



VEILLE SANITAIRE SUR LA CHINE

SOMMAIRE

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

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

[Une série de normes nationales chinoises sur les engrais sont diffusées](#) – Elles entreront en vigueur à partir du 1er juillet 2018

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

[En 2017, les subventions du gouvernement chinois pour l'achat de machines agricoles ont atteint 18,6 milliards de CNY](#) – 1,6 million de foyers agricoles sont bénéficiaires des subventions d'Etat

[Tansh Global Food Group se lance dans le secteur du café en s'associant à la chaîne de cafés japonaise Doutor](#) – Le 1er café Doutor devrait être inauguré à Shanghai d'ici à fin 2018

[Be-Health envisage l'achat d'une société australienne de probiotiques](#) – Le montant de l'acquisition pourrait s'élever à 690 millions AUD

[En 2017, la Chine a importé plus de 90 millions de tonnes de soja](#) – 130,62 millions de tonnes de céréales ont été importées en Chine en 2017

[La viande bovine anglaise pourrait revenir sur le marché chinois après 22 ans d'attente](#) – Visite officielle en Chine de Theresa May, Premier Ministre du Royaume-Uni

[La 25ème édition du Concours Mondial de Bruxelles \(CMB\) aura lieu à Pékin du 10 au 13 mai 2018](#) – Le nombre d'échantillons au CMB devrait être supérieur à 10 000 cette année

[Le géant chinois du secteur laitier Mengniu vise à réaliser un chiffre d'affaires d'environ 1,3 milliard d'EUR via la plateforme de e-commerce JD.com d'ici à 2020](#) – Sur la plateforme de JD.com, l'offre de Mengniu devrait être de plus en plus personnalisée et le marketing de plus en plus ciblé

[Les nouvelles tendances de consommation alimentaire en Chine en 2018](#) – « Proximité », « facilité », « sain et équilibré » ou encore « boisson au thé »

[La filiale chinoise de Panasonic se lance dans la production de légumes dans la ville de Suzhou](#) – Les consommateurs chinois attachent de plus en plus d'importance à la sécurité sanitaire des aliments et à leur traçabilité

[Les Chinois achètent de plus en plus de produits importés pour le nouvel an chinois](#) – Les plateformes de e-commerce et les accords de libre-échange entre la Chine et les autres pays accélèrent cette tendance

[L'enseigne chinoise de magasins de proximité OurHours ouvre 50 nouveaux points de vente](#) – Les magasins de proximité chinois accélèrent leur expansion en Chine en compétition directe avec les acteurs étrangers

[VIP.com ouvre des magasins physiques pour la distribution de produits frais](#) – Le projet de l'entreprise est d'ouvrir 10 000 magasins d'ici 3 ans

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

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISÉS

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

Une série de normes nationales chinoises sur les engrais sont diffusées – Elles entreront en vigueur à partir du 1er juillet 2018

Par l'annonce No 32-2017, l'AQSIQ et le SAC ont conjointement diffusé plusieurs normes nationales chinoises nouvellement préparées ou amendées. Parmi elles, 12 concernent la filière des engrais et 2 concernent les machines agricoles pour l'épandage. Ces nouvelles normes seront mises en application à partir du 1er juillet 2018.

Les nouvelles normes nationales chinoises relatives à la filière des engrais comprennent notamment : GB/T 2440-2017 (urea) qui remplace GB/T 2440-2001 ; GB/T 536-2017 (liquefied anhydrous ammonia) remplaçant GB/T 536-1998 ; GB/T 2945-2017 (Ammonium nitrate) remplaçant GB/T 2945-1989 ; GB/T 8573-2017 (determination of available phosphorus content for compound fertilizers) remplaçant GB/T 8573-2010 ; GB/T 20406-2017 (potassium sulfate for agricultural use) remplaçant GB/T 20406-2006 ; GB/T 20413-2017 (single superphosphate) remplaçant GB/T 20413-2006.

Thématique : norme nationale chinoise – amendement – engrais

Date : le 2 février 2018

Source : http://www.farmer.com.cn/jjpd/nz/fl/201802/t20180202_1354444.htm

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

En 2017, les subventions du gouvernement chinois pour l'achat de machines agricoles ont atteint 18,6 milliards de CNY – 1,6 million de foyers agricoles sont bénéficiaires des subventions d'Etat

D'après les informations du Ministère des Finances chinois, en 2017, les subventions d'Etat chinoises pour l'achat de machines agricoles ont atteint 18,6 milliards de CNY pour aider 1,6 million de foyers agricoles à acheter 1,87 million d'unités (sets) de machines agricoles.

D'après la présentation d'un membre du Ministère, en 2017, sous l'impulsion du Ministère des finances chinois, plusieurs provinces ont accéléré l'allocation de subventions pour la production de produits agricoles majeurs (céréales, coton, huile alimentaire, sucre, alimentation animale, etc.) ainsi que pour les machines agricoles favorisant la protection environnementale. 28 provinces ont accordé des subventions à toutes les demandes répondant aux critères de la réglementation correspondante. Les autres provinces ont sélectionné des références de machines pour accorder leurs subventions.

Afin de soutenir la modernisation de la production et l'application des résultats scientifiques et technologiques, 10 provinces ont accordé des subventions d'essai dédiées aux nouvelles machines et équipements. De plus, 6 provinces, y compris le Zhejiang, ont mis en œuvre des projets d'essai pour subventionner l'achat de drones.

Thématique : subvention d'état – machine agricole – 2017

Date : le 25 janvier 2018

Source : http://www.xinhuanet.com/2018-01/25/c_1122316830.htm

Tansh Global Food Group se lance dans le secteur du café en s'associant à la chaîne de cafés japonaise Doutor – Le 1er café Doutor devrait être inauguré à Shanghai d'ici à fin 2018

Fondé en 1987, le groupe chinois Tansh Global Food (connu sous l'ancien nom de Xiao Nan Guo Restaurants Holdings Limited) est un acteur important du secteur de la restauration en Chine. Il se veut être une plateforme de gestion de service de restauration. Il possède et gère déjà plusieurs chaînes de restaurants reconnues, telles que « Shanghai Min », « The Dining Room » et « Maison de l'Hui ». En 2015, le groupe s'est associé aux chaînes étrangères « Oreno » et « Wolfgang Puck » pour ouvrir leurs premiers restaurants sur le territoire chinois. Cette année, Tansh Global Food signe un nouveau partenariat avec l'enseigne japonaise de café Doutor afin de se positionner sur le marché à fort potentiel du Coffee Shop. Suite à cet accord, ils prévoient d'ouvrir en 2018 le 1er café Doutor à Shanghai. En tant que chaîne de café reconnue au Japon, Doutor dispose actuellement de 1 346 points de vente répartis dans tout le pays et 6 à l'étranger (dont 1 à Taiwan).

Thématique : café – japon – Doutor – marque/enseigne – chaîne de restaurants – restauration – Tansh Global Food – Coffee Shop

Date : le 31 janvier 2018

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201801/31/t20180131_27982313.shtml

Be-Health envisage l'achat d'une société australienne de probiotiques – *Le montant de l'acquisition pourrait s'élever à 690 millions AUD*

Be-Health a publié une annonce le 31 janvier à propos de son projet d'achat à 100% du groupe australien Life-Space. Le montant total prévu pour l'acquisition ne dépassera pas 690 millions AUD. Le montant final sera ajusté selon les conditions convenues dans le contrat d'achat d'actions, qui devra également obtenir l'accord du Conseil d'administration, des actionnaires et des administrations compétentes.

Créé en 1993, le groupe Life-Space est un des plus importants producteurs australiens de probiotiques. Ses produits ciblent les consommateurs de tout âge. En 2014, les produits de Life-Space sont entrés sur le marché chinois via la vente en ligne transfrontalière et sont aujourd'hui bien connus des consommateurs chinois.

D'après Euromonitor, en 2017, la valeur du marché mondial des produits probiotiques (compléments alimentaires probiotiques et yaourts contenant des probiotiques) se situait autour de 36 milliards USD. En Chine, ce chiffre s'élevait à 45,5 milliards CNY et pourrait atteindre 89,6 milliards de CNY en 2022. Parmi ces produits, le marché des compléments alimentaires probiotiques est celui qui se développe le plus.

Thématique : acquisition – Be-Health – Life-Space – probiotique – complément alimentaire probiotique

Date : le 31 janvier 2018

Source : <http://www.yicai.com/news/5397024.html>

En 2017, la Chine a importé plus de 90 millions de tonnes de soja – *130,62 millions de tonnes de céréales ont été importées en Chine en 2017*

Récemment, l'administration générale de la douane chinoise a publié les données des importations chinoises de céréales pour l'année 2017. En 2017, la Chine a importé au total 130,62 millions de tonnes de céréales soit une croissance de 13,9% par rapport à 2016, dont 95,53 millions de tonnes de soja, 4,03 millions de tonnes de riz, 4,42 millions de tonnes de blé et 2,83 millions de tonnes de maïs. L'importation nette de riz s'élève à 2,83 millions de tonnes, représentant 2,7% de la production chinoise de riz en 2017. Celle de blé a atteint 4,42 millions de tonnes, équivalent à 3,3% de la production chinoise de blé. Les taux d'autosuffisance de riz et de blé en Chine sont tous supérieurs à 95%.

Les données ont également montré qu'en 2017, l'importation nette de soja est de 95,42 millions de tonnes, soit 7,3 fois de la production totale chinoise en 2017. Les sojas importés sont principalement des produits OGM. Dans le monde, plusieurs pays tels que les Etats-Unis, le Brésil, l'Argentine et le Paraguay produisent des soja OGM pour la Chine, sur des terres d'une superficie de plus de 700 millions de mu (équivalent à 46,67 millions Ha). Les sojas importés sont principalement destinés à la transformation en l'huile de soja (plus de 80% de la production chinoise de l'huile alimentaire), ainsi qu'en tourteaux de soja (destinés à l'alimentation animale).

D'après des experts chinois du secteur, à l'avenir, la quantité d'importation chinoise de soja ne devrait pas connaître d'augmentation significative, et devrait rester autour de 100 millions de tonnes.

Thématique : céréales – importation chinoise – 2017 – soja – riz – blé – maïs

Date : le 1er février 2018

Source : <http://shpin.people.com.cn/n1/2018/0201/c85914-29800256.html>

Nota : En Chine, le soja est considéré comme une des principales cultures céréalières. En plus du soja, sont également inclus le riz, le blé, le maïs, le sorgho, l'orge, etc.

La viande bovine anglaise pourrait revenir sur le marché chinois après 22 ans d'attente – *Visite officielle en Chine de Theresa May, Premier Ministre du Royaume-Uni*

La visite officielle en Chine de Theresa May, Premier ministre du Royaume-Uni, visant à promouvoir le commerce et la coopération sino-anglaise, a déjà permis d'obtenir de premiers résultats. La presse anglaise a notamment noté que, le gouvernement chinois lèverait l'embargo en place depuis 1996 sur la viande bovine d'origine anglaise. Ce dernier ainsi que celui sur les produits laitiers seront levés dans les 6 mois. En 1996, l'Angleterre a été touchée par l'ESB, suite à laquelle plusieurs pays ont interdit l'importation de viande bovine d'origine anglaise. La filière d'élevage du pays a donc traversé une longue période de crise. A l'heure actuelle, d'autres pays tels que les Etats-Unis et le Japon sont également en réflexion pour la levée de l'embargo sur la viande bovine anglaise.

D'après un rapport du 31 janvier du journal anglais « The Sun », depuis 2010, les exportations de l'Angleterre vers la Chine ont connu une augmentation de 60%. En 2020, la Chine pourrait devenir le plus important pays investisseur en Angleterre. En 2017, l'exportation de voitures de luxe d'origine anglaise vers la Chine a atteint 3,7 milliards de pound, équivalant à 33 milliards de CNY. Selon le rapport, une série de contrats seront signés lors de cette visite officielle.

Thématique : visite officielle – Theresa MAY – Chine – levée d'embargo – viande bovine anglaise – ESB

Date : le 1er février 2018

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201802/01/t20180201_28011566.shtml

La 25ème édition du Concours Mondial de Bruxelles (CMB) aura lieu à Pékin du 10 au 13 mai 2018 – Le nombre d'échantillons au CMB devrait être supérieur à 10 000 cette année

Le 2 février dernier, les organisateurs du CMB et le gouvernement municipal du district de Haidian à Pékin ont signé un accord de coopération stratégique pour l'organisation du Concours Mondial de Bruxelles à Pékin du 10 au 13 mai 2018. Haidian est le district de l'innovation technologique et scientifique. Ce sera la première fois que ce concours se tiendra hors Europe et la première fois qu'un événement de cette envergure se tiendra en Asie. Référence majeure en matière de compétitions internationales de vins, le CMB 2018 réunira presque 400 dégustateurs internationaux en provenance de plus de 50 pays et régions. Le nombre d'échantillons au concours devrait atteindre 10 000.

Le CMB a fait un choix stratégique logique. La Chine est devenue la 1ère destination export de certains des principaux pays producteurs de vins au monde. Elle se situe au deuxième rang mondial en matière de superficies plantées et représente le 5ème pays consommateur de vin au niveau mondial. Son nombre d'échantillons présents a doublé entre 2016 et 2017. Cette année, le CMB devrait permettre aux participants de découvrir le marché chinois du vin, aujourd'hui le plus dynamique de la planète.

Thématique : vin – Concours Mondial de Bruxelles – Pékin – échantillon – dégustateur

Date : le 02 février 2018

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2018/2/1-76175.html>

Le géant chinois du secteur laitier Mengniu vise à réaliser un chiffre d'affaires d'environ 1,3 milliard d'EUR via la plateforme de e-commerce JD.com d'ici à 2020 – Sur la plateforme de JD.com, l'offre de Mengniu devrait être de plus en plus personnalisée et le marketing de plus en plus ciblé

Ces derniers jours, le groupe chinois Mengniu et la plateforme de vente en ligne JD.com ont annoncé avoir signé un accord de coopération. Suite à cet accord, les activités e-commerce de Mengniu devraient être fortement renforcées, son offre en ligne devrait être davantage personnalisée et son marketing plus ciblé. Lors des deux plus grands événements commerciaux de ces deux dernières années (i.e. le 11 novembre et le 18 juin), Mengniu a été la marque de produits laitiers la plus vendue sur JD.com. Il souhaite réaliser un chiffre d'affaires de 10 milliards de CNY (environ 1,3 milliard d'EUR) sur JD.com avant fin 2020.

Pour information, 15 autres marques de produits laitiers, telles que Wyeth, Friso, Danone et MeadJohnson, ont également signé des accords stratégiques avec JD.com. Selon ces accords, JD.com devrait acheter pour un montant total de 100 milliards de CNY (environ 13 milliards d'EUR) de poudres de lait infantile auprès de ces enseignes d'ici à 3 ans.

Thématique : secteur laitier – chiffre d'affaires – plateforme de e-commerce/vente en ligne – accord de coopération – Mengniu – JD.com

Date : le 02 février 2018

Source : <http://www.jiemian.com/article/1922607.html>

Les nouvelles tendances de consommation alimentaire en Chine en 2018 – « Proximité », « facilité », « sain et équilibré » ou encore « boisson au thé »

Le cabinet d'études chinois CBN Data et la plateforme Koubei du groupe Alibaba ont récemment publié leur « rapport sur les tendances de consommation en Chine en 2018 ». Selon ce rapport, sept tendances de consommation alimentaire sont à retenir. Premièrement, les Chinois adoptent de façon générale un comportement de plus en plus individualiste et donc mangent de plus en plus seul. Deuxièmement, les Millénials (génération née après les années 90) attachent de plus en plus d'importance au bien-être et à la santé, en témoigne le volume de ventes des produits nutritionnels comme le miel, le lyciet de Chine et la protéine de lactosérum. Ce rapport observe également l'émergence du « consommateur paresseux » qui s'éloigne le moins possible de chez lui en faisant ses achats en ligne ou dans des magasins à moins de 500m de chez lui. Parallèlement, plusieurs grandes entreprises chinoises du secteur de la restauration, comme Haidilao Hot Pot et Bestore, ont développé des activités relatives aux « convenient hot pot » (fondue chinoise en boîte prête-à-manger) pour répondre à une demande de facilité et portabilité du consommateur, notamment du Millennial. De plus, le consommateur chinois, comme dans les pays occidentaux, recherche de plus en plus à combiner manger sain et faire du sport. Ensuite, si le consommateur est de plus en plus paresseux, il est paradoxalement prêt à attendre des heures pour un restaurant ou un magasin branché. Enfin, parallèlement à l'expansion des Coffee Shop, se développent des chaînes de Tea Shop qui vendent des boissons de qualité à base de thé. Deux d'entre elles, Heytea et Alittletea, se développent rapidement sur le territoire chinois.

Thématique : tendance de consommation – magasin de proximité – sain et équilibré – boisson au thé – « convenient hot pot » - consommateur paresseux – individualisme – société

Date : le 05 février 2018

Source : <http://www.cnfood.cn/n/2018/0205/121242.html>

La filiale chinoise de Panasonic se lance dans la production de légumes dans la ville de Suzhou – *Les consommateurs chinois attachent de plus en plus d'importance à la sécurité sanitaire des aliments et à leur traçabilité*
En Chine, l'utilisation massive des pesticides par les agriculteurs a éveillé la méfiance du consommateur chinois qui recherche à présent un produit plus sain et naturel. Panasonic l'a compris et ouvre officiellement une usine de production de légumes à Suzhou à partir de mars 2018. Avec une capacité de production mensuelle de 9 tonnes, cette usine cultive principalement des légumes verts de manière industrielle. Ses légumes, principalement des salades, devraient ensuite être commercialisés sur les plateformes de e-commerce et les magasins physiques de Suzhou et Shanghai, tels que le supermarché AEON et le centre commercial Izumiya. Comme aujourd'hui les consommateurs chinois attachent de plus en plus d'importance à la sécurité sanitaire et la traçabilité des aliments, l'entreprise propose aux clients un service de consultation des données de production. Grâce aux subventions de l'Etat, ce type d'usine de production de légumes s'est récemment fortement développé.

Thématique : Panasonic – production de légumes – sécurité sanitaire des aliments – traçabilité

Date : le 05 février 2018

Source : <http://www.cankaoxiaoxi.com/finance/20180205/2254623.shtml>

Les Chinois achètent de plus en plus de produits importés pour le nouvel an chinois – *Les plateformes de e-commerce et les accords de libre-échange entre la Chine et les autres pays accélèrent cette tendance*

Le nouvel an chinois est la fête traditionnelle la plus importante en Chine. C'est aussi une période unique du point de vue commercial. Pendant cette période, les consommateurs chinois dépensent énormément pour préparer cette fête et offrir des cadeaux. L'habillement, l'alimentation et les décorations sont les principaux postes de dépenses. La majorité des produits achetés durant cette période sont importés. S'il est clair que de plus en plus de Chinois s'ouvre au monde et à ses produits, le boom du e-commerce et les nouvelles politiques économiques expliquent aussi cet essor. Les grandes plateformes chinoises de vente en ligne, telles que Tmall, JD et Suning, sont les principaux canaux de distribution de ces produits. Les accords récents de libre-échange entre la Chine et les pays étrangers accélèrent la tendance. Grâce à ces accords, 8 000 catégories de produits sont sans droits de douane. D'autres, souvent au sein d'accords bilatéraux, ont bénéficié d'une réduction de droits de douane. Cela a facilité leur entrée sur le marché chinois et réduit considérablement leur prix. Il est nécessaire d'ajouter que cette consommation des produits importés n'est plus réservée aux villes de 1er rang. Les villes de 2ème rang, telles que Chongqing, Tianjin, Nankin, Wuhan et Hangzhou, sont en effet devenues des principaux bassins de consommation des produits importés.

Thématique : fête du printemps/nouvel an chinois – produit importé – plateforme de e-commerce – accord de libre-échange

Date : le 05 février 2018

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201802/05/t20180205_28051549.shtml

L'enseigne chinoise de magasins de proximité OurHours ouvre 50 nouveaux points de vente – *Les magasins de proximité chinois accélèrent leur expansion en Chine en compétition directe avec les acteurs étrangers.*

Fondée en 2011, l'enseigne chinoise de commerces de proximité OurHours dispose aujourd'hui de 350 magasins à Pékin. Le mois dernier, l'entreprise a inauguré 50 nouveaux magasins intégrés dans plusieurs villes chinoises. En 2018, OurHours devrait continuer à ouvrir de nouveaux magasins afin d'atteindre l'objectif de 1500 magasins sur le territoire. Qu'elles soient étrangères (7-Eleven, Lawson, Family Mart) ou Chinoises (OurHours), les enseignes de magasins de proximité se livrent actuellement une guerre de territoire pour développer le réseau le plus dense possible.

Thématique : ouverture – commerces/magasin de proximité – OurHours – expansion

Date : le 06 février 2018

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201802/06/t20180206_28067225.shtml

VIP.com ouvre des magasins physiques pour la distribution de produits frais – *Le projet de l'entreprise est d'ouvrir 10 000 magasins d'ici 3 ans*

VIP.com, site internet spécialisé dans la vente en ligne de produits cosmétiques et de vêtements, a récemment ouvert des magasins physiques pour la distribution de produits frais. 5 magasins sous la marque "Pinjun Life" ont déjà ouvert à Canton. Ce projet d'ouverture de magasins physiques a démarré au deuxième semestre 2017 et est géré par Pinjun Express, la filiale de VIP.com spécialisée dans la logistique. Ces magasins proposent des fruits et légumes frais, des fruits de mer, de la viande, des œufs, de l'huile alimentaire, des céréales, des produits de boulangerie, des aliments surgelés, etc. Le groupe compte ouvrir 200 nouveaux magasins en 2018 pour atteindre 10 000 points de vente d'ici 3 ans.

A l'origine, VIP.com se concentrait sur la commercialisation de vêtements et de produits cosmétiques, avec une clientèle relativement peu variée. Afin d'élargir son champ d'opportunités et de faire remonter le cours de son action, VIP.com a ainsi mis en place une stratégie de diversification de ses produits. Le lancement de la vente produits frais est donc une

étape importante du groupe. En raison des spécificités des produits frais, la simple vente en ligne pour ces produits génère peu de bénéfices. Les statistiques officielles montrent que 96% des consommateurs préfèrent acheter leurs fruits et légumes dans des magasins physiques. C'est pourquoi, VIP.com s'est engagée dans la distribution de proximité de produits frais.

Thématique : VIP.com – produits frais – magasin physique – Pinjun Life

Date : le 6 février 2018

Source :

<https://www.chinafruitportal.com/2018/02/06/%E5%94%AF%E5%93%81%E4%BC%9A%E8%B7%9F%E9%A3%8E%E5%BC%80%E5%BA%97%E5%94%AE%E7%94%9F%E9%B2%9C%EF%BC%8C%E6%97%97%E4%B8%8B%E5%93%81>

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

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISÉS

AQSIQ	General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine
AUD	Australian Dollar, devise australienne
CMB	Concours Mondial de Bruxelles
CNY	RMB, devise chinoise
EUR	Euros, devise de l'Union Européenne
OGM	Organisme génétiquement modifié
SAC	Standardization Administration of People's Republic of China
USD	United States dollar

Source d'information :

www.farmer.com.cn	Site internet de « Farmers' Daily », quotidien sous tutelle du Ministère de l'Agriculture, spécialisé en diffusion des nouvelles dans les secteurs de l'agriculture.
www.xinhuanet.com	Site internet de Xinhua News Agency, équivalent de l'AFP français.
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.
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 groupe de presse chinoise.
http://shipin.people.com.cn Rubrique "Produits alimentaires" de www.people.com.cn	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.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.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.cnfood.cn	Site internet du journal « China Food Newspaper », un des plus importants journaux spécialisés dans le secteur des produits alimentaires.
www.cankaoxiaoxi.com	Site internet du journal « Can Kao Xiao Xi », créé en 1931 et sous tutelle de Xinhua News Agency, un des journaux les plus diffusés en Chine.
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.

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
Jean-Charles Shadili – Prospecteur Agrotech bureau de Canton
Laure Elsaesser – Conseillère export Agrotech bureau de Pékin
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.