



VEILLE SANITAIRE SUR LA CHINE

SOMMAIRE

Cliquez sur le titre qui vous intéresse pour lire la brève :

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

[Ele.me a lancé la première application mobile sur la sécurité sanitaire des aliments](#) – Ce service devrait faciliter les contrôles de la CFDA pour les commandes de repas en ligne

[Préparation de la norme nationale relative à l'inuline et aux FOS](#) – La demande du marché asiatique pour ces deux produits augmente fortement

[Le supermarché Yonghui condamné à payer une compensation de 10 fois le prix d'achat pour 295s pot de miel vendus](#) – En raison des mentions exagérées, trompeuses ou susceptibles d'induire le consommateur en erreur, sur l'étiquette des produits concernés

[Détection d'huile minérale dans des chocolats DOVE](#) – Des experts expliquent que la migration de l'encre de l'emballage jusqu'au produit est inévitable

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

[Acquisition de la marque de bière artisanale Boxing Cat Brewery par ZX Ventures](#) – Boxing Cat Brewery est la première brasserie artisanale chinoise à avoir remporté un prix durant la World Beer Cup

[Vente de produits Starbucks par des entreprises tierces sur des plateformes de commandes en ligne](#) – Starbucks n'a jamais signé d'accord de collaboration avec ces plateformes

[Les entreprises spécialisées dans les produits surgelés diversifient leurs activités dans le secteur de la restauration](#) – Le marché chinois de la restauration est estimé à plus de 3000 milliards de CNY

[La Chine a levé partiellement l'embargo datant de 2001 sur la viande bovine française](#) – à terme, le bœuf français pourra de nouveau être exporté vers la Chine

[Mise en place du nouveau réseau de vente au détail hors-ligne](#) – Walmart a fermé certains de ses vieux magasins physiques en Chine afin d'opérer une montée en gamme de ses autres points de vente

[Le site de E-commerce JD.com annonce ses premiers profits après plus de dix ans de pertes](#) – JD Mall, JD Finance et JD Logistics sont les trois piliers de JD

[La douane française renforce le contrôle pour l'exportation de vins VDCE](#) – Le prix des vins importés en Chine pourrait augmenter

[PIZZA HUT collabore avec LENOVO pour la création de restaurants « à haute technologie »](#) – Le groupe souhaite garder une image jeune de la marque suite à son entrée sur le marché chinois il y a plusieurs années

ACTIONS DE COOPÉRATION FRANCO-CHINOISES DANS LE SECTEUR AGRICOLE ET AGROALIMENTAIRE – EVENEMENTS D'INTERET

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

Ele.me a lancé la première application mobile sur la sécurité sanitaire des aliments – *Ce service devrait faciliter les contrôles de la CFDA pour les commandes de repas en ligne*

Le 1^{er} mars, Ele.me – plateforme de commande en ligne et de livraison de repas – a lancé la première application mobile pour la sécurité sanitaire des aliments. Ce logiciel, destiné à faciliter le travail de contrôle sanitaire de la CFDA, couvre actuellement l'ensemble des restaurants inscrits sur Ele.me à Shanghai et permettra aux utilisateurs de partager des informations concernant les restaurants qui ne respectent pas les réglementations alimentaires. Sur cette application la CFDA peut directement consulter les plaintes déposées par les consommateurs auprès d'Ele.me, ainsi que les problèmes relatifs à la sécurité sanitaire des aliments détectés directement par Ele.me l'opérateur de la plateforme. De plus, afin de renforcer les contrôles sanitaires dans les grandes villes, la CFDA a partagé les données relatives à l'ensemble des restaurants de Pékin, Shanghai et Canton inscrits sur sa plateforme.

Thématique : Application mobile – Ele.me – sécurité sanitaire – CFDA

Date : le 02 mars 2017

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201703/02/t20170302_20669521.shtml

Préparation de la norme nationale relative à l'inuline et aux FOS – *La demande du marché asiatique pour ces deux produits augmente fortement*

Le 3 mars dernier, une réunion de travail a eu lieu à Pékin pour la préparation des normes nationales chinoises relatives à l'inuline et aux FOS (Fructo-oligosaccharides). La discussion a porté sur les caractéristiques, l'utilisation et la tendance de développement de ces deux produits en tant que fibres alimentaires et prébiotiques.

Depuis quelques années, l'inuline et les FOS sont largement utilisés dans des aliments et boissons, compléments alimentaires, aliments santé (*health foods*), aliments spéciaux pour l'utilisation médicale, etc. D'après une enquête menée par Innova Market Insights, en 2015, parmi les nouveaux produits contenant des fibres alimentaires dans le monde, 24% des produits contiennent de l'inuline, suivis par les FOS avec 19%. De plus, la demande du marché pour l'inuline a dépassé les 200 000 tonnes. En 2023, le chiffre d'affaires pour l'inuline pourrait dépasser 3,22 milliards d'USD. C'est le marché d'Asie-Pacifique qui aura la plus grande croissance : la demande pourrait y dépasser les 495 000 tonnes, ceci étant dû principalement à la forte demande de la Chine, du Japon et de l'Inde.

En 2003, le gouvernement chinois avait publié une norme professionnelle pour les FOS, qui est passée au rang de norme nationale 6 ans plus tard (la réunion du 3 mars a pour vocation d'actualiser cette norme). A l'heure actuelle, la Chine ne dispose pas encore de norme nationale pour l'inuline. Le ministère de la santé chinois avait autorisé en 2009 l'utilisation de l'inuline comme nouvel aliment (« *new resource food* ») en publiant les critères techniques correspondants.

Thématique : Inuline – FOS – Norme nationale chinoise

Date : le 3 mars 2017

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201703/03/t20170303_20717267.shtml

Le supermarché Yonghui condamné à payer une compensation de 10 fois le prix d'achat pour 295 pots de miel vendus – *En raison des mentions exagérées, trompeuses ou susceptibles d'induire le consommateur en erreur, sur l'étiquette des produits concernés*

En novembre 2015, un "consommateur" a acheté, à quatre reprises, au total 295 pots de miel dans différents supermarchés de Yonghui à Pékin, équivalent à un montant total de 12 156 CNY. Sur l'étiquette de ces produits, figurait la mention de "la consommation régulière du produit pourrait apporter des effets bénéfiques à la santé". Par la suite, le consommateur concerné, Monsieur LIU, a intenté un procès auprès de la cour de justice en raison de l'existence de mentions exagérées, trompeuses ou susceptibles d'induire le consommateur en erreur sur l'étiquette des miels, demandant le remboursement des frais d'achat des marchandises concernées ainsi qu'une compensation à hauteur de 10 fois le prix d'achat.

D'après le supermarché Yonghui, Monsieur LIU a acheté une grande quantité de produits qu'il considère comme des produits présentant un défaut au niveau de l'emballage. Compte tenu du fait que ces produits ne sont pas destinés à sa propre utilisation, Monsieur LIU ne doit pas être considéré comme consommateur à proprement dit. De plus, la personne n'a pas subi de dommage réel.

D'après le raisonnement de la cour de justice, le miel concerné est considéré comme un aliment ordinaire et non un aliment santé (*health food*). Par ailleurs, la mention telle que "la consommation régulière du produit pourrait apporter des effets bénéfiques à la santé" a bien une signification explicite sur les fonctions santé du produit, ce qui a violé la demande de la norme nationale chinoise relative à l'étiquetage des aliments préemballés (GB 7718-2011). De plus, la Loi sur la sécurité sanitaire chinoise demande que, les distributeurs établissent un système complet et efficace au niveau de la sécurité sanitaire, renforcent la formation des employés, disposent de personnels responsables pour la

sécurité sanitaire ...". Dans le cas présent, Yonghui, qui est bien conscient que les marchandises achetées ne correspondent pas à la norme nationale chinoise, distribue les produits concernés et donc est susceptible d'induire le consommateur en erreur. Il s'agit bien de fraude. Le supermarché concerné doit faire face à ces responsabilités juridiques.

Ainsi, la cour a jugé que le supermarché Yonghui doit rembourser à Monsieur LIU le montant des achats concernés et, en plus, de payer une compensation égale à 10 fois le prix d'achat. Monsieur LIU doit retourner les marchandises achetées à Yonghui.

Thématique : Yonghui - Procès

Date : le 5 mars 2017

Source : http://dzb.fawan.com/html/2017-03/05/content_627520.htm

(site internet du journal « Legal Evening News »)

Détection d'huile minérale dans des chocolats DOVE – Des experts expliquent que la migration de l'encre de l'emballage jusqu'au produit est inévitable

Récemment, plusieurs médias chinois ont rapporté qu'OKOer, organisme d'analyse indépendant allemand, a détecté de l'huile minérale avec une teneur élevée dans une référence de chocolat au lait de la marque DOVE, (teneur en MOSH/POSH dans C17 – C35 > 4 mg / kg). Ce taux pourrait causer des dommages au foie, à la rate et aux ganglions lymphatiques pour l'être humain. Suite à cela, DOVE a diffusé une annonce officielle sur son compte Weibo* confirmant que ses produits fabriqués en Chine sont conformes aux standards mondiaux du groupe MARS, et sont également conformes à la réglementation chinoise.

Le journaliste de « Beijing News » a interviewé deux experts chinois du "College of Food Science and Engineering of China Agriculture University" afin de clarifier ce sujet. D'après les explications des experts, le problème serait dû à la migration de l'encre de l'emballage jusqu'à l'aliment, un fait quasiment inévitable. Actuellement, il n'y a pas de critère uniforme dans le monde relatif aux résidus d'huile minérale dans des produits alimentaires. En 2014, BfR, institut allemand spécialisé en évaluation des risques sanitaires, avait donné une recommandation de 4 mg/kg, résidu maximum autorisé relative à la migration de MOSH (C17 – C20) depuis l'emballage jusqu'au produit alimentaire. Hors, il s'agit d'une valeur recommandée et non d'une norme. En Chine, il n'y pas de demande précise dans la réglementation chinoise relatif à ce taux. Actuellement, le risque éventuel d'absorption d'huile minérale pour l'être humain n'est pas prouvé. Le chocolat n'étant pas un produit d'alimentation quotidien, l'impact de l'huile minérale dans ces produits reste limité. Il est cependant recommandé de limiter la consommation des enfants.

Thématique : Chocolat – Teneur de l'huile minérale

Date : le 7 mars 2017

Source : <http://www.bjnews.com.cn/finance/2017/03/07/435620.html>

(site internet du journal « Beijing News »)

* note de Business France : WEIBO est un réseau social chinois similaire à Twitter

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

Acquisition de la marque de bière artisanale Boxing Cat Brewery par ZX Ventures – Boxing Cat Brewery est la première brasserie artisanale chinoise à avoir remporté un prix durant la World Beer Cup

Le 2 mars, Anheuser-Busch Inbev – plus grand groupe brassicole au monde – a annoncé que sa filiale ZX Ventures a fait l'acquisition de la marque de bière artisanale Boxing Cat Brewery. C'est la première fois qu'Anheuser-Busch Inbev acquiert une marque de bière artisanale en Chine. Fondée en 2008, Boxing Cat Brewery opère actuellement à Shanghai trois bars/brasseries « Boxing Cat Brewery » ainsi que deux restaurants « Liquid Laundry ». En mai dernier, sa bière Ringside Red a remporté la deuxième place dans la catégorie *American-style amber lager* durant la *World Beer Cup*, faisant de Boxing Cat Brewery la première brasserie artisanale chinoise à remporter une telle distinction. ZX Ventures est la filiale de capital risque d'Anheuser-Busch Inbev et a pour objectifs de promouvoir le développement du commerce électronique, des bières artisanales et des boissons. L'an dernier, elle a fait entrer la marque américaine de bière artisanale Goose Island sur les marchés chinois et sud-coréen. Anheuser-Busch Inbev détient également d'autres marques américaines de bières artisanales comme Blue Point, Elysian, Golden Road et 10 Barrel. Ses opérations d'acquisition devraient à l'avenir toucher les petites entreprises canadiennes, anglaises, mexicaines, brésiliennes et colombiennes.

Pour information, les principaux acteurs du marché de la bière en Chine sont China Resources Breweries, Tsingtao Brewery, Anheuser-Busch Inbev, Carlsberg et Yanjing Beer.

Thématique : Acquisition - Bières artisanales

Date : le 2 mars 2017

Source : <http://www.jiemian.com/article/1145476.html>

Vente de produits Starbucks par des entreprises tierces sur des plateformes de commandes en ligne – Starbucks n'a jamais signé d'accord de collaboration avec ces plateformes

Selon la presse chinoise, les magasins au nom de Starbucks sur les plateformes de commande en ligne et de livraison de repas/boissons telles que Meituan.com et Ele.me, ne sont pas les magasins officiels de Starbucks Coffee mais correspondent plutôt à des entreprises de « daigou », désignant des sociétés logistiques inscrites sur ces plateformes et proposant aux consommateurs finaux des produits provenant des magasins physiques de Starbucks Coffee. Cette activité permet à ces entreprises de réaliser des bénéfices sur les produits de Starbucks Coffee et aux consommateurs d'éviter de se déplacer. Selon Meituan.com et Ele.me, les produits de Starbucks vendus par ces entreprises de « daigou » correspondent bien aux « réglementations de Starbucks ». Mais d'après Starbucks, aucun accord n'a été signé avec ces plateformes de vente en ligne. La CFDA rappelle aux consommateurs les risques liés au « daigou » car les entreprises concernées n'ont pas d'autorisation de livraison des produits de Starbucks et qu'il est ainsi difficile d'assurer la traçabilité des produits ou d'identifier les responsables lors de problèmes éventuels.

Thématique : Starbucks – Plateformes de commande en ligne et de livraison de repas

Date : le 03 mars 2017

Source : http://www.legaldaily.com.cn/Food_Safety/content/2017-03/03/content_7037702.htm?node=70438

(site internet du journal « Legal Daily »)

Les entreprises spécialisées dans les produits surgelés diversifient leurs activités dans le secteur de la restauration – Le marché chinois de la restauration est estimé à plus de 3000 milliards de CNY

Selon la presse chinoise, parmi les trois géants chinois spécialisés dans les produits surgelés (Sanquan, Synear et Wanchaiferry), deux ont déjà diversifié leurs activités dans le secteur de la restauration. En juillet 2012, Synear avait ouvert sa filiale B2B Qianwei Yangchu afin de fournir des solutions professionnelles de chaîne d'approvisionnement auprès des restaurants, hôtels et cantines. Quatre ans après l'établissement de cette filiale, le chiffre d'affaires de Qianwei Yangchu a atteint 500 millions de CNY en 2016. L'autre géant des produits surgelés Sanquan a ouvert des restaurants afin de développer ses activités dans le secteur de la restauration en O2O. Selon les données officielles, de janvier à décembre 2016, la croissance des activités de Sanquan dans le secteur de la restauration s'élève à plus de 40%. Outre ces géants, d'autres entreprises de produits alimentaires commencent également à diversifier leurs activités dans le secteur de la restauration, telles que Chaoting Food et Hekouwei. Le marché chinois de la restauration dispose d'un très grand potentiel de développement, expliquant pourquoi de nombreuses entreprises se positionnent sur ce secteur. En 2015, les revenus du secteur de la restauration en Chine s'élevaient à 3231 milliards de CNY d'après la China Hotel Association, en croissance de 11,7% par rapport à 2014.

Thématique : Produits surgelés – Restauration

Date : le 03 mars 2017

Source : <http://www.cnffc.cn/news/201703/03/5036.html>

La Chine a levé partiellement l'embargo datant de 2001 sur la viande bovine française – à terme, le bœuf français pourra de nouveau être exporté vers la Chine

Le 3 mars, le ministère de l'agriculture français a salué la décision prise par la Chine de lever partiellement l'embargo qui frappait la viande bovine française depuis 2001, après la crise liée à la maladie de la vache folle. Cette levée de l'embargo est une très bonne nouvelle pour la filière viande bovine française et favorisera efficacement son développement.

Entre 1990 et 1996, les importations chinoises de bœuf et des produits à base de bœuf oscillaient entre 2 000 et 3 000 tonnes par an. A partir de 1996, elles sont passées à 10 000 tonnes par an. Jusqu'en 2013, les importations nettes chinoises de viande bovine et de produits à base de viande bovine ont atteint 288 000 tonnes. Actuellement, la Chine est le deuxième importateur mondial de viande bovine avec près de 1,1 million de tonnes importées chaque année. Les principaux pays exportateurs de bœuf vers la Chine sont le Canada, l'Australie, la Nouvelle-Zélande, l'Uruguay, l'Argentine, le Costa Rica, l'Inde, le Japon et la Corée du Sud.

A noter qu'à la mi-janvier, les Etats-Unis avaient également levé l'embargo concernant l'importation de la viande bovine française imposé en 1998 suite à la crise de la vache folle.

Thématique : Levée d'embargo – Viande bovine française

Date : le 04 mars 2017

Source : <http://mini.eastday.com/a/170304080416882.html>

* note de Business France : les chiffres sur les importations de viande bovine en Chine n'ont pas pu être vérifiés

Mise en place du nouveau réseau de vente au détail hors-ligne – Walmart a fermé certains de ses vieux magasins physiques en Chine afin d'opérer une montée en gamme de ses autres points de vente

Selon la presse chinoise, Walmart a fermé son magasin Tianli à Canton le 2 mars ainsi que plusieurs magasins à Pékin et Changsha. A l'échelle nationale, ce sont 46 centres commerciaux et hypermarchés qui ont fermé en 2016, et au total 185 magasins physiques en Chine.

Cependant, parallèlement à ces fermetures, Walmart a annoncé son projet d'ouverture de 30 à 40 nouveaux magasins (y compris 3 à 5 Sam's Club) et de montée en gamme de 50 magasins physiques en Chine en 2017. Les supermarchés Parkshop et Maxvalu ont également pour projet d'ouvrir de nouveaux magasins.

Selon les professionnels du secteur, ce phénomène de fermetures, ouvertures et montée en gamme de magasins témoigne de la transformation du modèle de distribution.

Bien que la vente en ligne présente des avantages en termes de prix et de nombre de références proposées, la vente au détail hors-ligne permet aux consommateurs d'analyser les produits sous tous les angles, de les toucher et de les essayer. Actuellement, la tendance est donc de combiner le commerce en ligne et hors-ligne, comme le montre la coopération stratégique entre Alibaba et Bailian Group, afin d'offrir aux consommateurs une meilleure expérience d'achat.

Thématique : Walmart – Vente au détail

Date : le 04 mars 2017

Source : <http://finance.china.com.cn/roll/20170304/4122715.shtml>

Le site de E-commerce JD.com annonce ses premiers profits après plus de dix ans de pertes – JD Mall, JD Finance et JD Logistics sont les trois piliers de JD.

JD a publié le 2 mars ses résultats de l'année 2016, annonçant un bénéfice net de 1 milliard de CNY. C'est la première fois que JD réalise des profits après plus de dix ans de pertes. En 2016, son GMV a atteint 658,2 milliards de CNY, en croissance de 47% par rapport à 2015, et son revenu net 260 milliards de CNY, en croissance de 44% par rapport à 2015.

JD Mall continue de constituer le cœur d'activité de JD, avec un taux de marge d'exploitation de 0,9%. En 2016, JD Mall avait organisé les « journée des supers marques » (bimensuelles) en collaboration avec P&G, Huawei, MI, Gree, Midea et Haier. JD Mall avait également établi des coopérations stratégiques avec Yonghui Superstores et Walmart. La plateforme de vente en ligne de Walmart « YHD.com » sera intégrée au sein de JD.com. Les magasins physiques de Yonghui et de Walmart en Chine sont également devenus des partenaires importants d'IMDADA.cn, une entreprise de logistiques et plateforme O2O dans laquelle JD.com a investi.

Selon le CEO de JD, M. LIU Qiangdong, le projet de restructuration de JD Finance, filiale financière de JD, devrait se terminer mi 2017. M. LIU espère pouvoir faire de JD Finance, actuellement déficitaire, l'une des 3 plus grandes entreprises de technologie financière au monde d'ici à 2020.

Enfin, JD Logistics constitue le troisième pilier de JD. La filiale détient 256 grands entrepôts en Chine avec une superficie totale de 5,6 millions de mètres carrés. JD Logistics a signé un accord de coopération stratégique avec le gouvernement de la province du Shaanxi afin de construire le premier réseau logistique mondial de navigation aérienne à basse altitude dans un rayon de 300 kilomètres, où les livraisons de colis seraient réalisées par drone aérien sans pilote.

Thématique : JD – Vente en ligne

Date : le 5 mars 2017

Source : <http://money.163.com/17/0305/07/CEOFFDOL002580S6.html>

La douane française renforce le contrôle pour l'exportation de vins de la Communauté Européenne (VDCE) – Le prix des vins importés en Chine pourrait augmenter

Récemment, la douane française a renforcé le contrôle des vins VDCE, en interdisant l'exportation de produits avec des mentions liées au millésime, à l'image des bâtiments, ou la mention "made in France" sur l'étiquette.

Actuellement, les vins de table exportés en Chine sont principalement en provenance de l'UE, du Chili, de l'Espagne, de l'Australie, etc. D'après Monsieur YANG Zhengjian, vice-secrétaire général de la CNFCA (*China Non-staple Food Circulation Association*), probablement 60% des produits importés sont des OEM commandés par des distributeurs chinois, qui fournissent le design de l'étiquette, et font embouteiller les vins en France. Le problème derrière cette pratique est que certaines étiquettes peuvent être similaires à celles de fameuses marques françaises d'où des sujets de propriété intellectuelle. De plus, certains vins VDCE pourraient être embouteillés à la frontière franco-espagnole, avant d'être ensuite exportés en tant que vins français. Cette pratique pourrait également impacter les intérêts de l'industrie locale. La réglementation française a un contrôle strict des vins de table, demandant à ce que la plupart du moût provienne de France. Dans la réalité, les vins exportés en Chine ne pourront pas répondre totalement à cette demande.

Certains experts industriels chinois ont exprimé leur inquiétude face à l'annonce du renforcement du contrôle de la douane française. A ce stade, le prix des vins VDCE importés sur le marché chinois reste bas. Suite au renforcement du contrôle en France, il est possible que ce prix augmente. Face à ce sujet, Monsieur YANG Zhengjian explique qu'il y aura certainement un impact sur le marché chinois à long terme et que, bien que le prix des vins concernés puisse augmenter, le niveau d'augmentation ne devrait pas être trop important (< 10%), et donc rester acceptable pour les consommateurs chinois.

Thématique : vin VDCE – contrôle en France

Date : le 7 mars 2017

Source : http://food.china.com.cn/2017-03/07/content_40421600.htm

PIZZA HUT collabore avec LENOVO pour la création de restaurants « à haute technologie » – *Le groupe souhaite garder une image jeune de la marque suite à son entrée sur le marché chinois il y a plusieurs années*

Le 7 mars, un nouveau restaurant PIZZA HUT a ouvert dans la zone commerçante de Wudaokou à Pékin en collaboration avec LENOVO. Plusieurs éléments technologiques ont été ajoutés dans ce nouveau restaurant. D'après le Directeur Général de Beijing Pizza Hut, la conception de ce nouveau restaurant répond aux besoins des jeunes consommateurs, couvrant les temps d'attente, la commande, le repas, et une expérience loisir durant le repas. Les nouveautés comprennent la recommandation numérique de plats, la commande de repas en ligne, des activités numériques durant l'attente des repas, des animations en réalité augmentée etc. Grâce au support technologique innovant de Lenovo, les consommateurs peuvent, pendant leurs repas, « vivre une expérience unique ».

Le restaurant est équipé de miroirs intelligents de LENOVO pouvant analyser les informations des données des mouvements des clients, ainsi que de grands écrans 3D installés en cercle, des tables avec écrans sur lesquels les consommateurs peuvent regarder le processus de la fabrication de la pizza, etc. D'après le restaurant, les consommateurs ayant essayé la nouvelle fonctionnalité de la table, le taux de commande de pizza présenté sur la table atteint 30%. De plus, ce restaurant est le premier de Pizza Hut à Pékin dans lequel les consommateurs peuvent commander leurs pizzas sur mesure au travers du Lenovo Pad, et commander les repas en ligne. Pizza Hut souhaite, à travers le lancement de ce nouveau type de restaurant, se rapprocher de ses consommateurs chinois, surtout des jeunes.

Thématique : Pizza Hut et Lovono – Collaboration

Date : le 8 mars 2017

Source : http://epaper.bjbusiness.com.cn/site1/bjsb/html/2017-03/08/content_363050.htm

(site internet du journal « Beijing Business Today »)

Acquisition de l'entreprise australienne Bega Cheese par Mead Johnson – *L'objectif de cette transaction pour Mead Johnson est de compléter son système d'approvisionnement et de gagner des parts de marché en Chine.*

Le 27 février dernier, le troisième plus grand fabricant mondial de produits alimentaires infantiles Mead Johnson, a annoncé l'acquisition de l'usine de séchage par pulvérisation et de transformation de produits finis de Bega Cheese. Cette opération prendra effet au deuxième trimestre 2017. L'entreprise australienne Bega Cheese est cotée en bourse depuis 2011, elle possède un grand nombre d'éleveurs et d'importantes ressources en lait. Elle est déjà depuis 2009 fournisseur de matières premières de Mead Johnson. Par cette acquisition, Mead Johnson devrait renforcer son développement sur le marché chinois mais également compenser le défaut d'approvisionnement potentiel entraîné par l'arrêt de sa coopération avec Murray Goulburn en décembre 2016.

Le marché chinois est un marché très important pour Mead Johnson. En 2015, 50% du revenu net de Mead Johnson vient du marché asiatique. Actuellement, après Wyeth et Danone, Mead Johnson est la troisième marque de poudre de lait infantile la plus vendue en Chine. Cependant, avec la baisse du nombre de touristes chinois à Hong Kong, le développement du E-commerce ainsi que la concurrence importante sur le marché chinois, en 2015 et 2016, le revenu net de Mead Johnson sur le marché asiatique a baissé respectivement de 11% et de 9%.

Pour information, l'acquisition de Mead Johnson par l'entreprise britannique Reckitt Benckiser ne devrait pas interférer avec cette opération.

Thématique : Mead Johnson – Acquisition

Date : le 27 février 2017

Source : <http://www.jiemian.com/article/1138408.html>

ACTIONS DE COOPÉRATION FRANCO-CHINOISES DANS LE SECTEUR AGRICOLE ET AGROALIMENTAIRE – EVENEMENTS D'INTERET

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

B2B	Business to Business
CFDA	China Food and Drug Administration
CNY	Yuan, devise chinoise
CNFCA	China Non-staple Food Circulation Association
FOS	Fructo-oligosaccharides
GMV	Gross Merchandise Volume (chiffre d'affaires, sans les coûts de promotion ni les coûts liés aux retours de produits)
O2O	On-line to Off-line
OEM	Original Equipment Manufacturer
MOSH	Mineral oil saturated hydrocarbons
POSH	Polyolefin oligomer saturated hydrocarbons
UE	Union Européenne
USD	US Dollars, devise américaine
VDCE	Vin de la Communauté Européenne

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

Rédacteurs : Yanxia DENG – Prospectrice Agrotech bureau de Shenzhen
Ying LI – Conseillère export réglementaire Agrotech bureau de Pékin
Juliette Caron – Prospectrice Agrotech bureau de Pékin
Antoine Oustrin - Prospecteur Agrotech bureau de Shanghai
Laure Elsaesser – Conseiller Export Agrotech bureau de Pékin
Hélène Hovasse – Chef de pôle Agrotech Chine
Farah Fliti - Chef de projet informations réglementaires Asie (hors ASEAN) – Océanie – TOM

Contact à FranceAgrimer : Véronique Looten - Chef du Pôle Animation Export – FranceAgriMer

© 2017 – Business France

© 2017 – Business France

Toute reproduction, représentation ou diffusion, 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 les articles L. 335-2 et L. 335-3 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.