



## VEILLE SANITAIRE SUR LA CHINE

### SOMMAIRE

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

#### SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

- [Notification de l'AQSIQ à l'OMC sur le projet de réglementation des certificats des aliments exportés en Chine](#) – Celui-ci devrait théoriquement être transmis à l'OMC sous peu
- [L'AQSIQ a décidé de renforcer le contrôle de 122 entreprises](#) – Cas de non-conformité

#### ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

- [Le groupe Fonterra investit 20 millions de NZD pour agrandir son usine de Te Rapa en Nouvelle Zélande](#) – Ces travaux visent à répondre aux besoins croissants du marché en chinois en beurre et en fromage
- [Inauguration du « Italian Food & Wine Festival » à Pékin](#) – Les exportations italiennes de produits alimentaires vers la Chine ont atteint 335 millions d'euros en 2016
- [Croissance exponentielle des importations chinoises de fruits à coque australiens](#) – Elles ont été multipliées par 11 en 5 ans
- [180 cas de produits non conformes concernant les barres au gluten épicées ces deux dernières années](#) – Des problèmes d'hygiène et l'ajout excessif d'additifs alimentaires en sont les principales causes
- [Les entreprises laitières chinoises accélèrent leur développement dans le lait de chèvre](#) – Le prix du lactosérum de chèvre en poudre augmente brutalement
- [Bilan neuf ans après le lancement de la directive chinoise sur la limitation de l'utilisation des sacs en plastique](#) – Cette directive n'a pas pu dégager de résultats positifs
- [Les consommateurs chinois adorent les vins fermés avec des bouchons en liège](#) – Ils sont prêts à payer plus cher pour un bouchon en liège
- [L'entreprise laitière chinoise Beingmate diversifie ses activités dans le secteur de la biologie clinique en rachetant l'américain CSL](#) – Beingmate est la première marque chinoise de formule de poudre de lait infantile
- [Ouverture d'un premier magasin Hema Fresh \(Hema Xiansheng\) à Pékin](#) – Les magasins Hema Fresh sont une combinaison du commerce en ligne et hors ligne
- [Ouverture à Shanghai du 1er port spécialement dédié au commerce des produits de la mer vivants](#) – Les fruits de mer en provenance de Russie pourront être livrés directement à Shanghai en 6 jour
- [Vignobles de Bordeaux : favoris chez les investisseurs chinois](#) – Grâce à une bonne image des vins de Bordeaux en Chine, les vignobles bordelais suscitent l'intérêt des investisseurs chinois

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

#### GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

## SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

### **Notification de l'AQSIQ à l'OMC sur le projet de réglementation des certificats des aliments exportés en Chine** – *Celui-ci devrait théoriquement être transmis à l'OMC sous peu*

Récemment, l'AQSIQ a publié sur son site internet, un projet de notification à l'OMC/section TBT au sujet du projet de la nouvelle réglementation sur la certification des produits alimentaires exportés vers la Chine. Celui-ci devrait théoriquement être transmis à l'OMC sous peu.

D'après cette réglementation, toutes les denrées alimentaires importées devraient obligatoirement disposer du certificat d'exportation (en anglais "Certificates of Foods Exported to China"). Les informations à mentionner sur le certificat d'exportation comprendraient celles sur les producteurs étrangers (nom, adresse, numéro d'agrément le cas échéant, etc.), sur les produits (nom, marque, format, emballage, unité ou poids, catégorie, date de production/emballage, lieu de production etc. ), sur la transaction commerciale (nom, adresse et numéro d'enregistrement de l'importateur, nom, adresse et numéro d'enregistrement de l'exportateur, lieu de départ et lieu de destination, pays exportateur, outil de transport, numéro de container etc. ), ainsi que des mentions sur le fait que les aliments sont fabriqués, transformés, stockés, transportés, exportés sous contrôle des autorités compétentes des pays exportateurs et sont appropriés pour la consommation humaine.

Le certificat d'exportation devrait être rédigé à minima en anglais ou en chinois. En cas de plus de 10 non-conformités constatées sur ce certificat d'exportation pendant une période de 12 mois, l'AQSIQ se garde le droit de ne plus accepter le certificat concerné et de démarrer une procédure d'évaluation du système de contrôle de la région ou du pays exportateur.

Thématique : certificat d'exportation - denrées alimentaires importées - WTO/TBT

Date : le 8 juin 2017

Source : [http://jckspaqj.aqsiq.gov.cn/gksqjdf/201706/t20170608\\_490388.htm](http://jckspaqj.aqsiq.gov.cn/gksqjdf/201706/t20170608_490388.htm)

### **L'AQSIQ a décidé de renforcer le contrôle de 122 entreprises** — *Cas de non-conformité*

Le 12 juin dernier, l'AQSIQ a annoncé, selon les résultats du contrôle des aliments importés de ces derniers jours, que 122 entreprises sont répertoriées sur la liste des cas de non-conformité, comprenant 46 importateurs, 36 producteurs étrangers et 40 exportateur étrangers. Afin d'assurer la sécurité sanitaire et selon la demande de « Implementation measures for imported food with bad records », l'AQSIQ a décidé de prendre des mesures de contrôle plus strictes vis-à-vis des 122 entreprises mentionnées. Pour leurs prochaines exportations des marchandises concernées, il leur sera obligatoire de fournir des rapports d'analyse ou des documents certifiant la conformité du produit. Les établissements répertoriés sur la liste des cas de non-conformité doivent prendre des mesures de correction et augmenter la qualité des aliments importés. Une fois les conditions remplies, leurs noms pourront être retirés de cette liste.

La liste des établissements concernés est également publiée sur le site de l'AQSIQ.

Thématique : aliments importés - non-conformité - liste noire

Date : le 12 juin 2017

Source : [http://www.aqsiq.gov.cn/zjxw/zjxw/ziftpxw/201706/t20170612\\_490602.htm](http://www.aqsiq.gov.cn/zjxw/zjxw/ziftpxw/201706/t20170612_490602.htm) ; <http://jckspaqj.aqsiq.gov.cn/>

## ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

### **Le groupe Fonterra investit 20 millions de NZD pour agrandir son usine de Te Rapa en Nouvelle Zélande** – *Ces travaux visent à répondre aux besoins croissants du marché en chinois en beurre et en fromage*

Le groupe laitier néo-zélandais Fonterra a récemment annoncé un investissement de 20 millions de NZD (environ 13 millions d'euros) pour l'agrandissement de son usine de Te Rapa, afin de mieux répondre aux besoins croissants en beurre et en fromage du marché chinois. Actuellement, avec environ 500 ouvriers, cette usine dispose d'une capacité de production annuelle de 80 000 tonnes de beurre et de fromage.

Selon le rapport financier du groupe Fonterra publié pour le 3<sup>ème</sup> trimestre 2017, le chiffre d'affaires total des ventes de produits et des services du groupe sur le marché chinois a augmenté de 40% sur un an. Depuis quelques années, la consommation de beurre en Chine connaît une forte augmentation. Les importations de beurre sont ainsi passées de

17 000 tonnes en 2009 à 63 000 tonnes en 2016, avec un rythme de croissance annuelle de 20%.

Thématique : groupe Fonterra - Nouvelle-Zélande - beurre - fromages - agrandissement d'usine

Date : le 07 juin 2017

Source : <http://www.jiemian.com/article/1377657.html>

**Inauguration du « Italian Food & Wine Festival » à Pékin – Les exportations italiennes de produits alimentaires vers la Chine ont atteint 335 millions d'euros en 2016**

Le 3 juin dernier ICE-ITA et BHG Market Place ont inauguré le « Italien Food & Wine Festival » à Pékin. Suite à cette inauguration, du 1er au 25 juin, des activités de promotions des vins et des produits alimentaires italiens, tels que les vins effervescent, les spaghettis, les produits d'assaisonnements et les produits de snacking, auront lieu dans tous les magasins de BHG à Pékin.

Selon les informations publiées dans la presse chinoise, en 2016, les exportations italiennes de produits alimentaires vers la Chine ont atteint 335 millions d'euros, et ont été en croissance de 15% au cours des premiers mois de l'année 2017.

Note: ICE-ITA : The Italian Institute for foreign trade

Thématique : inauguration - « Italien Food & Wine Festival » - exportations - vins - produits alimentaires - BHG

Date : le 07 juin 2017

Source : [http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201706/07/t20170607\\_23471801.shtml](http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201706/07/t20170607_23471801.shtml)

**Croissance exponentielle des importations chinoises de fruits à coque australiens – Elles ont été multipliées par 11 en 5 ans**

Selon les statistiques récemment publiées par l'Australian Macadamia Society, les exportations de fruits à coque australiens vers la Chine ont été multipliées par 11 sur les cinq dernières années ; d'après les statistiques plus détaillées de la presse chinoise spécialisée dans la finance China Business Network, celles-ci sont passées de 1 294 tonnes en avril 2012 à 16 311 tonnes en mars 2017. Le marché chinois représentait déjà un tiers de parts du marché à l'export de l'Australie fin 2016.

À l'occasion de la première journée nationale des fruits à coque en 2016, Zhao Lei, directeur du secteur des FMCG (en anglais Fast-Moving Consumer Goods) de Tmall, a révélé que les noix de Macadamia, les pignons de pin et les noix de pécan étaient les trois fruits à coque australiens les plus vendus pendant les sept premiers mois de 2016.

« Les snacks seront de plus en plus demandés grâce à la hausse des revenus », a estimé Wang Jingyue, PDG de Be & Cheery, entreprise chinoise de production et distribution de snacks. De plus, l'accent mis sur une alimentation saine encourage également à consommer plus de fruits à coque qui sont riches en protéines, minéraux et vitamines.

La concurrence s'intensifie déjà en ligne entre les marques de fruits à coque, ce qui pousse les entreprises à trouver d'autres débouchés, par exemple les supermarchés et les magasins de proximité. La marque de fruits à coque Three Squirrels, par exemple, a ouvert son premier magasin à Wuhu dans l'Anhui, et prévoit d'ouvrir jusqu'à 500 magasins d'ici 5 ans. Be & Cheery a aussi annoncé son projet de ré-ouvrir des magasins dans les villes de 1<sup>er</sup> et de 2<sup>ème</sup> rang. Ces dernières, ainsi que Bestore, sont les leaders chinois du marché des fruits à coque.

En plus de l'Australie, les États-Unis accordent beaucoup d'importance au marché chinois, tout comme l'Afrique du Sud, un autre producteur important de noix de Macadamia.

Thématique : fruits à coque - croissance exponentielle des exportations australiennes

Date : le 8 juin 2017

Source : <http://www.jiemian.com/article/1381240.html>

**180 cas de produits non conformes concernant les barres au gluten épicées ces deux dernières années – Des problèmes d'hygiène et l'ajout excessif d'additifs alimentaires en sont les principales causes**

Selon the Beijing News, de janvier 2015 à mai 2017, la CFDA a annoncé 180 cas de barres au gluten épicées (snack chinois à base de gluten, en anglais : *spicy gluten*) non conformes, concernant 195 lots et 131 producteurs. Les principales causes en sont des problèmes d'hygiène et d'ajout excessif d'additifs alimentaires ; 68 cas sont relatifs aux bactéries et 30 à l'ajout de cyclamate.

Fabriqués principalement au Henan, Hunan, Anhui et Xinjiang, ces snacks gagnent les faveurs de beaucoup de jeunes

Chinois, notamment les écoliers et les collégiens, en raison de leur goût et de leur prix très bas (à partir de 50 centimes de Yuan). En raison d'un grand profit et d'un accès facile au marché, de plus en plus d'entreprises s'engagent dans la production de ce snack, mais très peu d'entre elles ont enregistré leur marque. D'après the Beijing News, parmi les 131 producteurs précédemment mentionnés par la CDFA, seulement 37,4% des producteurs ont enregistré leur marque auprès des AIC locales (*Administration for Industry and Commerce*).

Malgré ces problématiques de sûreté alimentaire, la taille du marché des barres au gluten épicé est considérable : selon des estimations du secteur alimentaire, le nombre total des producteurs est estimé à 1000 en Chine, pour une valeur de production atteignant 50-60 milliards de CNY.

Thématique : barre au gluten épicée - ajout excessif d'additifs - enregistrement de la marque

Date : le 8 juin 2017

Source : <http://www.jiemian.com/article/1381114.html>



Figure 1. Barre au gluten épicé ou latiao 辣条 en chinois

**Les entreprises laitières chinoises accélèrent leur développement dans le lait de chèvre – Le prix du lactosérum de chèvre en poudre augmente brutalement**

À l'approche de l'entrée en vigueur de la réglementation sur l'enregistrement du lait en poudre infantile, les principales entreprises chinoises de lait en poudre commencent à se tourner vers le lait de chèvre pour diversifier leurs produits.

Par exemple, Kabrita, filiale d'Ausnutria, a lancé sur le marché le 9 juin 2017 son premier lait de chèvre en poudre destiné aux enfants de plus de 3 ans. Il s'agit aussi du premier lait de chèvre en poudre pour enfants en Chine. Feihe, un autre leader des produits laitiers en Chine, a investi 225 millions de CAD pour construire un site de production de lait de chèvre en poudre d'une capacité de production de 20 000 tonnes à Kingston au Canada et a commencé à construire une nouvelle ligne de production au Heilongjiang. Yashili, filiale de Mengniu, s'apprête également à mettre son premier produit de lait de chèvre en poudre sur le marché en juillet 2017. Sanyuan compte aussi diversifier ses produits avec du lait de chèvre en poudre.

Or, suite à cette évolution du marché, la poudre de lactosérum, qui est un ingrédient important pour la production du lait de chèvre en poudre, est de plus en plus demandée par les entreprises laitières.

La poudre de lactosérum est en effet un produit secondaire de la production du fromage de chèvre. Les producteurs de fromage de chèvre étant assez rares en Chine, les producteurs chinois dépendent beaucoup des pays comme l'Italie et les Pays-Bas pour importer ce produit, d'autant que les entreprises étrangères qui l'exportent sont peu nombreuses. De ce fait, son prix a connu une croissance brutale, passant de 20 000 CNY/tonne auparavant à 120 000 CNY/tonne actuellement.

Thématique : lait de chèvre en poudre - poudre de lactosérum - hausse de prix brutale

Date : le 9 juin 2017

Source : <http://www.yicai.com/news/5298185.html>

**Bilan neuf ans après le lancement de la directive chinoise sur la limitation de l'utilisation des sacs en plastique – Cette directive n'a pas pu dégager de résultats positifs**

Il y a 9 ans, le gouvernement chinois a publié une directive interdisant la production de sacs en plastique ultra fins d'une épaisseur inférieure à 0,025 mm dans tout le pays. Depuis le 1<sup>er</sup> juin 2008, tous les distributeurs, dont les supermarchés, les grands magasins et épicerie, ne donnent plus de sacs en plastique gratuitement. Le but de cette directive est de réduire la consommation d'énergie et les émissions polluantes.

Aujourd'hui, alors que cette directive est en vigueur depuis 9 ans, elle n'a pas pu apporter de résultats positifs : les épicerie donnent toujours des sacs en plastique gratuitement aux consommateurs et les supermarchés proposent des sacs en plastique payants aux clients, profitant pour faire des bénéfices.

Actuellement, seuls 14% des emballages plastiques au monde sont recyclés. Le taux de recyclage effectif est

seulement de 10%.

Thématique : limitation de l'utilisation des sacs en plastique - pollution - recyclage

Date : le 9 juin 2017

Source : [http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201706/09/t20170609\\_23525943.shtml](http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201706/09/t20170609_23525943.shtml)

**Les consommateurs chinois adorent les vins fermés avec des bouchons en liège – Ils sont prêts à payer plus cher pour un bouchon en liège**

Le marché du vin augmente rapidement en Chine. Selon les résultats d'une dernière enquête, sur le marché chinois, la plupart des vins les plus vendus sont fermés avec des bouchons en liège.

Cette enquête, menée par Nielsen et terminée en mai 2017, est basée sur les 100 références de vins les plus vendus en 2016 par la grande distribution. Les résultats ont montré que 95 références de vins ont utilisé des bouchons en liège. D'après Monsieur Carlos De Jesus, directeur marketing de Intercork, l'association portugaise des professionnels du bouchon, les résultats de l'enquête ont prouvé que les consommateurs chinois ont une préférence pour les vins utilisant des bouchons en liège, que ce soit des vins locaux ou importés. De plus, si l'on compare les prix en moyenne par litre de vin, les consommateurs acceptent de payer 34 RMB supplémentaire en choisissant ceux avec bouchons en liège. Parmi les 100 références de vins, 65 sont des vins chinois, 23 sont d'origine française, 9 d'origine australienne, 1 en provenance des Etats Unis, 1 en provenance du Chili et 1 en provenance de l'Espagne.

La Chine est devenue un pays important pour la production et la consommation du vin. Elle est devenue le plus important marché pour certains pays leaders dans la production de vin. Récemment, Monsieur Baudouin Havaux, président du Concours Mondial de Bruxelles, a annoncé que leur prochain concours aura lieu en Chine.

Thématique : vin importé - bouchon en liège - enquête - Nielsen

Date : le 9 juin 2017

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2017/6/1-72358.html>

**L'entreprise laitière chinoise Beingmate diversifie ses activités dans le secteur de la biologie clinique en rachetant l'américain CSL – Beingmate est la première marque chinoise de formule de poudre de lait infantile**

En avril 2017, l'entreprise laitière chinoise Beingmate a annoncé l'acquisition de l'entreprise américaine CSL pour un montant inférieur à 300 millions d'USD. Cette acquisition marque de nouveau le souhait de Beingmate de diversifier ses activités, en se positionnant sur le secteur de la biologie clinique afin de développer son marché à l'international. Avant cette opération, Beingmate avait déjà en janvier 2017 investi 225 millions de CNY (environ 30 millions d'euros) dans la création d'une société d'assurance Huada Health Insurance (华大健康保险) en Chine.

Récemment Beingmate a subi d'importantes pertes dues aux mauvais résultats de ses produits alimentaires infantiles sur le marché chinois. Selon son rapport financier pour le précédent exercice, en 2016 l'entreprise a réalisé un chiffre d'affaires de 2,76 milliards de CNY (environ 368 millions d'euros), en baisse de 39% par rapport à 2015. Depuis quelques années, le marché chinois des formules de poudre de lait infantile est devenu très concurrentiel notamment avec l'arrivée sur le marché par e-commerce transfrontalier de nombreux produits importés, expliquant les pertes de Beingmate ainsi que son souhait de diversifier ses activités avec l'achat par exemple de CSL.

Thématique : Beingmate - diversification - formule de poudre de lait infantile - pertes - produits alimentaires infantiles

Date : le 10 juin 2017

Source : [http://www.hesitan.com/nnyw\\_xjxm/2017-06-10/205562.shtml](http://www.hesitan.com/nnyw_xjxm/2017-06-10/205562.shtml)

**Ouverture d'un premier magasin Hema Fresh (Hema Xiansheng) à Pékin – Les magasins Hema Fresh sont une combinaison du commerce en ligne et hors ligne**

Après Shanghai et Ningbo, Hema Fresh a ouvert un nouveau magasin à Pékin le 9 juin dernier. Cet hypermarché d'une superficie de plus de 10 000 m<sup>2</sup>, est une combinaison du commerce en ligne et hors ligne. En effet, en plus d'être un magasin physique et un restaurant, cet établissement propose également un service de commande en ligne et de livraison de repas et d'aliments frais en 30 minutes. La presse chinoise le définit comme un magasin d'aliments frais qui combine le commerce en ligne et hors ligne en O2O. Les aliments frais, notamment les fruits de mer, sont les principaux produits proposés. En matière de clientèle, Hema Fresh cible les consommateurs nés à partir des années 1980 et en recherche de produits de haute qualité.

Cependant, bien qu'aujourd'hui les magasins en O2O tel que Hema Fresh soient en plein développement en Chine, les hypermarchés et supermarchés traditionnels possèdent toujours une position concurrentielle sur le marché chinois de

la vente au détail des produits alimentaires.

Thématique : ouverture magasin - Hema Xiansheng - Hema Fresh - commerce en ligne / hors ligne - O2O - aliments frais

Date : le 12 juin 2017

Source : [http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201706/12/t20170612\\_23560534.shtml](http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201706/12/t20170612_23560534.shtml)

**Ouverture à Shanghai du 1<sup>er</sup> port spécialement dédié au commerce des produits de la mer vivants – Les fruits de mer en provenance de Russie pourront être livrés directement à Shanghai en 6 jours**

Le 12 juin dernier, Shanghai a inauguré à Hengsha son premier port destiné au commerce des produits de la mer vivants. Un navire de fret transportant environ 53 tonnes de crabes royaux en provenance de Russie est arrivé le même jour dans ce port. Shanghai est le plus grand port de Chine pour les importations de fruits de mer : la ville importe près de la moitié des fruits de mer du pays. La région de Shanghai ainsi que les villes du delta du fleuve Yangtze représente l'un des plus grands marchés de consommation de fruits de mer en Chine. Néanmoins, à défaut d'avoir les installations nécessaires, Shanghai importait auparavant des produits de la mer vivants par avion ou les acheminait via d'autres ports du pays, tels que les ports de Dalian et Qingdao. Désormais avec le port de Hengsha, les produits de la mer vivants en provenance de Russie pourront être livrés directement à Shanghai en 6 jours.

Thématique : ouverture - Shanghai - port de Hengsha - produits de la mer vivants - fruits de mer - Russie

Date : le 13 juin 2017

Source : [http://epaper.bjbusiness.com.cn/site1/bjsb/html/2017-06/13/content\\_372373.htm?div=-1](http://epaper.bjbusiness.com.cn/site1/bjsb/html/2017-06/13/content_372373.htm?div=-1)

**Vignobles de Bordeaux : favoris chez les investisseurs chinois – Grâce à une bonne image des vins de Bordeaux en Chine, les vignobles bordelais suscitent l'intérêt des investisseurs chinois**

Avec l'agrandissement de la classe moyenne chinoise, les vins importés prennent une part accrue du marché des vins en Chine. Selon les statistiques, l'importation chinoise de vins a augmenté de 37% en 2016 pour représenter 642 millions de bouteilles avec une valeur de 2 milliards de USD, dont 40% de vins français.

En parallèle, les vignobles bordelais ont gagné en popularité auprès des investisseurs chinois ces 3 dernières années, ces derniers représentant actuellement 40% des acheteurs de vignobles bordelais. En 2016, ils ont également acheté 3 des 5 vignobles bordelais vendus le plus cher. Les entreprises des secteurs de l'hôtellerie et du vin constituent les principaux acheteurs.

La majorité de ces vignobles situés dans la région de Bordeaux ne coûtent pas plus de 2 millions d'euros, tandis qu'un vignoble situé dans le Médoc qui produit de meilleurs vins, peut se vendre à 100 millions d'euros.

Malgré tout, bénéficiant de l'image de luxe du vin bordelais en Chine, les investisseurs chinois vendent ces vins avec un prix supérieur et recouvrent facilement leurs coûts. De plus, ils sont fiers de posséder des domaines à Bordeaux.

Thématique : vignoble bordelais - investisseurs chinois

Date : le 13 juin 2017

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2017-6-2-72378.html>

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

**GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES**

AQSIQ	Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the PRC
CAD	Canadian dollar, devise canadienne
CFDA	China Food and Drug Administration
CNY	RMB, devise chinoise
FMCG	En anglais : Fast-Moving Consumer Goods
ICE-ITA	The Italian Institute for foreign trade
USD	US Dollars, devise américaine
OMC	Organisation Mondiale du Commerce
O2O	Online to Offline

PDG	Président Directeur Général
-----	-----------------------------

### Sources d'information:

<a href="http://jckspaqj.aqsiq.gov.cn">http://jckspaqj.aqsiq.gov.cn</a> <a href="http://www.aqsiq.gov.cn">http://www.aqsiq.gov.cn</a>	Site internet officiel de l'AQSIQ
<a href="http://www.jiemian.com">http://www.jiemian.com</a>	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 de nouvelles pour la classe moyenne chinoise.
<a href="http://www.ce.cn">www.ce.cn</a>	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.
<a href="http://www.yicai.com">www.yicai.com</a>	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.
<a href="http://www.hesitan.com">www.hesitan.com</a>	Site internet du magazine mensuel « Holstein Farmer », créé en 2005 par Beijing Orient Dairy Consultants Ltd., la seule publication DM (Direct Mail Advertising) en Chine dédiée à la filière de l'élevage de vaches.
<a href="http://www.winesinfo.com">www.winesinfo.com</a>	Site internet créé par la société Bon-wine Culture Consulting Co., Ltd., société de consultation spécialisée en communication de la culture de vin.

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

Vous souhaitez être abonné à cette veille, nous vous remercions d'adresser un courriel à : [reglementaire-agro@businessfrance.fr](mailto: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  
Juliette Caron – Prospectrice Agrotech bureau de Pékin  
Laure Elsaesser – Conseiller Export Agrotech bureau de Pékin  
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.