

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

Septembre 2020 – N° 49



SOMMAIRE

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS..... 3

Chine : appel à commentaires du ministère de la Santé chinois sur 16 normes nationales de sécurité sanitaire.....	3
---	---

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

Chine : Nestlé devrait vendre ses activités d'eau en Chine à Tsingtao Brewery Group	4
Chine : le géant chinois laitier Mengniu renonce à son projet d'acquisition de l'entreprise australienne Lion Dairy & Drinks (LDD).....	5
Chine : le groupe Fenix vend 45% de ses actions détenues au sein du groupe City Super à l'entreprise chinoise CR Capital Management.....	5
Chine : Yantai Beer rachète une partie des actions de Asahi en Chine, dont les activités sur ce marché se contractent.....	6

STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS..... 7

Chine : Alibaba a lancé un festival commercial de « bonne récolte » pour soutenir les ventes de produits agricoles en ligne.....	7
Chine : l'entrée sur le marché Chine du Sud du groupe de distribution Costco	8

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL 9

Chine : le prix du bœuf en Chine augmente depuis dix semaines	9
Hong Kong : l'assouplissement des mesures de distanciation sociale va venir en aide au secteur de la restauration	10
Chine : l'industrie ovine en Chine se transforme en « agriculture numérique ».....	10
Chine : le premier parc industriel national de l'industrie des semences de bétail et de volaille de Pékin a été lancé à Pinggu.....	11
Chine : analyse statistique des importations d'alcool en Chine de janvier à juin 2020	11
Taiwan : obligation d'étiquetage de l'origine des produits porcins après l'ouverture du marché taïwanais au porc américain.....	12

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

Acronymes.....	13
Sources d'information.....	13

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

CHINE : APPEL A COMMENTAIRES DU MINISTERE DE LA SANTE CHINOIS SUR 16 NORMES NATIONALES DE SECURITE SANITAIRE

Cet appel concerne les normes générales sur la sécurité sanitaire, les produits laitiers, etc.

Récemment, la SNSRC (*the National Food Safety Standard Review Committee*), sous tutelle du ministère de la Santé chinois, a lancé un appel à commentaires pour la version provisoire de 16 normes nationales chinoises sur la sécurité sanitaire, concernant des normes générales, des normes produit, des normes d'analyse etc. Plusieurs d'entre elles portent sur l'amendement de normes actuellement en vigueur.

Parmi les normes concernées, nous retrouvons :

- La GB 2762—xxxx « Levels of contaminants in food »
- La GB 28050—20xx « General Rules for Nutrition Labeling of Prepackaged Foods »
- La GB 25192—xxxx « Processed cheese »
- La GB 25191—xxxx « Modified milk »
- La GB 19302—xxxx « Fermented milk »
- La GB 11674—xxxx « Whey powder and whey protein powder »
- La GB 7101—xxxx « Beverages »
- La GB 4806.9—xxxx « Metal Materials and Articles for Food Contact Use »
- Etc.

La fin de l'appel à commentaires est prévu pour le 20 octobre 2020.

Thématique : norme – sécurité sanitaire – amendement – appel à commentaires

Date : le 31 août 2020

Source : <http://www.nhc.gov.cn/sps/s3593/202008/c44ef007064e4aeeaaa5e24bdf9f3bb1.shtml>

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

CHINE : NESTLÉ DEVRAIT VENDRE SES ACTIVITÉS D'EAU EN CHINE À TSINGTAO BREWERY GROUP

La transaction ne concerne pas les marques d'eau haut de gamme de Nestlé.

Nestlé SA a annoncé fin août 2020 avoir accepté de vendre ses activités d'eau en Chine à Tsingtao Brewery Group dans le cadre d'un accord de coopération stratégique avec le brasseur chinois. Pour le moment les deux parties n'ont pas divulgué le prix de la transaction. Les deux entreprises ont déclaré que cette coopération stratégique offrira des avantages complémentaires et un partage des ressources.

La transaction comprend le transfert de la marque locale « Dashan Yunnan Shan Quan » et de trois usines situées à Kunming, Shanghai et Tianjin, a déclaré Nestlé. Il a également indiqué que la brasserie Tsingtao produira et commercialisera la marque Nestlé « Pure Life » en Chine dans le cadre d'un accord de licence entre les entreprises. Ces dernières années, le marché de la bière en Chine connaît une faible croissance et Tsingtao souhaite diversifier son portefeuille d'activités. Nestlé va en revanche conserver ses grandes marques internationales Perrier, San Pellegrino et Acqua Panna qu'il continuera de vendre indépendamment sur le marché chinois.

En juin, le groupe basé à Vevey, sur les bords du lac Léman, avait annoncé une grande réorganisation de ses activités dans l'eau en bouteille. Il avait lancé une revue stratégique en Amérique du Nord, envisageant de céder une partie de ses activités dans l'eau pour se concentrer sur ses grandes marques internationales et sur les segments les plus porteurs, telles que les eaux dites fonctionnelles.

Thématique : Nestlé – Tsingtao Brewery – l'eau en bouteille – coopération stratégique

Date : le 28 août 2020

Source : <https://www.jiemian.com/article/4898744.html>

CHINE : LE GEANT CHINOIS LAITIER MENGNIU RENONCE A SON PROJET D'ACQUISITION DE L'ENTREPRISE AUSTRALIENNE LION DAIRY & DRINKS (LDD)

L'opposition des autorités australiennes à ce projet constitue la raison principale de l'échec de Mengniu dans cette affaire.

Le 25 août dernier, le groupe chinois Mengniu Dairy et la société japonaise Kirin Holdings ont annoncé s'être mis d'accord sur l'arrêt du processus d'acquisition de LDD par Mengniu. En tant que filiale entièrement détenue par Kirin Holdings, LDD est actuellement le 2^e plus grand groupe laitier en Australie et dispose de 13 sites de production dans le pays. Chaque année, LDD achète environ 825 millions de litres de lait auprès de 280 producteurs australiens. En novembre, Mengniu Dairy a annoncé souhaiter racheter 100% des actions de LDD, pour un montant total de 600 millions d'AUD (environ 367 millions d'EUR). Cependant, suite à l'opposition de l'agence gouvernementale australienne FIRB (Foreign Investment Review Board), Mengniu se voit contraint de renoncer à ce projet d'acquisition. D'après Mengniu, cet arrêt d'acquisition n'aura pas d'impacts importants sur les affaires du groupe et sa situation financière.

Thématique : Mengniu – Lion Dairy & Drinks – acquisition – M&A – lait

Date : le 25 août 2020

Source : <https://www.jiemian.com/article/4877479.html>

CHINE : LE GROUPE FENIX VEND 45% DE SES ACTIONS DETENUES AU SEIN DU GROUPE CITY SUPER A L'ENTREPRISE CHINOISE CR CAPITAL MANAGEMENT

Cette transaction devrait pouvoir être conclue au plus tôt cette semaine.

Le groupe Fenix (en chinois 三黄集团) est un actionnaire important du groupe City Super, propriétaire de la chaîne de supermarchés haut de gamme City Super. Selon les informations de la presse chinoise, l'entreprise chinoise CR Capital Management (en chinois 华润资本管理有限公司) et Asia Food Brands Private Equity vont faire le rachat de 65% des actions du groupe City Super auprès de Fenix, pour un montant total d'environ 300 millions d'USD. La transaction devrait pouvoir être conclue au plus tôt cette semaine. Suite à la transaction, CR Capital Management détiendra 45% des actions du groupe City Super et Asia Food Brands Private Equity 20%.

Fondé en 1996, le groupe City Super est détenteur de l'enseigne des supermarchés haut de gamme City Super et également des magasins de produits d'art de vivre LOG-ON et des points de restauration CookedDeli. L'enseigne City Super a ouvert son premier magasin en Chine continentale en 2010 à Shanghai et compte actuellement 7 points de vente à Shanghai, 21 à Hong Kong et 7 à Taiwan. Parmi les 15 000 SKU commercialisés chez City Super, 80% sont des produits importés.

Thématique : Fenix – City Super – CR Capital Management – rachat – actions – Distribution – Produits importés

Date : le 05 août 2020

Source : <https://www.jiemian.com/article/4779547.html>

CHINE : YANTAI BEER RACHETE UNE PARTIE DES ACTIONS DE ASAHI EN CHINE, DONT LES ACTIVITES SUR CE MARCHÉ SE CONTRACTENT

Le groupe japonais est en difficulté sur le marché de la bière en Chine.

Le groupe japonais Asahi, entré sur le marché chinois depuis les années 1990, a créé plusieurs coentreprises en Chine pour y développer ses activités. Cependant, en raison de la forte concentration de l'industrie de la bière en Chine - les cinq grandes marques China Resources Snow, Tsingtao, Budweiser, Yanjing et Carlsberg détiennent une part de marché combinée de plus de 70% - et des difficultés rencontrées dans son développement commercial sur ce marché, ses résultats sur le segment des bières en Chine ont commencé à diminuer progressivement à partir de 2017.

Le 17 août 2020, QU Jiguang, président de Yantai Beer Group Co., Ltd. et de Yantai Beer Tsingtao Asahi Co., Ltd., a annoncé lors d'une conférence de presse que Yantai Beer Group avait racheté toutes les actions détenues par Asahi dans cette coentreprise (51% du capital). Cela signifie que pour Asahi, après avoir vendu ses actions de Tsingtao en 2017, le groupe Asahi se retire désormais d'une autre coentreprise chinoise et que ses activités en Chine continue de diminuer.

Asahi Holdings est entré sur le marché chinois en 1994 et a successivement créé des coentreprises à Yantai, Quanzhou et Hangzhou, avec notamment la création de Yantai Beer Asahi Co., Ltd. en 1998.

En 1999, le groupe avait créé une coentreprise à Shenzhen avec Tsingtao, produisant principalement la marque phare du groupe "Asahi SuperDry".

En 2008, Tsingtao a participé à la création de Yantai Beer Asahi Co., Ltd. et a signé un accord de coopération avec Asahi Beer Itochu (Group) Co., Ltd. et Yantai Beer Group à Yantai. Les trois parties ont ainsi créé Yantai Beer Tsingtao Asahi Co.,Ltd.

En 2009 Asahi avait annoncé prendre une participation de 19,99% de Tsingtao, devenant ainsi le deuxième actionnaire du groupe chinois. Cependant, à partir de 2016, Asahi Holdings subit des pertes, avant de vendre ses actions Tsingtao en 2017.

Ce retrait devrait permettre au groupe Asahi d'utiliser les fonds dégagés pour se développer sur le marché européen. En effet, au moment de la vente des actions de Tsingtao en 2017, Asahi avait commencé à se développer plus activement en Europe, avec notamment le rachat d'une partie des activités de Budweiser sur ce marché, ainsi que l'acquisition de l'ancienne brasserie britannique Fuller Smith & Turner, etc.

Thématiques : Asahi – Yantai Beer – Tsingtao – bière japonaise – marché de la bière chinoise

Date : le 24 août 2020

Sources : <https://www.jiemian.com/article/4873380.html>

STRATÉGIE D'ENTREPRISES DE GROUPES LOCAUX OU ÉTRANGERS

CHINE : ALIBABA A LANCE UN FESTIVAL COMMERCIAL DE « BONNE RECOLTE » POUR SOUTENIR LES VENTES DE PRODUITS AGRICOLES EN LIGNE

La digitalisation continuera de contribuer à la montée en gamme de l'industrie agricole chinoise.

La transformation numérique contribue à la montée en gamme de l'industrie agricole en Chine. Les géants de l'internet chinois tels que les groupes Alibaba, Tencent et JD ont tous déployé leurs activités sur « l'agriculture numérique ». Dans ce registre, le 24 août dernier, Alibaba a annoncé le lancement d'un festival commercial de « bonne récolte » pour une durée d'un mois.

ZHU Xia, le Directeur Général de Tmall Fresh Foods, a déclaré que cet événement devrait réunir 30 000 commerçants, visant à créer 100 marques agricoles représentant un volume d'affaires total de 1 milliard de dollars, au travers de 42 événements thématiques dont un million de sessions de livestreaming de promotions et ventes. Tout ceci devrait contribuer à améliorer la valeur marchande de ces marques de produits agricoles.

Au cours de l'année écoulée, le chiffre d'affaires réalisé par les ventes de produits agricoles sur la plateforme d'Alibaba a dépassé les 200 milliards de CNY, ce qui en fait l'une des principales plateformes de vente de produits agricoles en Chine. Depuis avril 2020, les ventes de produits agricoles sur Taobao ont continué d'exploser. Les ventes de produits agricoles de 199 marques régionales ont augmenté de plus de 200% d'une année sur l'autre.

Il convient de noter que plus de 750 comtés nationaux classés en « régions pauvres » participeront à ce festival commercial. À l'heure actuelle, il y a plus de 1,2 million de commerçants en provenance de ces régions sur les plateformes Taobao et Tmall, représentant plus de 3,36 millions d'emplois.

Thématique : Alibaba – festival commercial – agriculture numérique – produits agricoles

Date : le 27 août 2020

Source : http://www.ce.cn/cysc/tech/gd2012/202008/27/t20200827_35611667.shtml

CHINE : L'ENTREE SUR LE MARCHÉ CHINE DU SUD DU GROUPE DE DISTRIBUTION COSTCO

Costco dispose actuellement de plus de 785 magasins dans 13 pays et régions dans le monde.

Le 30 août dernier, le deuxième groupe de distribution mondial Costco a conclu des conventions de coopération avec le gouvernement de Shenzhen et le groupe chinois Galaxy Holding au sujet de l'établissement du siège Costco Chine du Sud à Shenzhen et de l'ouverture du premier magasin flagship de Costco Chine du Sud dans cette ville. Avec un investissement de 9 milliards de CNY (environ 1,1 milliard d'EUR), cette opération marquerait l'entrée de Costco sur le marché Chine du Sud. En août 2019, Costco a inauguré son premier magasin en Chine à Shanghai. Son deuxième magasin à Shanghai devrait être bientôt ouvert. Le groupe prévoit également d'ouvrir des magasins dans les villes chinoises de Suzhou et Hangzhou.

En tant que chaîne de magasin américaine basée sur un système d'abonnement, Costco est le principal concurrent de Sam's Club. En ce qui concerne Sam's Club, son premier magasin sur le marché chinois a été inauguré en 1996 à Shenzhen. Actuellement Sam's Club possède 28 clubs en Chine dans les villes chinoises de premier et deuxième rang, telles que Beijing, Shanghai, Shenzhen, Canton, Hangzhou, Suzhou et Wuhan, etc.

Thématique : Costco – Chine du Sud – magasin flagship

Date : le 1^{er} septembre 2020

Source : <https://www.jiemian.com/article/4915487.html>

ÉVOLUTIONS / TENDANCES DU MARCHÉ AGROALIMENTAIRE LOCAL

CHINE : LE PRIX DU BŒUF EN CHINE AUGMENTE DEPUIS DIX SEMAINES

La Chine a dépassé les États-Unis pour devenir le plus grand importateur de bœuf au monde.

L'été est la saison basse pour la consommation de bœuf, mais les prix du bœuf cette année sont inhabituels. Les données montrent que depuis la deuxième semaine de juin, les prix nationaux du bœuf ont cessé de baisser et ont rebondi, augmentant de 2% pendant 10 semaines consécutives.

Selon ZHAO Ping, vice-président et chercheur à l'Institut de recherche du Conseil chinois pour la promotion du commerce international, l'augmentation des prix du porc a un effet de substitution, et c'est l'une des raisons de l'augmentation des prix du bœuf. Certains experts de l'industrie estiment que la hausse continue des prix du bœuf est principalement due à des facteurs tels que l'offre limitée, une demande accrue et des coûts élevés de production.

Du côté de la demande, grâce à la prévention et au contrôle efficaces de l'épidémie de Covid-19, le secteur de la restauration à travers le pays a progressivement repris ses activités normales, et la demande de consommation de bœuf a augmenté. Du côté de l'offre, l'offre restreinte de bovins de boucherie n'a pas fondamentalement changé. Affectée par l'épidémie, la production nationale de viande bovine a baissé de 3,4% au premier semestre de cette année. Avec la demande croissante de produits à base de viande bovine sur le marché intérieur, les entreprises nationales ont rapidement déclenché une "fièvre de l'élevage". Depuis le 1^{er} janvier 2020, 78 000 nouvelles entreprises d'élevage bovin ont été créées, soit une augmentation de 95% d'une année sur l'autre.

Les statistiques montrent que l'élevage de bovins de boucherie en Chine est dominé par l'élevage en plein air à petite échelle et que la concentration de l'industrie est très faible. En raison de l'incapacité de réaliser des économies d'échelle, l'efficacité globale de l'élevage de bovins de boucherie est faible, l'augmentation des stocks de bovins et d'ovins est lente, l'offre intérieure est chroniquement insuffisante et la dépendance à l'égard de la viande de bœuf et de mouton importée s'est accrue. À l'heure actuelle, la Chine a dépassé les États-Unis pour devenir le plus grand importateur de bœuf au monde. Pour l'ensemble de l'année 2019, le volume des importations de bœuf de la Chine était de 1,59 million de tonnes, soit une augmentation de 59,61% d'une année sur l'autre. Au premier semestre de cette année, la Chine a importé 997 000 tonnes de viande bovine, soit une augmentation de 42,9% d'une année sur l'autre. À l'heure actuelle, les trois principaux pays exportateurs de bœuf à destination de la Chine sont l'Argentine, l'Uruguay et le Brésil. Ce dernier a d'ailleurs dépassé l'Australie.

Thématique : prix du bœuf – élevage de bovins de boucherie – importations de bœuf

Date : le 27 août 2020

Source : http://www.ce.cn/cyssc/sp/info/202008/27/t20200827_35618853.shtml

HONG KONG : L'ASSOULPISSEMENT DES MESURES DE DISTANCIATION SOCIALE VA VENIR EN AIDE AU SECTEUR DE LA RESTAURATION

À partir de vendredi, les mesures de distanciation sociale seront assouplies et les regroupements de personnes autorisés passeront de 2 à 4 personnes maximum.

La règle du port de masques dans les lieux publics restera inchangée. Le nombre maximum de personnes par table dans les restaurants passera également de 2 à 4 personnes. Les autres restrictions resteront les mêmes : les restaurants pourront accueillir des clients jusqu'à 22h00, et le taux d'occupation ne pourra dépasser 50%.

Huang Jiahe, président de la *Hong Kong Federation of Catering Industry Association*, estime que cet assouplissement devrait attirer des clients et qu'il y aura davantage de réunions de famille et d'amis. L'industrie de la restauration devrait voir son activité augmenter de 15%. Ce sont principalement les restaurants de petite et moyenne taille qui en profiteront, mais l'assouplissement des restrictions n'aidera pas les restaurants haut de gamme et les restaurants de banquet de manière significative. Il a précisé que si la situation sanitaire restait stable et sous contrôle, il espérait un nouvel assouplissement pour autoriser les restaurants à recevoir 6 ou 8 personnes par table la semaine prochaine et à prolonger leur activité de nuit, éventuellement jusqu'au matin.

Leung Chi-Wai, président de l'*Association of Restaurant Managers* et président du groupe Shengyue, a déclaré récemment que les clients avaient de faibles intentions de consommation. Ses restaurants reçoivent très peu de réservations pour le festival de la mi-automne. Huang Yongzhi, président du groupe de restauration Dragon King, estime que le nouvel arrangement ne peut profiter qu'aux cafés de style Hong Kong (Cha chaan teng) et aux restaurants occidentaux. S'il estime que l'activité peut augmenter de 20% par rapport à la situation actuelle, il n'en reste pas moins que les pertes sur l'année sont considérables.

Thématiques : coronavirus – Hong Kong – économie – restauration

Date : le 9 septembre 2020

Source :

<https://news.mingpao.com/pns/%E8%A6%81%E8%81%9E/article/20200909/s00001/1599588393488/%E9%99%90%E8%81%9A%E5%A0%82%E9%A3%9F%E5%A2%9E%E8%87%B34%E4%BA%BA-%E6%A9%9F%E8%88%96%E9%9B%80%E9%A4%A8%E9%87%8D%E9%96%8B-%E5%91%A8%E4%BA%94%E8%B5%B7%E7%94%9F%E6%95%88-%E6%93%AC%E4%B8%8B%E9%9A%8E%E6%AE%B5%E8%A7%A3%E5%B0%81%E6%B3%B3%E6%B1%A0k%E6%88%BF>

CHINE : L'INDUSTRIE OVINE EN CHINE SE TRANSFORME EN « AGRICULTURE NUMERIQUE »

Le forum sur l'innovation de l'industrie de l'alimentation animale s'est tenu en vue de créer des solutions connectées pour l'industrie ovine et promouvoir la transformation de l'élevage traditionnel à l'élevage dit « numérique ».

Selon les données publiées par la presse chinoise, le stock mondial d'ovins continue d'augmenter : en 2019, le nombre des ovins à viande en Chine a atteint 30 721 400 têtes, soit une augmentation de 3,5863 millions par rapport à 2018, et la production de viande ovine a atteint 4,88 millions de tonnes. En raison de la dispersion des sources de données pour l'industrie ovine, le phénomène persistant des « îlots d'information » continue de limiter le processus de développement de l'industrie ovine en Chine.

Pour résoudre ce problème, une plateforme numérique a été créée entre la société Beijing Rural Credit Interconnection Technology Group Co., Ltd. et Tianjin Aoqun Animal Husbandry Co., Ltd., et un accord stratégique a été signé. Les deux parties utiliseront les avantages de leurs plateformes respectives pour combiner efficacement la riche expérience de gestion des élevages d'ovins et la plateforme de système d'alimentation intelligente pour développer et améliorer conjointement la technologie et les équipements intelligents de l'industrie ovine, afin de créer un système de gestion de la sélection de reproduction, de contrôle de la nutrition et de promotion des données. Tout ceci devrait permettre de favoriser la transformation et la mise à niveau de l'industrie ovine de l'élevage traditionnel à un élevage « numérique » et « intelligent ».

La construction de la plateforme numérique prendra « l'élevage à distance et la gestion intelligente » comme axe de développement principal, centré sur « la gestion de la production, les services industriels, le commerce ovine, la

logistique ovine, le financement de la chaîne d'approvisionnement, les fermes ovines intelligentes, le big data industriel ». Un tri et synthèse des données de traçabilité des ovins à viande dans chaque maillon de la chaîne industrielle seront effectués, et seront affichées de la production jusqu'au produit fini.

Thématique : industrie des ovins – élevage numérique – plate-forme numérique/intelligente

Date : le 2 septembre 2020

Source : <http://www.farmer.com.cn/2020/09/02/99858899.html>

CHINE : LE PREMIER PARC INDUSTRIEL NATIONAL DE L'INDUSTRIE DES SEMENCES DE BETAIL ET DE VOLAILLE DE PEKIN A ETE LANCE A PINGGU

D'ici 2022, un parc industriel agricole national moderne avec des poules pondeuses, des vaches laitières, des élevages de poulets et de porcs à Beijing sera pratiquement achevé.

Ces derniers jours le ministère de l'Agriculture et des Affaires rurales et le ministère des Finances ont publié conjointement un « avis sur l'annonce de la liste des parcs industriels agricoles nationaux modernes en 2020 ». Le district de Pinggu à Pékin a obtenu la qualification pour créer un parc industriel national d'agriculture moderne (filiale génétique de bétail et de volaille).

Le parc industriel national de l'agriculture moderne (industrie des semences de bétail et de volaille) et Beijing Pinggu sont faits l'un pour l'autre selon la presse chinoise. Le district de Pinggu a une base agricole solide et de riches ressources scientifiques et technologiques, attirant de nombreuses universités et instituts de recherche scientifique pour s'y installer. Le district de Pinggu possède un grand nombre de ressources génétiques pour le bétail et la volaille, et le développement de l'industrie génétique est fort, ce qui a construit les bases nécessaires pour développer l'industrie des semences pour bétail et volaille.

Les principales entreprises d'élevage industriel du parc disposent d'équipements d'élevage et d'équipements mécaniques de pointe. De la production d'aliments, de l'élevage de bétail et de volaille à la transformation des produits, tout le processus sera réalisé par l'automatisation et la numérisation, pour former un modèle de coopération « Triangle d'or » alliant « gouvernement, instituts de recherche scientifique et entreprises ». À l'heure actuelle, le district de Pinggu a lancé la création du parc. D'ici 2022, il mettra en œuvre le projet génétique de poules pondeuses, de bovins laitiers, de poulets, de porcs et le projet d'élevage de bétail et de volaille. La valeur totale de la production du parc industriel pourrait atteindre 3 milliards de CNY.

Thématique : industrie génétique – semence – bétail et volaille – parc industriel agricole

Date : le 24 août 2020

Source : <http://zhongye.aweb.com.cn/20200824/870616.html>

CHINE : ANALYSE STATISTIQUE DES IMPORTATIONS D'ALCOOL EN CHINE DE JANVIER A JUIN 2020

Le marché des boissons alcoolisées importées reste en difficulté.

Au premier semestre 2020, le marché des boissons alcoolisées importées a continué de se rétracter. En valeur, les importations s'élèvent à près de 1,7 Mds USD, en baisse de 29%. En volume, les importations atteignent 6 M HL, en baisse de 27%.

Cette baisse touche toutes les catégories de produits : spiritueux (-31% en valeur, -8% en volume), vins (-32% en valeur et en volume) et bières (-17% en valeur, -23% en volume).

Dans le détail, les importations de vins s'élèvent à 830 M USD et 2,1 M HL. L'Australie reste le premier fournisseur avec 38% de part de marché, devant la France (26%) et le Chili (13%). Les baisses les plus fortes affectent respectivement les vins en provenance des Etats-Unis (-46% en valeur), du Chili (-44% en valeur) et de France (-38% en valeur). Pour les vins français, le prix moyen s'élève à 4,58 USD/L, en baisse de 8,8%, mais au-dessus de la moyenne à 3,87 USD/L.

Du côté des spiritueux, les importations atteignent 470 M USD et 440 000 HL. La France et le Royaume-Uni, les deux principales sources d'importations de spiritueux, représentent à eux deux 72% des parts de marché, dont 57% pour la France et 15% pour le Royaume-Uni. Cependant, avec une baisse des volumes importés de près de 42% au premier

semestre, la part de marché des spiritueux français sur ce marché est en légère baisse. Le prix moyen des spiritueux français importés est également en baisse de 17%, à 20,5 USD/L.

Enfin, la France se distingue sur un segment qui historiquement n'était pas le sien en Chine, le marché des bières importés. En effet, en 2020, alors que le marché est en baisse, les importations de bières françaises en Chine sont en hausse de 61% en volume et 84% en valeur. De fait, la France dépasse désormais les 10% de PDM en Chine sur ce segment.

Thématiques : premier semestre 2020 – vins importés – spiritueux importés – bières importées

Date : le 4 août 2020

Sources : <http://news.foodmate.net/2020/08/568206.html>

TAÏWAN : OBLIGATION D'ETIQUETAGE DE L'ORIGINE DES PRODUITS PORCINS APRES L'OUVERTURE DU MARCHE TAÏWANAIS AU PORC AMERICAIN

Afin de réduire les appréhensions du public face à l'ouverture du marché aux importations de la viande de porc américaine avec un seuil de résidus de ractopamine relativement élevé, les opérateurs de l'industrie alimentaire sont tenus de prendre des mesures supplémentaires.

A partir de janvier 2021, Taiwan va lever les restrictions aux importations de produits porcins originaires des Etats-Unis, a annoncé le gouvernement le 28 août. Faisant face aux critiques du grand public et des éleveurs de porc taïwanais vis-à-vis de cette mesure, et de leurs inquiétudes sur la sécurité alimentaire du porc américain, la Taiwan Food and Drug Administration (TFDA) demandera aux opérateurs de produits alimentaires ainsi qu'aux restaurateurs d'indiquer clairement l'origine de la viande porcine utilisée dans les produits.

Selon l'annonce de la TFDA, les aliments emballés contenant de la viande de porc devront comporter une indication spécifique sur « l'origine » des matières premières en chinois. Par ailleurs, le « lieu (pays) d'abattage » devra être utilisé comme la référence pour déterminer le lieu d'origine.

Les entreprises de l'industrie alimentaire ont exprimé leur volonté de se conformer à la politique sur l'étiquetage. Ils estiment que l'adaptation n'augmentera pas beaucoup en coût et ne prendra pas trop de temps. CP Foods, un grand groupe alimentaire de viande, a souligné que le secteur des produits à base de viande de porc ne représentait qu'environ 20% du chiffre d'affaires du groupe. Bien qu'il n'existe actuellement pas d'étiquette spéciale sur l'origine des ingrédients, ils sont prêts à suivre la nouvelle réglementation. Uni-President, un des géants de l'industrie alimentaire, a également déclaré être disposé à se soumettre à la nouvelle règle sur l'étiquetage une fois qu'elle entre en vigueur, et il déclare que cela n'aura pas d'impact sur le prix des produits.

Quant à l'industrie de restauration, la plupart des grandes entreprises de restauration utilisent actuellement du porc local. D'après Wowprime, un des leaders de restauration, ils servent plus de 3000 plats à base de porc et plus de 900 plats utilisant des ingrédients liés au porc dans leurs 21 enseignes de restaurants propres. Une fois que le marché sera ouvert aux porcs américains, les restaurateurs marqueront la provenance des viandes et ingrédients à base de viandes de porc sur le menu. Par ailleurs, d'autres grands groupes de la restauration comme Hi-Lai Foods et le Groupe Kanpai ou les hôteliers tels l'hôtel du Regent déclarent être déjà bien rodés par rapport à cette pratique, puisque lors de l'ouverture du bœuf américain, ceux-ci avaient rapidement répondu aux nouvelles mesures d'étiquetage pour déclarer le pays d'origine de provenance de leurs mets à base de bœuf. Ainsi, la nouvelle mesure d'étiquetage concernant le porc ne sera pas un problème majeur pour eux.

Thématiques : produits porcines – l'industrie alimentaire – réglementation – étiquetage – Taïwan

Date : le 1^{er} septembre 2020

Source : <https://money.udn.com/money/story/5612/4826538>

GLOSSAIRE DES ACRONYMES ET SOURCES D'INFORMATION

ACRONYMES

CNY	RMB, devise chinoise
EUR	Euros
HL	Hectolitre
HKD	HongKong Dollar

SNSRC	the National Food Safety Standard Review Committee
TFDA	Taiwan Food and Drug Administration
USD	US Dollar, devise américaine

SOURCES D'INFORMATION

WWW.NHC.GOV.CN

Site officiel de National Health Commission of the PRC

WWW.WINESINFO.COM

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

WWW.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.FARMER.COM.CN

Site internet de « Farmers' Daily », quotidien sous tutelle du Ministère de l'Agriculture, spécialisé en diffusion des nouvelles dans les secteurs de l'agriculture.

WWW.MONEY.UDN.COM

Fondé en 1967, Economic Daily News est le premier journal économique destinés aux professionnels à Taiwan. Il est à présent affilié au groupe médiatique United Daily News, et fournit aux lecteurs les dernières informations sur le marché, les industries et les finances.

NEWS.FOODMATE.NET

Site internet spécialisé en fourniture de diverses informations dans le secteur des produits alimentaires.

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.

VEILLE MÉDIATIQUE AGROALIMENTAIRE SUR LA CHINE, HONG KONG ET TAIWAN

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

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

REDACTEURS

Ying LI – Chargée d'affaires export Agrotech bureau de Pékin
Yuchen ZHOU - Chargée de développement Agrotech bureau de Pékin
Bixi LI – Chargée de développement Agrotech bureau de Pékin
Yvane ABIVEN – Chargée de développement Agrotech bureau de Canton
Yanxia DENG – Chargée de développement Agrotech bureau de Canton
Antoine OUSTRIN – Chargé de développement Agrotech bureau de Shanghai
Jiming Lu – Chargée de développement Agrotech bureau de Hongkong
Min CHAO – Chargée de développement Agrotech bureau de Taiwan
Anne GUINAUDEAU – Chargée d'affaires export bureau de Taiwan
David ROLLAND – Chef de pôle Agrotech Chine
Céline LAURANS – Responsable d'études réglementaires Asie (hors ASEAN) – Océanie – TOM

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

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

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