



VEILLE SANITAIRE SUR LA CHINE

SOMMAIRE

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

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

[Annonce de la CNCA au sujet du prolongement de l'agrément des producteurs étrangers de lait infantile](#) – Les entreprises agrées avant fin 2014 doivent soumettre leur demande avant fin 2018

[Ajustement de réglementation chinoise relative à la certification obligatoire 3C](#) – A partir du 20 mars 2018, l'audit dédié à l'impression et au moulage du logo CCC sera supprimé

[Réforme des institutions du Conseil des Affaires d'Etat chinois](#) – Création de la "State Administration of Market Supervision and Management", relevant du Conseil des affaires d'Etat

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

[Concurrence de plus en plus forte sur le marché chinois de la bière haut de gamme](#) – La Chine est actuellement le premier producteur et consommateur de bière au monde

[Les géants du secteur de l'eau embouteillée occupent 70% du marché chinois](#) – Les produits au prix avoisinant les 3 RMB occupent la principale part de marché

[Acquisition des 4 entreprises de Mankattan par le groupe Bimbo, premier boulanger mondial](#) – Cette opération devrait permettre à Bimbo d'accroître ses parts de marché en Chine, notamment au sud

[Accès au marché chinois des viandes de poulet congelées d'origine thaïlandaise](#) – En 2017, les exportations thaïlandaises de viande de poulet pourraient connaître une augmentation de 4% à 5% par rapport à celles de l'année précédente

[Guangdong, première province chinoise de vente en ligne en valeur de boissons alcoolisées en 2017](#) – En 2018, la vente totale de boissons alcoolisées dans le Guangdong devrait continuer à augmenter en volume et en valeur

[La vente en ligne des boissons alcoolisées se développe rapidement en Chine](#) – En 2017, le chiffre d'affaires du marché chinois des boissons alcoolisées dépasse 103 milliards d'EUR

[Création d'une joint-venture entre l'entreprise japonaise AEON Delight et Shanghai DeepBlue Technology](#) – Cette coopération devrait permettre à AEON d'améliorer grandement l'efficacité et l'expérience client dans ses magasins

[Ajout de 17 ports chinois dédiés à l'importation de produits carnés](#) – La capacité totale d'importation pourrait atteindre 21,4 millions de tonnes

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

[Business France organise pour la 10ème année consécutive le Pavillon France à l'occasion de « China Food & Drinks Fair »](#) – Cette année, 90 exposants français se réunissent sous le Pavillon France pour présenter leurs produits aux professionnels chinois

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISÉS

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

Annnonce de la CNCA au sujet du prolongement de l'agrément des producteurs étrangers de lait infantile – Les entreprises agréées avant fin 2014 doivent soumettre leur demande avant fin 2018

Par sa circulaire No 9-2018, la CNCA a publié, le 14 mars 2018, une annonce sur le prolongement de l'agrément destiné aux producteurs étrangers de lait infantile. Selon la réglementation chinoise, la durée de validité de l'agrément pour les producteurs étrangers de lait infantile est de 4 ans. Au bout de 4 ans, les entreprises étrangères souhaitant prolonger leur agrément doivent soumettre, par l'intermédiaire des autorités compétentes de leurs pays, une demande de prolongation auprès de la CNCA, avec les documents correspondants.

Les entreprises étrangères agréées doivent soumettre leur demande de prolongation d'agrément durant l'année précédant la fin de validité des agréments actuels. Pour celles ayant acquis l'agrément avant fin 2014, le délai pour la soumission de leur demande de prolongement d'agrément serait jusqu'à la fin de l'année 2018.

Les informations et documents nécessaires pour la demande de prolongement de l'agrément sont consultables dans les pièces jointes de la présente circulaire.

Thématique : lait infantile – agrément – producteur étranger – prolongement

Date : le 14 mars 2018

Source : http://www.cnca.cn/xxgk/ggxx/2018/201803/t20180314_56465.shtml

Ajustement de réglementation chinoise relative à la certification obligatoire 3C – A partir du 20 mars 2018, l'audit dédié à l'impression et au moulage du logo CCC sera supprimé

Par sa circulaire No 10-2018, la CNCA a annoncé le 15 mars dernier l'ajustement de la réglementation chinoise relative à la certification obligatoire CCC. Les changements à venir, mentionnons la suppression de l'audit (ainsi que la facturation liée) pour le logo 3C, le changement de l'entité pour la livraison de logo CCC, ainsi que la simplification des mentions sur le logo.

A partir du 20 mars 2018, l'audit dédié à l'impression et au moulage du logo CCC (ainsi que les frais nécessaires liés) initialement assuré par Beijing Zhongqiangren Product Logo Technical Co., Ltd. sera supprimé. Les entreprises certifiées se chargeront elles-mêmes de l'impression et du moulage du logo selon les exigences des « Mesures de gestion pour l'application du logo de la certification obligatoire » (en pièce jointe de la présente circulaire).

A partir du 1er mai 2018, les différents certificateurs agréés se chargeront de la livraison du logo CCC. La mission initialement assurée par Beijing Zhongqiangren Product Logo Technical Co., Ltd. prendra fin le 31 mai 2018.

A partir du 20 mars 2018, le logo CCC ne présentera plus de mention des différentes sous-catégories (telles que S, EMC, S&E, F, I, etc.) sur le logo CCC. Les logos déjà diffusés seront éliminés naturellement suivant le cycle de remplacement des moules et suivant le stockage des produits, etc.

Thématique : certification obligatoire CCC – réglementation – ajustement

Date : le 15 mars 2018

Source : http://www.cnca.gov.cn/xxgk/ggxx/2018/201803/t20180315_56469.shtml

Réforme des institutions du Conseil des Affaires d'Etat chinois – Création de la "State Administration of Market Supervision and Management", relevant du Conseil des affaires d'Etat

Lors de la cinquième réunion plénière de la première session de la 13e Assemblée populaire nationale (APN) ayant eu lieu le 17 mars 2018, le « Plan de réforme des institutions du Conseil des Affaires d'Etat » a été adopté. Selon ce plan, le nombre des institutions de rang ministériel et de rang vice-ministériel sera diminué. Outre le Conseil des affaires d'Etat, il y aura au total 26 institutions.

En ce qui concerne le contrôle des produits alimentaires et des médicaments, les principaux changements consistent en la création de la "State Administration of Market Supervision and Management", relevant directement du Conseil des affaires d'Etat. Plus précisément, il s'agit de :

- La fusion et restructuration des responsabilités de la SAIC, de l'AQSIQ, de la CFDA, de la NDRC, de la responsabilité de la NDRC relative à la supervision du prix et sur l'anti-monopole, de la responsabilité du Ministère du commerce sur l'anti-monopole de la concentration des opérateurs, ainsi que des responsabilités du Bureau du Comité anti-monopole du Conseil des affaires d'Etat etc., pour la création de l'Administration générale de la Supervision du Marché, relevant directement au Conseil des Affaires d'Etat. Avec, en plus, la création de l'Administration nationale de la supervision des médicaments, qui sera sous tutelle de l'Administration générale de la Supervision du Marché ;
- Les responsabilités et l'équipe de l'AQSIQ en matière de supervision et de quarantaine pour les marchandises importées et exportées seront transmises à l'Administration générale de la Douane chinoise ;
- Le Comité de la Sécurité sanitaire et du Comité anti-monopole du Conseil des Affaires d'Etat seront préservés ; leurs tâches concrètes seront assumées par l'Administration générale de la Supervision du Marché ;

- Les responsabilités de la CNCA, et celles de SAC seront classées dans celles de l'Administration générale de la Supervision du Marché, mais les entités des deux services subsisteront.
- La suppression de la SAIC, de l'AQSIQ et de la CFDA.

Thématique : réforme – institutions – Conseil des Affaires d'Etat – création de l'Administration générale de la Supervision du Marché

Date : le 17 mars 2018

Source : http://www.gov.cn/xinwen/2018-03/17/content_5275116.htm

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

Concurrence de plus en plus forte sur le marché chinois de la bière haut de gamme – La Chine est actuellement le premier producteur et consommateur de bière au monde

D'après certains professionnels, même si les ventes de bières importées et de bières artisanales ne représentent que 5% du marché, le potentiel de développement est gigantesque. En effet, aujourd'hui, avec la montée en gamme de la consommation de bière en Chine, les marques de bière premium sont davantage prisées par les consommateurs. D'ailleurs, la concurrence entre les grands groupes brassicoles mondiaux et les géants chinois est de plus en plus forte. En 2017, le géant écossais de la bière artisanale Brewdog a annoncé son projet de construction d'une usine en Chine. En janvier dernier, la première usine de bière artisanale du groupe brassicole ABInbev en Asie a été inaugurée à Wuhan. Parallèlement, les géants chinois, tels que Tsingtao et CR Beer, commencent également à développer leurs bières premium. Ainsi le développement du marché chinois de la bière premium s'accélère et la concurrence s'intensifie.

Thématique : concurrence – montée en gamme - bière artisanale – haut de gamme – potentiel de développement – produit importé

Date : le 14 mars 2018

Source : http://gzdaily.dayoo.com/pc/html/2018-03/14/content_16_2.htm?v=8F

Les géants du secteur de l'eau embouteillée occupent 70% du marché chinois – Le segment des eaux embouteillées autour de 3 RMB a la plus grande part de marché

Avec le retour progressif de la chaleur, la saison des ventes d'eaux minérales arrive. D'après une enquête menée par des journalistes du Guangzhou Daily, les eaux embouteillées commercialisées autour de 3 RMB occupent toujours le gros du marché. A ce stade, le marché chinois des eaux embouteillées s'est élevé à 150 milliards de CNY. Les ventes d'eau en bouteille dans la province de Canton ont connu, ces dernières années, une augmentation annuelle de 20% . En Chine, les 5 marques leaders représentent plus de 70% du marché, à savoir C'est Bon, Ice Dew de Coca-Cola pour le marché des eaux purifiées, Nongfu Spring pour les autres eaux comestibles préemballées et Ever Grande Spring pour les eaux minérales naturelles. Ce dernier vient de lancer sur le marché un produit présentant un faible taux de sodium au tarif de 3 RMB, avec l'objectif d'acquérir plus de parts de marché.

Des experts de l'industrie constatent que le marché chinois de l'eau minérale est encore peu segmenté. Les eaux haut de gamme ont pour l'instant une part de marché très limitée. Malgré la forte concurrence entre les eaux de grande consommation, ces dernières bénéficient d'un marché mature et disposent d'importantes parts de marché.

Thématique : eaux comestibles – part de marché – géant – prix courant

Date : le 15 mars 2018

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201803/15/t20180315_28485809.shtml

Acquisition des 4 entreprises de Mankattan par le groupe Bimbo, premier boulanger mondial – Cette opération devrait permettre à Bimbo d'accroître ses parts de marché en Chine, notamment au Sud

Selon les informations du Ministère du Commerce de la Chine, le premier boulanger mondial Groupe Bimbo va bientôt acquérir les 4 entreprises de Mankattan situées à Pékin, Shanghai, Guangdong et Sichuan. Suite à cette acquisition, Bimbo devrait pouvoir renforcer sa position concurrentielle et accroître ses parts de marché en Chine, notamment au sud où le marché de la boulangerie-viennoiserie-pâtisserie (BVP) est plus mature qu'au Nord.

Fondé en 1945, le groupe mexicain Bimbo est actuellement le premier acteur du secteur BVP au monde. L'entreprise compte aujourd'hui plus de 130 000 employés répartis en Europe, en Asie, en Amérique du Nord et du Sud. En 2016, son chiffre d'affaires annuel a atteint 13,5 milliards d'USD. Mankattan, quant à lui, appartient au groupe Artal depuis 1995. Sa branche de Pékin concentre principalement les activités de R&D et de conseil pour les produits BVP. Les branches de Shanghai, Guangdong et Sichuan se concentrent sur les activités de transformation des produits BVP et leur commercialisation sous leurs marques propres.

Thématique : acquisition – parts de marché – position concurrentielle – boulangerie – viennoiserie – pâtisserie – Bimbo – Mankattan – Industrie BVP

Date : le 15 mars 2018

Source : http://epaper.bjbusiness.com.cn/site1/bjsb/html/2018-03/15/content_393871.htm?div=-1

Accès au marché chinois des viandes de poulet congelées d'origine thaïlandaise – *En 2017, les exportations thaïlandaises de viande de poulet pourraient connaître une augmentation de 4% à 5% par rapport à celles de l'année précédente*

Le 8 mars 2018, l'AQSIQ a actualisé le « Catalogue des produits carnés étrangers autorisés à l'importation en Chine ». La Thaïlande est officiellement parmi les pays exportateurs de viande de poulet congelée pour la Chine. Les produits fabriqués à partir du 7 mars 2018 par les producteurs thaïlandais agréés peuvent être exportés en Chine.

Depuis 2012, l'Union Européenne, le Japon et la Corée du sud ont tous à nouveau importé de la viande de poulet depuis la Thaïlande. Les exportations de viande de poulet thaïlandais ont connu une croissance significative année après année (+4% à 5% en 2017 par rapport à 2016).

Thématique : viande de poulet congelée – Thaïlande – accès au marché – exportation – augmentation

Date : le 16 mars 2018

Source : http://www.cqn.com.cn/zggmsb/content/2018-03/16/content_5557321.htm

Guangdong, première province chinoise de vente en ligne en valeur de boissons alcoolisées en 2017 – *En 2018, la vente totale de boissons alcoolisées dans le Guangdong devrait continuer à augmenter en volume et en valeur*

En 2017, d'après les données de l'association de l'industrie des boissons alcoolisées du Guangdong, la valeur des ventes de boissons alcoolisées de cette province a atteint 58,1 milliards de CNY (environ 7,5 milliards d'EUR, chiffre obtenu en calculant le prix départ usine de produits). Les boissons alcoolisées haut de gamme (prix supérieur à 500 CNY, soit environ 66 EUR) ont connu une croissance des ventes de 8,1% par rapport à 2016. Celles de moyen de gamme (prix entre 100 et 500 CNY, soit de 13 à 65 EUR) ont augmenté de 3,3%. Le chiffre d'affaires du marché des bières, des spiritueux chinois, des spiritueux importés et du vin du Guangdong est respectivement de 16,8 milliards de CNY (2,1 milliards d'EUR), 21,5 milliards de CNY (2,8 milliards d'EUR), 9 milliards de CNY (1,1 milliard d'EUR) et 10,8 milliards de CNY (1,4 milliard d'EUR).

En 2017, Guangdong est premier en termes de vente en ligne de boissons alcoolisées en valeur, devant Shanghai et Pékin, autres bassins importants de consommation. C'est même la première province en termes de ventes en ligne de vins et spiritueux. D'après les professionnels du secteur, cette tendance devrait se poursuivre et les ventes de boissons alcoolisées du Guangdong devraient continuer à croître tant en valeur qu'en volume.

Thématique : Guangdong – boisson alcoolisée – vente en ligne – volume - valeur – bière – spiritueux – vin

Date : le 16 mars 2018

Source : http://epaper.oeeee.com/epaper/D/html/2018-03/16/content_15449.htm#article

La vente en ligne des boissons alcoolisées se développe rapidement en Chine – *En 2017, le chiffre d'affaires du marché chinois des boissons alcoolisées dépasse 103 milliards d'EUR*

Bien que seulement 5% des ventes de boissons alcoolisées en Chine soient réalisées en ligne, cette tendance se développe rapidement ces dernières années. En 2017, d'après les données du géant chinois de la vente en ligne JD.com, la vente des boissons alcoolisées sur leur plateforme a augmenté de 52%. L'alcool de riz, le vin et la bière sont les boissons alcoolisées les plus vendues et représentent respectivement 64%, 17% et 9% de leur chiffre d'affaires. JD.com mais également Suning, autre acteur important de e-commerce en Chine, développent leurs activités dans ce secteur afin de conquérir rapidement des parts de marché. Pour 2017, le chiffre d'affaires du marché chinois des boissons alcoolisées est estimé à 800 milliards de CNY (environ 103 milliards d'EUR).

Thématique : développement - potentiel – E-commerce/vente en ligne – boisson alcoolisée – vin – bière – alcool de riz – JD

Date : le 20 mars 2018

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201803/20/t20180320_28534983.shtml

Création d'une joint-venture entre l'entreprise japonaise AEON Delight et Shanghai DeepBlue Technology – *Cette coopération devrait permettre à AEON d'améliorer grandement l'efficacité et l'expérience client dans ses magasins*

AEON Delight (filiale en Chine du groupe japonais AEON) et Shanghai DeepBlue Technology ont tout juste annoncé la création d'une entreprise en joint-venture spécialisée sur la R&D des magasins automatisés (pas besoin de caissiers) et shopping malls intelligents. Avec un investissement de 5,9 milliards de CNY (environ 766 millions d'EUR), AEON a obtenu 65% des actions de cette joint-venture et devrait pouvoir ultérieurement bénéficier des nouvelles technologies (intelligence artificielle et internet des objets) de DeepBlue pour améliorer l'efficacité et l'expérience client dans ses magasins.

AEON est le géant japonais de la vente au détail et dispose actuellement de 430 supermarchés et magasins de proximité sur le marché chinois. DeepBlue est une entreprise qui propose de nouvelles technologies spécialement conçues pour le commerce de la vente au détail. Elle compte parmi ses clients Wahaha, acteur majeur du secteur agroalimentaire en Chine, et Family Mart, grand groupe japonais de commerce de proximité.

Thématique : création – joint-venture – AEON – DeepBlue – nouvelle technologie – magasin automatisé

Date : le 21 mars 2018

Source : <http://www.jiemian.com/article/2002629.html>

Ajout de 17 ports chinois dédiés à l'importation de produits carnés – *La capacité totale d'importation pourrait atteindre 21,4 millions de tonnes*

Récemment, l'AQSIQ a actualisé la liste de ports dédiés à l'importation de produits carnés en Chine. Le nombre de ports/points de contrôle pour les produits carnés importés s'élève aujourd'hui à 74, soit 17 de plus par rapport à 2016, ce qui représente une croissance de 30%.

Selon les informations publiées par l'AQSIQ, la capacité d'importation de ces ports/points de contrôle pourrait atteindre 21,4 millions de tonnes au total. D'après les statistiques des douanes chinoises, en 2017, les importations chinoises totales de viandes et abats comestibles ont atteint 4 millions de tonnes dont 1,2 million de tonnes pour la viande de porc, soit seulement 20% de la capacité actuelle des ports. Le marché chinois des viandes importées devrait connaître un fort développement dans les années à venir.

Des données ont montré qu'à l'heure actuelle, la consommation chinoise de viande de porc représente 51% de la consommation mondiale. La consommation chinoise de produits carnés est d'environ 59 kilos par personne par an. L'importation chinoise de viande de porc a augmenté progressivement ces dernières années, avec un volume d'importation de 564 000 tonnes en 2014, 777 000 tonnes en 2015, 1,6 million de tonnes en 2016 et 1,2 million de tonnes en 2017.

Suite à la mise en exploitation de nouveaux ports/points de contrôle ainsi qu'à la baisse des coûts d'importation des produits carnés, les entreprises importatrices pourraient augmenter davantage leurs importations dans les années à venir.

Thématique : ports chinois – importation de produits carnés – augmentation – consommation – viandes porcines

Date : le 21 mars 2018

Source : <http://www.chinafeed.com.cn/xumu/201803/21/76191.html>

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

Business France organise pour la 10ème année consécutive le Pavillon France à l'occasion de « China Food & Drinks Fair » – *Cette année, 90 exposants français se réunissent sous le Pavillon France pour présenter leurs produits aux professionnels chinois*

Du 22 au 24 mars 2018, la 98ème édition du « China Food & Drinks Fair (CFDF) » aura lieu dans la ville chinoise de Chengdu. Avec environ 4 000 exposants chinois et étrangers, ce salon devrait accueillir plus de 300 000 visiteurs professionnels. Business France y a installé un Pavillon France pour la 10ème année consécutive. 90 exposants français se réuniront sous ce Pavillon France pour présenter leurs vins, brandys, champagnes et vins effervescents aux visiteurs chinois. Parallèlement au salon, l'événement « Tastin'France » de dégustation du vin français aura lieu les 20, 26 et 28 mars à Chengdu, Changsha et Canton. Les exposants français en profiteront pour rencontrer les acheteurs locaux, identifier de nouvelles opportunités et affirmer leur présence sur le marché régional.

A noter qu'actuellement deux tiers des spiritueux importés présentés sur le marché chinois viennent de France. De plus, la France est aujourd'hui le 1er pays exportateur du vin en bouteille vers la Chine avec 41% des parts de marché.

Thématique : « China Food & Drinks Fair » - Business France – Pavillon France – vin – spiritueux – « Tastin'France » – dégustation

Date : le 20 mars 2018

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2018/3/1-76426.html>

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISÉS

APN	Assemblée populaire nationale
AQSIQ	Administration for Quality Supervision, Inspection and Quarantine
CCC	China Compulsory Certification
CFDA	China Food and Drug Administration
CFDF	China Food & Drinks Fair
CNCA	Certification and Accreditation Administration of the People's Republic of China
CNY	RMB, devise chinoise
EUR	Euros, devise de l'Union Européenne
NDRC	National Development and Reform Commission of the People's Republic of China
R&D	Recherche et développement
SAC	Standardization Administration of the People's Republic of China
SAIC	State Administration for Industry and Commerce of the People's Republic of China
USD	United States dollar

Sources d'information :

www.cnca.cn	Site internet de " Certification and Accreditation Administration of the People's Republic of China"
www.gov.cn	Site internet du gouvernement chinois, appartenant au Bureau d'administration du Conseil des Affaires d'Etat.
http://gzdaily.dayoo.com	Site internet du journal « Guangzhou Daily », initialement créé en décembre 1952, un des principaux journaux de la province de Canton.
http://epaper.bjbusiness.com.cn	Site internet du journal « Beijing Business Today». Appartenant à Beijing Daily Groupe, le journal est un des principaux quotidiens spécialisés en économie dans la région de Pékin.
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.cqn.com.cn	Site internet sous tutelle de l'AQSIQ, spécialisé en diffusion des politiques, lois et réglementations publiées par les autorités compétentes chinoises, des informations en temps réel et des points de vue sur la qualité des produits sur le marché international et national.
http://epaper.oeeee.com	Site internet du journal « Southern Metropolis Daily », créé en 1997 et appartenant au Nanfang Media Group. Le journal cible notamment la population du Delta de la rivière des Perles.
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.chinafeed.com.cn	Site internet sous tutelle de China Feed Industry Association. Le site fournit des informations sur l'alimentation animale, l'élevage, l'économie, le marché, la technology, les politiques et les réglementations dans le secteur.
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.

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
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.