

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

Mars 2019 – N° 16



SOMMAIRE

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS..... 3

Chine : restriction pour l'enregistrement et la production de sulfluramide 3

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

Chine : en coopérant avec YUM China, deux géants pétroliers luttent pour de nouveaux secteurs d'activité 4

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

Chine : Yanghe Distillery a fondé une entreprise de whisky spéciale 5

Chine : le Chili envisage de construire la première ferme expérimentale de production de fruits chinois a San-Nicolas..... 5

Chine : le premier magasin entrepôt Costco en Chine continentale sera ouvert à Shanghai Minhang en mai 2019 6

Chine : un programme de recyclage lance par Mead Johnson pour l'écologie et la traçabilité..... 6

Chine : retrait de la chaîne japonaise de beignets « Mister Donut » du marché chinois..... 7

Chine : plusieurs géants chinois de Baijiu (alcool blanc chinois traditionnel) annoncent leurs projets de développement dans le secteur des vins importés 7

Chine : le groupe Changyu vient de créer une société mixte en France 8

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL 9

Chine : les Shanghaiens se tournent de plus en plus vers du riz haut de gamme 9

Taiïwan : le marché de la boulangerie présente un fort potentiel pour les investisseurs de divers secteurs 9

Hong kong : l'autorité aéroportuaire de Hong Kong prévoit un investissement de 8 millions euros dans le développement de la chaîne logistique du froid 10

Chine : la première édition de Vinexpo Shanghai se tiendra du 23 au 25 octobre 2019 11

Chine : baisse des taux de taxe sur la valeur ajoutée..... 11

Chine : arrêt total de l'importation des graines de colza canadiennes 12

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

Acronymes 13

Sources d'information..... 13

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

CHINE : RESTRICTION POUR L'ENREGISTREMENT ET LA PRODUCTION DE SULFLURAMIDE

A partir du 1er janvier 2020, toute utilisation de pesticide contenant de sulfluramide sera interdite.

Le ministère de l'Agriculture et des affaires rurales chinois a publié, le 22 mars, la circulaire No 148 en matière de restriction pour l'enregistrement et la production de sulfluramide.

Il est décidé que :

- ⇒ A compter du 22 mars 2019, arrêt du traitement de demande d'enregistrement ou de prolongement d'enregistrement des pesticides contenant de sulfluramide (y compris les matières actives, les solo pesticides et les pesticides mixtes) ;
- ⇒ A compter du 26 mars 2019, suppression des enregistrements et des permis de production initialement délivrés pour les pesticides contenant du sulfluramide ;
- ⇒ A partir du 1er janvier 2020, interdiction de toute utilisation de pesticides contenant du sulfluramide.

Thématique : pesticide – restriction – sulfluramide – enregistrement – production

Date : le 22 mars 2019

Source : http://www.moa.gov.cn/govpublic/ZZYGLS/201903/t20190325_6177166.htm

CHINE : LEVEE DE L'EMBARGO SUR LA VOLAILLE FRANÇAISE

L'annonce est entrée en vigueur depuis le 27 mars 2019.

L'Administration générale de la douane chinoise et le ministère de l'Agriculture et des Affaires Rurales chinois ont publié, le 27 mars 2019, la co-annonce No 55-2019, au sujet de la levée d'embargo sur la volaille française. Il est précisé que, à compter du 27 mars 2019, les anciennes annonces No 25-2009, No 122-2019, et No 150-2015, co-diffusées par l'ex-AQSIQ et l'ex-ministère de l'Agriculture, relatives à la suspension d'importation des produits de volaille depuis la France due à la grippe aviaire, sont abolies.

Thématique : levée d'embargo – volaille – France – grippe aviaire

Date : le 27 mars 2019

Source : <http://www.customs.gov.cn/customs/302249/302266/302269/2358233/index.html>

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

CHINE : EN COOPERANT AVEC YUM CHINA, DEUX GEANTS PETROLIERS LUTTENT POUR DE NOUVEAUX SECTEURS D'ACTIVITE

Sinopec et CNPC, les deux géants pétroliers chinois, ont établi une coopération stratégique avec Yum China, grand groupe de chaînes de restauration, dans un objectif de diversification de leurs activités.

Le 12 mars, Yum China a annoncé la signature de contrats avec la China Petrochemical Corporation (ci-après intitulée « Sinopec ») et la China National Petroleum Corporation (ci-après intitulée « CNPC ») afin d'exploiter conjointement les potentiels de développement de la restauration dans les stations-service.

Il a été conclu que, dans les trois prochaines années, Yum China devrait ouvrir plus de 100 restaurants dans les stations-service de ces deux groupes pétroliers. En plus de la location de sites, Sinopec et CNPC vont travailler en partenariat avec Yum China pour mettre en place un modèle de coopération le plus approprié pour les stations-service, principalement sur les aires d'autoroute.

Un premier accord a été signé en 2011 entre Sinopec et Yum Brands pour lancer l'ouverture des enseignes de restauration KFC, KFC Drive Thru, Pizza Hut, Pizza Hut Delivered et East Dawning dans plusieurs stations-service présentes en bord d'autoroute.

Les statistiques constatent qu'à la fin de 2017, Sinopec comptait plus de 30 000 stations-service et plus de 25 000 épiceries Easy Joy. CNPC a également ouvert plus de 21 000 stations-service avec 19 000 épiceries Usmile. En 2018, Sinopec a coopéré avec Luckin Coffee alors que CNPC a préféré une marque de café italienne pour le café moulu.

L'objectif principal de ces opérations de diversification est d'augmenter l'attractivité des stations-service à travers le pays. L'or noir n'est plus le seul contributeur de bénéfices pour les géants pétroliers chinois.

Thématique : Sinopec – CNPC – Yum China – station-service – restaurant – épicerie

Date : le 13 mars 2019

Source : http://epaper.bjbusiness.com.cn/site1/bjsb/html/2019-03/13/content_422277.htm?div=-1

STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS

CHINE : YANGHE DISTILLERY A FONDE UNE ENTREPRISE DE WHISKY SPECIALE

Yanghe Distillery, une société d'alcool chinoise, entre sur le marché du whisky.

D'après un article publié sur site spécialisé Jiuyejia, la société Yanghe Distillery a fondé une filiale, Jiangsu Zhongshiji Wine Co.,Ltd, afin de pénétrer le marché du whisky en Chine en collaborant avec des géants mondiaux des spiritueux tels que Diageo et Pernod Ricard.

Le marché du whisky se développe très rapidement en Chine. D'après Rupert Hoogewerf, rédacteur au Hurun Report, les consommateurs chinois, en particulier les jeunes générations de 20 à 35 ans qui ont voyagé à l'étranger, sont de plus en plus intéressés par ce spiritueux.

À l'heure actuelle, Yanghe Distillery vend toujours le baijiu, alcool traditionnel chinois produit à base de céréales, qui reste son produit phare. L'entrée sur le marché du whisky de la société chinoise ne sera pas aisée puisqu'elle devra faire face aux grands groupes tels que Diageo, Pernod Ricard, Edrington ou William Grant & Sons.

Thématique : whisky – spiritueux – Yanghe – Diageo – Pernod Ricard

Date : le 11 mars 2019

Source : <https://www.jiemian.com/article/2935947.html>

CHINE : LE CHILI ENVISAGE DE CONSTRUIRE LA PREMIERE FERME EXPERIMENTALE DE PRODUCTION DE FRUITS CHINOIS A SAN-NICOLAS

Jorge Valenzuela, président de Fedefruta, a déclaré récemment que la première ferme expérimentale de fruits chinois devrait s'installer à San Nicolás, dans la région de Ñuble.

Le 9 mars 2019, le site Internet chilien La Discusion a annoncé la visite de Jorge Valenzuela, président de la Fedefruta, dans la région de Ñuble afin de tenir de s'entretenir avec les responsables régionaux et représentants agricoles pour un projet de ferme expérimentale de fruits chinois.

Jorge Valenzuela a déclaré que bien que la Chine importe des fruits et des légumes occidentaux vers la Chine, les Chinois consomment également des variétés orientales. Il est donc impératif pour le président de la Fedefruta de cultiver des fruits chinois pouvant bien s'adapter à l'environnement chilien pour les exporter.

Le climat de Ñuble est propice à la culture fruitière ; San Nicolás a été choisi comme site pour ce projet. Le plus grand défi de ces nouvelles cultures sera la production de masse mais beaucoup de fonds ont été attribués pour la construction de cette ferme expérimentale.

Thématique : Chili – fruits chinois – ferme expérimentale – Ñuble

Date : le 11 mars 2019

Source : http://www.br-cn.com/news/nm_news/20190311/126144.html

CHINE : LE PREMIER MAGASIN ENTREPOT COSTCO EN CHINE CONTINENTALE SERA OUVERT A SHANGHAI MINHANG EN MAI 2019

Le géant américain de la grande distribution Costco va ouvrir un entrepôt à Shanghai dans le quartier de Minhang.

Richard Galanti, EVP & CFO de Costco, a annoncé que le géant américain allait ouvrir son premier magasin chinois à Shanghai dans le quartier de Minhang au quatrième trimestre fiscal 2018 (de la mi-mai à la mi-juillet 2019).

Costco exploite aujourd'hui 770 magasins/entrepôts dans le monde dont la plupart se situent aux États-Unis et à Porto Rico. En Asie, l'enseigne américaine compte 26 points de vente au Japon, 15 en Corée du Sud et 13 à Taiwan.

Comparé aux concurrents de la grande distribution tels que Walmart, Carrefour et Metro qui se sont installés en Chine dès les années 1990, Costco fait une entrée tardive.

Son plus grand rival, le Sam's Club (appartenant à Walmart), est arrivé sur le continent asiatique en 1996 et possède aujourd'hui 22 magasins dans huit villes chinoises.

Le modèle du commerce de Costco repose essentiellement sur la vente de produits de qualité au prix le plus bas. Pour s'implanter sur le marché continental, Costco doit répondre aux besoins des consommateurs chinois mais la concurrence est déjà bien implantée dans le pays.

Thématique : Costco – club-entrepôt – Walmart – Shanghai – distribution

Date : le 13 mars 2019

Source : <https://www.jiemian.com/article/2942870.html>

CHINE : UN PROGRAMME DE RECYCLAGE LANCE PAR MEAD JOHNSON POUR L'ÉCOLOGIE ET LA TRAÇABILITÉ

Pour lutter contre surcharge des déchets, Mead Johnson Nutrition recycle ses boîtes de lait en poudre.

Le 12 mars, une collaboration a été mise en place entre le géant du e-commerce chinois Jingdong, Public Welfare Foundation, Future Smile Charitable Foundation et Mead Johnson Nutrition afin de lancer un programme de recyclage nommé « Guan Gai Xin Sheng (nouvelle vie pour les déchets) ». Ce programme permet de récupérer et recycler les boîtes de lait en poudre dans cinq villes : Beijing, Shanghai, Guangzhou, Shenzhen et Chengdu via les canaux logistiques de Jingdong.

Le but de ce programme est de communiquer sur le processus des chaînes de recyclage mise en place par Mead Johnson. Ce projet promeut avant tout la réduction du gaspillage des ressources en récupérant les boîtes de lait en poudre. Cela permet également d'endiguer la propagation de produits contrefaits puisque certains commerces illégaux réutilisaient les emballages vides de la marque Mead Johnson pour y mettre du lait en poudre pouvant être nocif pour les consommateurs. Si les boîtes de lait en poudre de la marque sont réutilisées via des canaux légaux, les contrefacteurs auront plus de mal à mettre la main sur les emballages vides.

Le programme de recyclage est actuellement en phase pilote.

Thématique : Mead Johnson – boîtes de lait en poudre – recyclage

Date : le 14 mars 2019

Source : <https://www.jiemian.com/article/2946698.html>

CHINE : RETRAIT DE LA CHAÎNE JAPONAISE DE BEIGNETS « MISTER DONUT » DU MARCHÉ CHINOIS

Ce retrait met en lumière le réel besoin d'adaptation au marché des marques étrangères en Chine.

Mister Donut vient d'annoncer la fermeture de ses 10 magasins à Shanghai, impliquant son retrait de Chine. Créée en 1956 aux États-Unis, la chaîne fusionne par la suite avec son concurrent Dunkin' Donuts. Le groupe japonais Duskin introduit Mister Donut en 1971 au Japon puis ouvre d'autres magasins en Asie dès 1983. La chaîne compte actuellement par exemple 67 magasins à Taiwan. Son premier magasin ouvre à Shanghai en 1999 puis ambitionne quelques années plus tard 66 magasins en 2013. Mais tout ne se passe pas comme prévu : si Mister Donut jouit d'une forte popularité avec plus de 1 300 magasins au Japon, elle souffre en Chine d'une forte concurrence, d'un manque de réactivité quant à la mise en place de nouveaux produits et d'un manque d'adaptation au marché local. Le secteur des cafés-restaurants est en effet très concurrentiel et pour réussir, il faut avoir une stratégie de différenciation des produits avec un prix compétitif. De plus, le marché chinois n'a pas la culture du beignet. Mister Donut n'a pas réussi à séduire les consommateurs par une offre adaptée aux goûts locaux ou avec des promotions saisonnières, telles que mises en place au Japon.

Ce retrait invite donc les entreprises étrangères qui souhaiteraient s'installer en Chine à réfléchir à cette question : quels sont leurs points forts spécifiques à ce marché ?

Thématique : retrait – chaîne de restauration – café – Donut – Mister Donut

Date : le 18 mars 2019

Source : <https://www.jiemian.com/article/2957452.html>

CHINE : PLUSIEURS GEANTS CHINOIS DE BAIJIU (ALCOOL BLANC CHINOIS TRADITIONNEL) ANNONCENT LEURS PROJETS DE DÉVELOPPEMENT DANS LE SECTEUR DES VINS IMPORTÉS

Le 20 mars dernier, Luzhou Laojiao a annoncé son lancement de nouvelles gammes de vins importés sur le marché chinois.

Optimistes pour le futur développement des vins importés sur le marché chinois, plusieurs entreprises productrices chinoises de Baijiu ont récemment annoncé leurs projets de développement dans le secteur des vins importés.

Le 20 mars, HUANG Xun, PDG et Directeur Général de Luzhou Laojiao Supplier Chain Management Co., Ltd. a annoncé, lors d'une conférence de presse du groupe dédiée aux boissons alcoolisées importées, que la plateforme de Luzhou Laojiao spécialisée en boissons alcoolisées importées a l'objectif d'être parmi les top 3 en Chine pendant les 5 prochaines années. Le jour même, le groupe a annoncé le lancement de deux gammes de vins importés, respectivement en collaboration avec des partenaires chilien et australien. Ces deux nouvelles gammes de produits ont été lancées par Luzhou Laojiao suite au lancement de la marque australienne Shottesbrooke, à l'occasion du salon TJH (China Food & Drinks Fair) de 2018.

De plus, d'autres géants chinois de Baijiu tels que Wuliangye, Yanghe avaient également annoncé leur développement sur le segment des vins importés. Actuellement sur le marché chinois, le volume des vins importés a largement dépassé celui des vins locaux.

Thématique : géant – Baijiu – développement – vins importés

Date : le 21 mars 2019

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2019/3/1-80670.html>

CHINE : LE GROUPE CHANGYU VIENT DE CREER UNE SOCIETE MIXTE EN FRANCE

Le groupe chinois acquiert ainsi son troisième château français, après Rouillet-Fransac et Chateau Mirefleurs.

Le 20 mars 2019, Changyu, premier producteur de vin chinois, a annoncé l'acquisition du château Liversan, appartenant à la société Advini SA. Il s'agit du troisième château français acquis par le groupe chinois, après Rouillet-Fransac et Chateau Mirefleurs.

D'après l'annonce publiée par Changyu, sa filiale française Francs Champs Participation compte créer avec une filiale d'Advini (société française) une société mixte – L&M Holdings. 55% de L&M Holdings sera détenue par Changyu et 45% par Advini sous forme d'actions.

D'après les explications de Monsieur SUN Jian, Directeur Général de Changyu, cette acquisition a pour objectif de baisser les coûts de revient en matière de main d'œuvre, d'achat, de logistique, etc. A noter qu'en 2009, Changyu avait créé une alliance internationale, composées de 7 châteaux nationaux et internationaux dont le Château Liversan. Les deux parties ont déjà coopéré depuis plusieurs années. D'après Sun Jian, avant cette acquisition, Changyu avait mandaté à des services compétents français d'effectuer une évaluation sur le sol et autres critères pour le Château Liversan.

Thématique : Changyu – acquisition – France – Château Liversan

Date : le 22 mars 2019

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2019/3/3-80675.html>

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL

CHINE : LES SHANGHAIENS SE TOURNENT DE PLUS EN PLUS VERS DU RIZ HAUT DE GAMME

Le riz japonais est notamment très populaire.

Aujourd'hui, avec la montée en gamme de la consommation de riz à Shanghai, les consommateurs peuvent trouver du riz importé dans tous les réseaux de distribution : magasins physiques, chaînes de supermarchés et plateformes de e-commerce. De plus en plus de Shanghaiens préfèrent acheter du riz importé, notamment japonais. La Chine est le plus grand producteur et consommateur de riz au monde. Elle consomme d'ailleurs vingt fois plus de riz que le Japon. Cela en fait un marché incontournable pour les exportations japonaises de riz. Ces dernières années, les acteurs japonais du secteur ont donc renforcé leurs activités de promotion dans l'empire du Milieu. Le groupe Shinmei (株式会社神明 en chinois), le plus grand exportateur de riz au Japon, est l'un d'entre eux. Il dispose en Chine d'une filiale (Chengdu Sakaemachi Foods) et de quatre entrepôts (Pékin, Shanghai, Chengdu et Canton). Son réseau de distribution couvre 58 villes chinoises. Le groupe prévoit d'exporter 2 000 tonnes de riz vers la Chine d'ici 2020, et 10 000 tonnes d'ici 2025.

Thématique : montée en gamme – riz importé – Japon – Shanghai

Date : le 11 mars 2019

Source : http://sh.xinhuanet.com/2019-03/11/c_137884782.htm

TAÏWAN : LE MARCHE DE LA BOULANGERIE PRESENTE UN FORT POTENTIEL POUR LES INVESTISSEURS DE DIVERS SECTEURS

Grande distribution et investisseurs se tournent vers le secteur du pain.

Le secteur de la boulangerie-viennoiserie-pâtisserie a généré en 2018 plus de 60 milliards de TWD de chiffre d'affaires et les importations ont connu une augmentation de 43% depuis ces 5 dernières années. Aussi, le dynamisme du secteur attire les investissements d'opérateurs de la grande distribution et d'autres secteurs.

Px Mart, un des leaders des chaînes de supermarchés taiwanais avec 973 points de vente, a investi plus de 7 milliards de TWD pour racheter la marque de pâtisserie White Wood House et reconverti les sites de production de pâtisserie à des sites de production de pâtons surgelés et de cuisson de pain. Depuis 2016, Px Mart a commencé à importer du

pain surgelé de H2O Retailing, un groupe japonais propriétaire de grand magasin. Cette année, afin de répondre à la demande croissante de la consommation de pain à Taïwan, Px Mart renforce son partenariat avec H2O Retailing et lance une joint-venture : Chuan-lian (Px Mart) Hankyu Bakery, disposant plus de 60 points de vente avec une consommation moyenne de 600 pains par jour. Par ailleurs, Simple Market, une autre chaîne de supermarché commence à fournir quotidiennement du pain frais en partenariat avec le groupe Sanshang et avec Mr. Brown Coffee pour sa propre marque "Simple Café".

Le fort potentiel du marché de la boulangerie attire également de plus en plus d'investisseurs provenant de secteurs non liés à l'agroalimentaire. A titre d'exemple, le groupe de CMC Magnetics, un des plus grands fabricants de disques optiques, vient de lancer une boulangerie suite à la création d'un restaurant chinois, un bistro français et un restaurant japonais. Highwealth Construction, une grande entreprise de construction, a ouvert récemment une boulangerie. L'entreprise Kingza International qui dispose 4 enseignes de restauration et une franchise salon de thé de style taïwanais, développe également une chaîne de boulangerie-pâtisserie sous sa propre marque "Bake Code", et a recruté pour cet effet un chef renommé proposant des pains et pâtisseries européens et japonais. Avec l'amélioration de la performance en vente de cette chaîne depuis ces dernières années, le président de Kingza International affirme que le secteur de la boulangerie-viennoiserie-pâtisserie devrait continuer à poursuivre une croissance stable vue que la mode des pains de style européen et la haute performance des boulangers à Taïwan représentent des opportunités attrayantes pour les investisseurs.

Thématiques : boulangerie-viennoiserie-pâtisserie – investissement – grande distribution – Taïwan

Date : le 12 mars 2019

Source : <https://www.mirrormedia.mg/story/201190311fin005/>

HONG KONG : L'AUTORITE AEROPORTUAIRE DE HONG KONG PREVOIT UN INVESTISSEMENT DE 8 MILLIONS EUROS DANS LE DEVELOPPEMENT DE LA CHAINE LOGISTIQUE DU FROID

Il s'agit d'une initiative qui vise à la demande croissante de denrées alimentaires et de médicaments périssables en Chine continentale.

Le 12 mars, l'Aéroport international de Hong Kong a obtenu la certification donnée par l'IATA CEIV Fresh – un programme pilote mené par IATA (organisation commerciale internationale des sociétés aériennes), qui certifie la qualité de la logistique pour les produits périssables des transporteurs aériens. C'est le premier aéroport dans le monde certifié par ce programme.

L'Autorité aéroportuaire de Hong Kong, qui gère l'aéroport de Hong Kong, prévoit un investissement de 8 millions d'euros pour mettre en place plus de mesures de contrôle de la température dédiées aux produits frais et aux médicaments. Pour l'Autorité, la croissance économique continue et l'amélioration du niveau de vie en Chine continentale et en Asie se traduiront en une forte demande de services logistiques du froid. Grâce à la certification, le volume des cargaisons de marchandises fraîches devrait afficher une croissance à deux chiffres cette année, selon l'Autorité.

En 2018, l'aéroport de Hong Kong a transporté plus de 380 000 tonnes de produits frais (8% du volume total), enregistrant une croissance de 12% – un taux supérieur à la croissance du volume total.

Dans le plan de Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area (l'initiative de l'intégration régionale entre les principales villes du Sud de Chine, Hong Kong et Macao), la logistique transfrontalière (Hong Kong-Chine continentale) constitue un domaine important dans la collaboration régionale. L'Autorité est convaincue que la certification d'IATA augmentera la confiance des habitants sur les denrées alimentaires fraîches, et renforcera le rôle réexportateur de Hong Kong. D'après le PDG de Hong Kong Air Cargo Terminals Limited, la certification permettrait une autre année de croissance à deux chiffres du fret aérien des produits frais.

Le PDG d'IATA, Alexandre de Juniac constate que la logistique des produits frais ne cesse d'accroître. L'enjeu de la chaîne logistique du froid est autant la fraîcheur des produits que la réduction du gaspillage lors du transport. Pour IATA, la certification CEIV Fresh représente un marqueur de qualité pour les expéditeurs.

Thématique : chaîne logistique du froid – fret aérien – produits frais

Date : le 13 mars 2019

Source : <http://paper.wenweipo.com/2019/03/13/MC1903130001.htm>

CHINE : LA PREMIERE EDITION DE VINEXPO SHANGHAI SE TIENDRA DU 23 AU 25 OCTOBRE 2019

Dans trois ans, la Chine devrait dépasser la France et devenir le deuxième marché mondial du vin, estimé à 19,5 milliards d'USD.

Le 12 mars dernier, le groupe Vinexpo a annoncé que la première édition de Vinexpo Shanghai aura lieu du 23 au 25 octobre 2019. Créé à Bordeaux il y a 38 ans, Vinexpo est aujourd'hui un rendez-vous incontournable des professionnels de l'industrie du vin et spiritueux. L'étape à Shanghai s'ajoute donc aux villes de Bordeaux, Paris, New York et Hong Kong. Cela signifie aussi qu'il y aura chaque année une exposition de vins Vinexpo en Grande Chine. L'IWSR, l'institut de recherche de Vinexpo, prévoit que le marché mondial du vin devrait atteindre 207 milliards d'USD en 2022. Les États-Unis resteront le plus grand marché du vin au monde (39,8 milliards d'USD estimé en 2022 contre 34,8 milliards d'USD en 2017). La France est deuxième (16,7 milliards d'USD en 2017) et la Chine suit de près (16,5 milliards d'USD). Dans cinq ans, la Chine (estimation de 19,5 milliards d'USD en 2022 contre 16,5 milliards d'USD en 2017) devrait dépasser la France (16,7 milliards d'USD en 2017) et devenir le deuxième marché mondial du vin. La Chine et les États-Unis sont les deux plus gros consommateurs de vins fins (entre 10 et 20 USD), pilier de la croissance future des ventes. On observe donc une tendance au « Boire moins, boire mieux ». La part des vins rouges qui est aujourd'hui de 55% mais devrait diminuer avec la popularité croissante du vin blanc, du rosé et du mousseux.

En ce qui concerne la Chine, le marché est en pleine mutation. Les ventes en lignes représentent déjà 20% des ventes de vin en Chine et révolutionnent le secteur. De plus, le vin importé est devenu la boisson la plus populaire en Chine. Il attire les jeunes pour son côté moderne, son élégance et son aspect culturel. Les plus âgés apprécient qu'il soit bon pour la santé. Le vin local souffre de problèmes de qualité et d'image et voit sa croissance ralentir, même si sa consommation reste encore majoritaire. En ce qui concerne les spiritueux, l'alcool local domine le marché et continue d'être le principal moteur de la croissance future.

Thématique : Vinexpo Shanghai – vin – spiritueux – croissance

Date : le 13 mars 2019

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2019/3/1-80617.html>

CHINE : BAISSÉ DES TAUX DE TAXE SUR LA VALEUR AJOUTÉE

C'est la deuxième fois en moins d'un an que le gouvernement chinois baisse les taux de TVA.

Le 20 mars, le MOF (Ministère des Finances chinois), la SAT (Administration d'Etat à la fiscalité) et la GACC (Administration Générale de la douane chinoise) ont diffusé la co-annonce No 39-2019 au sujet du renforcement de la réforme des taux de taxe sur la valeur ajoutée (TVA).

A compter du 1er avril 2019, les taux de taxe à la valeur ajoutée à l'importation pour les contribuables, initialement assujettis à 16% et 10%, seront ajustés à 13% et 9% respectivement.

C'est la deuxième fois en moins d'un an que le gouvernement chinois baisse les taux de TVA. En mai 2018, les contribuables initialement assujettis à des taux de TVA de 17% et de 11% sont désormais assujettis à des taux respectifs de 16% et de 10% depuis le 1er mai 2018 (circulaire No 32 – 2018 du SAT).

Thématique : Chine – renforcement – réforme – taxe – baisse – TVA

Date : le 20 mars 2019

Source : http://szs.mof.gov.cn/zhengwuxinxi/zhengcefabu/201903/t20190320_3200168.html ;
<http://www.chinatax.gov.cn/n810341/n810755/c3377945/content.html>

CHINE : ARRÊT TOTAL DE L'IMPORTATION DES GRAINES DE COLZA CANADIENNES

En 2018, les exportations de graines de colza canadiennes vers la Chine avaient atteint 2,7 milliards de CAD en valeur. Environ 40% des exportations de graines de colza canadiennes sont destinées à la Chine.

D'après le CCC (*Canola Council of Canada*), les importateurs chinois ne souhaitent plus acheter de graine de colza produite au Canada. A l'heure actuelle, les graines de colza canadiennes destinées à l'exportation en Chine subissent des contrôles renforcés par la douane chinoise. À la suite de cela, les commandes de la partie chinoise pour les produits agricoles canadiens sont supprimées.

En début du mois, la GACC (Administration Générale de la Douane Chinoise) a annoncé l'interdiction d'importation de graine de colza de Richardson International, transformateur canadien de graines, pour des raisons sanitaires. La CCC a exprimé le 21 mars que les importateurs chinois ont arrêté toutes importations de graines de colza depuis le Canada. Les exportateurs canadiens sont invités à exporter vers les autres pays intéressés par les graines de colza canadiennes tels que le Japon, le Mexique, l'Europe et le Pakistan. Selon la CCC, à l'heure actuelle, les discussions techniques n'ont pas permis d'aboutir à une solution immédiate.

En 2018, les exportations des graines de colza canadiennes vers la Chine ont atteint 2,7 milliards de CAD en valeur. Environ 40% des exportations de graines de colza canadiennes sont destinées à la Chine.

Thématique : graine de colza – Canada – arrêt – importation - Chine

Date : le 25 mars 2019

Source : <http://www.grainnews.com.cn/content.aspx?id=6&type=16&articleGuid=73805aa1-c7c6-4cf6-93f3-a79ba2fb2ed4>

GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION

ACRONYMES

AQSIQ	General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the People's Republic of China
CAD	Canadian dollar, devise canadienne
CCC	Canola Council of Canada
CFO	Chief Finance Officer
CNPC	China National Petroleum Corporation
EVP	Executive Vice President
GACC	Administration générale de la douane chinoise

IATA	Organisation commerciale internationale des sociétés aériennes
MOF	Ministère des Finances chinois
PDG	Président Directeur Général
SAT	Administration d'Etat à la fiscalité
SINOPEC	China Petrochemical Corporation
TVA	Taxe à valeur ajoutée
TWD	Taiwan dollar, devise taïwanaise
USD	US Dollar, devise américaine

SOURCES D'INFORMATION

WWW.MOA.GOV.CN

Site internet du ministère de l'Agriculture chinois

WWW.CUSTOMS.GOV.CN

Site internet de l'Administration Centrale de la Douane chinoise

[HTTP://EPAPER.BJBUSINESS.COM.CN](http://EPAPER.BJBUSINESS.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.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.

[HTTP://SH.XINHUANET.COM](http://SH.XINHUANET.COM)

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

WWW.BR-CN.COM

Site internet du « Journal chinois de l'Amérique du Sud », le plus grand journal en chinois dans les pays du Sud-Amérique dont le siège se situe à St Paul.

WWW.WINEINFO.COM

Site internet créé par la société Bon-wine Culture Consulting Co., Ltd., société de consulting spécialisée en communication autour de la culture du vin.

WWW.MIRRORMEDIA.MG

Fondée en 2016 par le premier chef éditorial de NextMag, Mirror Media Co., Ltd. est une revue hebdomadaire en ligne et sur papier, avec une moyenne de 2,3 millions de vues par jour, et environ 8000 abonnés pour la revue papier.

WWW.WENWEIPO.COM

Site Internet du journal quotidien Wen Wei Po (sinogrammes : 文匯報/ 文汇报). Il s'agit d'un journal quotidien hongkongais fondé en 1948 qui couvre les événements politiques, économiques et sociaux à Hong Kong et Chine continentale, mettant l'accent sur les échanges dans de nombreux domaines entre Hong Kong et la Chine continentale.

[HTTP://SZS.MOF.GOV.CN](http://szs.mof.gov.cn)

Site internet du Département des politiques des taxes du Ministère des finances chinois.

[WWW.CHINATAX.GOV.CN](http://www.chinatax.gov.cn)

Site internet du Ministère à la fiscalité chinois.

[WWW.GRAINNEWS.COM.CN](http://www.grainnews.com.cn)

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

VEILLE MÉDIATIQUE AGROALIMENTAIRE SUR LA CHINE, HONG KONG ET TAIWAN

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

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

REDACTEURS

Yanxia DENG – Prospectrice Agrotech bureau de Shenzhen
Jean-Charles SHADILI – Chargé de développement Agrotech bureau de Canton
Haoyu ZHANG - Agrotech bureau de Pékin
Ying LI – Conseillère export réglementaire Agrotech bureau de Pékin
Arnaud DE BLAY DE GAIX – Chargé de développement Agrotech bureau de Pékin
Lucie ACQUAVIVA – Prospectrice Agrotech bureau de Hongkong
Dorinne TU – Chargée de développement Agrotech bureau de Taiwan
Anne GUINAUDEAU – Conseiller export bureau de Taiwan
David ROLLAND – Chef de pôle Agrotech Chine
Céline LAURANS – Chef de projet informations 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.