



VEILLE SANITAIRE SUR LA CHINE

SOMMAIRE

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

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

[Le MOFCOM impose des taxes spéciales sur le sucre importé](#) – Les mesures devraient durer 3 ans
[La CFDA diffuse de nouvelles réglementations relatives à l'enregistrement de formules de poudre de lait infantile](#) – Des explications officielles sur ces réglementations sont également publiées

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

[Alibaba accuse un jeune Chinois de vendre de faux spiritueux de la marque Wuliangye sur la plateforme Taobao](#) – Le géant chinois du e-commerce a pour la troisième fois cette année déposé une plainte pour contrefaçon
[Un « plan d'action de 100 jours » pour renforcer la coopération sino-américaine](#) – Cette coopération couvre le secteur de l'agriculture, de l'énergie et des services financiers
[Les fruits de mer importés sont de plus en plus prisés par les consommateurs de la classe moyenne chinoise](#) – Les entreprises étrangères du secteur des fruits de mer profitent des opportunités du marché chinois en coopérant avec les entreprises locales
[Le groupe Wens inaugure sa nouvelle usine de lait pasteurisé dans la province du Guangdong](#) – La Chine compte désormais plus de 400 entreprises spécialisées dans la production de lait pasteurisé
[Nestlé lance sur le marché chinois la poudre de lait « Yiyang Fuel for Brain » à destination des séniors](#) – D'ici à 2050, 50% des consommateurs chinois auront plus de 50 ans
[La municipalité de Chongqing s'est fixé pour objectif de construire d'ici 2020 100 magasins pour distribuer des produits importés](#) – Les habitants pourront acheter des produits étrangers à proximité
[Une société à capitaux mixtes de Changyu vient d'être créée au Chili](#) – Cette nouvelle entreprise s'apprête à investir 48 millions de USD pour acquérir plusieurs filiales de Bethia
[Un salon agroalimentaire espagnol ouvrira très prochainement à Madrid](#) – Très belle occasion pour favoriser les échanges commerciaux entre la Chine et l'Espagne
[Le développement de la chaîne du froid est devenu un enjeu important pour les plateformes chinoises de commerce en ligne de produits frais](#) – 95% des plateformes chinoises de commerce en ligne d'aliments frais sont actuellement en déficit
[Ausnutria vient d'acquérir les entreprises laitières australiennes ADP et Ozfarm](#) – Les entreprises laitières chinoises ont tendance à acquérir des entreprises étrangères avant la mise en œuvre de la réglementation sur l'enregistrement des formules de lait infantile

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

[Dégustation des vins d'or de Bordeaux au cours de la « China-France Sweet Journey » à Wuhan](#) – Cette dégustation avait pour but de faire découvrir les grands vins liquoreux de Bordeaux aux invités du French Day à l'hippodrome de Wuhan

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

Le MOFCOM impose des taxes spéciales sur le sucre importé – *Les mesures devraient durer 3 ans*

Le 22 mai 2017, le Ministère du commerce chinois a publié, par sa circulaire No 26-2017, le résultat final de l'enquête sur des mesures de sauvegarde relatives au sucre alimentaire importé. Pendant la période de l'enquête, les importations chinoises de sucre ont augmenté, la filière sucrière chinoise a subi de graves dommages. De plus, il existe un lien de causalité entre l'augmentation des importations et les difficultés de la filière. Ainsi, le Comité des taxes du Conseil des Affaires d'Etat a décidé d'appliquer, depuis le 22 mai 2017, des mesures de sauvegarde au sucre importé.

Il a été décidé d'imposer des taxes spéciales à l'importation de sucre en dehors des quotas. La durée d'application est prévue pour 3 ans. Entre le 22 mai 2017 et le 21 mai 2018, cette taxe spéciale s'élève à 45%. Entre le 22 mai 2018 et le 21 mai 2019, elle devrait s'élever à 40%. Entre le 22 mai 2019 et le 21 mai 2020, elle s'élèvera à 35%.

La circulaire a également précisé la non-application des mesures de sauvegarde, sous conditions, aux pays en développement.

Thématique : sucre - importation - mesure de sauvegarde - Mofcom

Date : le 22 mai

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201705/22/t20170522_23088407.shtml

La CFDA diffuse de nouvelles réglementations relatives à l'enregistrement de formules de poudre de lait infantile

– *Des explications officielles sur ces réglementations sont également publiées*

Le 25 mai, la CFDA a diffusé sur son site internet deux réglementations relatives à l'enregistrement de formules de poudre de lait infantile : les « Exigences sur les documents à préparer pour l'enregistrement de formules de poudre de lait infantile » (version rectifiée en 2017) et le « Guide technique sur l'étiquette pour l'enregistrement de formules de poudre de lait infantile ». Des explications officielles sur ces deux textes sont également publiées.

Les nouvelles réglementations ont simplifié les exigences de certains documents nécessaires pour la demande d'enregistrement de formule. De plus, des exigences relatives à la préparation de l'étiquette des produits précisées. Plusieurs mentions interdites dans le nom de produit sur l'étiquetage sont indiquées.

Les réglementations ont également détaillé les exigences sur les ingrédients. Par exemple, en cas de plus de deux composants d'origine animale, il faut préciser le pourcentage des différents ingrédients d'origine animale. Dans le cas où le nom du produit mentionne « poudre de lait ovine », le lait cru et la poudre de lait doivent être 100% d'origine caprine.

Si le lait cru ou la poudre de lait ont plus de 2 origines animales, le nom poudre de lait de X ne peut pas être utilisé.

Thématique : poudre de lait infantile - enregistrement - formule - document - étiquette

Date : le 25 mai 2017

Source : <http://www.sda.gov.cn/WS01/CL0087/173060.html> ;

<http://www.sda.gov.cn/WS01/CL0087/173062.html> (site internet de la CFDA)

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

Alibaba accuse un jeune Chinois de vendre de faux spiritueux de la marque Wuliangye sur la plateforme Taobao

– *Le géant chinois du e-commerce a pour la troisième fois de cette année déposé une plainte pour contrefaçon*

Le géant chinois du commerce en ligne Alibaba a récemment porté plainte contre Xu, un jeune Chinois qui vendait du faux baijiu (alcool blanc chinois) de la marque Wuliangye sur Taobao.

Début mai 2015, Alibaba a soupçonné Xu de vendre du baijiu contrefait de la marque Wuliangye sur Taobao. Suite à achat et analyse d'échantillon, le groupe Wuliangye a confirmé les soupçons et donc déposé une plainte contre Xu en septembre 2015 au tribunal populaire de Xuhui Qu à Shanghai, réclamant des dommages et intérêts dont le montant s'établissait à 100 000 CNY. Enfin, le tribunal a ordonné à Xu de payer 70 000 CNY à Wuliangye en guise de réparation. Actuellement, Alibaba, lui aussi, a accusé Xu d'avoir compromis sa réputation et demandé une réparation de 100 000 CNY. Suite à cette accusation, une audience s'ouvrira au tribunal populaire de Songjiang à Shanghai le 22 juin 2017.

Alibaba n'en est pas à sa première offensive contre la contrefaçon. En janvier 2017, ce géant du e-commerce avait déjà déposé une plainte contre une boutique qui distribuait des faux bijoux Swarovski sur Taobao, en réclamant 1,4 million de

CNY de réparation. Fin avril 2017, Alibaba a accusé une autre boutique de vendre des aliments contrefaits de Royal Canin sur Taobao et demandé 2,7 millions de CNY de réparation.

Date : le 17 mai 2017

Thématique : Alibaba - plainte pour contrefaçon en ligne - alcool blanc chinois Wuliangye

Source : <http://www.chinanews.com/cj/2017/05-17/8226508.shtml>

Un « plan d'action de 100 jours » pour renforcer la coopération sino-américaine – *Cette coopération couvre le secteur de l'agriculture, de l'énergie et des services financiers*

Le 12 mai, le vice-ministre chinois des finances M. Zhu Guangyao a annoncé les premiers résultats obtenus suite au « plan d'action de 100 jours » entre la Chine et les Etats-Unis. Ce plan, qui a pour but de renforcer la coopération sino-américaine, couvre l'agriculture (le bœuf), l'énergie (le gaz) et les services financiers. Parmi les premiers résultats, l'un des plus importants est que la Chine autorisera d'ici le 16 juillet au plus tard les importations de bœuf américain.

L'embargo chinois sur la viande bovine américaine avait été imposé en 2003 suite à la crise de la vache folle. Quatorze ans après cet embargo, les Etats-Unis pourront de nouveau vendre leur bœuf en Chine.

En 2003, la valeur des importations chinoises de bœuf était d'environ 15 millions d'USD, parmi lesquelles 2/3 étaient en provenance des Etats-Unis. En 2016, le volume du marché chinois du bœuf est de 360 milliards de CNY (environ 48 milliards d'euros) ; la consommation chinoise de bœuf est de 8 millions de tonnes ; et les importations chinoises de bœuf ont atteint 2,3 milliards d'USD. L'Australie, le Brésil et l'Uruguay sont maintenant les principaux pays exportateurs de bœuf vers la Chine.

Thématique : « plan d'action de 100 jours » - coopération sino-américaine - importations de bœuf américain/de la bovine américaine - embargo - crise de la vache folle

Date : le 20 mai 2017

Source : <http://www.eeo.com.cn/2017/0520/305059.shtml>

Les fruits de mer importés sont de plus en plus prisés par les consommateurs de la classe moyenne chinoise – *Les entreprises étrangères du secteur des fruits de mer profitent des opportunités du marché chinois en coopérant avec les entreprises locales*

Le géant thaïlandais des fruits de mer Thai Union est le premier producteur mondial de conserves de thon et le premier fournisseur de homards surgelés des Etats-Unis. Thai Union ne vendait auparavant ses homards surgelés en Chine qu'en B2B auprès des grandes chaînes de restaurants. Cependant, depuis le mois de mai, le groupe s'expérimente à commercialiser les homards américains de sa marque « King Oscar » sur la plateforme chinoise de vente en ligne Taobao et en B2C dans les supermarchés chinois G-Super.

A l'instar de Thai Union, l'entreprise australienne de fruits de mer Kailis s'était déjà positionnée sur le marché chinois sous forme de joint-venture avec la branche KB Food du conglomérat Lenovo dès avril 2017. Dans le même secteur, l'entreprise canadienne Clearwater vient d'annoncer une coopération stratégique avec la plateforme chinoise Tmall afin d'y introduire ses produits dans les meilleurs délais.

D'après le livre blanc annuel de la consommation alimentaire en Chine publié par Amazon en janvier 2017, le steak de boeuf et les fruits de mer sont de plus en plus prisés par les consommateurs chinois. Parmi les dix aliments frais les plus appréciés en 2016, trois sont des fruits de mer importés.

Thématique : fruits de mer importés - Thai Union - « King Oscar » - B2B/B2C - Taobao/Tmall - G-super - joint-venture - Kailis

Date : le 22 mai 2017

Source : <http://www.jiemian.com/article/1337307.html>

Le groupe Wens inaugure sa nouvelle usine de lait pasteurisé dans la province du Guangdong – *La Chine compte désormais plus de 400 entreprises spécialisées dans la production de lait pasteurisé*

Le groupe Wens est un géant chinois du secteur de l'élevage bovin et avicole. Le 22 mai, le groupe a annoncé l'ouverture de sa nouvelle usine spécialisée dans la production de lait pasteurisé à Zhaoqing dans la province du Guangdong, disposant d'une capacité de production annuelle de 80 000 tonnes de lait.

Aujourd'hui, la Chine compte plus de 400 entreprises spécialisées dans la production de lait pasteurisé, dont les

principales entreprises du secteur laitier : Mengniu, Yili et New Hope Group.

Au Canada, aux Etats-Unis et au Japon, le lait pasteurisé domine le marché du lait liquide avec 80% des parts de marché. La Chine fait figure d'exception dans le paysage mondial puisque le lait pasteurisé ne représente que 30% de la production nationale de lait liquide. Néanmoins, le marché chinois du lait pasteurisé se développe, avec un taux de croissance annuel de 24,3%, 4 fois le taux de croissance général du secteur laitier du pays. Les entreprises chinoises sont conscientes de ce potentiel et investissent dans ce domaine.

Thématique : Groupe Wens - lait pasteurisé - lait à température ambiante - potentiel de développement

Date : le 23 mai 2017

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201705/23/t20170523_23106302.shtml

Nestlé lance sur le marché chinois la poudre de lait « Yiyang Fuel for Brain » à destination des séniors – D'ici à 2050, 50% des consommateurs chinois auront plus de 50 ans

A l'occasion de la 13^{ème} édition du CNSC à Pékin qui s'est déroulée du 22 au 24 mai 2017, Nestlé a annoncé le lancement sur le marché chinois de sa nouvelle poudre de lait « Yiyang Fuel for Brain » destinée aux personnes âgées de plus de 50 ans. Ce produit est à destination des pharmacies et a la particularité de contenir des triglycérides à chaîne moyenne (TCM), facilement absorbables par le cerveau, contribuant à son bon fonctionnement. En 2016, la Chine compte déjà plus de 350 millions de personnes âgées de plus de 50 ans, soit un quart de la population. D'ici à 2050, cette proportion devrait passer à 50% de la population du pays. C'est dans cette perspective que Nestlé positionne son nouveau produit. Actuellement, le chiffre d'affaires annuel du marché chinois des poudres de lait destinées aux personnes âgées est de 4 milliards de CNY (environ 533 millions d'euros). Les marques chinoises, telles que Yili, Mengniu, Synutra, Yashily et Huishan Dairy occupent une part importante de ce marché.

CNSC : China Nutrition Science Congress

Thématique : Nestlé - poudres de lait pour les personnes âgées - « Yiyang Fuel for Brain »

Date : le 24 mai 2017

Source : <http://www.chinatimes.cc/article/67625.html>

La municipalité de Chongqing s'est fixé pour objectif de construire d'ici 2020 100 magasins pour distribuer des produits importés – Les habitants pourront acheter des produits étrangers à proximité

Chongqing vient de se fixer pour objectif de construire 5 marchés de gros, 10 centres de distribution et 100 magasins d'ici 2020, afin de favoriser la vente de marchandises importées, comme par exemple des produits exempts de droits de douane ou distribués par le e-commerce transfrontalier qui bénéficient d'une réduction de droits de douane, mais aussi des produits du quotidien comme les automobiles, la viande et les fruits.

Actuellement, Chongqing compte 3 zones franches (Xiyong, Lianglu-Cuntan et Jiangjin) et 500 entreprises de e-commerce transfrontalier. De plus, la ville souhaite encourager les entreprises à importer des produits par le biais d'entrepôts de stockage situés dans des zones franches, et établir des centrales d'achat, de distribution et de livraison pour faciliter la vente des marchandises importées.

Chongqing a également pour projet de construire des marchés de gros de biens de consommation et de biens intermédiaires importés, tels que les automobiles, la viande et les fruits. En parallèle, les sociétés d'exportation seront encouragées à établir des magasins distribuant des produits étrangers dans des centres commerciaux, ainsi que des magasins de proximité près de quartiers résidentiels et de stations-service.

Date : le 26 mai 2017

Thématique : Chongqing - construction des 100 magasins d'ici 2020 - distribution des marchandises importées

Source :

http://www.chinafruitportal.com/2017/05/26/%E5%AE%B6%E9%97%A8%E5%8F%A3%E5%93%81%E8%BF%9B%E5%8F%A3%E6%B0%B4%E6%9E%9C%E6%B7%98%E6%B5%B7%E5%A4%96%E6%B4%8B%E8%B4%A7%EF%BC%8C%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E9%87%8D%E5%BA%862020%E5%B9%B4/?pk_campaign=748274e733&pk_source=mailchimp&pk_medium=email&pk_content=57784&pk_cid=1fe07b0af5&utm_campaign=748274e733&utm_source=mailchimp&utm_medium=email&utm_content=57784&utm_term=1fe07b0af5

Une société à capitaux mixtes de Changyu vient d'être créée au Chili – Cette nouvelle entreprise s'apprête à investir 48 millions de USD pour acquérir plusieurs filiales de Bethia

Indomita Wine Company Chile, entreprise détenue à 85% par Changyu, créée le 25 mai 2017, rachètera très bientôt

plusieurs filiales du groupe Bethia avec 48 millions de USD.

Fondée en 2004, Bethia compte 4 marques de vins et est spécialisée dans la production et la vente de vins milieu de gamme du Chili. Avec un chiffre d'affaires annuel de 40 millions de USD, dont 90% lié aux exportations, Bethia se positionne actuellement à la huitième place des exportateurs chiliens.

De son côté, Changyu a subi une chute de chiffre d'affaires de 20% sur le marché chinois en 2013, et n'a pas pu réussir à faire redémarrer ses ventes ces dernières années, sauf en 2015. Pour renverser la situation, Changyu a commencé à vendre des vins importés depuis 2013. En 2013, Changyu a racheté Rouillet-Fransac, château français du Cognac, et a continué à se développer à l'international en faisant l'acquisition de l'entreprise espagnole de vin Marques del Atrio ainsi que d'une filiale de Castel en 2015.

Changyu a cependant pour l'instant des difficultés à bien gérer ses filiales à l'étranger. Sa plus grande marque étrangère Marques del Atrio, par exemple, a enregistré des pertes supérieures à 7 millions de CNY en 2016.

Selon Li Jiming, vice-président de Changyu, l'entreprise s'est fixé pour objectif d'augmenter ses ventes de vins importés pour représenter 30% de son chiffre d'affaires total d'ici à 2020, alors que ce pourcentage s'établit actuellement à 6%. De ce fait, Changyu a encore un long chemin à parcourir pour atteindre son objectif d'expansion à l'international.

Date : le 26 mai 2017

Thématique : Changyu - création d'une société au Chili

Source : http://www.pt9.cn/news_display.asp?newsid=48383&id=0

(Site internet du "China National Wine Quality Supervision and Inspection Center")

Un salon agroalimentaire espagnol ouvrira prochainement à Madrid – Très belle occasion pour favoriser les échanges commerciaux entre la Chine et l'Espagne

Un salon spécialisé sur les produits agroalimentaires d'Espagne se tiendra à Cobo Calleja à Madrid le 9 juin 2017, avec l'objectif de faciliter les échanges entre des professionnels chinois et espagnols et de développer le commerce entre la Chine et l'Espagne.

Avec le développement de l'économie chinoise et l'amélioration de leur niveau de vie, les Chinois accordent de plus en plus d'importance à la qualité de leur alimentation, ce qui engendre une forte croissance de la demande de produits agroalimentaires importés en Chine. Bénéficiant de l'évolution de ce marché, l'Espagne a dépassé les autres pays européens pour devenir le premier pays exportateur des produits agroalimentaires vers la Chine en 2016, avec une croissance s'élevant jusqu'à 48%. Le porc, les vins et l'huile olive sont les produits agroalimentaires espagnols que la Chine importe le plus. D'autres produits comme le jambon, la bière, les produits laitiers et les mandarines en provenance d'Espagne s'avèrent aussi très populaires en Chine.

Après la crise économique en Espagne, beaucoup de ressortissants chinois basés Espagne ont réalisé l'importance du marché chinois et commencent à coopérer avec des commerçants espagnols pour exporter plus de produits agroalimentaires espagnols vers la Chine.

De ce fait, le salon agroalimentaire d'Espagne a été initié, ce qui devrait d'une part permettre aux exportateurs espagnols de mieux saisir la tendance du marché chinois, et d'autre part favoriser la coopération entre des fournisseurs espagnols et des importateurs chinois, et plus généralement la relation bilatérale entre la Chine et l'Espagne au niveau économique sur le long terme.

Date : le 27 mai 2017

Thématique : importations espagnoles en Chine

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2017/5/2-72252.html>

Le développement de la chaîne du froid est devenu un enjeu important pour les plateformes chinoises de commerce en ligne de produits frais – 95% des plateformes chinoises de commerce en ligne d'aliments frais sont actuellement en déficit

Selon les données relayées par la presse chinoise, pour les plateformes chinoises de commerce en ligne de produits frais, le coût logistique moyen de la chaîne du froid par commande s'élève à 30 CNY (environ 4 euros/commande). Il s'agit d'un montant bien plus élevé que les coûts logistiques normaux du commerce en ligne, qui représente ainsi un enjeu important pour ces entreprises.

Actuellement, les grandes plateformes chinoises de commerce en ligne de produits frais, telles que SF (顺丰 Shun Feng, services logistiques) et JD (site de vente en ligne), investissent beaucoup dans la chaîne du froid. JD prévoit à ce titre un investissement de 10 milliards de CNY (environ 1,4 milliard d'euros).

Cependant, toutes les plateformes de commerce en ligne de produits frais n'ont pas les mêmes moyens financiers que SF et JD. Parmi les 4000 plateformes de commerce en ligne de produits frais en Chine, seulement 4% sont à l'équilibre et les 96% restantes sont en déficit.

Selon le livre blanc sur le développement du secteur du commerce en ligne des produits frais en Chine publié par AC Nielsen, en 2016 le chiffre d'affaires total des ventes en ligne de produits frais a atteint 75 milliards de CNY (environ 10 milliards d'euros), et devrait passer à 100 milliards de CNY en 2017 (environ 13,3 milliards d'euros). Néanmoins, ce marché ne compte pour le moment que pour 1% des ventes nationales totales de produits frais.

Thématique : chaîne du froid - plateformes de commerce en ligne de produits frais - déficit - SF - JD

Date : le 29 mai 2017

Source : <http://shipin.people.com.cn/n1/2017/0529/c85914-29306477.html>

Ausnutria vient d'acquérir les entreprises laitières australiennes ADP et Ozfarm – *Les entreprises laitières chinoises ont tendance à acquérir des entreprises étrangères avant la mise en œuvre de la réglementation sur l'enregistrement des formules de lait infantile*

Ausnutria Dairy Corporation Ltd a annoncé le 22 mai la prise de contrôle à 100% de l'entreprise laitière Australian Dairy Park Pty Ltd (ADP) pour 23,3 millions de dollars australiens par sa filiale en propriété exclusive Ausnutrition Care. En parallèle, une autre filiale de Ausnutria a acquis 50% des actions de l'entreprise australienne Oz Farm Royal Pty Ltd (Ozfarm) avec 11 millions de dollars australiens.

Grâce à l'acquisition de ces deux entreprises, Ausnutria possède dorénavant une marque leader de lait infantile et une usine de production de lait en poudre, mais aussi l'agrément de CNCA pour exporter du lait en poudre vers la Chine.

À partir du 1^{er} janvier 2018, les entreprises des produits laitiers seront tenues d'obtenir l'agrément auprès du CNCA pour produire et distribuer du lait en poudre en Chine. De plus, chaque entreprise peut posséder au maximum 3 formules soit 9 références de produits. Le lait en poudre importé doit également obtenir l'enregistrement auprès de CNCA avant d'être produit ou distribué en Chine. Actuellement, seulement 8 entreprises australiennes, dont l'entreprise ADP, ont obtenu cet agrément.

Selon les statistiques, durant ces dernières années, les laits en poudre premium et ultra-premium ne cessent pas d'accroître leurs parts de marché en Chine : sur le segment du lait infantile, la part de marché du lait premium (avec un prix de détail variant de 290 CNY à 390 CNY pour 900 g) a augmenté de 14% en 2012 jusqu'à 24% en 2016. La part de marché du lait ultra-premium (avec un prix de détail supérieur à 390 CNY pour 900 g) a augmenté de 13% à 25% durant la même période. Les laits en poudre importés, qui sont souvent considérés comme premium par les consommateurs chinois, s'avèrent très populaires en Chine.

En effet, d'octobre 2015 à octobre 2016, la Chine demeure le premier marché à l'export pour les produits laitiers australiens, avec une importation de 660 millions de USD. Sur le segment du lait en poudre infantile, les importations australiennes ont connu une forte croissance, augmentant de 6 000 tonnes en 2015 à 19 000 tonnes en 2016, pour une valeur qui est passée de 74 millions de USD à 275 millions de USD sur la même période.

Date : le 30 mai 2017

Thématique : Ausnutria - acquisition d'entreprises laitières australiennes - enregistrement des formules de lait infantile

Source : http://www.legalweekly.cn/article_show.jsp?f_article_id=13587

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

Dégustation des vins d'or de Bordeaux au cours de la « China-France Sweet Journey » à Wuhan – *Cette dégustation avait pour but de faire découvrir les grands vins liquoreux de Bordeaux aux invités du French Day à l'hippodrome de Wuhan*

Le 21 mai dernier s'est tenue à Wuhan la « China-France Sweet Journey » au cours de laquelle une dégustation des vins d'or de Bordeaux a eu lieu. Organisée par le Consulat Général de France à Wuhan, la ville de Sauternes, Sweet Bordeaux, le Wuhan Jockey Club ainsi que l'entreprise Clovitis, cette dégustation a été associée aux courses équestres du French Day à l'hippodrome de Wuhan, et avait pour but de faire découvrir aux invités les grands vins liquoreux de Bordeaux. Monsieur le Maire de la ville de Sauternes ainsi que le Consul Général de France à Wuhan ont assisté à cette journée placée sous le signe de l'échange et de la collaboration.

De nombreux vins chinois produits dans les provinces du Xinjiang et du Ningxia, tels que Tiansai Vineyards, Château Aroma et Ningxia C&G Wine Industry ont également été présentés au cours de cette dégustation afin de promouvoir les échanges entre la France et la Chine dans le domaine du vin.

Thématique : dégustation - vins d'or de Bordeaux - « China-France Sweet Journey » - Wuhan - Sweet Bordeaux - Sauternes

Date : le 22 mai 2017

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2017/5/3-72202.html>

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

ADP	Australian Dairy Park Pty Ltd
B2B	Business to business
B2C	Business to consumer
CNY	RMB, devise chinoise
CFDA	China Food and Drug Administration
CNCA	Certification and Accreditation Administration of the People's Republic of China
CNY	RMB, devise chinoise
MOFCOM	Ministère du commerce
TCM	Triglycérides à chaîne moyenne
USD	US Dollars, devise américaine

Sources d'information:

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.
www.sda.gov.cn	Site internet officiel de China Food and Drug Administration
www.chinanews.com	"China News Service" (CNS) : Agence de presse nationale chinoise généraliste, spécialisée en service pour les résidents chinois de Hong-Kong, Macao et de l'étranger.
www.eeo.com.cn	Site internet du journal « The Economic Observer », créé en avril 2001, un des principaux journaux économiques chinois.
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.chinatimes.cc	Site internet du journal « China Times », premier journal financier chinois.
www.chinafruitportal.com	Site internet en chinois sous contrôle du groupe chilien Yentzen, spécialisé en reportage sur les politiques agricoles ou les tendances commerciales de différents pays dans le secteur des fruits et légumes, notamment ceux en lien avec le marché chinois.
www.pt9.cn	Site internet du "China National Wine Quality Supervision and Inspection Center"
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.
http://shipin.people.com.cn	Rubrique "Food" de www.people.com.cn , site internet du journal « People's Daily », un des dix journaux les plus importants du monde. Créé en 1er janvier 1997, le site dispose, en plus de la version chinoise, de 7 versions différentes en langue des minorités nationales et de 9 versions différentes en langues étrangères.
www.legalweekly.cn	Site internet du journal « Legal Weekly », appartenant au « Legal Dailay ». Ce dernier est journal officiel de la Commission des Affaires Politiques et Juridiques, organisme directement placé sous le Comité Central du parti communiste chinois.

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 – Prospectrice Agrotech bureau de Shenzhen
Ying Li – Conseillère réglementaire 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.