

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

Avril 2020 – N° 41



SOMMAIRE

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS..... 3

Chine : le ministère de l'Agriculture et des Affaires Rurales (MARA) a publié le « Catalogue national des ressources génétiques de bétail et volaille (*draft* pour commentaires) »..... 3

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

Chine : le groupe de distribution Walmart prévoit d'ouvrir de nouveaux magasins Sam's Club dans les villes chinoises de Chongqing, Ningbo et Kunshan 4

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

Chine : COFCO, premier groupe agroalimentaire chinois, met en place avec cinq autres multinationales du secteur agroalimentaire une solution digitale afin de moderniser les opérations du commerce international en créant la société Covantis SA 5

Chine : retrait total du marché chinois de l'enseigne anglaise de restauration Hakkasan 5

Chine : la chaîne de magasins de proximité japonaise Lawson entre sur le marché de la province du Hebei..... 6

Chine : le groupe laitier chinois Meiji Dairy a investi 254 millions USD dans le groupe AustAsia..... 6

Taïwan : le groupe WowPrime se lance dans la conquête de la livraison à domicile des repas..... 7

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL 8

Chine : le groupe australien de vin TWE a obtenu le droit d'utilisation de la marque « Benfu » qui est la traduction chinoise de la très populaire marque Penfolds 8

Chine : augmentation considérable des bénéfices des grands groupes chinois d'élevage porcin au premier trimestre 8

Chine : en raison d'une nouvelle vague de suspensions des importations de vin en Chine, certains professionnels augmentent les prix..... 9

Chine : la chaîne de restauration KFC a lancé des « pépites de poulet » à base de viande artificielle dans ses restaurants de Shenzhen, Shanghai et Guangzhou 10

Hong Kong : le gouvernement de Hong Kong étend les restrictions dans la ville pendant deux semaines, gardant les bars, les pubs et autres commerces ciblés fermés jusqu'au 7 mai 10

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

Acronymes 12

Sources d'information..... 12

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

CHINE : LE MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE ET DES AFFAIRES RURALES (MARA) A PUBLIÉ LE « CATALOGUE NATIONAL DES RESSOURCES GÉNÉTIQUES DE BÉTAIL ET VOLAILLE (DRAFT POUR COMMENTAIRES) »

Le ministère de l'Agriculture et des Affaires Rurales estime que les chiens sont des animaux de compagnie et ne devraient pas être inclus dans le catalogue de bétail. La consommation de la viande de chien pourrait être interdite en Chine.

Alors que le "catalogue" comprend 31 espèces de bétail et de volaille nationales et exotiques, une question épineuse a été soulevée : les chiens doivent-ils être inclus dans le "catalogue" ? De nombreuses contestations ont été suscitées autour de cette question. Le ministère de l'Agriculture et des Affaires Rurales a estimé qu'avec le développement de la protection des animaux, les chiens sont des animaux de compagnie et non une espèce catégorisée en tant que bétail. Avec la propagation de l'épidémie de Covid-19 en Chine, le Comité permanent du Congrès national du peuple a promulgué la « Décision sur l'interdiction complète du commerce illégal d'espèces sauvages, l'élimination de la consommation d'animaux sauvages et la protection efficace de la santé et de la sécurité du peuple ». Il est interdit de consommer des animaux sauvages terrestres protégés par l'État, y compris des animaux sauvages terrestres élevés artificiellement.

Pour les animaux terrestres, seuls les espèces répertoriées dans le "Catalogue des ressources génétiques de bétail et de volaille" et qui sont élevées artificiellement sont autorisées à être consommées. Tous les autres animaux terrestres sauvages en dehors du catalogue sont interdits à la consommation. Le retour d'avis sur le « catalogue » est valable jusqu'au 8 mai.

Thématique : chiens – catalogue – bétail – animaux sauvage – covid-19 – interdiction de consommation

Date : le 13 avril 2020

Source : <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1663829893045690083&wfr=spider&for=pc>

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

CHINE : LE GROUPE DE DISTRIBUTION WALMART PREVOIT D'OUVRIRE DE NOUVEAUX MAGASINS SAM'S CLUB DANS LES VILLES CHINOISES DE CHONGQING, NINGBO ET KUNSHAN

Le groupe accélère son expansion en Chine avec pour objectif l'inauguration de 500 nouveaux magasins et entrepôts sur les 7 prochaines années.

Sam's Club, filiale du groupe de distribution américain Walmart, dispose de 26 magasins dans une vingtaine de villes chinoises dont Pékin, Shanghai, Shenzhen, Guangzhou, Fuzhou, Dalian, Hangzhou et Suzhou. En 2020, Sam's Club entend accélérer son développement sur le marché chinois et prévoit d'ouvrir des nouveaux points de vente dans les villes mentionnées ci-avant ainsi que les villes de Chongqing, Ningbo et Kunshan. Le groupe prévoit d'investir 3 milliards CNY (environ 390 millions EUR) sur les cinq prochaines années afin d'ouvrir 4 magasins Sam's Club, 15 centres commerciaux ainsi que des magasins de proximité à Wuhan. Au cours des 7 prochaines années, Walmart a pour objectif d'inaugurer 500 nouveaux magasins (Sam's Club, centre commercial et magasin de proximité) et entrepôts cloud en Chine.

Thématique : Walmart – Sam's Club – centre commercial – magasin de « proximité » – expansion

Date : le 11 avril 2020

Source : <http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2020/445411.shtml>

STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS

CHINE : COFCO, PREMIER GROUPE AGROALIMENTAIRE CHINOIS, MET EN PLACE AVEC CINQ AUTRES MULTINATIONALES DU SECTEUR AGROALIMENTAIRE UNE SOLUTION DIGITALE AFIN DE MODERNISER LES OPERATIONS DU COMMERCE INTERNATIONAL EN CREAT LA SOCIETE COVANTIS SA

Covantis lancera des solutions digitales destinées à faciliter le processus d'exécution post-trade des céréales et des oléagineux.

Le groupe agricole chinois COFCO et cinq autres multinationales du secteur agroalimentaire (ADM, Bunge, Cargill, Louis Dreyfus Company et Glencore Agriculture) ont récemment annoncé la création d'une nouvelle entité, Covantis S.A, à Genève en Suisse. Cette entreprise a pour objectif de standardiser, digitaliser et moderniser les opérations du commerce international de produits agricoles. Le premier test de ces solutions digitales sera effectué sur le soja brésilien exporté vers la Chine au cours du troisième trimestre 2020.

Selon les données de la presse chinoise, la Chine a importé 85,51 millions de tonnes de soja en 2019, dont 58 millions de tonnes sont en provenance du Brésil. Lors des trois premiers mois de 2020, le Brésil a exporté environ 16 millions de tonnes de soja vers la Chine, une hausse de 17% par rapport à la même période de l'année précédente.

Thématique : Cofco – Covantis – céréales et oléagineux – soja

Date : le 12 avril 2020

Source : <http://finance.sina.com.cn/wm/2020-04-12/doc-iircuyvh7311249.shtml>

CHINE : RETRAIT TOTAL DU MARCHÉ CHINOIS DE L'ENSEIGNE ANGLAISE DE RESTAURATION HAKKASAN

L'épidémie du nouveau coronavirus a fortement affecté la performance globale du groupe Hakkasan.

Le 13 avril dernier, le groupe anglais de restauration Hakkasan a annoncé la fermeture de son restaurant dans le mythique bâtiment « le Bund 18 » à Shanghai, marquant ainsi l'arrêt total de ses activités en Chine. Le Bund, centre historique de Shanghai, longé d'un côté par de magnifiques bâtiments des années 1930 et de l'autre côté par le fleuve Huangpu, est le symbole de l'esprit cosmopolite de la ville. Le Bund 18, bâtiment situé en plein centre de l'avenue et ancien siège social d'une grande banque, abrite un centre commercial de marques de luxe et des restaurants haut de

gamme. L'enseigne Hakkasan proposait en Chine un menu au prix moyen de 676 CNY (environ 88 EUR) par personne. Cependant, le groupe subit de plein fouet la crise du Covid-19 et a décidé de sacrifier son mythique restaurant de Shanghai.

Thématique : Hakkasan – Le Bund No.18 – fermeture/retrait – coronavirus

Date : le 14 avril 2020

Source : <https://www.jiemian.com/article/4253760.html>

CHINE : LA CHAÎNE DE MAGASINS DE PROXIMITÉ JAPONAISE LAWSON ENTRE SUR LE MARCHÉ DE LA PROVINCE DU HEBEI

L'entrée de l'enseigne dans le Hebei marque le commencement de sa mise en place d'un projet de développement entre les villes de Pékin, Tianjin et la province du Hebei.

Avec la reprise des activités économiques en Chine, l'enseigne de commerce de proximité Lawson a lancé son nouveau plan d'expansion. Le 15 avril, Lawson a signé un accord de coopération stratégique avec Jindian Management Hebei Co., Ltd., marquant l'entrée officielle de Lawson dans la province de Hebei via une stratégie de franchise.

L'objectif de cette coopération est l'ouverture de 50 nouveaux magasins sur les 5 prochaines années dans les villes stratégiques dans la province du Hebei en commençant par Tangshan, qui est une zone de libre-échange avec un PIB par habitant de 86800 yuans en 2019. L'ouverture des premiers points de vente est prévue pour juillet et l'expansion de l'enseigne se poursuivra dans d'autres villes du Hebei, telles que Langfang, Shijiazhuang et Chengde.

Lawson a ouvert plus de 2500 magasins en Chine, principalement répartis dans les villes de Shanghai, Chongqing, Dalian, Pékin, Wuhan et dans d'autres capitales des provinces chinoises.

Les grandes enseignes de commerces de proximité ont accéléré leur expansion sur le marché chinois. Les enseignes locales, telles que Haolinju et Bienlifeng ont connu un développement fulgurant au niveau national démontrant l'intensification de la concurrence entre les enseignes chinoises et étrangères puisque Lawson, 7-11 ou Family Mart s'étendent également rapidement sur le marché chinois ces dernières années.

La densité de ces magasins de proximité va de paire avec le niveau de modernisation commerciale d'une ville. Le secteur de commerce de proximité est confronté à une saturation dans les métropoles chinoises de premier rang avec de nombreux concurrents dans des espaces limités. C'est la raison pour laquelle la stratégie des sociétés de commerce de proximité s'oriente vers les villes de troisième et quatrième rang dont le loyer et le coût de la main-d'œuvre sont moins élevés, même si le pouvoir d'achat des consommateurs reste moins important par rapport aux habitants des villes de premier rang. Quant à la sélection des produits, il est nécessaire de s'adapter aux besoins des consommateurs et clients locaux qui diffèrent entre les villes de premier rang et celles de troisième et quatrième rang.

Thématique : Lawson – commerce de proximité – reprise de l'activité – villes de troisième et quatrième rang

Date : le 16 avril

Source : http://www.ce.cn/cyssc/newmain/yc/jsxw/202004/16/t20200416_34697091.shtml

CHINE : LE GROUPE LAITIÈRE CHINOIS MEIJI DAIRY A INVESTI 254 MILLIONS USD DANS LE GROUPE AUSTASIA

Cet investissement devra accélérer la croissance des ventes de lait et de yaourt du groupe Meiji en Chine et garantir un approvisionnement stable en lait cru de haute qualité.

Afin d'assurer la croissance durable de ses activités de production de lait et de yaourt en Chine, le groupe Meiji Dairy a racheté 25% des parts du groupe Austasia par un investissement de 254 millions USD.

La société Singapore AustAsia a été créée en 2003 et est entrée sur le marché chinois en 2009 avec la mise en place de grands élevages laitiers. En 2017, la société exploitait 7 grands élevages dans la province du Shandong et de la Mongolie Intérieure produisant plus de 1000 tonnes de lait cru par jour. En 2019, la valeur des ventes d'AustAsia sur le marché chinois étaient de 2,7 milliards CNY. En plus de fournir du lait pour ses propres produits, le groupe est également fournisseur de produits laitiers pour des marques telles que Jane Yoghurt ainsi que les chaînes de café telles que Luckin Coffee et Costa Coffee.

Meiji Dairy a indiqué que ses performances en Chine sont stables grâce notamment au lait à basse température et prévoit d'accroître ses capacités de production avec la construction d'une usine à Tianjin.

Thématique : AustAsia – lait – Meiji – yaourt

Date : le 17 avril 2020

Source : <https://www.jiemian.com/article/4268193.html>

TAÏWAN : LE GROUPE WOWPRIME SE LANCE DANS LA CONQUETE DE LA LIVRAISON A DOMICILE DES REPAS

Le leader de la restauration investit 300 staffs et 600 heures de travaux et tests afin de réunir ses 17 enseignes de restauration pour réussir sa lancée sur la scène de la livraison à domicile.

Dans le contexte épidémique actuel, même si la situation du Covid-19 est relativement bien contrôlée à Taïwan, les acteurs de la restauration font tout pour compenser la baisse de consommation hors domicile, via la vente à emporter et le partenariat avec les services de livraison à domicile spécialisés. Ainsi, le leader du secteur de la restauration à Taïwan, WowPrime, vient de conclure un partenariat pour ses 17 enseignes de restauration et de boulangerie-cafés avec la plateforme Uber Eats.

Avant même le début de l'épidémie, leur enseigne de hot-pot « 12MINI » s'était déjà lancée en 2019 sur Uber Eats, apportant des résultats très convaincants : 30% du chiffre d'affaires réalisé par les ventes de livraison à domicile. Conforté par cette réussite, le groupe a réussi à lancer 5 autres enseignes en mars sur Uber Eats, et à présent, l'intégralité des 17 enseignes affiliées au groupe se seront lancées dans l'aventure depuis le 17 avril.

Après une préparation intense de développement des produits à mettre en vente, ainsi que des tests méticuleux réalisés par une équipe de plus de 300 salariés et en un temps records de 600 heures de travaux, 93 plats cuisinés, fournis par les différentes enseignes, sont à présent disponibles sur la plateforme Uber Eats.

En seulement 3 jours de vente, ce nouveau canal de distribution fait d'ores et déjà ses preuves, les ventes journalières représentant en moyenne 15% du chiffre d'affaires journalier du groupe.

Thématiques : restauration – livraison à domicile – Taïwan

Date : le 22 avril 2020

Source : <https://www.foodnext.net/news/industry/paper/54704398>

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL

CHINE : LE GROUPE AUSTRALIEN DE VIN TWE A OBTENU LE DROIT D'UTILISATION DE LA MARQUE « BENFU » QUI EST LA TRADUCTION CHINOISE DE LA TRES POPULAIRE MARQUE PENFOLDS

L'enregistrement de la marque « Benfu » est pour le groupe une victoire consolidant le statut du groupe TWE en tant que propriétaire légal de l'une des marques de vin les plus reconnues en Chine.

Le 10 avril, le groupe australien TWE a annoncé l'enregistrement en Chine de la marque « Benfu » (signifiant objectif et fortune en chinois), version chinoise de la marque « Penfolds », l'une des plus réputées du groupe. Depuis une dizaine d'années, le groupe TWE n'a cessé de se défendre contre la contrefaçon de la marque Penfold's par le recours en justice.

Selon des informations publiques, des contrevenants ont enregistré en Chine la marque « Benfu » respectivement en 2009 et 2015. Cependant, ces tentatives d'enregistrement ont été invalidées par les tribunaux chinois en raison de l'aspect malveillant de ce dépôt de marque.

D'après le directeur général de l'Asie du Nord du groupe TWE, Tom King, la réussite de l'enregistrement permet à la marque Penfold's une meilleure protection contre la contrefaçon.

Les vins de la marque Penfolds gagnent en visibilité dans les points de vente en Chine. Ces dernières années, les vins importés ont au fur et à mesure pris une part importante sur le marché chinois et la demande pour des vins haut de gamme s'accroît ce qui présage un réel potentiel de développement pour la marque australienne en Chine.

Thématique : vin australien – enregistrement de la marque – haut de gamme

Date : le 10 avril 2020

Source : <http://www.bbtnews.com.cn/2020/0410/348940.shtml>

CHINE : AUGMENTATION CONSIDERABLE DES BENEFICES DES GRANDS GROUPES CHINOIS D'ELEVAGE PORCIN AU PREMIER TRIMESTRE

Le prix du porc devrait cependant rester élevé tout au long de l'année.

Depuis 2019, le marché chinois de viande porcine est en proie à une limitation d'approvisionnement liée à la peste porcine africaine. De plus, l'impact du Covid-19 sur la consommation, la chaîne d'approvisionnement de l'élevage porcin et la logistique ont maintenu la hausse du prix du porc.

Cette situation reste bénéfique pour les 4 plus grands groupes porcins chinois lors du premier trimestre 2020. En effet le groupe Muyuan a atteint un bénéfice net de 4,5 milliards CNY (590 millions EUR) et le groupe Wens, opérateur incontournable du sud de la Chine, a atteint un bénéfice net de 1,9 milliard CNY (250 millions EUR), soit une augmentation très importante de 511% par rapport au premier trimestre de l'an passé. Le groupe New Hope a réalisé un bénéfice net de 1,6 milliard de CNY (210 millions EUR), soit une augmentation de 140% alors que le groupe Zhengbang Technology, premier éleveur porcin de la province du Jiangxi, a atteint un bénéfice net de 1 milliard CNY (130 millions EUR).

Lors du premier trimestre 2020, le prix de vente pour un porc de 120 kg était de 31 CNY/kg (vif) et le bénéfice moyen est de 1 000 CNY par tête (130 euros).

Malgré cela, le nombre de porcs abattus par ces grands groupes au premier trimestre était encore peu significatif. Les grandes entreprises porcines ont enregistré une baisse importante du nombre de porcs abattus au premier trimestre.

Thématique : élevage porcin – prix du porc – group porcin – Muyuan – Wens – Zhengbang

Date : le 14 avril 2020

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/202004/14/t20200414_34676691.shtml

CHINE : EN RAISON D'UNE NOUVELLE VAGUE DE SUSPENSIONS DES IMPORTATIONS DE VIN EN CHINE, CERTAINS PROFESSIONNELS AUGMENTENT LES PRIX

L'impact des suspensions d'importation de vin liées au coronavirus risque de limiter les ventes pour le festival de la mi-automne en Chine.

Selon les données de Maritime Strategies International (MSI), de mars à mai 2020, le volume total des expéditions de la liaison Asie-Europe devrait diminuer de 17,8% par rapport à la même période de l'année précédente. Le volume de conteneurs de la liaison transpacifique (côte ouest des États-Unis vers l'Asie) devrait baisser de 15%. Les volumes des liaisons intra-européennes et intra-asiatiques devraient diminuer respectivement de 8% et 5%.

L'épidémie mondiale de coronavirus a complètement désorganisé la circulation de conteneurs permettant d'assurer le fret des commodités. En effet, de nombreuses compagnies de logistique, dont Mediterranean Shipping Company, Hapag-Lloyd et OOCL, ont annoncé des plans de suspension de la circulation de leurs conteneurs.

Cette perturbation logistique a conduit certains importateurs de vin vers une rupture de leur stock.

Pour les importateurs chinois, cette situation pourrait même affecter les ventes du Festival de la mi-automne.

Thématiques : suspensions – Festival de la mi-automne – Mediterranean Shipping Company – Hapag-Lloyd – OOCL – augmentations de prix

Date : le 17 avril 2020

Source : <http://www.lookvin.com/article/news/detail-57189.html>

CHINE : LA CHAÎNE DE RESTAURATION KFC A LANCE DES « PÉPITES DE POULET » A BASE DE VIANDE ARTIFICIELLE DANS SES RESTAURANTS DE SHENZHEN, SHANGHAI ET GUANGZHOU

Le lancement de ces pépites de poulet à base de viande végétale est encore à un stade de test à petite échelle, mais le développement de ces produits est possible au sein des restaurants présents sur le territoire chinois.

Le 20 avril, la chaîne de restauration rapide KFC en Chine a annoncé le lancement d'une recette de viande artificielle à base de protéines végétales aromatisées au poulet. Les matières premières sont les protéines de soja, de blé et de pois qui sont des ressources courantes pour la production de viande végétale. Actuellement, KFC propose cette recette dans trois restaurants à Shenzhen, Shanghai et Guangzhou.

Des produits à base de viande végétale ont déjà été ajoutés dans les menus de nombreuses chaînes de restauration concurrentes, telles que McDonald's, Burger King et Starbucks.

En Chine, les mets à base de viande végétale sont de plus en plus mis en avant puisque les deux plus grands producteurs chinois de cette denrée, Shuangta et Zhenrou ont mis sur le marché de consommation des aliments à base de viande artificielle.

En avril, la chaîne américaine Papa John's a lancé en coopération avec Starfield une nouvelle recette nommée « Future Meat Pizza » à base de viande artificielle dans près de 150 restaurants de 16 villes chinoises.

Par ailleurs, les sociétés produisant de la viande artificielle ont le vent en poupe en bourse. L'action de Shuangta, l'un des fournisseurs de protéines de la société Beyond Meat, a connu une hausse de 70% du début janvier à fin février et a clôturé le 27 février à 13.71 yuans l'action. Beyond Meat a depuis longtemps montré son intérêt pour le marché chinois en annonçant son intention de s'y développer au premier trimestre.

Thématique : KFC – Viande artificielle / végétale – protéines - Papa John's - Beyond Meat – marché de capitaux

Date : le 20 avril

Source : <https://www.jiemian.com/article/4277596.html>

HONG KONG : LE GOUVERNEMENT DE HONG KONG ETEND LES RESTRICTIONS DANS LA VILLE PENDANT DEUX SEMAINES, GARDANT LES BARS, LES PUBS ET AUTRES COMMERCES CIBLES FERMES JUSQU'AU 7 MAI

L'interdiction temporaire devait expirer le 23 avril. La Cheffe du gouvernement, Carrie Lam, dit que « ce n'est pas le moment de faire preuve de complaisance ».

L'interdiction temporaire de l'ouverture de certaines entreprises à Hong Kong a été prolongée de deux semaines, mais certaines restrictions concernant les restaurants de la ville ont été assouplies. Bars, pubs, salons de beauté, salons de massage et bars karaoké font partie des 11 types d'établissements qui doivent continuer de rester fermés jusqu'au 7 mai au plus tôt.

La Cheffe du gouvernement, Carrie Lam Cheng Yuet-ngor, a déclaré que, même si Hong Kong n'avait enregistré aucune nouvelle infection lundi, la réglementation devait rester en place pour s'assurer que la ville poursuit sa lutte contre la pandémie de coronavirus. L'assouplissement des restrictions imposées aux restaurants signifie que les établissements peuvent avoir plus de clients, car l'interdiction d'avoir plus de 50% de la capacité d'accueil normale a été supprimée. Mais d'autres réglementations, comme le fait qu'il n'y ait pas plus de quatre personnes par table et le fait de maintenir les tables à 1,5 mètres l'une de l'autre ou séparées par des cloisons, restent valables pendant 14 jours supplémentaires.

Dr Leung Chi-chiu, président du comité consultatif de l'Association médicale sur les maladies transmissibles, a déclaré que la deuxième vague d'infection à Hong Kong provenant de cas importés était "fondamentalement sous contrôle", mais la ville devait rester prudente sur les cas importés provoquant une transmission cachée dans la communauté. Les autorités devraient étudier s'il existe d'autres moyens de réduire les risques dans les lieux de divertissement. S'ils parviennent à un accord avec l'industrie, la « vie normale » de la ville devrait reprendre progressivement et de manière ordonnée.

Le législateur du Parti libéral, Tommy Cheung Yu-yan, qui représente le secteur de la restauration de la ville, a estimé que les restrictions pourraient réduire d'encore 1% le produit national brut de la ville. Les bars et les entreprises de divertissement suggérés devraient être autorisés à fonctionner avec des restrictions, comme dans les restaurants. Le gouvernement devrait progressivement assouplir les restrictions si l'épidémie s'améliore, au lieu d'attendre le 7 mai, a déclaré Cheung, et a appelé à un nouveau financement de 5 milliards de dollars HK pour le secteur.

Dans le cadre de la bataille de Hong Kong contre la propagation du coronavirus, le Regal Oriental Hotel de Kowloon City accueillera les arrivées asymptomatiques de l'aéroport à partir de mercredi, avant que les résultats de leurs tests de coronavirus ne soient déterminés. Mais des questions ont été posées sur le choix de l'hôtel, situé à environ 36 km de l'aéroport. La ministre de la Santé a indiqué qu'il n'était « pas facile » d'identifier rapidement un hôtel à utiliser, car quelques critères devaient être remplis, tels que qu'une taille suffisante et un système de ventilation adapté à l'usage prévu. Il existe également des inquiétudes concernant les personnes avec des résultats « faux négatifs » et au sujet des bagages des voyageurs qui pourraient être contaminés. Mais dans les faits, les risques posés au personnel de l'hôtel et aux résidents voisins ne sont pas particulièrement élevés, tant que les voyageurs ne se rassemblent pas ou ne pénètrent pas ou que peu dans la communauté.

Thématique : coronavirus – Hong Kong – restaurants – économie

Date : le 21 avril 2020

Source :

<https://www.scmp.com/news/hong-kong/health-environment/article/3080801/coronavirus-hong-kong-government-extends>

GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION

ACRONYMES

CNY	RMB, devise chinoise
COFCO	China National Cereals, Oils and Foodstuffs Corporation
EUR	Euros
KFC	Kentucky Fried Chicken

MARA	Ministère de l'agriculture et des affaires rurales chinois
MSI	Maritime Strategies International
OOCL	Orient Overseas Container Line
TWE	Treasury Wine Estates
USD	US Dollar, devise américaine

SOURCES D'INFORMATION

WWW.FOODNEXT.NET

Créée en 2015, Foodnext est une plateforme en ligne de média spécialisée dans l'industrie agroalimentaire, cette plateforme a pour but de démocratiser la culture gastronomique ainsi que les connaissances scientifiques sur l'alimentation à Taïwan, elle organise régulièrement les conférences et les ateliers en collaboration avec des influenceurs/blogueurs.

WWW.BAIJIAHAO.BAIDU.COM

Baijiahao est une plateforme lancée par Baidu pour les écrivains, blogueurs et journalistes indépendants.

WWW.LINKSHOP.COM.CN

Site Internet chinois de l'information sur les supermarchés, les grands magasins, les centres commerciaux, l'immobilier commercial, les dépanneurs et d'autres formats de vente au détail, les données de l'industrie, les avis d'opinion et les informations de gestion.

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.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.BBTNEWS.COM.CN

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

WWW.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.LOOKVIN.COM

Un média spécialisé dans le vin et dédié à partager et à diffuser les connaissances les plus récentes sur le vin et l'expérience de la vie du vin dans un esprit de simplicité, de divertissement et d'interaction.

WWW.SCMP.COM

Un média spécialisé dans le vin et dédié à partager et à diffuser les connaissances les plus récentes sur le vin et l'expérience de la vie du vin dans un esprit de simplicité, de divertissement et d'interaction.

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
Bixi LI – Chargée de développement Agrotech bureau de Pékin
Lucie ACQUAVIVA – Chargée de développement Agrotech bureau de Hongkong
Min CHAO – Chargée de développement Agrotech bureau de Taiwan
Anne GUINAUDEAU – Chargée d'affaires export bureau de Taiwan
David ROLLAND – Chef de pôle Agrotech Chine
Céline LAURANS – Responsable d'études réglementaires Asie (hors ASEAN) – Océanie – TOM

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

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

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