

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

Décembre 2020 – N° 57



SOMMAIRE

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS..... 3

Chine : de nouvelles taxes imposées par la Chine au vin australien..... 3

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

Chine : collaboration entre YTO et STMicroelectronics 4

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

Chine : l'ouverture du premier centre de R&D en stratégie informatique de McDonald's à Nanjing 5

Chine : Starbucks prévoit d'ouvrir 600 nouveaux cafés-restaurants en Chine pour l'exercice financier 2021 5

Chine : le marché de la viande végétale attire de nouveaux acteurs 6

Chine : le domaine de l'agriculture intelligente gagne en attractivité sur le marché financier 6

Chine : la chaîne de magasins de proximité « NOUVELLE GENERATION » Bianlifeng vise les 10 000 magasins pour 2023..... 7

Chine : fermeture de la plus grande boulangerie de la ville de Shenzhen Beeplus Lifestyle 7

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL 9

Chine : le rapport sur les « Nouvelles tendances de la consommation d'alcool en Chine en 2020 » a été publié 9

Chine : la crise de la Covid19 ébranlé les fondements de la consommation de vin en Chine, le "rebond de la consommation" reste encore à venir 9

Chine : les ventes de viande ovine domestique ont enregistré une augmentation et dépassent progressivement celles en provenance de l'Étranger 10

Hongkong : les importations de produits avicoles en provenance de certaines régions de Pologne, de Corée du sud et de France suspendues 11

Taïwan : la course vers les étoiles des chefs et grands groupes de la restauration à Taichung, seconde ville de Taïwan où est publié le Guide Michelin 11

GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION... 13

Acronymes 13

Sources d'information..... 13

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

CHINE : DE NOUVELLES TAXES IMPOSEES PAR LA CHINE AU VIN AUSTRALIEN

De nouveaux droits de douane sur les vins australiens, compris entre 6,3 et 6,4 %, seront appliqués à partir de vendredi.

La Chine a annoncé jeudi l'imposition de nouveaux droits de douane sur les vins australiens, qui s'ajoutent aux lourdes surtaxes anti-dumping déjà mises en place le mois dernier dans un contexte de tensions diplomatiques.

Les nouveaux droits de douane antisubventions, compris entre 6,3 et 6,4 %, seront appliqués à partir de vendredi, a indiqué le ministère chinois du Commerce. Ils s'ajoutent aux surtaxes compensatoires antidumping (de 107,1 à 212,1 %) lancées en novembre par la Chine sur le vin australien, et font suite à une l'enquête lancée en août.

« L'autorité chargée de l'enquête a déterminé, à titre préliminaire, qu'il existe des subventions pour les vins importés d'Australie, et que l'industrie vitivinicole (chinoise) a subi un dommage substantiel, de plus, il y aurait un lien de causalité entre ces subventions et ce dommage substantiel », a noté le ministère.

Thématique : vin australien – anti – subvention – antidumping – droit de douane

Date : le 10 décembre 2021

Source : <http://www.mofcom.gov.cn/article/zwgk/zcfb/202012/20201203021646.shtml>

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

CHINE : COLLABORATION ENTRE YTO ET STMICROELECTRONICS

L'objectif est de créer un laboratoire commun.

Récemment, STMicroelectronics a officiellement signé un contrat de collaboration avec YTO. Les deux parties ont convenu de créer un laboratoire commun au sein de *l'Intelligent Information Research Institute* du *YTO Technology Center* dont l'objectif se base sur la recherche et le développement de solutions électroniques afin d'optimiser le contrôle et la gestion des appareils de culture tels que les tracteurs, moissonneuses et autres outils agricoles. Cette initiative est mise en œuvre par l'installation de puces sur les moteurs des véhicules dans le but de rendre leur manipulation plus respectueuse de l'environnement, connectée et sécurisée.

L'Institut de recherche YTO Technology Center est spécialisé en développement de systèmes de contrôle électronique pour trois types de machines agricoles : les tracteurs, les moissonneuses et les outils agricoles. STMicroelectronics est le premier fournisseur mondial de semi-conducteurs, et fournit la gamme la plus complète de puces de circuits intégrés automobiles.

STMicroelectronics, à son tour, fournira, au laboratoire des techniques et solutions technologiques en matière de semi-conducteurs technologies. En parallèle, l'entreprise partagera des aspects pratiques tels que des instructions d'application et de conception appropriées, des outils de développement mais encore un support technique et une formation au produit.

Thématique : YTO – STMicroelectronics – coopération – laboratoire commun – machine agricole

Date : le 4 décembre 2020

Source : <http://www.caamm.org.cn/hygz/2720.htm>

STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS

CHINE : L'OUVERTURE DU PREMIER CENTRE DE R&D EN STRATEGIE INFORMATIQUE DE MCDONALD'S A NANJING

L'objectif est de promouvoir de nouvelles solutions de restauration numérique.

Le premier centre de R&D stratégique de McDonald's, en Chine a été officiellement mis en opération le 1^{er} décembre, dans la ville de Nanjing dans la province du Jiangsu. L'objectif du centre est de soutenir le développement de la digitalisation de l'activité de McDonald's Chine en apportant des solutions diverses. En effet, le projet R&D s'articule autour de plusieurs secteurs clés tels que « la nouvelle restauration », les *e-plateformes* ou relatives au Big Data, les équipements de restauration intelligents et l'intelligence artificielle

Le centre de recherche et développement de McDonald's est situé dans la zone de haute technologie de Xuzhuang, à Nanjing, couvrant une superficie de 1 200 mètres carrés s'inspirant d'un design industriel simple et moderne. Le centre est dirigé par des experts nationaux de renom en numérique. Il est estimé que d'ici 2022, l'effectif du centre R&D atteindra 200 personnes débloquant un investissement total dépassant 200 millions de yuans (25 M EUR) pour les 5 années à venir. Le centre utilisera activement des technologies tels que le big data, l'intelligence artificielle et « l'Internet des objets » (IoT) pour continuer à apporter de nouvelles solutions de restauration à McDonald's Chine, y compris des produits d'exploitation connectés, des outils de marketing, d'ouverture de restaurants, de diagnostic d'efficacité, etc., afin d'améliorer continuellement l'efficacité des restaurants ainsi que l'expérience client.

Thématique : McDonald's – restauration rapide – solution numérique – informatique

Date : le 1 décembre 2021

Source : <https://www.mcdonalds.com.cn/news/20201201-strategic-innovation-center>

CHINE : STARBUCKS PREVOIT D'OUVRIR 600 NOUVEAUX CAFES-RESTAURANTS EN CHINE POUR L'EXERCICE FINANCIER 2021

La Chine est le premier marché étranger de Starbucks en termes de croissance du nombre de points de vente.

Selon les informations communiquées récemment lors de la Starbucks Global Investor Conference, le nombre de cafés-restaurants Starbucks dans le monde devrait passer de 33 000 aujourd'hui à 55 000 en 2030. Le marché chinois demeure le premier marché étranger du géant nord-américain en termes de croissance du nombre de points de vente.

Ainsi, au cours du 3ème trimestre 2020, Starbucks a ouvert 259 nouveaux cafés en Chine, et prévoit d'y ouvrir 600 nouveaux magasins pour l'exercice financier 2021 (jusqu'au 30 septembre 2021). Parmi ces nouveaux magasins, 10% seront situés dans les quartiers commerciaux et les quartiers d'affaires, sous un format « mini-magasin digitalisé » offrant principalement un service à emporter. D'ici 2022, Starbucks devrait être présent dans 230 villes chinoises comptant plus de 6 000 points de vente. Ce projet d'expansion s'articule autour la création de nouveaux cafés dans les zones banlieusardes sous des formats différents, en intégrant notamment des dispositifs de commande numériques, des *drive-through* (livraison/à emporter en voiture) au sein d'un établissement de plus petite superficie.

En parallèle, l'entreprise a lancé la construction du *Starbucks China Coffee Innovation Park* (星巴克中国咖啡创新产业园) à Kunshan dans la province du Jiangsu le 16 novembre dernier. Grâce à un investissement de 1,1 milliard de CNY (environ 138 millions d'EUR), ce projet hébergera la plus grande usine de torréfaction de cafés en Asie, au service de Starbucks.

Thématique : Starbucks – café restaurant/point de vente – croissance

Date : le 10 décembre 2020

Source : <https://www.jiemian.com/article/5386619.html>

CHINE : LE MARCHÉ DE LA VIANDE VÉGÉTALE ATTIRE DE NOUVEAUX ACTEURS

Nestlé a officiellement annoncé le lancement de la marque de viande végétale "Harvest Gourmet" et le lancement de 6 plats chinois s'en inspirant, qui seront vendus en ligne sur Tmall.com et hors ligne aux différents magasins Hema d'ici fin décembre.

En mai de cette année, Nestlé a lancé un plan d'investissement de 730 millions de CNY (92 M EUR). Celui-ci inclut la construction d'une première ligne de production de produits végétaux de Nestlé et la construction d'usines et entrepôts de transformation à Tianjin. La ligne de production dispose d'une capacité de production annuelle de 8 000 tonnes.

Une étude de marché de Nestlé montre que 84% des consommateurs chinois conviennent que les produits à base de plantes sont sains. En outre, le volume du marché des aliments surgelés devrait dépasser 335 milliards de CNY (42 milliards EUR) au cours des cinq prochaines années. Les préférences des consommateurs chinois pour la viande végétale étant différentes des consommateurs occidentaux, Nestlé a annoncé mettre en vente des produits inspirés de la cuisine chinoise tels du poulet Kung Pao, Mala xiang guo ou encore des boulettes de porc. Toutefois, le géant suisse souhaite étendre sa gamme dans le secteur *food service* en proposant des plats à inspiration occidentale comme des nuggets, émincés de bœuf, burgers etc.

Depuis le début de cette année, de plus en plus de géants de l'alimentation ont commencé à lancer des produits à base de viande végétale. En avril de cette année, Starbucks a lancé une gamme de produits comprenant des lasagnes végétariennes, tandis que KFC a également testé auprès des consommateurs finaux de nouveaux produits tels que nuggets de poulet à la viande végétale.

Thématique : viande végétale – Nestlé – produits surgelés

Date : le 14 décembre 2020

Source : http://www.ce.cn/cyssc/sp/info/202012/14/t20201214_36111492.shtml

CHINE : LE DOMAINE DE L'AGRICULTURE INTELLIGENTE GAGNE EN ATTRACTIVITE SUR LE MARCHÉ FINANCIER

XAIRCRAFT vient d'obtenir un important financement au sein de son secteur d'activité de la technologie agricole

Récemment, le domaine de l'agriculture intelligente a commencé à attirer l'attention de la part des acteurs des marchés financiers. La société technologique agricole XAIRCRAFT (Guangzhou Jifei Electronics Technology Co.,Ltd) a annoncé le 16 novembre dernier l'achèvement d'un nouveau cycle de financement de 1,2 milliard de RMB (environ 149 M EUR), soit le financement commercial le plus important du secteur de la technologie agricole en Chine à ce jour.

Selon les statistiques, en Chine, le nombre total de fermes familiales, de coopératives agricoles, de fermes d'entreprises et de fermes d'État a dépassé 3 millions. Le « Rapport sur le développement rural numérique en Chine (2019) » avait prévu que d'ici 2020, le marché potentiel de la Chine pour l'agriculture intelligente devrait atteindre 200 milliards de RMB (environ 25 milliards d'Euros).

Pendant longtemps, à cause d'une limitation des surfaces des terres cultivables et d'une faible valeur des exploitations, l'économie agricole à petite échelle a été le principal facteur freinant le développement de l'agriculture chinoise. Cependant, ces dernières années, à la suite du soutien politique du gouvernement chinois en termes de digitalisation économique rurale, d'équipements agricoles intelligents et des systèmes de circulation des terres, le modèle de production agricole traditionnel auparavant inefficace et extensif se transforme progressivement vers un modèle intelligent et modernisé.

Dans le cadre de l'accélération de l'urbanisation et du vieillissement de la population rurale, l'agriculture intelligente est considérée comme l'avenir de l'agriculture chinoise. Des technologies comme « l'Internet des Objets » (IDO), l'intelligence artificielle, le *Big Data*, et les applications industrielles telles que les systèmes automatiques, la conduite autonome, la reconnaissance d'image, etc. aideront à résoudre le problème du déficit alimentaire, qui est estimé à 130 millions de tonnes d'ici la fin du 14e plan quinquennal.

XAIRCRAFT, a développé six gammes de produits agricoles intelligents, et est la première entreprise à appliquer ces technologies à la construction de fermes autonomes.

Thématique : agriculture intelligente – XAIRCRAFT- financement

Date : le 27 novembre 2020

Source : <http://www.caamm.org.cn/hygz/2715.htm>

CHINE : LA CHAÎNE DE MAGASINS DE PROXIMITÉ « NOUVELLE GÉNÉRATION » BIANLIFENG VISE LES 10 000 MAGASINS POUR 2023

En 2019, le secteur du commerce de proximité en Chine a enregistré un chiffre d'affaires de 35 milliards d'EUR.

Le 9 décembre dernier, la chaîne chinoise de magasins de proximité « nouvelle génération » Bianlifeng (便利蜂) a présenté son plan de développement sur trois ans. A l'heure actuelle, Bianlifeng dispose d'environ 1 800 magasins en Chine, principalement dans les régions du nord. En 2021, l'enseigne compte rassembler 4 000 magasins sur le territoire chinois, dont la moitié dans les villes de 2ème et 3ème rangs. D'ici 2023, ce nombre devrait atteindre 10 000 points de ventes, ce qui hisserait Bianlifeng parmi les cinq premiers acteurs du commerce de proximité en Chine.

D'après les données de l'association CCF (China Chain-store & Franchise Association), le canal du commerce de proximité en Chine a enregistré un chiffre d'affaires de 281 milliards de CNY (environ 35 milliards d'EUR) en 2019 soit une hausse de 24% par rapport à 2018. Le commerce de proximité est aujourd'hui considéré comme le canal de vente physique au taux de croissance et au potentiel les plus élevés en Chine.

Thématique : commerce de proximité – Bianlifeng – vente au détail physique

Date : le 10 décembre 2020

Source : <http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2020/459652.shtml>

CHINE : FERMETURE DE LA PLUS GRANDE BOULANGERIE DE LA VILLE DE SHENZHEN BEEPLUS LIFESTYLE

Cette boulangerie chinoise a enregistré un record de flux de clientèle estimé à 2,2 millions en 2019.

Inaugurée en janvier 2019, Beeplus était considérée comme la plus grande boulangerie de la ville de Shenzhen. D'une superficie de 3000 mètres carrés, l'établissement était comparable au « Starbucks Reserve Roastery », plus grand Starbucks en Chine. Beeplus proposait non seulement du pain, mais également du café, du vin, des desserts, des glaces, et des repas sous forme de menus. Au cours de l'année 2019, le flux de clientèle vers la boulangerie Beeplus a dépassé les 2,2 millions. Cependant, l'émergence de la Covid19 début 2020 en Chine a durement touché le secteur. Beeplus, dont la société-mère est spécialisée dans le design et le management de *co-working spaces* a ainsi pâti d'un manque d'expérience dans le secteur de la boulangerie, et d'un manque de notoriété chez les consommateurs chinois. Ces deux facteurs ont entraîné une chute importante de la fréquentation cliente dans la boulangerie, y compris après la fin du confinement impactant fortement son activité. Le 1er décembre dernier, la chaîne a officiellement annoncé sa fermeture temporaire et ne prévoit pas de réouverture à court-terme.

Thématique : fermeture – boulangerie - Beeplus Lifestyle – Covid-19

Date : le 11 décembre 2020

Source : <https://www.jiemian.com/article/5388716.html>

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL

CHINE : LE RAPPORT SUR LES « NOUVELLES TENDANCES DE LA CONSOMMATION D'ALCOOL EN CHINE EN 2020 » A ÉTÉ PUBLIÉ

Ce nouveau rapport présente différents aspects relatifs aux profils de consommateurs tels que le montant de leurs ressources, leurs habitudes de vie, ou encore leurs comportements de consommation, etc.

Le 10 décembre, lors de la 2ème Exposition internationale de boissons alcoolisées en Chine (CIADE), le centre de données Yunjiu a publié le rapport sur les « Nouvelles tendances de la consommation d'alcool en Chine en 2020 », ce rapport présente des caractéristiques de base de statut des ressources des consommateurs, des habitudes de vie, des loisirs, des comportements de consommation, etc.

Le rapport montre que le groupe de consommateurs issu de la tranche d'âge 25 à 31 ans constitue le moteur principal du marché de la consommation chinoise en apportant une véritable plus-value. En effet, ces profils d'individus justifient d'un fort pouvoir d'achat et motivent une demande en alcool élevée. Le rajeunissement du consommateur moyen est cité comme une tendance de développement inévitable de l'industrie du vin.

Le rapport estime que les entreprises viticoles les moins productives sont de plus en plus écartées et exclues de l'industrie afin de promouvoir l'optimisation, la consolidation et la mise à niveau du secteur.

Le rapport estime que le développement de l'industrie du vin amène l'industrie à pénétrer dans une nouvelle ère. Le « nouveau marché » limite l'entrée de produits d'entrée de gamme et mène à une hausse de consommation de produits *premium* et qualitatifs. Les « nouveaux consommateurs » démontrent progressivement des besoins diversifiés et une volonté de découvrir. Le canal de distribution de la « nouvelle vente au détail » permet une interaction profonde entre les consommateurs et les marques afin de répondre aux attentes émergentes.

Thématiques : CIADE, Yunjiu, groupe de consommateurs, tendance du marché

Date : le 11 décembre 2020

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2020/12/12-84013.html>

CHINE : LA CRISE DE LA COVID19 EBRANLE LES FONDEMENTS DE LA CONSOMMATION DE VIN EN CHINE, LE "REBOND DE LA CONSOMMATION" RESTE ENCORE A VENIR

Changyu, le leader national du vin, a réalisé un chiffre d'affaires de 2,19 milliards de CNY (275 M EUR) de janvier à septembre, soit une baisse annuelle de 38,3%, tandis que son bénéfice net a chuté de 45,5%.

Au premier semestre de cette année, l'activité des commerces a été pratiquement mis en suspens en raison de la crise de la Covid19. Ce phénomène a engendré une forte chute des ventes de vins ainsi qu'un faible écoulement des stocks des importateurs notamment. En pleine saison des fêtes de mi-automne, le volume des ventes du marché était égal à celui de la même période l'an dernier, donnant ainsi une lueur d'espoir de reprise économique. Cependant, depuis novembre, les opérateurs s'inquiètent quant à la possible difficulté de rebond des ventes pour les fêtes de fin d'année et du Nouvel An chinois.

Le mois de novembre est habituellement la saison des achats. À la suite de la crise de la Covid19, les importateurs restent très prudents dans leurs dynamiques d'achats de vins. Il est prévu que les ventes de vin de cette année seront 20 à 30% inférieures à celles des années passées.

Après l'épisode épidémique, toutes les catégories de boissons alcoolisées sur le marché intérieur ont été affectées. Toutefois, la reprise d'activité varie d'une industrie à une autre. Le rebond du secteur des spiritueux et de la bière a été rapide, tandis que plus lent pour les vins.

Au cours des 7 premiers mois de 2020, les importations de vins en valeur étaient estimées à 900 millions de dollars américains (740 M EUR), soit une diminution de 31% par rapport à 2019. Les professionnels prévoient cependant une stagnation de ces flux d'importations. Il convient de noter qu'en raison de l'épidémie, le nombre d'importateurs est en baisse.

Bien que la fréquentation des restaurants soit revenue à la normale, le niveau de consommation de vin n'a pas encore répondu aux attentes des opérateurs du secteur.

En raison de l'incertitude des facteurs économiques et politiques, les professionnels de l'industrie n'expriment qu'un faible optimisme quant aux perspectives de développement du marché chinois du vin.

Thématiques : Covid-19, Changyu, saison des achats, consommation de vengeance

Date : le 14 décembre 2020

Source : <https://finance.sina.com.cn/roll/2020-12-14/doc-iiznctke6326786.shtml>

CHINE : LES VENTES DE VIANDE OVINE DOMESTIQUE ONT ENREGISTRÉ UNE AUGMENTATION ET DÉPASSENT PROGRESSIVEMENT CELLES EN PROVENANCE DE L'ÉTRANGER

Depuis cette année, les ventes de viande ovine domestique ont augmenté de 108%.

Le Bureau national des statistiques a souligné que le secteur de la restauration a repris des couleurs au commencement du troisième trimestre de 2020. À l'aube de l'automne et de l'hiver, la consommation saisonnière de viande de mouton a sensiblement progressé. En outre, en raison de l'impact de la Covid19 à échelle mondiale, l'Australie et la Nouvelle-Zélande, les deux principaux pays fournisseurs de viande ovine, sont limités dans leurs exportations. Cette tendance baissière a été profitable à l'industrie chinoise et son offre domestique, menant à un développement de la consommation intérieure de viande ovine.

Le prix de l'offre chinoise a bondi en conséquence, et est environ 10% plus cher que celui de la Nouvelle-Zélande.

À la suite de l'émergence de la Covid-19, les entreprises de production de viandes étrangères ont signalé à plusieurs reprises des cas de contamination de leurs importations ayant été testées positives au coronavirus. Pour cette raison, la Chine a suspendu les importations de nombreuses entreprises de la filière. Par exemple, la Chine a récemment suspendu les flux entrants de viande ovines en provenance des groupes australiens Australian Lamb Company et JBS Company.

Thématique : exportation – viande de mouton - Australie

Date : le 11 décembre 2020

Source : <https://www.jiemian.com/article/5391082.html>

HONGKONG : LES IMPORTATIONS DE PRODUITS AVICOLES EN PROVENANCE DE CERTAINES REGIONS DE POLOGNE, DE COREE DU SUD ET DE FRANCE SUSPENDUES

Le Centre pour la Sécurité Alimentaire (CSA) a ordonné au commerce de suspendre l'importation de viande de volaille et de produits (y compris les œufs de volaille) en provenance de la France et des zones susmentionnées avec effet immédiat pour protéger la santé publique à Hong Kong.

Le Centre pour la sécurité alimentaire (CSA) du Département de l'hygiène alimentaire et environnementale a annoncé le 9 décembre que, compte tenu des notifications de l'Inspection générale vétérinaire de Pologne ; du Ministère de l'agriculture, de l'alimentation et des affaires rurales de Corée et de l'Organisation mondiale de la santé animale (OIE) concernant les foyers de grippe aviaire H5N8 hautement pathogènes, la suspension des importations de produits avicoles en provenance de certaines régions polonaises, coréennes et françaises (district de Grodzisk, région de Wielkopolskie et district de Slupsk, région de Pomorskie en Pologne; Yeosu-si, province de Gyeonggi-do de Corée; et département des Landes de France).

Un porte-parole du CSA a déclaré qu'au cours des neuf premiers mois de cette année, Hong Kong a importé environ 9 900 tonnes de viande de volaille congelée et 21,32 millions d'œufs de volaille de Pologne; 740 tonnes de viande de volaille réfrigérée et congelée et 8,9 millions d'œufs de volaille en provenance de Corée; et 8 740 tonnes de viande de volaille réfrigérée et congelée et 1,1 million d'œufs de volaille de France.

"Le CSA a contacté les autorités polonaises, coréennes et françaises sur ces questions et suivra de près les informations publiées par l'OIE et les autorités compétentes sur les foyers de grippe aviaire. Des mesures appropriées seront prises en réponse à l'évolution de la situation", a déclaré le porte-parole.

Thématiques : Export- Volailles- Sécurité Alimentaire- Hong Kong

Date : le 10 Décembre 2020

Source : https://www.cfs.gov.hk/english/press/20201209_8338.htm

TAÏWAN : LA COURSE VERS LES ETOILES DES CHEFS ET GRANDS GROUPES DE LA RESTAURATION A TAICHUNG, SECONDE VILLE DE TAÏWAN OU EST PUBLIE LE GUIDE MICHELIN

Au 2ème trimestre 2020, de plus en plus de restaurants de haute gastronomie se lancent à Taichung, ayant pour ambition de conquérir des étoiles au prestigieux guide Michelin.

En 2020, le Guide Michelin a listé non seulement les restaurants de la capitale de Taipei, mais également ceux de Taichung, seconde ville la plus peuplée de l'île, située au centre de Taïwan. Au menu de cette édition, 56 restaurants à Taichung ont été recensés dans le Guide et 4 restaurants reçoivent une ou plusieurs étoiles. L'arrivée du Guide Michelin à Taichung en 2020 a accéléré le développement de la culture gastronomique de la ville.

Vu le fort potentiel de développement de la restauration haut de gamme à Taichung, des grands chefs et groupes de restauration commencent à se positionner davantage sur la scène culinaire de cette ville. A titre d'exemple, la célèbre cheffe taiwanaise Lanshu CHEN, qui a été sélectionnée comme une des "Meilleure Chef Féminin d'Asie", a réouvert récemment un restaurant « Le Côté LM » à Taichung. En parallèle, un chef renommé Daniel Negreira, dont le restaurant espagnol « HIDDEN By DN » est recommandé dans la catégorie Assiette Michelin, ouvrira un restaurant espagnol haut de gamme « DNA » à Taichung. Par ailleurs, le groupe de restauration haut de gamme « Hoshino Resorts », possédant déjà un restaurant 2 deux étoiles « JL STUDIO » à Taichung et un restaurant labellisé Assiette Michelin, « Chope Chope », à Taipei, a décidé d'ouvrir au 2ème semestre de 2021 un deuxième restaurant « Chope Chope » dans l'Opéra de Taichung afin d'élargir sa part du marché.

Selon l'analyse d'un journaliste gastronomique taiwanais, ces actions prises par les restaurateurs ont pour but de concourir à la prochaine sélection du Guide Michelin de Taichung, dans l'espoir de décrocher des étoiles sur le guide prestigieux. De plus, il estime qu'il y aura encore d'autres groupes de restauration qui essaieront de débarquer à Taichung pour ouvrir des restaurants haut de gamme à partir de 2021.

Thématiques : Gastronomie – Restauration – Guide Michelin – Taïwan

Date: 08/12/2020

Source(s): <https://www.chinatimes.com/newspapers/20201208000254-260204?chdtv>

GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION

ACRONYMES

CCF	China Chain-store & Franchise Association
CSA	Centre pour la sécurité alimentaire
COVID	Corona Virus Disease
CNY	Chinese Yuan
EUR	Euros

HKD	Hong Kong Dollar
OIE	Organisation mondiale des animaux Santé
USD	US dollars
TWD	Taiwan Dollar

SOURCES D'INFORMATION

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.CAAMM.ORG.CN

Site officiel de China Association of Agricultural Machinery Manufacturers.

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.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.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.CFS.GOV.HK

Le Centre pour la sécurité alimentaire (CFS) est le responsable de la planification et de la direction de la mise en œuvre des politiques de contrôle de la sécurité sanitaire des aliments sur Hong Kong.

MP.WEIXIN.QQ.COM

Compte Wechat spécialisé en fourniture des informations sur le secteur des produits alimentaires.

WWW.MOFCOM.GOV.CN

Site internet officiel du ministère du commerce chinois.

WWW.LINKSHOP.COM.CN

Site Internet 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.CHINATIMES.COM

Le China Times Newsletter est un journal en ligne appartenant au groupe Want Want China Times. Créé en 1995, China Times Newsletter est le plus ancien média en ligne à Taiwan et l'un des 4 grands journaux de Taïwan (1 million de tirage pour la version papier), couvrant des sujets d'actualités politiques, socio-économiques, de sport et de loisirs.

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

Ying LI – Chargée d'affaires export Agrotech bureau de Pékin
Sisi WANG - Chargée de développement Agrotech bureau de Pékin
Yuchen ZHOU - Chargée de développement Agrotech bureau de Pékin
Bixi LI – Chargée de développement Agrotech bureau de Pékin
Paul GEOFFROY – Chargé de développement Agrotech bureau de Pékin
Yvane ABIVEN- Chargée de développement Agrotech bureau de Canton
Yanxia DENG - Chargée de développement Agrotech bureau de Canton
Cristina CARRANCO – Chargée d'affaire export Agrotech bureau de Hongkong
Dorinne TU – Chargée de développement Agrotech bureau de Taiwan
Anne GUINAUDEAU – Chargée d'affaires export bureau de Taiwan
David ROLLAND – Chef de pôle Agrotech Chine
Marianna SIVALIANT – 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.