

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

Décembre 2018 - N° 9



SOMMAIRE

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS..... 3

- Chine : autorisation de nouveaux composés chimiques dans les emballages des produits alimentaires..... 3
- Chine : poursuite des essais sur l'établissement du système de traçabilité pour les poudres de lait infantiles 4
- Taiwan : annonce de la version préliminaire des mesures d'application de la loi sur la « Promotion de l'agriculture biologique » 4

ACTIONS DE COOPÉRATION DES CONCURRENTS DE LA FRANCE DANS LE SECTEUR AGRICOLE ET AGROALIMENTAIRE ... 6

- Chine : mise en production de l'usine hydroponique de JD.com..... 6
- Chine : le groupe Alibaba signe un accord avec la Belgique sur le e-commerce 7

STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS..... 8

- Chine : fermeture du magasin flagship de Macy's sur Tmall et retrait total du marché chinois..... 8
- Chine : après les produits cosmétiques, FANCL introduit sur le marché chinois ses produits « beauty food » 8
- Chine : le groupe néo-zélandais Fonterra a l'intention de mettre fin à sa coopération avec l'entreprise laitière chinoise Beingmate 9
- Chine : projet de commercialisation d'eau minérale du groupe laitier Yili 9
- Chine : achat de 49% des actions de Yashili New Zealand Dairy par Danone 10

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL 11

- Chine : la Chine a redémarré l'importation de soja américain..... 11
- Chine : la Chine importe 6 000 tonnes de crevettes par semaine en provenance d'Arabie saoudite 11
- Chine : la Chine ne dispose pas de véritable élevage familial 12
- Chine : fermeture des restaurants de Prêt A Manger, enseigne anglaise spécialisée en fourniture d'aliments légers 12
- Hong Kong : le secteur CHR prévoit une augmentation des revenus de 5 milliards d'HKD cette année..... 13

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

- Acronymes 14
- Sources d'information..... 14

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

CHINE : AUTORISATION DE NOUVEAUX COMPOSÉS CHIMIQUES DANS LES EMBALLAGES DES PRODUITS ALIMENTAIRES

Des explications sur ces composés chimiques avec une présentation des produits, leurs utilisations aux Etats-Unis et en Union Européenne ont été publiées.

Le 12 décembre 2018, par le biais de la circulaire No 15-2018, la NHFPC (*National Health and Family Planning Commission*) annonçait l'autorisation de l'utilisation de 8 composés chimiques dans les emballages de produits alimentaires. Parmi eux :

- 5 nouveaux matériaux en contact direct avec les produits alimentaires sont désormais autorisés ;
- 2 nouveaux types de résine sont autorisés ;
- 1 type de résine déjà autorisé dans les emballages alimentaires voit par ailleurs son champ d'utilisation et la quantité maximale d'utilisation augmentée.

Des informations spécifiques telles que le numéro CAS, le champ d'utilisation, la quantité maximale d'utilisation, la limite de migration spécifique (LMS) et la limite maximale de résidus (LMR) ont également été précisées dans cette circulaire.

Dans un autre document, la NHFPC a fourni des explications sur ces composés chimiques avec une présentation de ces produits, leurs utilisations autorisées aux Etats-Unis et en Union Européenne ainsi que leurs fonctions techniques.

Thématique : composé chimique – emballage – denrée alimentaire – autorisation

Date : le 12 décembre 2018

Source : <http://www.nhfpc.gov.cn/sps/s7890/201812/fbb4bf62344f413f95bbf4af979f55a1.shtml> ;

<http://www.nhc.gov.cn/sps/s3586/201812/f02e05a11e3c47d6aa8094a1e3c491e1.shtml>

CHINE : POURSUITE DES ESSAIS SUR L'ETABLISSEMENT DU SYSTEME DE TRAÇABILITE POUR LES POUDRES DE LAIT INFANTILES

Ces dernières années, des essais sur l'établissement du système de traçabilité ont été menés auprès de 9 laiteries productrices de poudres de lait infantile.

Lors de l'inauguration de la 27^{ème} édition de la « *China International Food Exhibition* » ayant eu lieu à Wuhan, Gao Yamin, directeur général du département des biens de consommation de MIIT (*Ministry of Industry and Information Technology*) a assuré que le travail d'essai sur l'établissement du système de traçabilité pour l'industrie alimentaire a beaucoup progressé. La prochaine étape est de développer davantage les essais pour les poudres de lait infantiles, en ajoutant des laiteries supplémentaires en plus des 9 actuellement choisies.

Ces dernières années, le MIIT a piloté, auprès de 9 laiteries chinoises telles que Yili, des essais sur l'établissement du système de traçabilité pour les poudres de lait infantiles, avec la création d'une plateforme de traçabilité sur la qualité des produits alimentaires. Jusqu'à fin juin 2018, les 9 laiteries en essai ont transmis à la plateforme au total 570 millions de données sur leurs produits. Les consommateurs peuvent avoir accès aux informations des produits en temps réel, via leur téléphone portable ou sur le site internet.

Thématique : traçabilité – qualité – poudre de lait infantile – poursuite

Date : le 18 décembre 2018

Source : http://www.xinhuanet.com//2018-12/18/c_1123867620.htm

TAÏWAN : ANNONCE DE LA VERSION PRELIMINAIRE DES MESURES D'APPLICATION DE LA LOI SUR LA « PROMOTION DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE »

Le Conseil de l'Agriculture de Taïwan affine les clauses de sa législation sur l'agriculture biologique qui entreront en vigueur le 30 mai 2019.

Dans le cadre de la Loi « Promotion de l'agriculture biologique » qui entrera en vigueur le 30 mai 2019, le Conseil de l'Agriculture de Taiwan vient d'annoncer les détails de la réglementation relative à cette législation, précisant le champ d'application, les procédures d'inspection et tous les documents requis pour l'exportation de produits agricoles biologiques à Taïwan.

A l'avenir, l'approbation de l'autorité compétente taïwanaise sera un prérequis incontournable avant toute activité de vente, d'exposition, ou de promotion d'un produit agricole biologique à Taïwan.

Les dossiers à soumettre à l'autorité compétente pour obtenir un certificat de vente, d'exposition ou de promotion d'un produit agricole biologiques devront comporter les éléments suivants :

- Copie de la licence d'entreprise
- Certification attestant que le produit est certifié biologique
- Certification prouvant que l'organisme de certification étrangère vient d'un pays ayant signé un accord sur la reconnaissance d'équivalence biologique avec Taïwan, ou bien que l'organisme de certification est reconnu par l'OMC pour ses certifications biologiques (les organismes étrangers de certification reconnus et inscrits par l'autorité taïwanaise sont exemptés de ce document).
- Certificat de déclaration d'importation
- Certificat de quarantaine animale et végétale (non requis pour les produits exemptés de quarantaine)

- Liste des proportions de matières premières, notamment la proportion de matières premières biologiques dans le produit transformé (non requis pour les produits dont la proportion de matière première biologique a été indiquée sur l'attestation biologique du produit)
- Formulaire de demande

La demande d'importation de produits agricoles biologiques sera rejetée dans les cas suivants :

- Le pourcentage d'ingrédients biologiques est inférieur à 95% ;
- Les produits agricoles importés en cours de quarantaine ne sont pas conformes aux normes de la Loi sur la promotion de l'agriculture biologique.

Si le produit d'agriculture biologique est importé pour la première fois, l'entreprise doit d'abord demander un numéro d'identification de connexion à l'autorité compétente centrale.

Thématique : réglementation – produits agroalimentaires – produits biologiques – Taiwan

Date : le 21 décembre

Source : [food.chemlinked.com https://food.chemlinked.com/news/food-news/taiwan-unveils-administrative-measure-imported-organic-agriculture-products](https://food.chemlinked.com/news/food-news/taiwan-unveils-administrative-measure-imported-organic-agriculture-products)

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

CHINE : MISE EN PRODUCTION DE L'USINE HYDROPONIQUE DE JD.COM

Le géant chinois du E-commerce a pour projet d'augmenter le nombre d'usines hydroponiques jusqu'à 10.

JD.com, la 2^{ème} plus importante entreprise chinoise de ventes en ligne a annoncé le 6 décembre dernier la mise en production officielle de son usine hydroponique, en coopération avec la filiale chimique de Mitsubishi.

Située dans le district de Tongzhou à Pékin, l'usine a été livrée par Mitsubishi, dont l'investissement s'est élevé à 400 milliards de JPY (3,1 millions d'EUR), avec une superficie de 11 000m². Etant la plus grande usine hydroponique de Chine, ce site va produire 5 à 6 variétés de légumes qui seront mis en vente sur le site internet de JD dans un avenir proche.

Après le semis sous lumière artificielle, les légumes sont cultivés avec une lumière naturelle dans des installations où la température et l'humidité sont sous contrôle, et sans utilisation de pesticides. Les équipements de traitement de l'eau sur place peuvent fournir de l'eau de qualité. Les délais de récolte pour les légumes sont d'environ 5 semaines. L'argument de vente de ces légumes repose sur la sécurité et la confiance, afin de répondre aux besoins des familles pékinoises de la classe moyenne.

D'après WANG Xiaosong, Président adjoint de *JD Consumer and Food Business*, grâce à son expérience dans le domaine de la vente en ligne au détail et des services logistiques, JD.com collabore désormais avec des entreprises agricoles afin de fournir des produits frais de qualité aux consommateurs chinois. Dans le futur, JD.com devrait pousser les entreprises agricoles à introduire leurs productions dans l'usine hydroponique de Mitsubishi. L'objectif est de faire passer le nombre d'usines hydroponiques à 10.

Thématique : JD.com – Mitsubishi – usine hydroponique – légumes – qualité – sécurité

Date : le 11 décembre 2018

Source : <http://www.mofcom.gov.cn/article/i/dxfw/cj/201812/20181202815324.shtml>

CHINE : LE GROUPE ALIBABA SIGNE UN ACCORD AVEC LA BELGIQUE SUR LE E-COMMERCE

Un nouveau centre de E-commerce lancera ses activités en 2021.

Le groupe Alibaba vient de signer un accord avec le gouvernement belge pour l'ouverture d'un nouveau centre de E-commerce. Ce projet consiste notamment en un important investissement pour des infrastructures logistiques.

Selon le rapport publié par Reuters, ce projet fait partie de la plateforme montée par le groupe Alibaba en 2017 *Electronic World Trade Platform*. La Belgique est le premier pays européen à rejoindre ce projet après la Malaisie et le Rwanda.

Dans le cadre de cet accord, Cainiao – la filiale de logistique du groupe Alibaba – va investir 75 millions EUR dans la location d'un espace de 220 000 m² situé dans l'aéroport de Liège pour ses activités de logistique, qui pourraient démarrer en 2021.

Le CEO du groupe Alibaba, Monsieur ZHANG Yong, a indiqué que la plateforme mondiale de E-commerce du groupe Alibaba a pour objectif d'aider les pays à réduire les obstacles du E-commerce international, notamment concernant les droits de douane et le dédouanement.

Thématique : Alibaba – la Belgique – E-commerce – eWTP – Cainiao – port logistique

Date : le 11 décembre 2018

Source :

https://www.chinafruitportal.com/2018/12/11/%E9%98%BF%E9%87%8C%E5%B7%B4%E5%B7%B4%E4%B8%8E%E6%AF%94%E5%88%A9%E6%97%B6%E6%94%BF%E5%BA%9C%E6%AD%A3%E5%BC%8F%E7%AD%BE%E7%BD%B2%E5%8D%8F%E8%AE%AE%E5%90%AF%E5%8A%A8%E5%B4%AD%E6%96%B0%E7%94%B5%E5%AD%90/?pk_campaign=b7c90ef198&pk_source=mailchimp&pk_medium=email&pk_content=78298&pk_cid=1fe07b0af5&utm_campaign=b7c90ef198&utm_source=mailchimp&utm_medium=email&utm_content=78298&utm_term=1fe07b0af5

STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS

CHINE : FERMETURE DU MAGASIN FLAGSHIP DE MACY'S SUR TMALL ET RETRAIT TOTAL DU MARCHÉ CHINOIS

CHINE : FERMETURE DU MAGASIN FLAGSHIP DE MACY'S SUR TMALL ET RETRAIT TOTAL DU MARCHÉ CHINOIS

Le manque de compréhension des besoins des consommateurs chinois et le manque d'efficacité opérationnelle sont les principales raisons de la fermeture du magasin.

La chaîne de magasins américaine Macy's a annoncé récemment la fermeture de son magasin flagship sur la grande plateforme chinoise de E-commerce Tmall. En juin dernier, le site web officiel de Macy's en Chine Macys.cn a également été fermé, marquant son retrait total du marché chinois. Le manque de compréhension des besoins des consommateurs chinois et l'inefficacité opérationnelle sur les plateformes de E-commerce sont les raisons principales de cet échec.

En 2015 Macy's et le groupe hongkongais Fung avaient créé à Hong Kong l'entreprise Macy's Chine Co.,Ltd (nom en chinois 梅西百货中国有限公司). Le magasin flagship de Macy's sur Tmall a été inauguré la même année. Cet abandon du marché chinois est aussi lié aux difficultés rencontrées aux Etats-Unis depuis 2014 avec l'ascension fulgurante du E-commerce et par la suite la fermeture de plusieurs de ses magasins physiques.

Thématique : Macy's – Tmall - fermeture – retrait – magasin flagship – E-commerce – logistique

Date : le 5 décembre 2018

Source : <https://www.jiemian.com/article/2680436.html>

CHINE : APRES LES PRODUITS COSMETIQUES, FANCL INTRODUIT SUR LE MARCHÉ CHINOIS SES PRODUITS « BEAUTY FOOD »

L'entreprise a pour objectif de réaliser sur ce marché un chiffre d'affaires « beauty foods » de 7,7 millions d'EUR d'ici 2020.

D'après les données du groupe japonais de produits cosmétiques FANCL, les produits « beauty food » représentent 40% des produits cosmétiques achetés par les touristes au Japon, soit une hausse de 10 points par rapport à 2015. Et ces touristes, notamment chinois, continuent d'en acheter à leur retour dans leur pays. FANCL souhaite donc répondre à cette demande et a annoncé l'entrée en Chine de ses produits « beauty food » via le Cross-Border E-commerce. Parmi ces produits « beauty food », se trouvent des compléments nutritionnels, des produits dédiés à la perte de poids

ainsi que des produits destinés à éclaircir et blanchir la peau. En octobre dernier, en coopération avec son partenaire chinois China Sinopharm International Corporation, FANCL avait d'ailleurs commencé la vente de ses produits « beauty food » sur la plateforme de E-commerce Tmall, tel que le FANCL Calorie Limit. Avec un prix de vente de ces produits qui se situe en moyenne autour de 200 CNY (environ 25 EUR), FANCL prévoit d'abord de réaliser un chiffre d'affaires annuel de 6 millions de CNY (environ 770 000 EUR) pour atteindre en 2020 60 millions de CNY (7,7 millions d'EUR). Cependant, leurs produits « beauty food » restent moins célèbres que leurs produits cosmétiques et les quantités vendues sur Tmall sont encore réduites.

Thématique : FANCL – « beauty food » – compléments nutritionnels – Tmall

Date : le 7 décembre 2018

Source : https://www.jiemian.com/article/2687712_qq.html

CHINE : LE GROUPE NEO-ZELANDAIS FONTERRA A L'INTENTION DE METTRE FIN A SA COOPERATION AVEC L'ENTREPRISE LAITIERE CHINOISE BEINGMATE

Les actions que Fonterra détient chez Beingmate ont perdu 320 millions d'EUR en valeur depuis 2015.

Le 6 décembre dernier, Beingmate a annoncé sa décision de céder 5% de ses actions à Great Wall Guorong Investment and Management Co., Ltd (nom de l'entreprise en chinois 长城国融投资管理有限公司). Suite à cette opération, Great Wall Guorong est devenue le troisième plus grand actionnaire de Beingmate. Fonterra, premier acteur laitier en Nouvelle-Zélande et cinquième plus grande entreprise laitière au monde, est actuellement le deuxième plus grand actionnaire de Beingmate avec 18,8% des actions depuis 2015.

Cependant Fonterra subit des pertes importantes depuis sa coopération avec son partenaire chinois. Les mauvaises performances commerciales de Beingmate sont une des raisons entraînant ces pertes. D'après le rapport annuel de Fonterra, dans l'exercice financier 2018, le groupe a subi une perte nette de 196 millions de NZD (environ 118 millions d'EUR), notamment en raison de la perte de 439 millions de NZD (environ 264 millions d'euros) sur l'investissement Beingmate. De 2015 à 2018, la valeur des actions que Fonterra détient chez Beingmate a baissé de 2,46 milliards de CNY (environ 320 millions d'EUR). Afin de limiter les pertes, Fonterra souhaite mettre fin à cette coopération et a listé Beingmate dans la liste des actifs à vendre.

Thématique : Fonterra – Beingmate – coopération – secteur laitier – actions – pertes

Date : le 12 décembre 2018

Source : http://www.xinhuanet.com/food/2018-12/12/c_1123839575.htm

CHINE : PROJET DE COMMERCIALISATION D'EAU MINERALE DU GROUPE LAITIER YILI

En 2017, le chiffre d'affaires réalisé par les ventes d'eau en bouteille sur le marché chinois s'est élevé à 105 milliards de CNY (13,3 milliards d'EUR).

Le 14 décembre dernier, le groupe laitier chinois Yili a diffusé une annonce sur son projet de création d'une usine de production d'eau minérale dans la montagne de Changbai, dans la province du Jilin dans le Nord-Est de la Chine. Le montant de l'investissement prévu s'élève à 744 millions de CNY (94 millions d'EUR).

D'après la base de données Euromonitor, le chiffre d'affaires réalisé par les ventes d'eau en bouteille sur le marché chinois en 2017 s'est élevé à 105 milliards de CNY (13,3 milliards d'EUR). Il est par ailleurs prévu que le taux de

croissance annuel moyen du marché chinois des eaux en bouteille soit de +9,5% au cours des cinq prochaines années, ce qui représente un fort potentiel et explique notamment le choix du groupe Yili de se positionner sur ce secteur.

Thématique : Yili – groupe laitier – projet – production – eau minérale

Date : le 14 décembre 2018

Source : <http://www.bjnews.com.cn/finance/2018/12/14/530658.html>

CHINE : ACHAT DE 49% DES ACTIONS DE YASHILI NEW ZEALAND DAIRY PAR DANONE

Yashili New Zealand Dairy fut la première laiterie basée à l'étranger dédiée exclusivement à la production de poudre de lait infantile créée à 100% par une société chinoise.

Le 15 décembre 2018, Mengniu Dairy et Yashili International ont conjointement annoncé que Yashili (Hong Kong) a vendu 49% des actions de sa société Yashli New Zealand Dairy pour un montant total de 318 millions NZD à Danone Asia Pacific Holdings Ptd/ Ltd., filiale du groupe Danone SA.

Filiale de Mengniu Yashili, Yashili New Zealand Dairy a été créée en 2011 avec un investissement de 1,1 milliard de CNY. Mise en exploitation fin 2015, Yashili New Zealand Dairy fut la première laiterie à l'étranger dédiée à la production de poudre de lait infantile appartenant exclusivement à un groupe chinois. En tant que premier actionnaire de Yashili, Mengniu possède 51,04% des actions. Cependant, depuis 2013 les bénéfices nets de la filiale n'ont cessé de baisser, impactant les performances du groupe. D'après le rapport annuel de 2017, les revenus de Mengniu ont atteint 2,25 milliards de CNY avec une croissance de +2,3% par rapport à 2016 mais ses bénéfices nets présentaient une perte de 180 millions de CNY. Durant le premier semestre 2018, le groupe a connu un bénéfice net de 41 millions de CNY. Après la transaction, Yashili (Hong Kong) et Danone disposeront respectivement de 51% et 49% des actions de Yashili New Zealand Dairy.

Thématique : Mengniu – Yashili – New Zealand Dairy – Danone – achat – laiterie

Date : le 17 décembre 2018

Source : http://www.hesitan.com/nnyw_xjxm/2018-12-17/276961.shtml

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL

CHINE : LA CHINE A REDEMARRE L'IMPORTATION DE SOJA AMERICAIN

Selon des sociétés européennes, la Chine souhaite reprendre l'achat de soja américain dans des plus brefs délais car elle n'arrive pas à acheter autant de soja qu'elle le voudrait depuis l'Amérique du Sud.

D'après des sociétés de négoce, la Chine a acheté le 12 décembre dernier au moins 500 000 tonnes de soja américain. Il s'agit de la première commande chinoise de soja américain depuis la rencontre entre Xi Jinping et Donald Trump début décembre.

Deux sociétés américaines ont indiqué que des entreprises d'Etats chinois ont acheté du soja américain pour une valeur d'au moins 180 millions USD. D'après une société de négoce européenne, les acheteurs chinois sont Sinograin et COFCO. Suite à cela, les prix à terme du soja au CBOT (*Chicago board of Trade*) ont connu une augmentation significative et atteint leur plus haut niveau depuis 4 mois et demi. Selon des sociétés européennes, la Chine souhaite reprendre ses achats de soja américain dans des plus brefs délais car elle n'arrive pas à acheter autant de soja qu'elle le voudrait depuis l'Amérique du Sud.

Thématique : guerre commerciale – soja américain – importation

Date : le 13 décembre 2018

Source : <http://www.grainnews.com.cn/content.aspx?id=1&type=2&articleGuid=f03ad60d-59e8-48e7-b5c2-3d05819afe0d>

CHINE : LA CHINE IMPORTE 6 000 TONNES DE CREVETTES PAR SEMAINE EN PROVENANCE D'ARABIE SAOUDITE

Grâce à l'accord signé en novembre entre la Chine et l'Arabie Saoudite sur les exportations de produits aquatiques vers le marché chinois.

Selon les statistiques douanières saoudiennes, l'Arabie Saoudite exporte 37 000 tonnes par an de produits aquatiques, pour une valeur totale de près de 370 millions USD, principalement vers l'Asie, qui concentre 35 000 tonnes des importations. La Chine est le premier pays consommateur de crevettes en Asie.

En novembre 2018, la Chine et l'Arabie Saoudite ont signé un accord indiquant que les exportations de crevettes saoudiennes devraient atteindre 80 000 tonnes par an d'ici à 2020, pour une valeur de plus de 500 millions USD.

Le groupe Canton Hengxing – l'un des plus importants groupes d'aquaculture en Chine – va pour sa part lancer un projet d'aquaculture avec un investissement de 300 millions USD. Les négociations sur la coopération avec le gouvernement saoudien sont en cours.

M. Ahmed Al-Bala de NAG (*National Aquaculture Group* d'Arabie Saoudite) a indiqué que son groupe a déjà exporté 6 000 tonnes de crustacés vers la Chine la première semaine de décembre et que les exportations de crustacés d'Arabie Saoudite vers la Chine devraient dépasser les 30 000 tonnes d'ici la fin de l'année.

Thématique : crevettes saoudiennes – Arabie saoudite – produits aquatiques – aquaculture – crevettes – exportation

Date : le 13 décembre 2018

Source : <https://wallstreetcn.com/articles/3453081>

CHINE : LA CHINE NE DISPOSE PAS DE VERITABLE ELEVAGE FAMILIAL

D'après le Directeur du Centre de Développement de l'Industrie laitière sino-hollandais, des mesures de support seront concrétisées prochainement.

Le 12 décembre dernier, lors de la cérémonie du 5^{ème} anniversaire de la création du « *Sino-Dutch Dairy Development Center* », LI Shengli, professeur de l'Université Agricole de Chine et Directeur du Centre sino-hollandais de Développement de l'Industrie laitière, a exprimé qu'à l'heure actuelle, la part de lait produit par les élevages de taille de plus de 1000 têtes a dépassé 50%. Les élevages de petite et moyenne taille sont tous en difficulté et le véritable élevage familial n'existe plus en Chine.

En février 2014, le Ministère de l'Agriculture avait publié un guide pour pousser le développement de l'élevage familial, sans pour autant en donner une définition précise. En juin 2018, le Bureau d'administration du Conseil des Affaires d'Etat a publié l'« Avis pour promouvoir le redressement de l'industrie laitière et pour garantir la sécurité sanitaire des produits laitiers », dans lequel il est demandé de « supporter le développement de l'élevage familial et s'orienter vers l'élevage de taille raisonnable ». Cependant, la définition de l'élevage familial n'est toujours pas précisée.

En Europe, la taille moyenne d'un élevage familial est de 80 têtes de vaches en lactation pour un nombre total de 160 têtes. De plus, dans certains pays tels que les Pays-Bas, le nombre maximum de vaches pour un élevage est de 2 têtes par hectare de terrain. D'après LI Shengli, en raison des politiques chinoises actuelles sur la terre, il est difficile pour une famille agricole de disposer d'autant de surface pour son élevage. Par ailleurs, des mesures concrètes dédiées au développement de l'élevage familial seront publiées prochainement. Le Centre de Développement laitier sino-hollandais pourrait fournir des aides pour le développement de l'élevage familial. Créé conjointement par l'Université Agricole de Chine, le centre de recherche de l'université de Wageningen au Pays-Bas et la Royal Friesland Campina N.V. en novembre 2013, l'objectif de ce centre est de promouvoir le développement de la filière laitière chinoise.

Thématique : élevage familial – guide – MOA – développement – mesure de support

Date : le 14 décembre 2018

Source : http://www.hesitan.com/nnyw_xjxm/2018-12-14/276762.shtml

CHINE : FERMETURE DES RESTAURANTS DE PRET A MANGER, ENSEIGNE ANGLAISE SPECIALISEE EN FOURNITURE D'ALIMENTS LEGERS

Prêt à Manger concentre sa stratégie de développement sur le marché hongkongais.

La chaîne de restauration anglaise Prêt A Manger, spécialisée en fourniture de sandwiches et de cafés, a décidé de fermer ses deux restaurants basés à Shanghai d'ici fin 2018, qui sont par la même occasion les deux seuls en Chine continentale.

Créée en 1986 à Londres, l'enseigne fournit des aliments prêt-à-manger : sandwiches, croissants, salades, cafés bio, etc. En 2008, la société a été achetée par Bridgepoint pour la somme de 345 millions de GBP puis en mai 2018 par JAB Holding pour 1,5 milliards GBP (dette incluse). La chaîne possède 530 restaurants répartis dans 9 pays, dont les trois quarts se situent en Angleterre.

Aujourd'hui, l'enseigne connaît un franc succès sur le marché hongkongais avec 27 restaurants ouverts. Malgré cela, son développement en Chine continentale est en difficulté. D'une part, il existe déjà plusieurs enseignes d'aliments légers sur le marché chinois : Wagas, Element Fresh etc. qui disposent d'une plus grande notoriété ; d'autre part, les aliments fournis par Prêt à Manger ne sont pas adaptés au goût des consommateurs chinois.

Thématique : Prêt A Manger – aliment léger – marché chinois

Date : le 17 décembre 2018

Source : <https://www.jiemian.com/article/2715924.html>

HONG KONG : LE SECTEUR CHR PREVOIT UNE AUGMENTATION DES REVENUS DE 5 MILLIARDS D'HKD CETTE ANNEE

La Fédération des restaurateurs de Hong Kong estime que les recettes du secteur devraient augmenter de 5 milliards d'HKD, malgré un contexte économique défavorable.

Malgré les perturbations du marché boursier, la guerre commerciale entre la Chine et les Etats-Unis, et d'autres facteurs économiques défavorables, la consommation dans le secteur CHR ne faiblit pas. L'industrie est optimiste quant aux résultats de cette année. On estime que bien que la croissance globale ait ralenti à 4%, les revenus devraient augmenter de 5 milliards d'HKD (environ 560 millions d'EUR) cette année, dépassant ainsi les 120 milliards d'HKD (environ 13.4 milliards EUR).

Simon WONG Ka-wo, président de la Fédération des restaurateurs de Hong Kong, note une hausse annuelle du prix moyen dans la restauration hôtelière de 5% en raison de la hausse des coûts d'exploitation. Le secteur de la restauration de Hong Kong a enregistré selon lui des recettes totales d'environ 117,2 milliards d'HKD (environ 13,12 milliards d'EUR) l'an dernier, et prévoit des recettes supplémentaires de 5 milliards HKD cette année, soit une croissance de 4%. Néanmoins, la guerre commerciale entre la Chine et les Etats-Unis a suscité tout de même des incertitudes sur la deuxième partie de l'année, causant notamment un ralentissement de la croissance annuelle. En effet, les croissances des années précédentes pouvaient atteindre 5% à 10%.

LEE Ka-yui*, président de l'Association des professionnels de l'hôtellerie et de la restauration, a estimé que l'ajustement du salaire minimum et le manque de personnel constituaient les deux défis majeurs du fonctionnement du secteur CHR. L'augmentation du coût des aliments justifie également l'augmentation chaque année du prix du buffet de Noël. Il a expliqué que ces dernières années, de nombreux hôtels renforcent leur offre en proposant des produits marqueurs de qualité en cadeau pour attirer de nouveaux clients.

Thématique : CHR – Hong Kong – économie – Guerre commerciale entre la Chine et les Etats-Unis

Date : le 4 décembre 2018

Source : <https://topick.hket.com/article/2222396/今年餐飲收益 業界料增 50 億>

GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION

ACRONYMES

CBOT	Chicago board of Trade
CEO	Chief Executive Officer
CNY	RMB, devise chinoise
COFCO	China National Cereals, Oils and Foodstuffs Corporation
EUR	Euros
JPY	Japanese Yen
LMR	Limite maximale de résidus
LMS	Limite de migration spécifique

MIIT	Ministry of Industry and Information Technology
MOFCOM	Ministère du commerce chinois
NAG	National Aquaculture Group d'Arabie saoudite
NHFPC	National Health and Family Planning Commission
NZD	New Zealand Dollar
USD	United States dollar

SOURCES D'INFORMATION

WWW.NHFPC.GOV.CN

Site internet de "National Health and Family Planning Commission", Ministère de la santé chinois.

WWW.XINHUANET.COM

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

WWW.MOFCOM.GOV.CN

Site internet officiel du Ministère du commerce chinois.

WWW.CHINAFRUITPORTAL.COM

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

WWW.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.BJNEWS.COM.CN

«The Beijing News» : quotidien de Pékin créé conjointement par deux groupes majeurs de presse (« Guang Ming Daily » et « South Daily ») en novembre 2003.

WWW.THESTANDARD.COM.HK

Site Internet du journal anglophone quotidien gratuit The Standard. Le journal a été fondé en 1949 et appartient au même groupe que le journal hongkongais sinophone Sing Tao Daily.

WWW.GRAINNEWS.COM.CN

Site internet du journal « Grain News », créé en avril 1985, seul journal de niveau national dans le secteur céréalier et oléagineux.

[HTTPS://WALLSTREETCN.COM](https://WALLSTREETCN.COM)

Créé à Shanghai, le site internet vise à fournir des services financiers, comprenant des nouvelles, données, stratégies etc. dans le secteur des finances avec l'objectif d'aider aux investisseurs chinois de connaître le monde et de mieux faire la décision d'investissement.

WWW.HESITAN.COM

Site internet du magazine mensuel « Holstein Farmer », créé en 2005 par Beijing Orient Dairy Consultants Ltd., la seule publication DM (Direct Mail Advertising) en Chine dédiée à la filière de l'élevage bovin.

FOOD.CHEMLINKED.COM

Fondé en 2014, le site Internet alimentaire ChemLinked vise à fournir un service de veille concernant les contraintes réglementaires en Asie-Pacifique, en particulier en Chine, et à fournir les informations d'accès aux marchés de la Grande Chine.

HTTPS://TOPICK.HKET.COM/

Site Internet du journal quotidien Hong Kong Economic Times. Le journal, qui est orienté vers le monde des affaires et financier, a été fondé en 1988.

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

Pour toute question ou suggestion relative à cette veille, nous vous remercions d'adresser un courriel à : pekin@businessfrance.fr

Vous souhaitez être abonné à cette veille, nous vous remercions d'adresser un courriel à : reglementaire-agro@businessfrance.fr

REDACTEURS

Yanxia DENG – Prospectrice Agrotech bureau de Shenzhen
Jean-Charles SHADILI – Chargé de développement Agrotech bureau de Canton
Sisi WANG - Chargée de développement Agrotech bureau de Pékin
Ying LI – Chargée d'affaires export règlementaire Agrotech bureau de Pékin
Arnaud de BLAY DE GAIX – Prospecteur Agrotech bureau de Pékin
Lucie ACQUAVIVA – Prospectrice Agrotech bureau de Hongkong
Anne GUINAUDEAU – Chargée d’Affaire Export Agrotech bureau de Taiwan
Antoine OUSTRIN – Chargé de développement Agrotech bureau de Shanghai
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.