

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

Septembre 2018 - N° 3



SOMMAIRE

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS.....	3
Chine : autorisation de nouveaux additifs alimentaires.....	3
Chine : publication de la nouvelle loi chinoise sur le commerce électronique.....	4
Chine : appel à commentaires de la NHFPC sur les modifications apportées aux normes nationales chinoises relatives au lait infantile.....	4
Taïwan : allègement des conditions d'importation pour les viandes porcines françaises.....	5
ACTIONS DE COOPÉRATION DES CONCURRENTS DE LA FRANCE DANS LE SECTEUR AGRICOLE ET AGROALIMENTAIRE ...	6
Chine : première expédition de produits laitiers originaires de Biélorussie vers la Chine via CR Express.....	6
Chine : Anchor, marque de produits laitiers du groupe néo-zélandais Fonterra, accélère son développement en Chine.....	7
STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS.....	8
Chine : retrait total du marché chinois des activités supermarché du groupe sud-coréen Lotte.....	8
Chine : guerre de géants sur le marché du café en Chine.....	8
Chine : le consortium chinois compte abandonner le projet d'achat de Yum China.....	9
Chine : autorisation du projet d'achat de GNC par HPGC.....	9
ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL.....	11
Chine : l'achat « en grand emballage » de snacks, une nouvelle tendance en Chine.....	11
Hong Kong : l'application Vivino Market fait ses débuts à Hong Kong.....	11
Hong Kong : lancement d'une plateforme de vente aux enchères trimestrielle de vin en ligne.....	12
Chine : imposition d'une surtaxe sur les marchandises importées des Etats-Unis.....	13
GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION....	14
Acronymes.....	14
Sources d'information.....	14

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

CHINE : AUTORISATION DE NOUVEAUX ADDITIFS ALIMENTAIRES

Des informations plus détaillées sur leurs utilisations dans les denrées alimentaires sont disponibles dans le document attaché à la circulaire.

La NHFPC, Ministère chinois de la santé, a publié le 4 septembre 2018, la circulaire No 8-2018 au sujet de l'autorisation de nouveaux additifs alimentaires.

Cette circulaire autorise l'utilisation d'un nouvel arôme alimentaire, de deux nouvelles préparations enzymatiques, d'une nouvelle substance nutritive fortifiante, d'un nouvel additif alimentaire, et prévoit l'augmentation de la quantité maximale autorisée et l'élargissement du champ d'utilisation de 7 autres additifs. Des informations plus détaillées sur leurs utilisations dans les aliments sont disponibles dans le document attaché à la circulaire.

- Nouvel arôme autorisé : (+/-)-1-Cyclohexylethanol ;
- Nouvelles préparations enzymatiques autorisées : Chitosanase (source : Bacillus subtilis), Lipase (source : Mucor circinelloides (Mucor javanicus)) ;
- Nouvelle substance nutritive fortifiante autorisée : Sodium Ferrous Citrate ;
- Nouvel additif alimentaire autorisé : L-(-)-malic acid disodium salt (régulateur d'acidité).

Les 7 additifs alimentaires bénéficiant d'un élargissement de leur champ d'utilisation ou d'une augmentation de quantité autorisée sont :

- Neotame ;
- Propylene glycol esters of fatty acid ;
- Sodium cyclamate ;
- Brilliant blue, brilliant blue aluminum lake ;
- Tartrazine, tartrazine aluminum lake ;
- Sunset yellow, sunset yellow aluminum lake ;
- Ponceau 4R, ponceau 4R aluminum lake.

Thématique : additif alimentaire – autorisation – champ d'utilisation – quantité autorisée

Date : le 4 septembre 2018

Source : <http://www.nhfpc.gov.cn/sps/s7890/201809/be0c30cb45634a92a7c247c2ac7d3380.shtml>

CHINE : PUBLICATION DE LA NOUVELLE LOI CHINOISE SUR LE COMMERCE ELECTRONIQUE

Les plateformes pourraient payer une amende de 2 millions CNY au maximum en cas d'obligation non exécutée.

La nouvelle loi du commerce électronique chinois est passée le 31 août, lors de la 5ème session plénière de la 13ème Assemblée Nationale Populaire de Chine. Composée de 7 chapitres, soit 89 articles, cette loi régleme les différents aspects du commerce électronique : les exploitants, la création et la réalisation du bon de commande, la résolution de litiges, la promotion du commerce électronique, les responsabilités légales, etc. La date d'entrée en vigueur de la loi est prévue pour le 1er janvier 2019.

D'après la loi, dans le cas où les plateformes du commerce électronique auraient porté atteinte à la santé et n'auraient pas exécuté les obligations de contrôle ou les obligations de protection de la sécurité des consommateurs, alors lesdites plateformes doivent prendre les responsabilités adéquates. Si la situation est grave, ces dernières seront obligées d'arrêter leurs activités et se verront infliger une amende variant entre 500 000 et 2 millions de CNY. Les services de justice chercheront, au cas par cas, les responsabilités des plateformes selon les fautes connues, la nature de la responsabilité, la proportion, etc.

De plus, l'article 9 de la loi distingue différents types d'exploitants du commerce électronique : la personne physique, la personne légale, et les organisations sans personnalité morale comprenant les exploitants des plateformes, les commerçants sur les plateformes, ainsi que ceux distribuant des marchandises ou des services via leur propre site internet ou via d'autres services en ligne. Ainsi, les Wechat business sont dorénavant inclus par cet article dans la catégorie des exploitants de plateforme du commerce électronique et devront également prendre leurs responsabilités en cas d'atteinte à la santé des consommateurs.

Thématique : commerce électronique – exploitant – Wechat business – obligation – responsabilité

Date : le 4 septembre 2018

Source : <http://finance.people.com.cn/n1/2018/0904/c1004-30270388.html>

CHINE : APPEL A COMMENTAIRES DE LA NHFPC SUR LES MODIFICATIONS APORTEES AUX NORMES NATIONALES CHINOISES RELATIVES AU LAIT INFANTILE

La date finale de l'appel à commentaires est prévue pour le 30 octobre 2018.

Le 7 septembre dernier, la NHFPC a lancé un appel à commentaires pour la nouvelle version de 9 normes nationales chinoises, dont celles relatives au lait infantile. La fin de cet appel à commentaires est prévue pour le 30 octobre 2018. D'après les versions provisoires de ces normes, les laits infantiles du 1er âge, 2e âge et 3e âge disposeront respectivement de normes nationales correspondantes. De plus, la proportion de lactose ajoutée dans les différentes catégories de produits sera également précisée.

Dorénavant, 3 normes nationales chinoises pour le lait infantile existeront, dédiées respectivement aux enfants de 0-6 mois, de 7-12 mois et de 13-36 mois. De plus, les textes de ces nouvelles normes mettent en avant des nouveaux critères pour certains éléments tels que la choline, la protéine de lactosérum, le lactose, la niacine, l'acide folique, le sodium, le potassium, le cuivre, etc. Les seuils de quantité d'utilisation de ces éléments dans le lait infantile sont réglementés.

Thématique : norme nationale chinoise – lait infantile – appel à commentaires

Date : le 10 septembre 2018

Source : http://food.china.com.cn/2018-09/10/content_63366834.htm

TAÏWAN : ALLEGEMENT DES CONDITIONS D'IMPORTATION POUR LES VIANDES PORCINES FRANÇAISES

Depuis septembre 2018, les autorités vétérinaires taïwanaises ont accepté le principe de pré-listing pour l'agrément des abattoirs de viandes porcines françaises.

D'après le service économique du Bureau français de Taipei, à la suite d'une nouvelle inspection d'abattoirs français par les vétérinaires taïwanais en France, non seulement une nouvelle vague d'abattoirs a été agréé, mais le principe de pré-listing a été validé pour les abattoirs français.

A ce jour, un total de 14 abattoirs de viandes porcines françaises sont agréés par les autorités sanitaires taïwanaises du *Bureau of Animal and Plant Health Inspection and Quarantine* (BAPHIQ), ainsi que 85 établissements de découpe et/ou de transformation de viandes porcines.

Grâce à l'approbation du principe de pré-listing des abattoirs – principe qui était déjà appliqué aux établissements de transformation –, les abattoirs français qui ne sont pas encore agréés pour exporter vers Taïwan pourront demander un agrément via les autorités compétentes en région en France. Sous réserve de conformité des dossiers fournis, ceux-ci pourront obtenir l'agrément sans avoir à recevoir une inspection des vétérinaires taïwanais sur site.

Thématique : viandes porcines – réglementaire – Taiwan

Date : le 19 septembre 2018

Source d'information : Service économique du Bureau français de Taipei

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

CHINE : PREMIERE EXPEDITION DE PRODUITS LAITIERS ORIGINAIRES DE BIELORUSSIE VERS LA CHINE VIA CR EXPRESS

En 2017, les exportations de produits laitiers ont représenté 64% des exportations totales de produits agricoles du pays vers la Chine.

Le 4 septembre dernier, le premier train chargé de produits laitiers d'origine biélorusse a pris le départ depuis Minsk avec pour destination Chongqing. Comptant au total 41 containers, dont 20 contenant des poudres de lait écrémé, le trajet en train devrait durer 10 jours, soit un mois de moins que le transport maritime. La Biélorussie compte augmenter au fur et à mesure cette quantité d'exportation pour atteindre 100 containers par mois.

Dans le passé, le pays a déjà exporté des produits laitiers par voie aérienne. D'après un représentant officiel du Ministère de l'agriculture et de l'alimentation biélorusse, il faut élargir les catégories de produits laitiers exportés en Chine. A part les poudres de lait écrémés, le pays prévoit d'exporter des poudres de lactosérum, des poudres de lait entier, du fromage, du beurre, etc. De janvier à juillet 2018, les exportations de produits laitiers biélorusses ont atteint 57 300 tonnes pour une valeur de 20 millions de USD, soit 4,6 fois plus que l'an dernier à la même période.

En 2017, les exportations des produits agricoles depuis la Biélorussie vers la Chine ont connu une forte évolution : la part des produits laitiers est passée de 16% en 2016 à 64% en 2017. A l'heure actuelle, quasiment toutes les entreprises transformatrices du pays ont obtenu l'autorisation pour exporter des produits laitiers en Chine.

Thématique : Biélorussie – produits laitiers – CR Express

Date : le 6 septembre 2018

Source : <http://www.cnpharm.com/content/201809/06/c258887.html>

CHINE : ANCHOR, MARQUE DE PRODUITS LAITIERS DU GROUPE NEO-ZELANDAIS FONTERRA, ACCELERE SON DEVELOPPEMENT EN CHINE

Pour l'exercice financier 2018, le volume de ventes de produits laitiers d'Anchor sur le marché chinois équivaut à un volume de 100 millions de litres de lait.

La présidente de la zone Chine du groupe Fonterra Mme ZHU Xiaojing vient d'annoncer l'accélération du développement de la marque de produits laitiers Anchor sur le marché chinois. En renforçant la collaboration avec les grandes plateformes de e-commerce (Alibaba et JD), les acteurs du nouveau commerce au détail (Hema Fresh) et les distributeurs, l'entreprise prévoit de multiplier par trois son volume de vente de produits laitiers de la marque Anchor en Chine, soit passer d'un équivalent de 100 millions de litres de lait à un équivalent de 300 millions de litres de lait d'ici trois ans.

Créée en 1886, la marque Anchor propose sur le marché chinois en B2B et B2C environ 50 références de produits laitiers : lait liquide, yaourt, beurre, crème, fromage et poudre de lait pour adultes. Présent dans 13 000 supermarchés répartis dans 233 villes chinoises, Anchor est actuellement la première marque de beurre en Chine et la première poudre de lait pour adultes en volume de ventes hors ligne sur le marché chinois.

Thématique : Anchor – Fonterra – produit laitier – lait – beurre – poudre de lait – volume de ventes – développement

Date : le 7 septembre 2018

Source : <https://www.jiemian.com/article/2453672.html>

STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS

CHINE : RETRAIT TOTAL DU MARCHÉ CHINOIS DES ACTIVITÉS SUPERMARCHÉ DU GROUPE SUD-CORÉEN LOTTE

Deux entreprises chinoises Liqun et Wumart ont effectué le rachat des 93 supermarchés de Lotte en Chine.

En mai dernier, le groupe chinois de vente au détail et de la logistique Liqun a acquis 72 supermarchés et 15 biens immobiliers de Lotte dans l'Est de la Chine pour un montant total de 1,67 milliard de CNY (environ 208 millions d'EUR). Le 2 septembre dernier, l'enseigne chinoise de supermarchés Wumart a annoncé le rachat de 21 supermarchés de Lotte au nord de la Chine (17 à Pékin, 2 à Tianjin, 1 à Yanjiao et 1 à Zhuozhou) pour un montant de 1,46 milliard de CNY (environ 182 millions d'EUR). Suite à ces deux rachats, l'ensemble des 93 supermarchés Lottemart en Chine ont été vendus, marquant le retrait total du marché chinois des activités supermarché du groupe Lotte.

En 2017, le conflit diplomatique entre Pékin et Séoul au sujet du déploiement du système antimissile américain « Thaad » a eu un fort impact négatif sur les performances de Lotte en Chine. Le groupe a donc finalement décidé de vendre sa chaîne de supermarchés Lottemart dans le pays. Après discussions et négociations avec plusieurs entreprises candidates au rachat, les deux entreprises chinoises mentionnées ci-dessus Liqun et Wumart ont été retenues.

Thématique : conflit diplomatique – retrait de marché – acquisition/rachat – supermarché – Lotte

Date : le 4 septembre 2018

Source : http://www.xinhuanet.com/fortune/2018-09/04/c_129946723.htm

CHINE : GUERRE DE GEANTS SUR LE MARCHÉ DU CAFÉ EN CHINE

La taille du marché chinois augmente avec une croissance de 15% par an.

Le 6 septembre, Tencent a annoncé une coopération stratégique avec Luckin Coffee. Les deux parties vont travailler ensemble pour la recherche sur l'application et la transformation offline des Big data, l'internet mobile, l'intelligence artificielle, ainsi que sur le marketing via les mini-programmes de WeChat.

Fin août, le groupe Coca-Cola a annoncé l'acquisition de Costa pour une valeur de 5,1 milliards de USD.

Début août, Starbucks a démarré son service de vente en ligne en coopérant avec Alibaba. En mai dernier, Nestlé a obtenu le droit permanent de distribuer les produits en vente au détail et les produits de la restauration de Starbucks en dehors des boutiques de café de la célèbre enseigne.

Des statistiques montrent qu'en 2020, la taille du marché du café en Chine atteindra 300 milliards de CNY. A ce stade, la taille du marché chinois augmente avec une croissance de 15% par an, beaucoup plus élevée que la croissance moyenne mondiale de 2%. En même temps, la consommation annuelle de café en Chine n'est que de 5 tasses par habitant en moyenne. Face au fort potentiel de développement du marché, les géants rentrent dans ce secteur les uns après les autres.

Thématique : marché du café – fort développement

Date : le 7 septembre 2018

Source : http://www.ce.cn/cyssc/sp/info/201809/07/t20180907_30237555.shtml

CHINE : LE CONSORTIUM CHINOIS COMPTE ABANDONNER LE PROJET D'ACHAT DE YUM CHINA

Ceci est dû à la baisse des performances du groupe.

D'après Bloomberg, le consortium chinois composé de Hillhouse, KKR (Kohlberg, Kravis and Roberts) et China Investment Corporation a l'intention d'abandonner son projet d'achat de Yum China. Cela est dû, d'une part, à la baisse du chiffre d'affaires de ce dernier, et d'autre part, au mauvais environnement macro-économique sino-américain, au bord de la guerre commerciale. Bien que celle-ci n'aurait probablement pas eu d'impact sur les achats ou le coût de revient des chaînes de restaurants, elle risque de susciter une résistance des consommateurs chinois face aux marques de restauration américaine. Le 11 septembre, le prix de l'action boursière de Yum China a connu une baisse de 16% pour descendre à 30,98 USD, baisse la plus importante depuis 14 mois.

Après sa séparation avec le groupe Yum! Brands Inc. en octobre 2016, Yum China disposait encore sur le marché chinois de plusieurs grandes marques de restauration en chaîne : KFC, Pizzahut, Taco Bell, Little Sheep, etc. En novembre 2016, Yum China était coté sur la bourse de New York et en juin 2018, le groupe possédait 8198 restaurants en Chine, dont 5696 restaurants KFC, répartis dans plus de 1200 villes.

Fin juillet dernier, la presse étrangère s'est intéressée au projet d'achat de Yum China par un consortium chinois piloté par Hillhouse et KKR, avec la participation de DCP Investments et Baring Private Equity Asia. Le 28 août, le consortium a lancé une proposition d'achat pour le prix de 46 USD par action, proposition qui a été refusée par Yum China.

D'après la performance du deuxième trimestre du groupe, bien que les revenus et les intérêts aient respectivement augmenté de 12% et de 13%, le taux d'intérêt des restaurants de Yum China a baissé de 16,6% à 15,1% par rapport à la même période de l'année précédente.

Thématique : Yum China – consortium chinois – projet d'achat – abandon

Date : le 12 septembre 2018

Source : <https://www.jiemian.com/article/2465004.html>

CHINE : AUTORISATION DU PROJET D'ACHAT DE GNC PAR HPGC

Sur le marché chinois des health foods, les marques étrangères sont de plus en plus nombreuses.

Récemment, la HPGC (*Harbin Pharmaceutical Group Co.*) a publié une information sur l'avancement de son projet de rachat des actions du groupe GNC (*General Nutrition Corporation*), annonçant que le géant pharmaceutique chinois venait de recevoir le rapport de CFIUS (*The Committee on Foreign Investment in the United States*). Ce dernier considère que ce projet de rachat ne causerait pas de problème de sécurité nationale pour les Etats-Unis.

Le 14 février dernier, la HPGC a annoncé la signature d'investissement à hauteur de 300 millions USD pour un rachat de 40% des actions de GNC. Après cet investissement, la HPGC deviendra le premier actionnaire de GNC. Le groupe chinois créera, avec GNC, une joint-venture en Chine, dont 65% des actions seront détenues par le HPGC. La JV bénéficiera d'un droit d'exclusivité pour toutes les activités de GNC sur le marché chinois.

Créé en 1935, GNC fait partie des plus grandes marques de compléments nutritionnels américains. Entrée sur le marché chinois en 2011, la société a développé trois canaux de distribution pour la commercialisation de ses produits : e-commerce, magasins de vente directe et centres de fitness. En tant qu'ancienne entreprise pharmaceutique chinoise, les revenus de la HPGC ont connu une baisse constante depuis 5 ans. D'après son rapport semi-annuel de 2018, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 5,6 milliards de CNY, soit une baisse de 8,7% par rapport à la même période en 2017. Cependant, les revenus pour la partie *health foods* ont atteint 316 millions de CNY, soit une augmentation de 7,4%.

Sur le marché chinois des *health foods*, les marques étrangères sont de plus en plus nombreuses. Plusieurs marques locales telles que By-Health, Shanghai Pharma, H&H Group etc. ont déjà établi des coopérations financières avec des entreprises étrangères pour que ces dernières puissent introduire leurs marques en Chine. Suite à l'augmentation du nombre d'acteurs dans le domaine, la concurrence sur le marché chinois est de plus en plus forte.

Thématique : achat – *health foods* – HPGC – GNC – autorisation

Date : le 17 septembre 2018

Source : <https://www.jiemian.com/article/2476196.html>

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL

CHINE : L'ACHAT « EN GRAND EMBALLAGE » DE SNACKS, UNE NOUVELLE TENDANCE EN CHINE

Le snack « en grand emballage » de la marque Three Squirrels a enregistré un volume de ventes en ligne de 100 000 paquets en août dernier.

Au lieu d'acheter des snacks en petit sachet, aujourd'hui de plus en plus de jeunes chinois préfèrent acheter des grands paquets. Ces paquets de 2 ou 3 kg, de 80 cm de hauteur environ, contiennent un mix de snacks en petits sachets. En termes de prix, c'est plus économique.

Three Squirrels, une des marques de snacks les plus connues en Chine, a lancé son produit « en grand emballage » en fin juillet dernier. On y trouve une trentaine de snacks différents en petits sachets dont des fruits secs, de la viande transformée ou encore des produits alimentaires soufflés. 100 000 paquets ont déjà été vendus en ligne depuis son lancement. Outre Three Squirrels, certains distributeurs produisent eux-mêmes des snacks « en grand emballage » autour d'un thème (par exemple, le jeu vidéo). Dans ce cas-là, au lieu de proposer des snacks d'une seule marque, ils réunissent différentes marques de snacks. Ces paquets se vendent également très bien en ligne. Le volume de ventes s'élève à 15 000 paquets par mois pour certains magasins de e-commerce spécialisés.

Ces dernières années, le marché chinois des snacks connaît une forte croissance. En 2016, les ventes ont atteint 100 milliards de CNY (environ 12,5 milliards d'EUR) et devraient dépasser 2 000 milliards de CNY (environ 250 milliards d'EUR) d'ici 2 ans, d'après le rapport sur le secteur des snacks en Chine publié par la plateforme d'études EO Intelligence.

Thématique : snack – emballage – « Three Squirrels » – volume de ventes – e-commerce – volume du marché

Date : le 1er septembre 2018

Source : http://www.cqn.com.cn/pp/content/2018-09/01/content_6222016.htm

HONG KONG : L'APPLICATION VIVINO MARKET FAIT SES DEBUTS A HONG KONG

L'application Vivino Market, créée par l'interface de critique du vin Vivino permettant aux utilisateurs de chercher, sélectionner et acheter des vins, a été lancée à Hong Kong ; elle est déjà riche de plus de 300 000 utilisateurs et de plus de 7 000 références de vins.

Vivino Market utilise les données des 31 millions de membres de la communauté de Vivino pour leur recommander des vins très bien notés qui « correspondent aux goûts et préférences prix de chaque utilisateur Vivino, en fonction de son historique de préférences et de son comportement de recherche en ligne », selon l'entreprise. Vivino Market déclare avoir déjà plus de 300 000 utilisateurs à Hong Kong et plus de 7 000 références de vins disponibles à l'achat. Heini Zachariassen, fondateur de Vivino, fait remarquer que la sélection des vins via l'application est « aussi fiable que de goûter le vin ».

L'entreprise fournit les vins sur l'application à Hong Kong via un réseau de marchands partenaires dans la ville, et les bouteilles peuvent être achetées instantanément grâce à un processus de paiement en deux clics. L'application est actuellement en anglais, mais l'entreprise a l'intention de développer une version en chinois à l'avenir.

Fondée en 2010, Vivino est devenue l'application de vin la plus téléchargée au monde. Le lancement de Vivino Market témoigne de l'ambition de l'entreprise de devenir la plus grande et la meilleure plateforme de vente de vin en ligne.

Thématique : vin – application – Hong Kong – vente en ligne

Date : le 5 septembre 2018

Source : <https://www.thedrinksbusiness.com/2018/09/vivino-market-makes-debut-in-hong-kong/>

HONG KONG : LANCEMENT D'UNE PLATEFORME DE VENTE AUX ENCHÈRES TRIMESTRIELLE DE VIN EN LIGNE

Madison Group Holdings lance une plateforme de vente aux enchères pour les vins fins à Hong Kong, et fait son entrée sur un marché dominé par les poids lourds Sotheby's et Christie's.

Madison Group Holdings a annoncé mercredi le lancement d'une plateforme de vente aux enchères trimestrielle de vin en ligne. La première vente aux enchères aura lieu le 15 décembre au restaurant French Window, bien que les investisseurs puissent faire des offres sur Internet à travers le monde.

Gabriel Suk, le directeur général de la vente aux enchères de l'entreprise cotée à Hong Kong, sait qu'il est face à une concurrence redoutable. Des maisons d'enchères mondiales dont Acker Merrall & Condit, Sotheby's, Christie's et Zachys organisent déjà des ventes aux enchères de vin.

M. Suk est conscient de la concurrence, mais il pense qu'une meilleure utilisation de la technologie lui permettra d'offrir une baisse des commissions, et ainsi un service meilleur et moins cher à ses clients.

La commission prise aux acheteurs sera de 16,5%, contre 23,5% habituellement dans l'industrie de la vente aux enchères. Les vendeurs ne devront pas payer de commission, ce qui est conforme à de nombreuses maisons de ventes, bien que certaines facturent 10%.

Il déclare que l'investissement dans les vins haut de gamme peut fournir un bon retour sur investissement. Le prix du vin monte à mesure que le vin arrive à maturité, ce qui en fait un bon investissement à long terme. Le Liv-ex Fine Wine 100 Index montre un mouvement des prix des 100 vins les plus recherchés en hausse de 1,05% cette année. D'autres indices ont davantage augmenté, comme le California 50 des meilleurs vins californiens, qui a augmenté de 16,82%. Le vin comme un actif à volatilité plus faible a été utilisé comme un investissement alternatif par beaucoup de collectionneurs privés ou même des institutions pour diversifier leur portefeuille. La plateforme électronique augmente la transparence sur les prix du vin et le niveau des stocks dans trois grands marchés mondiaux du vin, ce qui améliore sans aucun doute l'efficacité du marché mondial du vin, et en fin de compte la liquidité du vin comme un actif financier.

Thématique : vin – vente aux enchères – Hong Kong

Date : le 11 septembre 2018

Source : <https://www.scmp.com/business/companies/article/2163778/bear-market-takes-chunk-hongkongers-stock-portfolios-new>

CHINE : IMPOSITION D'UNE SURTAXE SUR LES MARCHANDISES IMPORTEES DES ETATS-UNIS

L'entrée en vigueur est prévue le 24 septembre 2018.

Le 11 juillet 2018, le gouvernement américain avait lancé un appel à commentaires sur les mesures de surtaxe de 10% sur plusieurs marchandises importées de Chine d'une valeur de 200 milliards de USD. Le 2 août, les Etats-Unis ont annoncé un projet d'augmentation des taxes douanières pour les marchandises concernées passant de 10% à 25%. Le 18 septembre dernier, le gouvernement américain a finalement annoncé sa décision de taxer 200 milliards de dollars d'importations chinoises, de 10% à partir du 24 septembre 2018 puis de 25% à partir du 1er janvier 2019. Suite à cela, la TCSC (*Tariff Commission of the State Council*) chinoise a annoncé le même jour sa décision d'imposition, à partir du 24 septembre 2018, de nouveaux droits de douane sur 60 milliards de dollars d'importations américaines. Les taxes chinoises passeront de 5% à 10%, et s'appliqueront à 5207 produits américains importés. La Chine présente sa décision comme une réponse forcée à l'unilatéralisme et au protectionnisme des Etats-Unis. L'Empire du Milieu prévient qu'il relèvera ses tarifs douaniers si le gouvernement américain fait de même.

Thématique : apposition – surtaxe – Chine – Etats-Unis

Date : le 18 septembre 2018

Source : http://gss.mof.gov.cn/zhengwuxinxi/gongzuodongtai/201809/t20180918_3022593.html

GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION

ACRONYMES

B2B	Business to business
B2C	Business to consumer
CFIUS	the Committee on Foreign Investment in the United States
CNY	RMB, devise chinoise
EUR	Euros, devise de l'Union Européenne
GNC	General Nutrition Corporation

HPGC	Harbin Pharmaceutical Group Co.
NHFPC	National Health and Family Planning Commission
TCSC	Customs Tariff Commission of the State Council
USD	United States dollar

SOURCES D'INFORMATION

WWW.NHFPC.COM.CN

Site internet de *National Health and Family Planning Commission* (Ministère de la santé chinois).

HTTP://FINANCE.PEOPLE.COM.CN

Site internet du journal « People's Daily », créé en 1er janvier 1997, le site dispose, en plus de la version chinoise, de 7 versions différentes en langue des minorités nationales et de 9 versions différentes en langues étrangères.

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.CNPHARM.COM

Créé et géré par China Health Media Group qui est sous tutelle de la CFDA, le site internet est spécialisé dans la communication d'informations dans le secteur des produits alimentaires et des médicaments.

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.XINHUANET.COM

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

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.CQN.COM.CN

Site internet sous tutelle de l'ex-AQSIQ, spécialisé en diffusion des politiques, lois et réglementations publiées par les autorités compétentes chinoises, des informations en temps réel et des points de vue sur la qualité des produits sur le marché international et national.

WWW.THEDRINKSBUSINESS.COM

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

WWW.SCMP.COM

Site Internet du journal quotidien South China Morning Post. Il s'agit d'un journal fondé en 1903 à Hong Kong et qui s'est développé en Asie et aux Etats-Unis, dont les sujets sont centrés sur la Chine.

HTTP ://GSS.MOF.GOV.CN

Site internet du Département de la taxe douanière du Ministère des Finances chinois.

SERVICE ECONOMIQUE DU BUREAU FRANÇAIS DE TAIPEI

Le Service Economique a pour mission le suivi et le développement des relations économiques entre la France et Taïwan et la défense des intérêts français dans ce cadre : en étroite liaison avec le Service commercial et les autres partenaires du commerce extérieur et de l'attractivité (Business France, les Conseillers du commerce extérieur de la France, la Chambre de commerce et d'industrie France-Taïwan, Atout France...) et en lien avec la représentation européenne à Taiwan, il apporte son aide aux acteurs économiques concernés pour le développement de leurs échanges commerciaux, industriels ou humains. Le Service économique est également en charge du suivi de la situation économique de Taïwan et des politiques publiques correspondantes.

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
Ying LI – Conseillère export réglementaire Agrotech bureau de Pékin
Juliette CARON – Prospectrice Agrotech bureau de Pékin
Arnaud DE BLAY DE GAIX – Prospecteur Agrotech bureau de Pékin
Lucie ACQUAVIVA – Prospectrice Agrotech bureau de Hongkong
David ROLLAND – Chef de pôle Agrotech Chine
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.