



VEILLE SANITAIRE SUR LA CHINE

SOMMAIRE

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

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

[Mise en application de la nouvelle «Loi sur la publicité»](#) – Mesures restrictives pour la publicité, notamment des boissons alcoolisées

[Un rappel de produits demandé par la CFDA remis en cause](#) – La CFDA du Hubei a retiré l'alerte diffusée à propos de l'utilisation de thiocyanate de sodium dans des produits laitiers

[Le CIQ du Heilongjiang détecte du "Tilletia indica Mitra" dans du blé importé](#)

[Teneur en sel supérieure à la moyenne dans les sauces soja dédiées aux enfants](#)

[Coca Cola China falsifie des données](#) – Ceci afin d'éviter le contrôle de la protection de l'environnement

[La réglementation pour les aliments vendus en ligne devrait être identique à celle établie pour le commerce traditionnel](#) – Contrôle renforcé pour les aliments importés vendus en ligne

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

[Le Conseil des Affaires d'Etat pousse au développement de la vente en ligne en zone rurale](#) – Nouvelles mesures pour le développement de l'économie rurale

[La poudre de lait infantile haut de gamme représente de 10% à 20% du marché de la poudre de lait infantile en Chine](#) – «Des élevages respectueux de l'environnement», «des formulations spécifiques» et «des technologies innovantes» constituent les facteurs clés des ventes

[Les exportations de vins australiens connaissent leur plus forte croissance depuis 2007](#) – Cette tendance est soutenue par une forte demande et la baisse du dollar australien

[Yum! Brands séparera ses opérations en Chine pour créer Yum Chine](#)

[Premier lot d'importation de viandes bovines en provenance d'Australie suite à l'accord de libre-échange Chine-Australie](#)

[Les consommateurs chinois préfèrent les viandes bovines fraîches australiennes](#) – Une opportunité pour le développement de la chaîne du froid

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

[Création de l'Association des caves à investissements chinois en France](#) – Pour appuyer les investisseurs chinois dans leurs projets en France

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

Mise en application de la nouvelle «Loi sur la publicité» – Mesures restrictives pour la publicité, notamment des boissons alcoolisées

L'amendement de la «Loi sur la publicité» a été officiellement mise en application depuis le 1^{er} septembre 2015 (déjà relayé dans la veille sanitaire n° 1). Par rapport à la version de 1994, le nombre de catégories de marchandises et services concerné par des mesures restrictives a été élargi de 7 à 17. Sont notamment concernés: les médicaments, les dispositifs médicaux, les pesticides, le tabac, les aliments, l'alcool, les produits cosmétiques, les aliments santé, le lait infantile, l'enseignement et la formation, les produits d'investissements, la propriété immobilière, les cultures agricoles et l'élevage, la publicité en ligne, la publicité pour le bien commun etc.

En ce qui concerne la publicité pour les boissons alcoolisées en particulier l'article 23 de la loi précise:

- l'interdiction d'induire, d'encourager la consommation de boissons alcoolisées ou d'inciter à les consommer sans modération ;
- l'interdiction de visuels montrant une personne en train de consommer de l'alcool ;
- l'interdiction d'utiliser dans les publicités des actions telles que la conduite de véhicules, de bateaux ou d'avions etc;
- l'interdiction d'expliquer ou de suggérer que la consommation d'alcool a pour effet de diminuer la tension et l'anxiété, ou d'augmenter la force physique etc.

De plus, l'usage de superlatifs absolus (par exemple le numéro un, le plus important, le plus avancé...) est interdit pour ces produits.

Thématique : Boissons alcoolisées – Amendement de la Loi sur la publicité

Date : le 1^{er} septembre 2015

Source : <http://www.jianiang.cn/hangye/0Z1605T2015.html>

Un rappel de produits demandé par la CFDA remis en cause – La CFDA du Hubei a retiré l'alerte diffusée à propos de l'utilisation de thiocyanate de sodium dans des produits laitiers

Le 24 septembre, au cours d'un contrôle effectué par la CFDA du Hubei, un lait enrichi en calcium de Huishan Dairy, produit le 10 juillet, a été jugé non conforme en raison de son niveau excessif de thiocyanate de sodium équivalent à 15,2 mg/kg alors que le niveau maximum autorisé est de 10 mg/kg. S'agissant d'un produit toxique, l'ajout artificiel de thiocyanate de sodium dans le lait est interdit. La CFDA du Hubei a ensuite diffusé sur son site internet officiel une alerte sanitaire, demandant l'arrêt de la distribution des produits concernés et le rappel des produits déjà achetés par les consommateurs.

Suite à cette alerte, Huishan Dairy a organisé une conférence de presse à Pékin dénonçant l'illégalité de la procédure d'analyses utilisée par la CFDA du Hubei ainsi que les résultats d'analyse. L'entreprise a publié des rapports d'analyses prouvant que les produits sont conformes aux critères de la norme nationale chinoise. Cinq jours après, la CFDA du Hubei a retiré l'alerte, expliquant que selon les résultats d'analyses des 7 lots suivants, le risque pour les consommateurs est faible. Par la suite, la China Dairy Industry Association (CDIA) a diffusé une déclaration critiquant la CFDA du Hubei pour la bévue et lui a demandé de s'excuser auprès de Huishan Dairy.

Selon la CDIA, le lait contient naturellement une certaine quantité de thiocyanate de sodium. L'accusation de la CFDA du Hubei serait donc arbitraire et non professionnelle. De plus, le laboratoire d'analyses concerné (Centre Technique de l'Inspection et de la Quarantaine du CIQ de Qinquangdao) n'est pas qualifié pour réaliser des analyses sur le thiocyanate de sodium. D'autre part, au niveau de la procédure, le fait que la CFDA du Hubei diffuse directement les résultats d'analyses sans avoir organisé une évaluation du risque par des experts, et sans en demander la vérification par les services de la CFDA au niveau provincial, n'est pas acceptable.

Thématique : Produits laitiers – Thiocyanate de Sodium

Date : le 30 septembre 2015

Source : <http://finance.sina.com.cn/chanjing/gsnews/20150930/133723387403.shtml>

Le CIQ du Heilongjiang détecte du «Tilletia india Mitra» dans du blé importé

Selon des informations publiées sur le site du CIQ du Heilongjiang, le 24 septembre, d'après les analyses réalisées, le CIQ du Heilongjiang a détecté le champignon «Tilletia india Mitra» dans deux lots successifs de blé importé en provenance d'Inde. Il s'agit du premier cas recensé dans la province du Heilongjiang.

Le «Tilletia india Mitra» présente des risques élevés pour la production du blé et est considéré comme nuisible par une quarantaine de pays dans le monde. En Chine, le «Tilletia india Mitra» a été classé comme organisme de quarantaine nuisible de première catégorie depuis 1992. En 2007, il a été répertorié sur la liste des organismes de quarantaine nuisibles pour les végétaux importés.

Thématique : Céréales – Organismes nuisibles

Date : le 19 octobre 2015

Source : <http://www.grainnews.com.cn/a/news/2015/10/19-31901.html> (site internet du journal « Grain News »)

Teneur en sel supérieure à la moyenne dans les sauces soja dédiées aux enfants

De nombreux parents chinois choisissent des sauces soja destinées aux enfants pour cuisiner des plats pour leurs bébés/enfants car ils pensent que les produits dédiés aux enfants sont meilleurs pour la santé. Les qualités principales avancées dans leur communication sont «biologique», «naturel», «sans additif» ainsi que «la faible teneur en sodium et en sel». Cependant, un journaliste a demandé à des experts en nutrition à Xi'an de calculer la teneur des différentes sauces de soja dédiées aux enfants et de les comparer aux sauces soja classiques. La conclusion est édifiante puisque les échantillons de sauces soja destinées aux enfants contiennent plus de sel que les sauces de soja classiques.

Thématique : Alimentation infantile – Teneur en sel

Date : le 20 octobre 2015

Source : <http://ehsb.hsw.cn/shtml/hsb/20151020/549728.shtml>

Coca Cola China falsifie des données – Ceci afin d'éviter le contrôle de la protection de l'environnement

Le 11 septembre, lors d'une inspection commune sur site réalisée par le Bureau de la surveillance de l'environnement de Lanzhou de la province du Gansu et le Service de la protection de l'environnement de la Police de Lanzhou, il a été découvert que Gansu COFCO Coca Cola Drinks Co., Ltd. avait falsifié des données grâce à la modification de la méthode de prélèvement d'échantillons des eaux usées, afin d'éviter de se soumettre au contrôle de la protection environnementale.

Les principales activités de Gansu COFCO Coca Cola Drinks Co., Ltd. comprennent la production et la distribution des boissons liquides, des boissons solides, des boissons à base de thé, des boissons aux fruits et aux légumes, des eaux minérales, des eaux purifiées, du café etc.

A ce stade, la société n'a pas fourni d'explications sur la falsification des données et la modification de la méthode de prélèvement d'échantillons des eaux usées. D'après certains professionnels, cela n'exclut pas la possibilité que l'émission des eaux usées ne soit pas conforme aux normes.

Thématique : Boissons non alcoolisées – Environnement

Date : le 22 octobre 2015

Source : http://epaper.bjbusiness.com.cn/site1/bjsb/html/2015-10/22/content_313067.htm?div=-1 (site internet du journal « Beijing Business Today »)

La réglementation pour les aliments vendus en ligne devrait être identique à celle établie pour le commerce traditionnel – Contrôle renforcé pour les aliments importés vendus en ligne

Récemment, l'AQSIQ a lancé un appel à commentaires concernant «La réglementation pour le contrôle des aliments importés via la vente en ligne transfrontalière».

Selon cette réglementation, les aliments santé ainsi que ceux utilisant de nouveaux ingrédients ou ceux composés d'ingrédients contenant de nouvelles matières premières doivent être enregistrés ou inscrits et passer des évaluations de sécurité. Actuellement, en l'absence de politiques précises de la part des différents CIQ relatives aux importations réalisées via la vente en ligne transfrontalière, c'est le modèle de dédouanement pour les marchandises importées par voie postale qui s'applique pour les aliments santé dans les différentes «villes test» pour la vente en ligne. Les aliments santé importés via la vente en ligne transfrontalière devront obligatoirement être enregistrés ou inscrits. De plus, il a été précisé que les poudres de lait infantile vendus en ligne devront obligatoirement disposer d'un étiquetage en chinois. Il sera obligatoire d'imprimer à l'étranger directement sur le plus petit des emballages, les mentions en chinois. En ce qui concerne les autres aliments, les opérateurs peuvent, soit fournir l'étiquette (ou la notice explicative) en chinois avec les marchandises, soit fournir, via la plateforme de vente en ligne transfrontalière, les informations électroniques relatives à l'étiquetage (ou de la notice explicative). Les consommateurs pourront choisir, lors de la commande des produits en ligne, le modèle d'étiquetage souhaité.

La réglementation a également précisé la responsabilité des opérateurs pour le rappel des produits en cas de non conformité ou de risque éventuel pour la santé humaine.

Thématique : Sécurité sanitaire – Vente en ligne transfrontalière

Date : le 22 octobre 2015

Source : <http://www.cqn.com.cn/news/zqzlb/diyi/1087242.html> (site internet du journal « China Quality News »)

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

Le Conseil des Affaires d'Etat pousse au développement de la vente en ligne en zone rurale – Nouvelles mesures pour le développement de l'économie rurale

Lors de la conférence permanente du Conseil des Affaires d'Etat du 14 octobre dernier, dirigé par le Premier Ministre Li Keqiang, il a été décidé d'améliorer les services internet «large bande» dans les régions rurales, d'accélérer le développement de la vente en ligne en zone rurale, et de favoriser le développement des services logistiques correspondant.

Selon des statistiques du CNNIC (China Internet Network Information Center), en juin 2015, la part des internautes ruraux a atteint 27,9% en Chine, soit une augmentation de 8 millions personnes par rapport à 2014. D'après la prévision d'AliResearch, en 2016, le montant total des transactions de ventes en ligne en zone rurale pourrait atteindre 460 milliards CNY. L'introduction du commerce électronique peut non seulement amener des investissements dans des régions rurales pour la production des marchandises adaptées aux besoins des paysans, mais aussi entraîner le développement des filières amont et aval (logistique, entrepôts, emballages, formations etc.) et générer, ainsi, l'emploi en zone rurale, en incitant les paysans à rester dans leur région natale. Cela favoriserait le développement économique local.

De plus, la vente en ligne rurale pourrait faciliter l'accès aux marchés urbains des produits agricoles, grâce à ses avantages techniques, informatiques et relatifs aux données des consommateurs. D'après les statistiques d'AliResearch, à décembre 2014, le nombre de «villages Taobao»* a atteint 211 avec plus de 70 000 boutiques en ligne et plus de 280 000 emplois directs générés.

Thématique : Vente en ligne – Zones rurales

* note de Business France: sont appelés « villages Taobao », des villages où plus de 10% des actifs ont créé des boutiques en ligne et en tirent un revenu conséquent

Date : le 20 octobre 2015

Source : http://www.cac.gov.cn/2015-10/20/c_1116878527.htm (site internet de Cyberspace Administration of China)

La poudre de lait infantile haut de gamme représente de 10% à 20% du marché de la poudre de lait infantile en Chine – «Des élevages respectueux de l'environnement», «des formulations spécifiques» et «des technologies innovantes» constituent les facteurs clés des ventes

Selon AC Nielsen, les poudres de lait infantile ayant un prix supérieur à 300 CNY par 900 g sont des poudres de lait «haut de gamme». Le marché des poudres de lait infantile « haut de gamme » est occupé principalement par des marques étrangères comme Wyeth et Abbott. Wyeth et DMD ont tous deux lancé leurs gammes de poudres de lait infantiles (super) « haut de gamme » en octobre en Chine. Les principaux atouts avancés sont «l'écologie dans l'élevage», «des formules spéciales» et «des technologies spéciales» qui garantissent la qualité élevée des poudres de lait. La tendance générale est actuellement à une baisse du prix de la poudre infantile en Chine en raison d'une concurrence féroce. Cependant, les poudres de lait infantile «haut de gamme», d'une qualité supérieure et à un prix élevé, représentent de 10% à 20% du marché total de la poudre de lait infantile. Selon M. Liang SONG, expert de l'industrie laitière, le prix des produits haut de gamme n'est pas influencé par la tendance des prix des produits «milieu de gamme» car les consommateurs de produits «haut de gamme» sont plus attentifs à la qualité du produit qu'au prix.

Thématique : Poudre de lait infantile – Gamme

Date : le 20 octobre 2015

Source : http://food.southcn.com/c/2015-10/20/content_135127165.htm

Les exportations de vins australiens connaissent leur plus forte croissance depuis 2007 – Cette tendance est soutenue par la forte demande et la baisse du dollar australien

La croissance des exportations de vins australiens atteint actuellement un record jamais atteint depuis 2007. Cela s'explique par la baisse du dollar australien et la forte croissance de la demande de vins australiens en Chine. Selon la Wine Australia, jusqu'au 30 septembre 2015, la vente de vins australiens a augmenté de 47% par rapport à la

même période de 2014, atteignant 313 millions de dollars australiens. La Chine est devenue la troisième destination d'exportation de vins australiens, après les États-Unis et le Royaume-Uni. La région asiatique, y compris la Chine continentale, Hong Kong et le Japon est devenue en juin la plus grande zone d'exportation de vins australiens. Jusqu'au 30 septembre 2015, les exportations de vin dans cette région ont augmenté de 31% par rapport à la même période de 2014, atteignant 644 millions de dollars australiens. Influencés par cette forte augmentation, des vigneronns devraient augmenter leurs prix en raison de la hausse du prix du raisin issu des vendanges de 2015. La Wine Australia compte poursuivre ses activités de promotion en Chine, y compris sur la 3^{ème} édition du Prix Annuel des vins australiens en Chine (第三届澳洲红酒中国年度奖评选), la vente au détail de vin australien sur WineYun.com, et la participation au salon ProWine China, etc.

Actuellement, 962 entreprises australiennes exportent du vin en Chine. Treasury Wine Estates, la plus grande entreprise de vin en Australie, a lancé, le 15 octobre en Chine, sa nouvelle gamme de vin haut de gamme. C'est la première fois que l'entreprise réalise un lancement de nouveaux produits hors du territoire australien. Cela dénote de l'importance de la Chine dans la stratégie de Treasury Wine Estates.

Thématique : Boissons alcoolisées

Date : le 20 octobre 2015

Source : <http://finance.eastmoney.com/news/1351,20151020557462421.html>

Yum! Brands séparera ses opérations en Chine pour créer Yum China

Le 20 octobre 2015, Yum! Brands a annoncé la création de Yum China, indépendante de Yum Brands. Yum China disposera des droits exclusifs de franchise de KFC, Pizza Hut et Taco Bell. Les stratégies et plan de développement de Yum China et Yum! Brands seront présentées le 10 décembre 2015 à l'occasion de la conférence des investisseurs du groupe. Selon le rapport financier de Yum, le chiffre d'affaires en Chine représente 57 % de son CA total, et la Chine constitue un point de croissance important pour Yum. Après la séparation de Yum China et la nouvelle stratégie de franchise du groupe, le groupe aura plus de 41 000 restaurants couvrant 125 pays et régions, dont 95 % seront en franchise.

Thématique : Yum China – Franchise

Date : le 21 octobre 2015

Source : http://gzdaily.dayoo.com/html/2015-10/21/content_3033462.htm

Premier lot d'importation de viandes bovines en provenance d'Australie suite à l'accord de libre-échange Chine - Australie

Le 21 octobre 2015, 150 bovins de boucherie en provenance d'Australie sont arrivés par avion à Chongqing. Il s'agit de la première commande d'importation de bœuf réalisée dans le cadre de l'accord de libre-échange conclu entre la Chine et l'Australie. Contrairement aux importations habituelles, tous les bovins importés dans ce lot sont restés en quarantaine pendant 7 jours sous la surveillance d'experts mandatés par l'AQSIQ. Par la suite, les bovins ont été transportés jusqu'à un site d'élevage isolé pour une mise en quarantaine inférieure à 14 jours. Ils ont été abattus dans un abattoir dédié et les viandes emballées sont destinées à des canaux de distribution locaux.

La municipalité de Chongqing souhaite promouvoir l'importation de viandes de boucherie et de viandes de bœuf transportées par avion et par bateau. D'ici 2020, l'objectif pour Chongqing est d'atteindre 250 000 bovins de boucherie et 50 000 tonnes de bœuf congelé et frais par an. À plus long terme, l'objectif est d'atteindre des importations équivalentes à 500 000 bovins de boucherie, pour une valeur totale de 50 milliards de CNY par an. Cet envoi entre dans le cadre de l'accord de libre-échange sino-australien et du contrat relatif aux exportations de boeufs vivants australiens destinés à l'abattage signé entre la Chine et l'Australie en août 2015.

Thématique : Accord Chine - Australie – Produits carnés

Date : le 22 octobre 2015

Source : http://food.china.com.cn/2015-10/22/content_36860996.htm

Les consommateurs chinois préfèrent les viandes bovines fraîches australiennes – *Une opportunité pour le développement de la chaîne du froid*

Selon le rapport de 'Global Consumer Survey' réalisé par le MLA (Meat & Livestock Australia), les consommateurs chinois (notamment les consommateurs aisés) montrent un fort intérêt pour les viandes bovines fraîches provenant d'Australie. En juin 2015, le MLA a interrogé 1 020 habitants urbains chinois âgés de 18 à 64 ans dans 4 villes chinoises (Pékin, Shanghai, Canton et Shenzhen), qui sont tous acheteurs de produits de consommation courante, parmi lesquels 84 % sont des familles à revenus élevés (revenus annuels > 100 000 CNY).

Les enquêtes des trois dernières années du MLA ont toutes démontré le fait que pour les consommateurs urbains de classe moyenne, la fraîcheur est l'élément décisif lors de leur achat de produits carnés. Les consommateurs chinois considèrent généralement que les produits de la mer sont des produits avec le niveau de fraîcheur le plus élevé, suivis par la viande bovine, la viande porcine, la viande de poulet, et la viande de mouton. 49% des personnes interrogées ont exprimé avoir consommé de la viande bovine australienne au cours du mois dernier. Parmi ceux qui avaient un revenu annuel de plus de 200 000 CNY, ce pourcentage a atteint 87%.

Le MLA a indiqué que des experts australiens sont en train d'effectuer des recherches techniques afin d'améliorer le niveau de fraîcheur des viandes australiennes et de prolonger leur DLC. Dans le même temps, en raison de la forte demande des consommateurs chinois pour des aliments frais, depuis plusieurs mois, les principaux sites de vente en ligne ont largement investi dans le développement de la chaîne du froid. De plus, plusieurs projets visant à améliorer la chaîne du froid ont reçu le support du gouvernement comme par exemple l'ouverture de ports intérieurs pour les produits carnés (*inland meat ports*), ou les projets d'essai pour le développement de la vente en ligne transfrontalière. Selon les statistiques des douanes chinoises, durant les 9 premiers mois de 2015, l'exportation de viande bovine congelée en provenance d'Australie a atteint 4 337 tonnes en quantité et plus de 33,8 millions d'USD en valeur. A ce stade, l'Australie est le seul fournisseur officiellement autorisé pour l'exportation de viande bovine congelée en Chine. Les enquêtes menées par le MLA ont également souligné que la fraîcheur mise à part, les trois autres facteurs majeurs d'achat pour les consommateurs chinois sont respectivement la nutrition, la santé et le goût des produits.

Thématique : Produits carnés – Boeuf

Date : le 26 octobre 2015

Source : http://www.acbnewsonline.com.au/html/2015/australianews_1026/15097_2.html

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

Création de l'Association des caves à investissement chinois en France – *Pour appuyer les investisseurs chinois dans leurs projets en France*

L'Association viticole franco-chinoise co-présidée par M. Jinbao HUANG, Président de China Ningbo YOFOTO Commodity Co., LTD (et aussi propriétaire du Château Lugagnac) et M. Bernard Artigue, Président de la Chambre d'agriculture de la Gironde a été créée le 2 octobre 2015 en France. Cette association, réunissant des acteurs français et 45 investisseurs chinois possédant des domaines en Gironde, a pour objectif d'aider à une meilleure intégration des investisseurs chinois dans le tissu local, d'obtenir des soutiens techniques et politiques pour appuyer leurs activités. La Chambre espère également que ce travail pourra appuyer le développement des vins de Bordeaux en Chine. La CCI de Bordeaux serait également impliquée. L'initiative est soutenue par le ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt.

Thématique : Boissons alcoolisées – Vins

Date : le 21 octobre 2015

Source : <http://www.wines-info.com/html/2015/10/1-63123.html>

Erratum – Article paru dans la veille sanitaire n°20 : Sixième édition du Festival des vins de Bordeaux et d'Aquitaine à Wuhan – Une coquille s'est glissée dans l'article et, s'agissant de Wuhan, il fallait lire Hubei et non pas Hebei.

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

AQSIQ	General Administration Of Quality Supervision, Inspection And Quarantine
CFDA	China Food and Drug Administration
CBEC	Cross Border E-Commerce
CDIA	China Dairy Industry Association
CFSA	China National Center for Food Safety Risk Assessment
CIQ	China Inspection and Quarantine Bureau
CNY	Chinese Yuan (devise chinoise)
CNNIC	China Internet Network Information Center
COFCO	China National Cereals, Oils and Foodstuffs Corporation
DLC	Date limite de consommation
MLA	Meat & Livestock Australia
USD	United States Dollar (devise américaine)

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 : Gao Xing – Prospectrice agrotech bureau de Shenzhen
Ying LI – Chargée de développement - réglementaire
Laure Elsaesser - Conseiller export agrotech bureau de Pékin
Sandrine Barrou - Chef de projet informations réglementaires Asie (hors ASEAN) – Océanie – TOM

Contact à FranceAgrimer : **Véronique Looten** - Chef du Pôle Animation Export - FranceAgriMer

© 2015 – Business France

© 2015 – 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.