



VEILLE SANITAIRE SUR LA CHINE

SOMMAIRE

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

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

[Diffusion par la CFDA du Guide de travail pour le dépôt de dossier des aliments santé \(*health foods*\)](#) – Mise en service d'une plate-forme électronique

[Diffusion du règlement d'application pour les politiques de dispense de TVA pour l'importation de semences \(*plants*\), d'animaux reproducteurs \(volailles\) et d'alevins \(poissons\)](#) – La validité de ce texte est prévue jusqu'au 31 décembre 2020

[Visite en Chine du Premier ministre danois](#) – Plusieurs contrats de coopération bilatérale signés dans le secteur agro-alimentaire

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

[Nouvelles opportunités commerciales en Chine pour les marques étrangères de compléments alimentaires et suppléments nutritionnels](#) – *Haitao* et e-commerce transfrontalier sont les deux principaux canaux d'entrée de ces produits sur le marché chinois

[Bilan du secteur du foie gras et du caviar en Chine](#) – La Chine est le 3^{ème} producteur de foie gras au monde

[La Chine est devenue un marché stratégique pour Starbucks](#) – Starbucks ouvre en moyenne un nouveau magasin en Chine toutes les 15h

[Les Chinois consomment de plus en plus d'huile d'arachide et de tournesol](#) – La Chine reste toutefois le premier consommateur mondial d'huile de soja

[Signature d'un accord de partenariat entre le gouvernement argentin et Alibaba](#) – Les vins argentins seront désormais distribués sur TMALL

[Coopération stratégique entre Walmart et JD Daojia](#) – Cette opération symbolise la collaboration bénéfique entre le commerce traditionnel et le commerce en ligne O2O (Online to Offline)

[Les vins du sud de la Californie attirent de plus en plus d'investissements chinois](#) – Plusieurs projets dans la vallée Temecula bénéficient d'investissements chinois

[Forte croissance des importations de thé en Chine](#) – Le thé importé gagne la faveur de plus en plus de jeunes consommateurs chinois

[Perspectives pour le marché de l'eau en bouteille pour enfants et haut de gamme en Chine](#) – Le marché asiatique devrait représenter à l'avenir le plus grand potentiel de croissance pour l'eau en bouteille pour enfants

[China Railway Express peut enfin transporter de la viande européenne vers la Chine de manière régulière](#) – Un train chargé de 26,2 tonnes de porc parti d'Europe vient d'arriver à Chengdu

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

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

Diffusion par la CFDA du Guide de travail pour le dépôt de dossier des aliments santé (*health foods*) – Mise en service d'une plate-forme électronique

Le 2 mai 2017, la CFDA a diffusé sur son site internet, le « Guide de travail pour le dépôt de dossier des *health foods* », mis en application le jour de sa diffusion. Ce texte a réglementé les champs des produits ainsi que les entités concernées, le processus du dépôt de dossier, les documents à préparer, et les demandes en cas de changement d'information. Des exigences pour les produits importés sont également précisées. De même, la CFDA a diffusé une liste des additifs autorisés et leurs critères d'utilisation correspondantes, ainsi qu'une liste de principaux procédés de fabrication pour les *health food* nécessitant un dépôt de dossier. Le jour même, une plate-forme électronique (<http://bjba.zybh.gov.cn>), développée par la CFDA, pour le travail du dépôt de dossier des « aliments santé » est officiellement mise en service.

Pour rappel, la CFDA avait publié en février 2016 la version officielle de « *Provisions for Health Food Registration and Filing* », entrée en vigueur le 1er juillet 2016. Dans cette réglementation, il a été précisé que deux méthodes de gestion s'appliqueront en parallèle pour la gestion des *health foods*, suivant la catégorie du produit : enregistrement ou dépôt de dossier. Les catégories faisant l'objet d'un simple dépôt de dossier comprennent celles présentées dans le catalogue officiel des ingrédients pour les « aliments santé », et celles visant à apporter des vitamines et minéraux, même s'il s'agit d'une première importation.

Thématique : aliments santé - dépôt de dossier - CFDA - additifs autorisés

Date : le 2 mai 2017

Source : <http://www.cfda.gov.cn/WS01/CL0847/172243.html> ;
<http://www.cfda.gov.cn/WS01/CL0847/172242.html> ;
<http://www.sda.gov.cn/WS01/CL0087/172241.html> (site internet de la CFDA)

Diffusion du règlement d'application pour les politiques de dispense de TVA pour l'importation de semences (plants), d'animaux reproducteurs (volailles) et d'alevins (poissons) – La validité de ce texte est prévue jusqu'au 31 décembre 2020

Le MOA a diffusé le 3 mai 2017 sur son site internet, un règlement d'application pour les politiques de dispense de TVA pour l'importation de semences (plants), d'animaux reproducteurs (volailles), et d'alevins (poissons) jusqu'à la fin de la période du 13^e plan quinquennal.

D'après le texte, le Département de la coopération internationale du MOA centralise et coordonne la préparation du plan annuel, pour le secteur agricole, de l'importation de semences (plants), d'animaux reproducteurs (volailles), et d'alevins (poissons) bénéficiant des politiques de dispense de TVA. Le Bureau d'administration des semences, le Département de l'élevage, le Bureau d'administration de la pêche, etc. du MOA se chargent de la préparation du plan d'importation annuel de leurs secteurs respectifs, du contrôle de la qualité des entreprises importatrices, du contrôle des espèces et de la quantité des produits importés, etc.

Chaque année, les services (ou départements) compétents du MOA lancent, au mois d'octobre, un appel sur les besoins d'importation qui pourraient bénéficier d'une dispense de TVA pour l'année suivante, et soumettent le plan final au Département de la coopération internationale. Celui-ci soumet au Ministère des Finances le plan annuel avant le 30 novembre, ainsi que le bilan de l'année précédente et informe l'Administration centrale de la douane ainsi que l'Administration centrale des taxations. Les entreprises importatrices ont, quant à elles, l'obligation de transmettre, après l'importation, les informations au service agricole compétent de leur région.

Des méthodes d'application sont listées en pièce jointe du règlement. Elles concernent les différentes catégories de semences : cultures agricoles, prairie, animaux reproducteurs (volailles), et alevins (poissons). Une liste des produits concernés pouvant bénéficier des politiques de dispense de TVA à l'importation est également joint.

Cette règle prendra fin au 31 décembre 2020.

Thématique : semence - importation - dispense de TVA - MOA

Date : le 3 mai 2017

Source : <http://www.seedchina.com.cn/DefaultInfoDetail.aspx?Infold=2674&Typeld=5>

Visite en Chine du Premier ministre danois – *Plusieurs contrats de coopération bilatérale signés dans le secteur agro-alimentaire*

Lors de la visite officielle en Chine du 2 au 5 mai dernier de Lars Rasmussen, Premier Ministre danois, plusieurs contrats de coopération bilatérale ont été signés en présence des Premiers ministres des deux pays. En ce qui concerne le secteur agroalimentaire, l'AQSIQ a signé, avec le ministère de l'environnement et de l'alimentation danois, un protocole sanitaire pour l'exportation des produits de la charcuterie danois vers la Chine. De plus, le Directeur Général du groupe COFCO a signé avec l'Ambassadeur danois un mémorandum de coopération stratégique. Le Mémorandum vise à renforcer la coopération des deux parties dans le secteur de l'alimentation et de l'agriculture, à établir une plateforme d'échanges techniques, à renforcer le partenariat sino-danois en matière de la culture, d'élevage, de la production alimentaire, du développement d'aliments biologiques et de nouveaux aliments, ainsi que le partage d'expériences.

La CFDA a également signé, avec le ministère danois de l'Environnement et de l'alimentation et le ministère danois de la Santé, un mémorandum sur la création de "China-Denmark Food and Drug Regulatory Coopération Centre" qui sera logé dans les locaux du *National Institute for Food and Drug Control*. Il s'agit du premier centre de coopération entre la CFDA et un pays étranger. Le centre est dédié aux échanges d'informations et au développement de coopération technique sur l'évaluation, l'inspection, l'analyse etc., à travers des études et discussions bilatérales, des formations de personnel, des visites mutuelles. Il est également dédié au renforcement des analyses et du contrôle sur la sécurité des aliments et médicaments, à l'étude des techniques et méthodes d'analyse en laboratoire, des lois et réglementations du contrôle, etc.

Thématique : visite - Premier ministre danois - MOU - AQSIQ - COFCO - CFDA

Date : le 4 mai 2017

Source : <http://www.sfda.gov.cn/WS01/CL0050/172324.html> (site internet de la CFDA) ;
http://jckspaqj.aqsiq.gov.cn/xwzx/xw/201705/t20170504_487546.htm (site internet de l'AQSIQ) ;
<http://finance.sina.com.cn/roll/2017-05-05/doc-ifyeycte8808257.shtml>

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR**Nouvelles opportunités commerciales en Chine pour les marques étrangères de compléments alimentaires et suppléments nutritionnels** – *Haitao et e-commerce transfrontalier sont les deux principaux canaux d'entrée de ces produits sur le marché chinois*

Selon les informations publiées sur le site de la *China Health Care Association*, depuis 2015 de nombreuses marques étrangères de compléments alimentaires et suppléments nutritionnels sont entrées sur le marché chinois. Haitao (achat en ligne direct de produits à l'étranger) et e-commerce transfrontalier sont les deux principaux canaux d'entrée de ces produits sur le marché chinois. En 2015, le marché chinois des compléments alimentaires et suppléments nutritionnels a dépassé les 120 milliards de CNY (environ 16 milliards d'euros), et devrait atteindre d'ici 2020 un montant total de 180 milliards de CNY (environ 24 milliards d'euros).

Auparavant, en raison de la réglementation chinoise sur l'enregistrement des compléments alimentaires et suppléments nutritionnels, seulement quelques marques étrangères de ce secteur étaient présentes sur le marché chinois, telles que Amway Nutrilite et Centrum. De plus, à cause du manque de créativité et d'investissement dans la R&D, la plupart des marques chinoises de compléments alimentaires et suppléments nutritionnels sont moins concurrentielles que les marques étrangères. Par conséquent, avec le développement des canaux d'achat comme Haitao ou le e-commerce transfrontalier, les marques étrangères de ce secteur disposent actuellement de nouvelles opportunités commerciales en Chine.

Thématique : nouvelles opportunités commerciales - compléments alimentaires - suppléments nutritionnels - Haitao - e-commerce transfrontalier

Date : le 02 mai 2017

Source : <http://www.chca.net.cn/newxiehui/xinweninfo.php?xwid=24404&zsid=24404>

Bilan du secteur du foie gras et du caviar en Chine – *La Chine est le 3^{ème} producteur de foie gras au monde*

Selon les données relayées par la presse chinoise, la production annuelle mondiale de foie gras (d'oie et de canard)

atteint environ 22 300 tonnes, dont 80% est produit en France. Bien que la Chine soit actuellement le 3^{ème} producteur mondial de foie gras, l'écart entre l'offre et la demande de foie gras sur le marché chinois pourrait atteindre un déficit de 4000 à 5000 tonnes par an. Les deux principales entreprises productrices de foie gras implantées en Chine sont l'entreprise chinoise Le Midi Fine Food Co. Ltd (东大品证控股有限公司) et l'entreprise française Rougié (filiale d'Euralis). En 2014, Rougié a établi un site de production dans la province du Jiangsu, dans l'Est de la Chine, représentant un investissement total de 108 millions de CNY (environ 14 millions d'euros).

Concernant la production chinoise de caviar, celle-ci représente 20% de la production mondiale. En 2016, la Chine a exporté 56,5 tonnes de caviar (+16%), pour un montant total de 18,6 millions d'USD (+5%). Parmi ces exportations, 80% sont issues de la province du Zhejiang, où se situe l'une des plus importantes entreprises du secteur : Kaluga Queen. Fondée en 2003, Kaluga Queen est une joint-venture sino-américaine. Actuellement, 90% de sa production est exportée vers les Etats-Unis, la France et la Russie.

Thématique : foie gras - caviar - Rougié - Kaluga Queen - France - Chine

Date : le 02 mai 2017

Source : <http://www.yicai.com/news/5276987.html>

La Chine est devenue un marché stratégique pour Starbucks – Starbucks ouvre en moyenne un nouveau magasin en Chine toutes les 15h

Avec ses 2628 magasins, Starbucks est la plus grande chaîne de cafés en Chine. En effet, fin 2016 Starbucks a vu le marché chinois devenir son premier marché étranger en nombre de magasins, devançant désormais le Japon. D'ici 2021, Starbucks prévoit d'avoir un total de 5000 magasins en Chine, avec d'ici là une moyenne d'ouverture d'un nouveau magasin toutes les 15 heures. Selon le rapport financier de Starbucks pour le 2^{ème} trimestre 2017, la croissance du chiffre d'affaires des magasins comparables (SSSG) devrait atteindre 3% au niveau mondial. Cependant, grâce au renouvellement rapide des gammes de produits ainsi qu'à l'apparition de très nombreux produits promotionnels saisonniers permettant d'attirer un grand nombre de nouveaux consommateurs, la croissance du chiffre d'affaires des magasins comparables sur le marché chinois est de 7%. Selon Euromonitor International, le marché chinois des chaînes de cafés s'établissait autour de 1,1 milliard de RMB (environ 146 millions d'euros) il y a 10 ans, et représente aujourd'hui un montant total de 20 milliards de RMB (environ 2,7 milliards d'euros).

SSSG : Same Store Sales Growth

Thématique : Starbucks - chaîne de cafés - chiffre d'affaires des magasins comparables

Date : le 03 mai 2017

Source : <http://www.jiemian.com/article/1293616.html>

Les Chinois consomment de plus en plus d'huile d'arachide et de tournesol – La Chine reste toutefois le premier consommateur mondial d'huile de soja

Selon les données relayées par la presse chinoise, les huiles d'arachide et de tournesol sont de plus en plus demandées par les foyers chinois et remplacent progressivement l'huile de soja et l'huile combinée (mélange d'huiles). En Chine, la plupart de l'huile de soja est produite par trituration de soja OGM importé. Mais au vu des controverses que suscitent les produits OGM, de plus en plus de consommateurs chinois préfèrent se tourner vers les huiles d'arachide et de tournesol.

La Chine reste néanmoins le plus grand consommateur d'huile de soja au monde avec une demande nationale estimée à 16 millions de tonnes pour l'année 2017. Il est également intéressant de noter que pour l'année fiscale 2015/2016, 86% du soja importé par la Chine était du soja OGM en provenance des Etats-Unis et du Brésil.

Thématique : huile d'arachide - huile de tournesol - huile de soja - huile combinée - soja OGM importé - trituration

Date : le 03 mai 2017

Source : <http://www.grainnews.com.cn/a/observe/2017/05/03-55391.html>

Signature d'un accord de partenariat entre le gouvernement argentin et Alibaba – Les vins argentins seront désormais distribués sur TMALL

À l'occasion de la rencontre entre le chef d'État argentin Mauricio Macri et le président du groupe Alibaba Ma Yun dans le palais présidentiel argentin le 2 mai 2017, le gouvernement argentin et Alibaba ont signé un accord de partenariat qui

permettra l'entrée de vins et de produits agroalimentaires frais argentins sur le marché chinois via Alibaba. Suite à cet accord, la plateforme Alibaba est désormais le canal de distribution officiel des vins argentins en Chine avec le soutien du gouvernement argentin. Les plateformes comme TMALL contribueront aux importations de produits argentins et au développement des petites et moyennes entreprises argentines.

Actuellement, certains produits argentins tels que des vins, des salicoques rouges (crevettes d'Argentine), des truites et des crabes royaux sont déjà disponibles sur TMALL. D'autres produits comme le fromage, le beurre et la crème séduisent aussi un grand nombre de consommateurs chinois dans les villes de 1er et 2ème rang comme Pékin, Shanghai, Canton, Shenzhen et Hangzhou.

En plus des vins argentins, les vins provenant d'une cinquantaine de pays comme la France, la Nouvelle-Zélande, l'Australie, l'Italie et le Chili sont également distribués sur la plateforme TMALL.

Date : le 3 mai 2017

Thématique : partenariat entre l'Argentine et Alibaba - vins argentins - TMALL

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2017/5/2-72047.html>

Coopération stratégique entre Walmart et JD Daojia – *Cette opération symbolise la collaboration bénéfique entre le commerce traditionnel et le commerce en ligne O2O (Online to Offline)*

Selon les données récemment publiées par Walmart, depuis la mise en service du magasin Walmart sur la plateforme BtoC JD Daojia en 2016, le nombre de commandes a été multiplié par 7 et le nombre moyen d'utilisateurs actifs quotidiens a été multiplié par 3.

JD Daojia est une plateforme chinoise de commerce en ligne O2O. Actuellement, 97 magasins de Walmart répartis dans 11 villes chinoises profitent de cette plateforme pour offrir des services O2O à leurs clients. Le nombre de références de produits commercialisés a déjà atteint 1200. Au vu des bons résultats de cette coopération, de nouveaux magasins Walmart situés dans près de 20 villes chinoises devraient également être intégrés à cette plateforme d'ici la fin de l'année.

Thématique : coopération stratégique - Walmart - JD Daojia - O2O - plateforme de commerce en ligne

Date : le 05 mai 2017

Source : http://www.ce.cn/cysc/tech/gd2012/201705/05/t20170505_22549545.shtml

Les vins du sud de la Californie attirent de plus en plus d'investissements chinois – *Plusieurs projets dans la vallée Temecula bénéficient d'investissements chinois*

Depuis plusieurs années, un grand nombre de projets de construction aux États-Unis se sont réalisés grâce aux investissements chinois, dont récemment des domaines vinicoles en Californie du Sud.

La vallée Temecula, par exemple, attire de plus en plus d'investisseurs chinois. Bien que la vallée soit plus petite que la vallée Napa au nord de la Californie, elle se situe dans une région qui compte 20 millions d'habitants et la qualité des vins s'y est beaucoup améliorée.

Par exemple, David Liu, citoyen américain, a acheté 700 acres de terres inexploitées au village Riverside pour construire un village touristique du vin et un quartier appelé temporairement Douze chênes, qui comprend un hôtel, une usine de fabrication de vin, un centre de loisirs et des bâtiments de haut standing entourés d'une vigne privée. Ces résidences seront mises à disposition aussi bien des locaux que des Chinois.

Actuellement, près de quarante usines de production de vins, qui coûtent beaucoup moins cher que celles de Napa, s'implantent dans le sud de la Californie. Le projet Douze chênes n'est que l'un des cinq projets financés par des fonds chinois. Parmi les autres projets, l'usine Avensole, détenue par l'ancien créateur de films et avocat Sheldon Lytton qui bénéficie elle aussi d'investissements chinois via le programme de visa EB-5 - qui permet d'attirer plus facilement les investissements chinois à Temecula. Par ailleurs, le projet « village Europa » a attiré un investissement de 60 millions de USD. En plus des vignobles, les Chinois investissent aussi dans des grandes surfaces et hôtels locaux.

Bien que la croissance des investissements chinois aux États-Unis commence à ralentir depuis le renforcement du contrôle des capitaux du gouvernement chinois, les experts pensent que les entreprises et les investisseurs chinois continueront d'investir à l'étranger sur le long terme.

Les Chinois sont également ravis d'investir dans le secteur des vins en Californie du Sud. Pour eux, il s'agit d'une bonne opportunité pour obtenir un visa et de posséder un terrain en Californie réputé pour ses vins.

Thématique : investissements chinois - vins de Temecula - Californie

Date : le 5 mai 2017

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2017/5/2-72074.html>

Forte croissance des importations de thé en Chine – Le thé importé gagne la faveur de jeunes consommateurs chinois

Les ventes de thé ont baissé de 22% durant les cinq dernières années dans le monde entier. Selon Mintel, agence spécialisée dans l'analyse des marchés, les jeunes âgés de 16 à 34 ans du monde entier consomment de moins en moins de thé, y compris en Chine qui en est le premier pays producteur.

Pourtant, en 2016, les importations chinoises de thé en provenance du Royaume-Uni ont augmenté selon les douanes britanniques : les ventes ont doublé au cours des 5 premiers mois de 2016 par rapport à 2014. Ce chiffre demeure par ailleurs en croissance constante.

Plusieurs marques de thé britannique, telles que Twinings, Sainsbury's, Taylors of Harrogate et Teapigs, sont déjà disponibles en ligne. Certaines marques distribuent leurs produits dans leur magasin vitrine sur TMALL mais aussi dans des supermarchés et des restaurants haut de gamme.

Suite à l'apparition d'un grand nombre de boutiques de thé au lait en Chine, les jeunes Chinois se sont de plus en plus habitués à consommer du thé à l'anglaise en y ajoutant du lait, du sucre ou des fruits. Cette évolution de la consommation du thé à la manière anglaise reflète aussi la passion de la classe moyenne chinoise pour la famille royale et la noblesse britannique. De plus, l'accent mis sur la sûreté de l'alimentation les pousse à choisir du thé importé. Illustrant l'évolution de ce marché, la marque américaine Mighty Leaf Tea, qui produisait auparavant uniquement du thé premium, a annoncé le 1^{er} mai 2017 sa stratégie de segmentation de son offre en 3 gammes destinées aux étudiants, aux cols blancs et à la classe moyenne supérieure.

Date : le 7 mai 2017

Thématique : importation de thé en Chine - thé anglais

Source : <http://www.jiemian.com/article/1301513.html>

Perspectives pour le marché de l'eau en bouteille pour enfants et haut de gamme en Chine – Le marché asiatique devrait représenter à l'avenir le plus grand potentiel de croissance pour l'eau en bouteille pour enfants

Selon les données de l'agence anglaise d'analyse des marchés Mintel, de 2012 à 2016, au total 593 marques d'eau en bouteille ont été répertoriées sur le marché chinois dont 9,3% pour de l'eau en bouteille pour enfants et 4,7% destinées aux femmes. En mars 2017, Nestlé a lancé sur le marché chinois une eau en bouteille destinée aux enfants sur le thème du film d'animation « Zootopie ». Actuellement, cette eau en bouteille est commercialisée dans plus de 8 000 magasins physiques à Shanghai, qui constitue un premier marché test. La société anglaise de conseil Zenith estime que, d'ici à 2021, le taux de croissance annuel du marché de l'eau en bouteille pour enfants devrait s'élever à 7%. Le marché asiatique devrait présenter le plus grand potentiel de croissance pour ce secteur.

Par ailleurs, le 20 avril, Coca-cola a lancé sur le marché chinois son eau en bouteille haut de gamme Valser. Mise en bouteille en Suisse, le prix de vente de cette eau a atteint le prix de 20 à 64 CNY/litre (≈ 2,7 – 8,5 euros/litre). Son concurrent Pepsi dispose également d'une marque d'eau haut de gamme Lifewtr, qui n'est pas encore commercialisée sur le marché chinois.

De 2010 à 2015, le chiffre d'affaires du marché chinois de l'eau en bouteille est passé de 47 milliards de CNY (≈ 6,2 milliards d'euros) à 102 milliards de CNY (≈ 13,6 milliards d'euros). Le volume des ventes d'eau en bouteille était de 45,6 milliards de litres en 2015. En 2020, le chiffre d'affaires et le volume de vente d'eau en bouteille sur le marché chinois devraient respectivement atteindre 180 milliards de CNY (≈ 24 milliards d'euros) et 66 milliards de litres.

Thématique : eau en bouteille pour enfants - haut de gamme - Nestlé - Valser - Lifewtr - Coca - Pepsi

Date : le 07 mai 2017

Source : <http://www.yicai.com/news/5280015.html>

China Railway Express peut enfin transporter de la viande européenne vers la Chine de manière régulière – Un train chargé de 26,2 tonnes de porc parti d'Europe vient d'arriver à Chengdu

Le 7 mai 2017, un train de marchandise du groupe China Railway Express chargé de 26,2 tonnes de porc est arrivé à

destination au port international de Chengdu (Chengdu International Railway Port). Ce train cargo express en provenance de la ville de Tilburg aux Pays-Bas a mis 16 jours pour traverser la Biélorussie, la Russie et le Kazakhstan et arriver finalement à Chengdu en Chine.

C'est déjà la deuxième fois que le port international de Chengdu – le premier en Chine – importe de la viande de haute qualité d'Europe par l'intermédiaire de ce frêt ferroviaire international. L'année dernière, Chengdu a développé deux modes de transport pour importer de la viande européenne : par le train China Railway Express et par un transport intermodal combinant les transports maritime et ferroviaire. En raison de l'embargo russe sur les produits agroalimentaires en provenance de l'Union européenne depuis 2014, la ville ne pouvait pas importer de viande européenne par ce train de façon régulière. Mais suite à des négociations avec la Russie et la Biélorussie, la Chine a enfin réussi à résoudre ce problème.

D'après des estimations d'experts, cette liaison ferroviaire entre la Chine et l'Europe permet à la fois de mettre 45 jours de moins que le transport maritime et coûter 10 000 CNY de moins par tonne que le transport aérien.

Thématique : China Railway Express - importation de viandes européennes

Date : le 8 mai 2017

Source : http://news.xinhuanet.com/food/2017-05/08/c_1120932992.htm

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

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

AQSIQ	Administration for Quality Supervision, Inspection and Quarantine
CFDA	China Food and Drug Administration
CNY	RMB, devise chinoise
COFCO	China National Cereals, Oils and Foodstuffs Corporation
MOA	Ministère de l'Agriculture chinois
MOU	Mémoire d'entente
OGM	Organisme génétiquement modifié
O2O	le marketing online-to-offline
R&D	Recherche et développement
SSSG	Same Store Sales Growth
TVA	Taxe à valeur ajoutée
USD	US Dollars, devise américaine

Sources d'information :

www.cfda.gov.cn www.sda.gov.cn	Site internet de la China Food and Drug Administration.
www.seedchina.com.cn	Site internet du Bureau des semences du Ministère de l'Agriculture chinois.
www.aqsiq.com.cn	Site internet de l'AQSIQ.
http://finance.sina.com.cn	Rubrique financière du site www.sina.com.cn , appartenant à la société SINA Corporation (NASDAQ GS: SINA), société de communication en ligne dédiée aux chinois et à la communauté chinoise dans le monde.
www.chca.net.cn	Site internet sous tutelle de China Health Care Association
www.yicai.com	Créé en juillet 2003, site internet de CBN (China Business Networks), presse financière et économique, appartenant à SMG, Shanghai Media Group, le deuxième plus important groupe de la presse chinoise.
www.jiemian.com	Site internet lancé par "Shanghai United Media Group" avec 11 collaborateurs dans les secteurs d'internet, de finance, de la communication etc., spécialisé en fourniture de nouvelles pour la classe moyenne chinoise.
www.grainnews.com.cn	Site internet du journal « Grain News », créé en avril 1985, le seul journal de niveau national dans le secteur céréalière et oléagineux.

www.winesinfo.com	Site internet créé par la société Bon-wine Culture Consulting Co., Ltd., société de consultation spécialisée en communication de la culture de vin.
www.ce.cn	China economic net, officiellement lancé le 28 juillet 2003, est un site internet spécialisé sur l'économie, parrainé par le journal « Economic Daily ». « Economic Daily » : le journal a officiellement débuté sa publication en janvier 1983. Depuis, le quotidien se consacre à fournir des informations complètes sur l'économie de la Chine aux décideurs économiques, chefs d'entreprise, économistes, et autres lecteurs de professions diverses intéressés par les sujets économiques.
http://news.xinhuanet.com	Site internet de Xinhua News Agency, équivalent de l'AFP français.

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 : Yiming Liang – Agrotech bureau de Pékin
Yanxia Deng – Prospective Agrotech bureau de Shenzhen
Ying Li – Conseillère réglementaire Agrotech bureau de Pékin
Juliette Caron – Prospective Agrotech bureau de Pékin
Laure Elsaesser – Conseillère export Agrotech bureau de Pékin
Antoine Oustrin - Prospecteur Agrotech bureau de Shanghai
Hélène Hovasse – Chef de pôle Agrotech Chine
Céline Laurans – 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.