par l'entreprise chinoise Shuangta Food (en chinois 双塔食品股份有限公司). Le 24 février dernier, Zhao Yuan Jun Bang Trading a signé un contrat de vente de 285 tonnes de protéine de pois avec Beyond Meat. Ce volume pourrait augmenter dans le futur en fonction de la demande du marché.

Beyond Meat est le leader américain de production de viande artificielle à base de plantes. Les protéines de pois et de soja sont les matières premières de ses produits viande artificielle. Shuangta Food produit du vermicelle, de la protéine de pois et de fibre alimentaire. Sa capacité de production de protéine de pois est de 70 000 tonnes par an, représentant 30% à 40% de la production mondiale.

Thématique : viande artificielle – protéine de pois – Beyond Meat – Shuangta Food

Date : le 25 février 2020

Source : https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_6149195

STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS

CHINE : RETRAIT TOTAL DU MARCHÉ CHINOIS DU GEANT ANGLAIS DE LA VENTE EN DÉTAIL TESCO

China Resources a effectué le rachat de toutes les actions détenues par Tesco dans l'entreprise de joint-venture Gain Land en Chine.

Le groupe anglais Tesco et le groupe chinois China Resources avaient établi en 2013 une joint-venture sous le nom « Gain Land » spécialisée dans la vente en détail en Chine. Selon les informations relayées par la presse chinoise, Tesco a cédé la totalité de ses actions de cette joint-venture, soit 20%, à China Resources, pour un montant total de 275 millions GBP (environ 315 millions EUR). Le groupe Tesco entend simplifier ses activités à l'étranger et de réinvestir des liquidités sur le marché anglais. Cette opération marque le retrait total du distributeur alimentaire anglais du marché chinois.

En 2013, Tesco disposait en Chine d'une centaine de supermarchés, centres commerciaux et magasins de proximité dans 48 villes. Les pertes dues aux maigres résultats de ses activités en Chine ont accéléré le départ du groupe anglais.

Thématique : retrait – vente en détail – Tesco – China Resources – joint-venture

Date : le 26 février 2020

Source : <https://www.jiemian.com/article/4031295.html>

CHINE : LE GROUPE TSINGTAO BEER SE PREPARE A LA PRODUCTION TRANSFRONTALIERE DE WHISKY ET DE SPIRITUEUX DISTILLES

L'année dernière, Tsingtao Beer est entrée sur le marché du soda et a lancé un produit appelé Prince of Seaweed.

Le 27 février 2020, Tsingtao Beer a annoncé son intention d'ajouter le whisky et les spiritueux distillés dans sa gamme de produits.

Le potentiel du marché des boissons gazeuses est également très important pour le groupe Tsingtao beer qui a lancé un soda, nommé Prince of Seaweed en 2019. En 2016, la taille du marché chinois de l'eau gazeuse a atteint 5,22 milliards de CNY et la capacité du marché au cours des dix prochaines années devrait dépasser 20 milliards de CNY. La stratégie du groupe Tsingtao Beer de développer le whisky et les spiritueux distillés est liée avec la saturation du marché chinois de la bière ces dernières années qui s'est manifestée par une croissance limitée.

Les ventes globales de bière en Chine ont commencé à baisser depuis le pic de 2013. Par la suite, l'industrie de la bière a inauguré une période d'ajustement de cinq ans. De janvier à décembre 2019, la production totale des sociétés

chinoises de bière a été de 37,652 millions de litres, soit une augmentation annuelle de seulement 1,09% par rapport à 2018. La montée en gamme est devenue la stratégie phare des sociétés de bière en Chine ces dernières années. Tsingtao Beer n'est pas le seul groupe à miser sur le whisky en Chine puisque les géants Pernod Ricard, Suntory et Yanghe sont également présents sur ce marché.

Thématique : Tsingtao Beer – soda – whisky – spiritueux distillés

Date : le 3 mars 2020

Source : <https://www.jiemian.com/article/4058586.html>

CHINE : LE GROUPE AGROALIMENTAIRE CHINOIS NEW HOPE PREVOIT D'INVESTIR 4,3 MILLIARDS DE CNY POUR LA CONSTRUCTION DE 10 ELEVAGES PORCINS

Cet investissement permettra au groupe de produire 3 millions de porcs en plus.

Avec la mise en place de ces projets, le groupe New Hope devrait augmenter de 3,08 millions de têtes le nombre de porcs abattus et de 900 000 tonnes la production d'alimentation animale d'ici la fin de l'année 2020.

Le plus grand des 10 élevages, capable d'abriter 850 000 porcs devrait être opérationnel en décembre de 2020 alors les 9 autres seront exploitables dès août 2020.

Le groupe New Hope a été fondé en 1998 et est devenu un acteur majeur du secteur agricole chinois. Ses activités couvrent les filières porcines, avicoles et l'alimentation animale. En 2019, New Hope a vendu 3,55 millions têtes de porc pour un revenu de 8,5 milliards CNY.

Thématique : New Hope – élevage porcin – alimentation animale

Date : le 5 mars 2020

Source : https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_6348640

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL

CHINE : ANALYSE STATISTIQUE DES IMPORTATIONS DE VIN ET SPIRITUEUX DE JANVIER A DECEMBRE 2019

Le département d'alcool importé de la Chambre de Commerce Chinoises a annoncé que les importations de vin ont continué de décliner de janvier à décembre 2019.

Le volume des importations d'alcool en 2019 était de 1,59 milliard de litres, soit 5,01 milliards de dollars, en diminution respectivement de 40,1% et 13,3% par rapport à 2018.

Vin importé

De janvier à décembre 2019, les importations de vin étaient de 610 millions de litre en volume et 2,43 milliards USD en valeur, diminuant respectivement de 10,9% et 14,8%. Les vins ont représenté 48,6% des importations totales d'alcool en Chine.

Avec un volume importé de 470 millions USD, les vins embouteillés sont en baisse de 10% par rapport à 2018 et la valeur d'importation s'est élevée à 2,29 milliards USD, soit une diminution de 14,3%. Les vins embouteillés ont représenté 94,1% des vins importés.

Le volume d'importation de vin en vrac de 2019 était de 140 millions de litre et en valeur de 140 millions USD, en baisse respectivement de 14,1% et 22,6%. Le vin en vrac a compté pour 5,9% des importations totales de vin.

Les principales sources d'importation de vin sont en baisse. L'Australie est devenu le premier exportateur de vin vers la Chine en 2019 avec 35,5% de part de marché des vins importés. Les volumes d'importation de vin australien en Chine a augmenté en valeur mais baissé en volume. La deuxième place revient aux vins français, occupant 28,5% de part de marché. Les importations chinoises de vin français ont baissé en volume et en valeur. Le vin chilien occupe la troisième place avec des exportations stables vers la Chine en volume et en valeur en 2019. Ce pays occupe 14,2% de part de marché.

Spiritueux importés

Le taux de croissance des importations des spiritueux a légèrement augmenté en 2019. Le volume et la valeur des importations étaient de 110 millions L et 1,6 Mds USD, augmentant respectivement de 32% et 13,4% par rapport à 2018. Les spiritueux ont représenté 32% des importations totales d'alcool.

L'importation en volume de brandy a atteint 46,79 millions de litre pour une valeur de 1,09 milliard USD augmentant respectivement de 13,9% et 3,7%. Le brandy représente 68,3% des importations totales de spiritueux.

Le whisky a également le vent en poupe puisque la Chine a importé 21,55 millions de litre en volume soit 210 millions USD en valeur, en augmentation respectivement de 13,8% et 20,3%. Le whisky représente 13% des importations totales de spiritueux.

Bière importée

Selon les données de janvier à décembre 2019, le volume des importations de bière était de 730 millions de litres, en baisse de 10,8%. La valeur de ces importations était de 820 millions de dollars, soit une baisse d'une année sur l'autre de 9,3%. La bière représente 16,4% des importations totales d'alcool.

Thématique : marché – importation – Chine – vin – spiritueux – bière – brandy – whisky

Date : le 25 février 2020

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2020/2/12-81956.html>

CHINE : LES GRANDES ENTREPRISES PORCINES CONTINUENT D'ACCROITRE LEUR EXPANSION

La concentration de la filière va s'accroître.

Avec la publication des rapports annuels, le chiffre d'affaires et le bénéfice net de nombreux grands groupes porcins cotés ont augmenté en 2019 par rapport à 2018.

Affectée par la peste porcine africaine, la capacité de production de viande porcine en Chine a diminué. L'Etat a donc comme objectif de restructurer la filière porcine chinoise afin d'augmenter les capacités de production de viande de porc en Chine permettant de répondre à la demande nationale. Les grands groupes porcins tels que Wens, Muyuan, Zhengbang et New Hope, se restructurent rapidement dans le cadre de cet objectif national.

La PPA a accéléré la concentration de la filière porcine avec l'intégration des grands groupes de l'élevage. Les experts estiment que les effets de peste porcine africaine entraîneront un changement dans la structure des élevages porcins. Les grands groupes (plus de 10 000 têtes de truies) devraient représenter 50% de la production de viande porcine alors que les élevages porcins (100 - 10 000 têtes de truies) et les élevages familiaux (moins de 100 truies) devraient représenter respectivement 20% et 30%.

Le groupe Muyuan a vendu 10,2 millions de têtes de porc en 2019. Avec l'implantation de ses filiales dans le sud, l'entreprise va investir massivement dans les équipements d'élevage. Muyuan entend produire 18 millions à 20 millions de porcs en 2020. L'augmentation substantielle des performances du groupe était due à la situation tendue de l'offre sur le marché porcin, et que le prix de vente global avait augmenté de manière significative par rapport à la même période de l'année précédente, favorisant une hausse conséquente de la rentabilité du groupe.

La situation est similaire pour le groupe Wens. Bien que les ventes de porcs en 2019 soient de 18,5 millions de têtes, en baisse de 17% par rapport à 2018, le prix de vente a augmenté de 47%. De plus, la peste porcine africaine a favorisé l'augmentation des ventes de la filière avicole du groupe Wens.

Thématique : élevage porcin – la peste porcine africaine – Wens – Muyuan – New Hope – éleveurs – avicole – porcs

Date : le 27 février 2020

Source : <https://www.yicai.com/news/100524674.html>

CHINE : LA CHINE A IMPORTE 199 285 BOVINS VIVANTS EN 2019

Soit une augmentation de 27% par rapport à 2018.

La majorité de ces bovins proviennent d'Australie qui a exporté 160 000 têtes soit 80% du total des importations. La Nouvelle Zélande a exporté 30 000 têtes soit 16% et l'Uruguay 6 484 têtes soit 3%. La valeur des importations était de 335 millions USD dollars, soit une augmentation de 25% par rapport à 2018.

La Chine a importé 64 697 têtes de bovins reproducteurs, en augmentation de 23 746 têtes par rapport à l'an passé. 43 668 têtes provenaient d'Australie et 21 029 têtes de Nouvelle-Zélande, représentant 33%. Et la valeur des importations est de 116 millions de USD, soit une augmentation de 57%.

Thématique : bovin vivant – exportation – importation – bovin reproducteur – Australie

Date : le 29 février 2020

Source : http://www.hesitan.com/nnyw_xjxm/2020-02-29/330162.chtml

CHINE : METRO EN CHINE EXPULSERA DE SA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT D'ICI 2027 LES ŒUFS DE POULES ÉLEVÉS EN CAGE

Une cinquantaine de distributeurs, d'acteurs de la restauration et de l'hôtellerie ont pris le même engagement sur le marché chinois.

Afin de faire progresser le bien-être animal, le groupe de distribution alimentaire pour professionnel allemand Métro ne proposera plus d'œufs de poules en cage au plus tard en 2027 dans tous ses établissements en Chine. Tous les œufs commercialisés chez Métro devront donc être issus d'élevage de plein air d'ici 2027. Une cinquantaine de distributeurs, d'acteurs de la restauration tels que City Shop, City' Super, ALDI, Costa Coffee, Starbucks, Nestlé, Danone, Marriott ont pris le même engagement sur le marché chinois.

Métro dispose aujourd'hui de presque 100 établissements dans 59 villes chinoises. Son chiffre d'affaires annuel atteint environ 20 milliards CNY (environ 2,5 milliards EUR).

Thématique : Métro – œufs de poules – bien-être animal

Date : le 5 mars 2020

Source : <http://www.guojixumu.com/newsall.aspx?cid=1&id=16387>

CHINE : STARBUCKS ESTIME UNE BAISSÉ DE REVENUS JUSQU'À 430 MILLIONS DE DOLLARS AU MAXIMUM POUR LE DEUXIÈME TRIMESTRE FISCAL

Les ventes connaîtront une baisse de 50% par rapport à la même période l'an dernier.

Un rapport d'activités publié par Starbucks le 5 mars dernier explique qu'en raison de l'épidémie, les revenus des activités en Chine au deuxième trimestre fiscal (du 30 décembre 2019 au 31 mars 2020) devraient connaître une perte pouvant atteindre 430 millions USD. D'après le rapport, les ventes de Starbucks devraient diminuer de 50% au deuxième trimestre fiscal par rapport à la même période l'an dernier.

Pour limiter les pertes liées à l'épidémie, Starbucks avait fermé la moitié de ses 2000 magasins en Chine. À l'heure actuelle, 90% des magasins ont repris leurs activités et Starbucks prévoit la réouverture de 95% de ses points de vente d'ici la fin du mois de mars.

Le marché chinois est essentiel pour Starbucks. Afin de concurrencer la marque de café locale chinoise Lucky Coffee, Starbucks n'a cessé d'ouvrir de nouveaux magasins et d'augmenter sa présence publicitaire. Affecté par l'épidémie, Starbucks reportera son plan d'ouverture de nouveaux magasins à l'an fiscal 2020-2021.

En plus du marché chinois, Starbucks a également fermé certains de ses magasins en Italie, au Japon et en Corée du Sud.

Thématique : Starbucks – activité – réduction – impact – épidémie

Date : le 6 mars 2020

Source : https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_6367859

HONG KONG : LE COVID-19 VA-T-IL FAIRE SONNER LE GLAS DES BARS ET RESTAURANTS DU QUARTIER DE SOHO A HONG KONG ?

Les restaurateurs demandent aux propriétaires d'offrir des périodes sans loyer, car les rabais ne suffisent pas. C'est un évènement imprévisible après un autre, selon le co-fondateur du groupe Black Sheep.

Au cœur de Central se trouve l'escalator extérieur le plus long du monde, qui transporte depuis des années les clients des gratte-ciels jusqu'aux rues pleines de restaurants débordant d'expatriés et de touristes. De nos jours, depuis l'escalator, on passe devant des restaurants pratiquement vides. La moitié des restaurants d'Elgin Street sont déserts et à Staunton Street, 21 restaurants sur 39 ont fermé. D'abord frappés par les manifestations antigouvernementales de Hong Kong et maintenant par l'épidémie de Covid-19, ajoutés à cela les loyers exorbitants et les développeurs immobiliers qui achètent de l'espace, les propriétaires de restaurants de Soho doivent fermer boutique.

Selon les restaurateurs, les ventes commençaient à reprendre au début de cette année, après des mois de manifestations antigouvernementales en 2019, qui ont dissuadé les résidents de s'aventurer à l'extérieur le week-end et découragé les touristes - en particulier de Chine continentale - de venir dans la ville. L'épidémie de Covid-19 a commencé au moment où la situation commençait à s'améliorer, et les arrivées quotidiennes de visiteurs ont chuté à 3 000 en février, contre 100 000 en janvier et 200 000 en février de l'an dernier, selon les données du gouvernement.

Selon le co-fondateur du groupe de restaurants Black Sheep, les manifestations et le coronavirus ont eu un impact égal sur les ventes et le sentiment des consommateurs. Dans les 25 restaurants du groupe, dont aucun n'a fermé, les ventes sont en baisse d'environ 20 à 30%. 'Rester ouvert, plutôt que la rentabilité, est la priorité dans cet "environnement difficile", dont il a dit qu'il s'attendait à durer jusqu'à au moins la fin de l'été. Mais même alors, certains pensent que les manifestations anti-gouvernementales pourraient recommencer, ce qui signifie que les problèmes de l'industrie ne disparaîtront pas de sitôt.

A Soho, le développeur hongkongais Henderson Land Development prévoit de redévelopper un espace d'une superficie de 1 100 m². Sa présence dans le quartier était le signe que Soho perdait déjà de son attrait en tant que plaque tournante de la restauration. Enoteca a ouvert son restaurant phare dans le quartier en 2005 et a fermé en août dernier après l'achat de l'espace par le développeur et la fin de son contrat. Les affaires du groupe Enoteca ont plutôt repris à Sai Kung, où il gère deux restaurants, car les gens s'éloignent de Central le week-end. Son restaurant à Quarry Bay, a cependant vu ses ventes chuter de 40% car les gens travaillent à domicile, et le groupe est en pourparlers avec le propriétaire Swire Properties pour réduire le loyer de 300 000 HKD.

Selon la Directrice générale du groupe, les opportunités pour l'industrie de la restauration à Hong Kong ne sont plus à Soho, mais dans l'Est de l'île de Hong Kong, ou dans le quartier Kwun Tong de Kowloon, car les entreprises se déplacent pour bénéficier de loyers moins chers. D'autres, cependant, continuent de parier sur Soho. La chaîne vietnamienne de grillades El Gaucho a ouvert son premier restaurant à Hong Kong, le long de l'escalator, à la mi-novembre. Le restaurant demande déjà des réductions de loyer et met en suspens ses projets d'ouverture de nouveaux points de vente dans la ville, mais il ne devrait pas fermer.

Thématique : coronavirus – Hong Kong – restaurants – économie

Date : le 7 mars 2020

Source : <https://www.scmp.com/business/companies/article/3073947/covid-19-final-nail-coffin-hong-kongs-soho-bar-and-restaurant>

TAIWAN : L'ÉPIDÉMIE DU CORONAVIRUS STIMULE LES VENTES DE L'E-COMMERCE AINSI QUE LA VENTE DES PLATS PRÉPARÉS OU SURGÉLÉS

En vue de prévention de l'épidémie, la consommation hors foyer a nettement diminué ces quelques mois, présentant une menace pour les restaurateurs et centres commerciaux, mais de nouvelles opportunités pour les réseaux de vente en ligne et la vente des plats préparés.

Malgré un nombre de cas confirmés bien restreints grâce aux politiques drastiques des autorités taïwanaises prises depuis fin janvier, les Taïwanais se montrent précautionneux et sortent moins ces temps-ci. Alors que plus 70% des Taïwanais prenaient 2 repas sur 3 par jour hors domicile, aujourd'hui, ils préfèrent manger chez eux.

Ainsi, le marché du e-commerce prospère de façon explosive, aux dépens des grands magasins et restaurants. Selon *PChome*, le deuxième plus grand détaillant taïwanais en ligne, les ventes d'aliments et de boissons ont doublé après le retour des Taïwanais au travail après les vacances du Nouvel An lunaire. Les trois produits les plus vendus chez eux étaient les nouilles instantanées, le riz et le lait en poudre. *Buy123*, une autre plateforme e-commerce locale appartenant au groupe de *KuoBrothers*, a également constaté un essor sur les ventes de plats préparés avec une augmentation de 30 % pendant les deux premières semaines de février. Les aliments de base comme les raviolis, le riz, les pizzas et les galettes chinoises aux oignons verts sont les produits les plus populaires chez *Buy123*.

Faisant face à l'augmentation de la demande, *PChome* a créé 200 emplois supplémentaires, surtout pour les secteurs de l'ingénierie et de la logistique. *KuoBrothers* prévoit également de recruter plus d'ingénieurs et d'augmenter leur niveau de salaire.

Néanmoins, les détaillants traditionnels physiques ayant pignon sur rue, sont confrontés à un grand défi au premier trimestre. Les opérateurs des grands magasins situés dans le district de Xinyi à Taipei ont déclaré que les ventes avaient chuté de 40 à 70% en raison de la diminution de la fréquentation. *Breeze*, l'un des principaux opérateurs des grands magasins, auraient déjà un programme de licenciement de jusqu'à 30% de ses effectifs, le plus important ajustement organisationnel jamais réalisé, touchant plus de 100 travailleurs.

Afin de réduire l'impact de l'épidémie sur les Food Courts situés dans les centres commerciaux, les grands magasins ont lancé un service de livraison de repas ou proposé une remise de prix pour les plats à emporter. *Shin Kong Mitsukoshi*, le chef de file des enseignes de grands magasins à Taïwan, a annoncé en début mars avoir établi un partenariat avec les plateformes *Uber Eats* et *Foodpanda* sur les services de livraison de repas à domicile afin de surmonter les défis posés par l'épidémie.

Thématique : e-commerce – mode de consommation – plateforme de livraison de repas – restauration – Taïwan

Date : le 5 mars 2020

Source : <https://www.taiwannews.com.tw/en/news/3879819> ;

<https://money.udn.com/money/story/5612/4392460>

GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION

ACRONYMES

| | |
|------------|--------------------------------------|
| CNY | RMB, devise chinoise |
| EUR | Euros |
| GBP | Great Britain Pound, devise anglaise |

| | |
|-------------|--|
| MARA | Ministère de l'agriculture et des affaires rurales chinois |
| USD | US Dollar, devise américaine |

SOURCES D'INFORMATION

WWW.XINHUANET.COM

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

WWW.THEPAPER.CN

Il s'agit de la 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.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.WINEINFO.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.YICAI.COM

Site internet de CBN (China Business Networks), presse financière et économique, appartenant à SMG, Shanghai Media Group, le deuxième groupe de presse chinoise.

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.GUOJIXUMU.COM

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

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.

WWW.TAIWANNEWS.COM.TW

Fondé en 1949, sous le nom de China News à l'époque, Taiwan News est le premier quotidien en anglais à Taiwan. En 1998, le journal a été acquis par le groupe I-Mei Foods, l'un des plus grands groupes alimentaires taiwanais. Publiée uniquement en format numérique depuis 2015, le journal couvre des sujets d'actualité politique, financière, commerciale, culturelle et économique en anglais et en mandarin.

MONEY.UDN.COM/MONEY/INDEX

Fondé en 1967, Economic Daily News est le premier journal économique destinés aux professionnels à Taiwan. Il est à présent affilié au groupe médiatique United Daily News, et fournit aux lecteurs les dernières informations sur le marché, les industries et les finances.

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 - Chargée de développement Agrotech bureau de Canton
Sisi WANG - Chargée de développement Agrotech bureau de Pékin
Yuchen ZHOU - Chargée de développement Agrotech bureau de Pékin
Ying LI – Chargée d'affaires export Agrotech bureau de Pékin
Arnaud DE BLAY DE GAIX – Chargé de développement Agrotech bureau de Pékin
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 – Responsable d'études réglementaires Asie (hors ASEAN) – Océanie – TOM

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

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

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