



VEILLE SANITAIRE SUR LA CHINE

SOMMAIRE

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

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

[Annonce du MOA relative à l'arrêt de l'utilisation de 3 types de médicaments vétérinaires](#) – La commercialisation et l'utilisation des produits concernés ne seront plus autorisées à partir du 1er mai 2019

[Traçabilité pour 11 catégories de produits alimentaires dans la province du Fujian](#) – Des mesures de sanction seront appliquées en cas de non-respect de la réglementation

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

[Le prix de vente en gros de certains fruits importés est pour la première fois moins cher que celui des fruits chinois](#) – Pomme, orange, pastèque et pitaya sont les 4 principaux fruits importés en Chine

[Ouverture de nouveaux « Jiuxian International Wine & Spirits Center » à Shanghai, Fuzhou et Chengdu](#) – Le nombre total de magasins physiques de Jiuxian.com devrait atteindre 100 en Chine avant le nouvel an chinois, à la mi-février 2018

[Le géant chinois de la vente au détail de fruits Pagoda a reçu un investissement d'environ 192 millions d'EUR](#) – Pagoda dispose actuellement de plus de 2 800 magasins répartis dans 40 villes en Chine et possède un grand potentiel de développement

[Grâce aux accords de libre-échange, les droits de douanes sur plus de 8 000 catégories de produits sont actuellement nuls en Chine](#) – Cela a permis aux consommateurs chinois d'avoir plus de choix sur les produits de qualité en provenance de pays étrangers

[Le groupe japonais de spiritueux Beam Suntory lance son magasin sur la plateforme de e-commerce Tmall](#) – Le marché chinois des spiritueux devrait représenter un montant total de 450 milliards d'USD d'ici 2021

[Le lait de brebis en poudre : un marché en forte croissance](#) – Suite à l'entrée en vigueur de la nouvelle réglementation chinoise, plusieurs PME sont contraintes de sortir du marché

[Rachat éventuel par DBR \(Lafite\) des actions détenues par CITIC IIG dans leur domaine en Chine](#) – Les deux parties se sont félicitées des fruits de leur coopération durant ces dernières années

[Augmentation des ventes de produits de confiserie en ligne durant le nouvel an chinois](#) – Les changements d'habitude de consommation entraînent l'évolution de ce marché

[Signature d'importants contrats d'achat pour les poudres de lait infantile entre JD et 15 producteurs chinois et étrangers](#) – La valeur totale durant les 3 prochaines années pourrait dépasser 100 milliards CNY

ACTIONS DE COOPÉRATION FRANCO-CHINOISES DANS LE SECTEUR AGRICOLE ET AGROALIMENTAIRE – ÉVÈNEMENTS D'INTÉRÊT

[Signature d'un accord de coopération entre le groupe SILL et une laiterie chinoise](#) – Projet de création d'une nouvelle usine en France pour la fabrication de poudre de lait infantile

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISÉS

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

Annnonce du MOA relative à l'arrêt de l'utilisation de 3 types de médicaments vétérinaires – *La commercialisation et l'utilisation des produits concernés ne sera plus autorisée à partir du 1er mai 2019*

Le Ministère de l'Agriculture chinois a diffusé le 11 janvier sur son site internet l'annonce N° 2638 au sujet de l'arrêt de l'utilisation de 3 sortes de médicaments vétérinaires.

D'après l'annonce, il est décidé que :

- A partir du 11 janvier 2018, le MOA n'accepte plus de demande d'enregistrement pour des ingrédients pharmaceutiques actifs (IPA) de 3 médicaments vétérinaires (l'Olaquinox, l'acide arsannique et la roxarsone) ou pour différentes préparations à base de ces 3 médicaments vétérinaires ;
- A partir du 1er mai 2018, toute production de IPA ou de préparations à base des 3 médicaments vétérinaires concernés ne sera plus autorisée. Les numéros d'enregistrement des produits concernés antérieurement accordés seront supprimés. Les produits fabriqués avant le 30 avril 2018 pourront être commercialisés et utilisés avant le 30 avril 2019.
- A partir du 1er mai 2019, ni la commercialisation ni l'utilisation des IPA ou des préparations d'Olaquinox, d'acide arsannique ou de roxarsone ne sera autorisée.

Thématique : médicament vétérinaire - IPA - interdiction

Date : le 11 janvier 2018

Source : http://www.moa.gov.cn/govpublic/SYJ/201801/t20180112_6134888.htm

Traçabilité pour 11 catégories de produits alimentaires dans la province du Fujian – *Des mesures de sanction seront appliquées en cas de non-respect de la réglementation*

La « Mesure de gestion pour la traçabilité des produits alimentaires de la province du Fujian » a été publiée le 16 janvier dernier. Son entrée en vigueur est prévue le 1^{er} mars 2018.

D'après cette réglementation, dans la province du Fujian, une gestion de traçabilité (un QR code correspond à une référence) sera appliquée aux aliments et produits agroalimentaires pour leur production, leur commercialisation ainsi qu'au secteur de la restauration. Les aliments et produits agroalimentaires disposeront chacun d'un numéro unique permettant d'assurer leur traçabilité.

11 catégories d'aliments et de produits agroalimentaires seront ainsi sous contrôle, comprenant : les céréales et leurs produits, les produits d'élevage, les produits de volaille, les légumes, les fruits, les produits aquatiques, les produits à base de soja, les produits laitiers, l'huile alimentaire, le sel alimentaire, les aliments spéciaux locaux, d'autres catégories d'aliments et de produits agroalimentaires.

En cas de distribution de ces produits sans QR code, une amende comprise entre 5 000 et 10 000 CNY pourrait être appliquée au distributeur concerné. En cas de déclaration de fausses informations par les producteurs de ces produits, celui-ci devra acquitter une amende comprise entre 5 000 et 20 000 CNY.

Thématique : aliments et produits agroalimentaires - traçabilité - Fujian

Date : le 16 janvier 2018

Source : http://mag.fznews.com.cn/fzwb/2018/20180117/20180117_A07/20180117_A07_7.htm

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

Le prix de vente en gros de certains fruits importés est pour la première fois moins cher que celui des fruits chinois – *Pomme, orange, pastèque et pitaya sont les 4 principaux fruits importés en Chine*

En Chine, le prix de vente en gros des fruits chinois est normalement beaucoup moins élevé que celui des fruits importés. Cependant, aujourd'hui, avec l'augmentation du coût de la main-d'œuvre et du prix de la terre en Chine, et un niveau de mécanisation moins élevé dans de nombreux vergers chinois par rapport à d'autres pays producteurs, l'écart entre le prix de vente en gros des fruits importés et des fruits chinois est de moins en moins important. Selon les informations de SAPCWM, ces derniers jours certains fruits importés en provenance d'Asie du Sud-Est, d'Afrique, d'Europe et des Etats-Unis ont vu leurs prix de vente en gros pour la première fois moins élevés que ceux des fruits chinois, comme par exemple :

- pomme française : 10 CNY/kg (environ 1,28 EUR/kg) ; pomme de la ville chinoise de Yantai : 10,5 CNY/kg (environ 1,34 EUR/kg)
- orange d'Egypte : 5 CNY/kg (environ 0,64 EUR/kg) ; orange de la ville chinoise de Ganzhou : 6 CNY/kg (environ 0,76 EUR/kg)
- pastèque birmane : 2,5 CNY/kg (environ 0,32 EUR/kg) ; pastèque de l'île chinoise de Hainan : 2,8 CNY/kg (environ 0,35 EUR/kg)

- pitaya vietnamien : 9 CNY/kg (environ 1,15 EUR/kg) ; pitaya de la région du Guangxi : 10 CNY/kg (environ 1,28 EUR/kg)

Vu la qualité et le prix acceptable des fruits importés, de plus en plus de distributeurs chinois préfèrent actuellement commercialiser des fruits en provenance de pays étrangers que ceux originaires de Chine.

Pour information, en 2017 les importations chinoises de fruits via le port de Shanghai ont atteint 1 million de tonnes, soit une augmentation de 30% par rapport à 2016.

SAPCWM : Shanghai agricultural products center wholesale market

Thématique : fruit importé - prix de vente en gros - port de Shanghai - pomme/orange/pastèque/pitaya

Date : le 10 janvier 2018

Source : http://www.sohu.com/a/215828595_283674

Ouverture de nouveaux « Jiuxian International Wine & Spirits Center » à Shanghai, Fuzhou et Chengdu – Le nombre total de magasins physiques de Jiuxian.com devrait atteindre 100 en Chine avant le nouvel an chinois, mi-février 2018

Créé en 2010, Jiuxian.com est l'un des plus grands détaillants en ligne d'alcool en Chine. Ses activités couvrent le commerce de détail d'alcool (B2C), la vente en gros (B2B) et les services en ligne à hors ligne (O2O). Le 9 janvier dernier, Jiuxian a inauguré 3 magasins physiques sous le nom de « Jiuxian International Wine & Spirits Center » à Shanghai, Fuzhou et Chengdu. Avec une surface moyenne de 300 à 400 m², ces magasins proposent de l'alcool de riz (baijiu), du vin, des spiritueux et des bières, en combinant le commerce en ligne et hors ligne en O2O. Jiuxian devrait ouvrir une centaine de magasins en Chine d'ici à mi-février 2018, répartis dans une cinquantaine de villes.

Thématique : ouverture - Jiuxian.com - alcool/vin/spiritueux/bière - magasin physique - commerce en ligne et hors ligne - O2O

Date : le 10 janvier 2018

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2018/1/3-75990.html>

Le géant chinois de la vente au détail de fruits Pagoda a reçu un investissement d'environ 192 millions d'EUR – Pagoda dispose actuellement de plus de 2 800 magasins répartis dans 40 villes en Chine et possède un grand potentiel de développement

Le 11 janvier dernier, le géant chinois de la vente au détail de fruits Pagoda a annoncé avoir reçu 1,5 milliard de CNY (environ 192 millions d'EUR) d'investissement des sociétés de placement (Zhongjin Zhide Equity Investment Management, ZZ Capital et Co-stone Capital...). Pagoda devrait profiter de cet investissement pour construire l'image de sa marque, perfectionner sa chaîne d'approvisionnement, et développer ses activités en ligne.

Opérant plus de 230 sites de production de fruits dans le monde, Pagoda a ouvert son 1er magasin en 2001 et dispose actuellement de plus de 2 800 petits supermarchés destinés à la vente au détail de fruits, répartis dans 40 villes chinoises. En 2017, son chiffre d'affaires a atteint 8,4 milliards de CNY (environ 1,1 milliard d'EUR).

Actuellement, le volume d'affaires du secteur de la vente au détail de fruits est d'environ 700 milliards de CNY (environ 89 milliards d'EUR) par an en Chine. Pagoda n'occupe qu'1% des parts de ce marché, mais possède un grand potentiel de développement.

Thématique : vente au détail de fruits - investissement - Pagoda - magasin - haut de gamme - potentiel de développement

Date : le 12 janvier 2018

Source : http://www.xinhuanet.com/food/2018-01/12/c_1122248587.htm

Grâce aux accords de libre-échange, les droits de douanes sur plus de 8 000 catégories de produits sont actuellement nuls en Chine – Cela a permis aux consommateurs chinois d'avoir plus de choix sur les produits de qualité en provenance de pays étrangers

Selon les informations publiées par le Ministère du Commerce de la Chine, aujourd'hui 24 pays et régions ont signé 16 accords de libre-échange avec la Chine, dont 15 accords sont déjà entrés en vigueur. Grâce à ces accords, les droits de douanes sur plus de 8 000 catégories de produits, y compris de nombreux produits agroalimentaires, sont déjà nuls. Cela a permis aux consommateurs chinois d'avoir plus de choix sur les produits de qualité originaires de pays étrangers.

Parmi les nombreux produits agroalimentaires exemptés de droits de douanes se trouvent les durians, les litchis et les pitayas en provenance des pays de l'ASEAN, le saumon d'Islande ainsi que le vin géorgien et chilien, etc.

ASEAN : Association des nations de l'Asie du Sud-Est

Thématique : accord de libre-échange - pays étranger - droit de douanes zéro - produits agroalimentaires

Date : le 12 janvier 2018

Source : http://www.mof.gov.cn/zhengwuxinxi/caijingshidian/jrb/201801/t20180112_2794736.html

Le groupe japonais de spiritueux Beam Suntory lance son magasin sur la plateforme de e-commerce Tmall – Le marché chinois des spiritueux devrait représenter un montant total de 450 milliards d'USD d'ici 2021

Le groupe japonais de spiritueux Beam Suntory a récemment inauguré son 1er magasin flagship de e-commerce sur la plateforme chinoise de vente en ligne Tmall. Outre quelques whisky japonais haut de gamme, c'est la marque américaine de whisky Jim Beam, avec un prix de vente au détail d'environ 100 CNY (= 12 EUR) qui est le principal produit proposé. D'après Beam Suntory, le groupe voudrait profiter de cette opération pour entrer sur le marché chinois des spiritueux d'entrée de gamme.

Beam Suntory est aujourd'hui la 3ème plus grande entreprise de spiritueux au monde. En disposant de nombreuses marques de spiritueux, telles que Hakushu, Yamazaki, Jim Beam et Maker's Mark, ce groupe occupe actuellement plus de 60% des parts du marché des spiritueux au Japon.

Pour information, avec un taux de croissance annuel moyen de 15%, le volume du marché chinois des spiritueux devrait atteindre près de 450 milliards d'USD en 2021.

Thématique : marché des spiritueux - Beam Suntory - magasin flagship - e-commerce - Tmall - bas de gamme

Date : le 15 janvier 2018

Source : <http://www.jiemian.com/article/1880154.html>

Le lait de brebis en poudre : un marché en forte croissance – Suite à l'entrée en vigueur de la nouvelle réglementation chinoise, plusieurs PME sont contraintes de sortir du marché

En l'espace de quelques mois, la CFDA a successivement publié 35 listes de poudres de lait infantiles enregistrées concernant 334 gammes de formules, parmi lesquelles 73 gammes concernent des laits de brebis en poudre (soit plus de 20%). D'après la réglementation chinoise en vigueur, pour les laits en poudre infantiles produits après le 1er janvier 2018 contenant du lait de brebis en poudre, il est autorisé d'indiquer "lait de brebis en poudre pour bébé et jeune enfant" dans le nom du produit, et il est obligatoire d'indiquer sur la liste des ingrédients la proportion de lait de brebis en poudre pour 100 g de produit final, ainsi que l'origine des protéines de lactosérum utilisées.

Ces dernières années, plusieurs problèmes sanitaires liés aux laits de brebis en poudre ont été révélés par la CFDA. Les problèmes existants sont très variés : nombre trop important de marques, allégations exagérées des produits, non-conformité de produit, etc. D'après des experts chinois du secteur laitier, suite à la mise en application de l'enregistrement de marque pour les poudres de lait infantiles, quantité de PME ont été de fait éliminées du marché. Les laits de brebis en poudre pourraient continuer d'avoir une croissance relativement élevée par rapport aux laits bovins en poudre. Plusieurs entreprises chinoises leader se sont déjà lancées sur ce secteur telles que Ausnutria, Synutra, Yashily, Feihe, Sanyuan, etc. Actuellement, le lait de brebis en poudre a une part de marché d'environ 5% sur le marché des produits laitiers chinois.

Thématique : lait de brebis en poudre - enregistrement de formule - forte croissance

Date : le 15 janvier 2018

Source : http://www.hesitan.com/nnyw_xjxm/2018-01-15/222963.shtml

Rachat éventuel par DBR (Lafite) des actions détenues par CITIC IIG dans leur domaine en Chine – Les deux parties ont félicité les fruits de leur coopération durant ces dernières années

En 2008, le domaine viticole DBR (Lafite) a été créé dans la province du Shandong en collaboration avec CITIC IIG. Les deux parties ont toutes les deux mis en avant les fruits de leur coopération durant ces dernières années.

Aujourd'hui, en raison du changement de sa stratégie de développement, CITIC IIG a décidé de vendre ses actions dans la joint-venture. L'équipe chinoise a expliqué qu'ils apprécient le travail de DBR (Lafite). Cependant, compte tenu de l'environnement macro-économique actuel et en raison de l'ajustement de stratégie de développement du groupe, CITIC IIG cherche actuellement à vendre ses actions dans des projets où le groupe tient une part mineure d'actions. M. Christophe Salin, président de DBR (Lafite) a également exprimé sa satisfaction pour cette coopération et remercie les efforts de son partenaire chinois.

Il est possible que DBR(Lafite) rachète les actions de CITIC IIG pour devenir le propriétaire à 100% du domaine chinois.

Thématique : DBR (Lafite) - CITIC IIG - coopération - domaine vitivinicole - Shandong

Date : le 15 janvier 2018

Source : <http://money.163.com/18/0115/12/D86K5TVL002580S6.html>

Augmentation des ventes de produits de confiserie en ligne durant le nouvel an chinois – Les changements d'habitude de consommation entraînent l'évolution de ce marché

Le 17 janvier, la cérémonie de lancement des ventes pendant la période du nouvel an de la marque de confiserie Hsu Fu Chi a eu lieu au siège de la plateforme de vente en ligne JD.com à Pékin. Des données de Nielsen ont montré que, durant le nouvel an chinois en 2017, la vente globale de marchandises de consommation de produits à usage quotidien a connu une croissance de 13% par rapport à celle en 2016. Au sein de ce chiffre, la vente en ligne a connu une

croissance de 45%, et la vente sur les réseaux traditionnels une augmentation de 6%. D'après des données de Hsu Fu Chi, son chiffre d'affaire durant le nouvel an chinois est plus élevé que le niveau moyen du secteur. La grande distribution reste toujours un marché majeur. La consommation offline a tendance à se développer dans les villes de 2^e et de 3^e rang et non plus dans les villes de 1^{er} rang où les consommateurs préfèrent les achats en ligne.

Le marché chinois pour les produits de confiserie préemballés a connu une baisse continue entre 2014 et 2016. Grâce au retour à la croissance des achats groupés, les ventes de Hsu Fu Chi en 2017 ont connu une légère augmentation. L'organisation de la cérémonie du groupe au siège de JD le 17 janvier a montré que le groupe est optimiste pour le marché de vente en ligne.

Le nouvel an chinois 2018 tombant le 16 février, qui permettra 19 jours de vente supplémentaire par rapport à 2017, Hsu Fu Chi est optimiste pour ses ventes durant cette période. A noter que depuis 2011, Nestlé est devenu l'actionnaire principal de Hsu Fu Chi. Pendant les deux années suivantes, Nestlé a pu pénétrer le marché des villes de 2^e et de 3^e rang par les réseaux de distribution de Hsu Fu Chi.

Thématique : confiserie - Hsu Fu Chi - JD - nouvel an chinois

Date : le 17 février 2018

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201801/17/t20180117_27769030.shtml

Signature d'importants contrats d'achat pour les poudres de lait infantile entre JD et 15 producteurs chinois et étrangers – *La valeur totale durant les 3 prochaines années pourrait dépasser 100 milliards CNY*

Le 16 janvier, JD.com a signé avec 15 marques de poudres de lait infantile (Wyeth, Friso, Danone, MeadJohnson, abbott, Nestlé, a2, Beingmate, Junlebao, Wondersun, Synutra, Yili, Feihe, Biostime, Yashili, etc.) d'importants accords d'achat stratégiques. Durant les 3 prochaines années, le montant total des achats par JD.com pour les poudres de lait infantile pourrait dépasser 100 milliards CNY.

En 2017, sur le marché Maternité-Enfant, les poudres de lait infantiles haut de gamme et biologiques sont devenues la nouvelle tendance. D'après des données fournies par la plateforme JD, les chiffres d'affaires de plusieurs marques de poudres de lait infantiles telles que Wyeth, Friso, Danone, etc. ont atteint plus de 1 milliard de CNY. Durant l'année 2017, la vente de la gamme de Friso Prestige a connu une croissance de plus de 600% par rapport à l'année précédente. Le chiffre d'affaires de l'Aptamil en 2017 est le double de celui réalisé en 2016. Le chiffre d'affaires de la nouvelle référence de Wyeth réalisé le jour du 11 novembre a doublé par rapport à celui réalisé durant toute l'année 2016.

Thématique : poudre de lait infantile - JD - accord d'achat - 15 marques

Date : le 17 janvier 2018

Source : http://www.hesitan.com/nyw_xjxm/2018-01-17/223567.chtml

ACTIONS DE COOPÉRATION FRANCO-CHINOISES DANS LE SECTEUR AGRICOLE ET AGROALIMENTAIRE – ÉVÈNEMENTS D'INTÉRÊT

Signature d'un accord de coopération entre le groupe SILL et une laiterie chinoise – *Projet de création d'une nouvelle usine en France pour la fabrication de poudre de lait infantile*

A l'occasion de la visite du Président de la République française en Chine, accompagné de Jean-Yves Le Drian, Ministre des affaires étrangères, Gilles Falc'hun, Président de la SILL a signé, le 10 janvier à Pékin, un accord de coopération avec LIU Huaguo, Président de Xi'an Yinqiao Dairy, une laiterie chinoise basée dans la province du Shaanxi. Les deux groupes investiront ensemble pour la création d'une nouvelle usine destinée à la production de poudre de lait infantile qui serait commercialisée sous la marque de "Paris Yinqiao". Des coopérations complémentaires sont également envisageables dans le futur selon les besoins du marché chinois et international.

Cet accord représente un pas important dans la stratégie de développement international de Yinqiao Dairy. Suite à plusieurs années de développement, le groupe doit disposer du plus important centre d'analyse, de recherche et de développement dédiés aux produits laitiers de niveau national dans les régions du Nord-Ouest de la Chine.

Thématique : poudre de lait infantile - accord de coopération - SILL - Yinqiao Dairy

Date : le 11 janvier 2018

Source : http://www.sn.xinhuanet.com/2018-01/11/c_1122246208.htm

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISÉS

ASEAN	Association des nations de l'Asie du Sud-Est
B2B	la vente en gros
B2C	le commerce de détail
CFDA	China Food and Drug Administration
CNY	RMB, devise chinoise
EUR	Euros, devise de l'Union Européenne
IPA	Ingrédients pharmaceutiques actifs
MOA	Ministère de l'agriculture chinois
PME	Petite et moyenne entreprise
O2O	Online to offline
QR Code	Quick Response Code
USD	US Dollar, devise américaine

Source d'information :

www.moa.gov.cn	Site internet officiel du Ministère de l'Agriculture chinois
http://mag.fznews.com.cn	Site internet du journal de « Fuzhou Daily », quotidien de la municipalité de Fuzhou, capitale de la province du Fujian
www.sohu.com	Créé par Dr. Charles Zhang, un des pionniers de l'internet en Chine, Sohu.com Inc. (NASDAQ: SOHU) intègre différents services: média internet, moteur de recherche, et jeux en ligne. Le groupe dispose de deux entreprises cotées à la NASDAQ : SOHU et CYOU.
www.winesinfo.com	Site internet créé par la société Bon-wine Culture Consulting Co., Ltd., société de consulting spécialisée en communication autour de la culture du vin.
www.xinhuanet.com	Site internet de Xinhua News Agency, équivalent de l'AFP français.
www.mof.gov.cn	Site internet du Ministère des finances chinois
www.jiemian.com	Site internet lancé par "Shanghai United Media Group" avec 11 collaborateurs dans les secteurs d'internet, de la finance, de la communication etc., spécialisé en fourniture d'informations pour la classe moyenne chinoise.
www.hesitan.com	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 bovin.
http://money.163.com Rubrique "Finance" de www.163.com	www.163.com : site internet développé par Net Ease, Inc. (NASDAQ : NTES), une des sociétés phare d'Internet en Chine, dédiée à différents services en ligne (applications, services, technologies, etc.).
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 chinoise aux décideurs économiques, chefs d'entreprise, économistes, et autres lecteurs de professions diverses intéressés par les sujets économiques.
http://www.sn.xinhuanet.com	Rubrique "province du Shaanxi" de www.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 : Yanxia Deng – Prospectrice Agrotech bureau de Shenzhen
Ying Li – Conseillère export réglementaire Agrotech bureau de Pékin
Juliette Caron – Prospectrice Agrotech bureau de Pékin
Laure Elsaesser – Conseillère export Agrotech bureau de Pékin
Antoine Oustrin – Prospecteur Agrotech bureau de Shanghai
David Rolland – 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

© 2018 – Business France

© 2018 – 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.