



## VEILLE SANITAIRE SUR LA CHINE

### SOMMAIRE

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

#### SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

[De nouveaux additifs désormais autorisés dans les emballages alimentaires](#) – La NHFPC autorise 23 nouveaux additifs

[3 nouvelles bactéries autorisées dans les produits alimentaires en Chine](#) – 2 nouveaux genres bactériens sont autorisés dans les produits d'alimentation infantile

[L'analyse détaillée de la nouvelle réglementation de l'enregistrement des laits en poudre](#) – La surveillance des laits en poudre s'est beaucoup renforcée depuis l'annonce de la nouvelle réglementation qui entrera en vigueur le 1<sup>er</sup> octobre 2016

[Amende de 200 000 CNY pour publicité illégale concernant des poudres de lait pour l'application mobile Muyingzhijia](#) – Premier cas de publicité illégale pour une application mobile

[Prochaine mise en application de la réglementation sur l'enregistrement des aliments destinés à des fins médicales spécifiques](#) – Plusieurs entreprises sont prêtes à intégrer le marché

[La traçabilité totale pour les poudres de lait infantile](#) – Des enquêtes menées par des journalistes de China Daily

#### ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

[Les sept réalités constatées sur les vins français en Chine](#) – A la découverte du vrai visage du vin français importé

[Jack MA achète le Château Pérenne à Bordeaux sous la marque du Château de Sours qui lui appartient](#) – Il a aussi créé une entreprise de négoce à Bordeaux et prépare la fête des vins et spiritueux en Chine

[Le leader du vin chinois Changyu en difficultés](#) – CA en déclin, augmentation des stocks, arrêt de l'expansion de Xianfeng, doute des professionnels du vin sur les investissements dans un projet de domaine viticole en Chine

[Bonne situation pour les fruits en Chine du Sud-Ouest](#) – Les fruits importés sont très appréciés par les consommateurs locaux mais des problèmes subsistent chez les importateurs

[Benlai.com a levé 117 millions d'USD de financement](#) – Les géants chinois entrent sur le marché du E-commerce des produits frais en investissant dans le domaine

[Yonghui développe ses activités dans les produits importés](#) – Ses produits seront principalement vendus par Bravo YH et Yonghui Club (永辉会员店)

[Xiwang Foodstuffs Co., Ltd. rachète un producteur canadien d'aliments de santé \(health food\)](#) – Le montant de l'acquisition atteint les 730 millions d'USD

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

#### GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

## SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

### **De nouveaux additifs désormais autorisés dans les emballages alimentaires – La NHFPC autorise 23 nouveaux additifs**

Le 31 mai dernier, la NHFPC (National Health and Family Planning Commission) annonçait l'autorisation de l'utilisation de 23 composés chimiques dans les emballages de produits alimentaires. Parmi eux, 12 concernent des matériaux en contact direct avec les produits alimentaires. 5 composés déjà autorisés dans les emballages alimentaires voient par ailleurs leurs champs d'utilisation et leurs quantités maximales d'utilisation élargies. Enfin, 6 nouveaux types de résines sont désormais autorisés. Des informations spécifiques telles que le numéro CAS, la quantité maximale d'utilisation, la limite de migration spécifique (LMS), la limite maximale de résidus (LMR) parmi d'autres ont également été précisées dans cette circulaire.

Thématique : Matériaux en contact – Additifs

Date : Le 08 juin 2016

Source : <http://www.nhfpc.gov.cn/sps/s7890/201606/0df27106565f41fdb7ef5a503a7aef29.shtml>

(site internet de la NHFPC)

### **3 nouvelles bactéries autorisées dans les produits alimentaires en Chine – 2 nouveaux genres bactériens sont autorisés dans les produits d'alimentation infantile**

Le 30 mai, la NHFPC (National Health and Family Planning Commission) annonçait dans sa circulaire No 7-2016, l'autorisation de la présence de 3 nouvelles bactéries dans les produits alimentaires. Parmi lesquelles, 2 nouveaux types de bactéries, CECT5716 (*Lactobacillus fermentum*) et M-16V (*Bifidobacterium breve*) sont désormais autorisés dans la production des aliments infantiles. La bactérie (*Bacillus coagulans*) est autorisée dans la production alimentaire. Cette disposition est effective depuis la publication de la circulaire sur le site officiel de la NHFPC.

Thématique : Normes – Critères bactériologiques

Date : Le 08 juin 2016

Source : <http://www.nhfpc.gov.cn/sps/s7891/201606/3ea5182360de4ac48ff44de1698f9932.shtml>

(site internet de la NHFPC)

### **L'analyse détaillée de la nouvelle réglementation de l'enregistrement des laits en poudre – La surveillance des laits en poudre s'est beaucoup renforcée depuis l'annonce de la nouvelle réglementation qui entrera en vigueur le 1<sup>er</sup> octobre 2016**

Le 8 juin, la CFDA (China Food and Drug Administration) a publié la réglementation relative à l'enregistrement des laits en poudre qui stipule que les laits en poudre locaux et importés doivent obligatoirement passer par un processus d'enregistrement avant de pouvoir être commercialisés. Sont éligibles seulement les entreprises ayant des capacités d'étude, de production et d'inspection qui peuvent faire enregistrer leurs produits. Par ailleurs, la réglementation exige des producteurs de laits en poudre de préparer et de soumettre aux autorités chinoises compétentes des échantillons d'étiquettes et des modes d'emploi lors de l'enregistrement des produits contenant obligatoirement le pays d'origine des ingrédients. Ces informations doivent être très précises et il est interdit d'écrire par exemple : lait importé, lait de ferme étrangers, etc. Il est également interdit d'indiquer sur l'étiquette que le produit renforce l'immunité ou protège les intestins, par exemple. Troisièmement, il est dorénavant interdit d'utiliser les chaînes de mots, tels que « ne pas ajouter », « ne pas contenir », pour insister sur le fait que les produits n'utilisent pas des matériaux non conformes aux normes sanitaires. Enfin, il est interdit d'indiquer des informations fallacieuses ou des indications exagérées sur l'étiquette. La CFDA a aussi annoncé que l'entrée en vigueur de cette réglementation commencerait dès le 1<sup>er</sup> octobre 2016.

Thématique : Produits laitiers – Lait en poudre

Date : Le 10 juin 2016

Source : <http://politics.people.com.cn/n1/2016/0610/c1001-28423939.html>

### **Amende de 200 000 CNY pour publicité illégale concernant des poudres de lait pour l'application mobile Muyingzhijia – Premier cas de publicité illégale pour une application mobile**

Muyingzhijia APP a reçu une amende de 200 000 CNY par le département d'industrie et de commerce. Sa publicité pour la poudre de lait Aptamil, vantant la richesse en nutriments de la poudre de lait de la marque, a été jugée comme pouvant induire les parents en erreur et les pousser à remplacer totalement ou partiellement le lait maternel par ce produit. C'est le premier cas de publicité illégale pour une application mobile en Chine, en référence à l'article 20 de la nouvelle « Loi sur la publicité ».

Thématique : Produits laitiers – Publicité illégale

Date : Le 13 juin 2016

Source : [http://www.cqn.com.cn/cj/content/2016-06/13/content\\_3017676.htm](http://www.cqn.com.cn/cj/content/2016-06/13/content_3017676.htm)

### **Prochaine mise en application de la réglementation sur l'enregistrement des aliments destinés à des fins médicales spécifiques** – *Plusieurs entreprises sont prêtes à intégrer le marché*

La réglementation sur l'enregistrement des aliments destinés à des fins médicales spécifiques entrera en vigueur à compter du 1<sup>er</sup> juillet 2016. Auparavant, à défaut de réglementation précise, cette catégorie de produits ne pouvait être commercialisée sur le marché chinois que comme médicaments ou aliments normaux. En 2013, la NHFPC a publié la « Règle générale pour les aliments destinés à des fins médicales spécifiques ». En raison de l'absence de réglementation d'application, peu de produits ont pu obtenir l'autorisation de mise sur le marché à l'exception d'Abbott-Ensure Complete. L'amendement de la Loi sur la Sécurité Sanitaire mise en application depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2015 a précisé pour la première fois l'obligation d'enregistrement des aliments destinés à des fins médicales spécifiques.

A l'aube de la mise en application de la réglementation sur l'enregistrement des aliments destinés à des fins médicales spécifiques, l'enquête menée par des journalistes du « The Beijing News » dévoile que plusieurs entreprises disposent déjà de produits prêts à la vente. Certains sont en cours de recherche ou en attente de mise sur le marché, d'autres sont déjà sur le marché et distribués comme aliments normaux ou médicaments. De plus, plusieurs laiteries telles que Yili, Feihe, Beinmate entre autres ont fait savoir qu'elles ont déjà développé plusieurs références de poudres de lait destinées à des fins médicales spécifiques.

Thématique : Aliments destinés à des fins médicales spécifiques – Enregistrement

Date : le 14 juin 2016

Source : [http://epaper.bjnews.com.cn/html/2016-06/14/content\\_639377.htm?div=-1](http://epaper.bjnews.com.cn/html/2016-06/14/content_639377.htm?div=-1)

(site internet du journal « The Beijing News »)

### **La traçabilité totale pour les poudres de lait infantile** – *Des enquêtes menées par des journalistes de China Daily*

A l'occasion de la semaine nationale de la sécurité sanitaire 2016, des journalistes de China Daily ont visité de grandes laiteries chinoises dans les provinces du Heilongjiang et de la Mongolie Intérieure et ont pu vérifier qu'un QR code avait été imprimé sur tous les emballages des poudres de lait fabriquées par Wondersun, Yili, Mengniu, et d'autres... Les consommateurs peuvent télécharger un logiciel d'application pour la traçabilité des produits alimentaires afin d'obtenir des informations sur les produits, leurs producteurs, les méthodes de consommation, la liste des ingrédients, etc.

Les informations accessibles pour les consommateurs ne représentent qu'une partie du traçage, alors que les informations de traçabilités possédées par les entreprises sont beaucoup plus larges et précises. Par exemple, à travers un système de traçabilité complet, l'entreprise Wondersun peut rassembler les informations sur la production de produits finis (poudres de lait), sur la production des "base powder", ainsi que sur les élevages correspondants. De plus, l'entreprise peut également collecter des informations, à travers la plateforme logistique, sur la quantité de produits finis, de produits livrés, les destinataires, la date de la livraison, les lieux d'arrivée des produits, etc.

Au niveau des consommateurs, il est possible d'obtenir les informations clients (nom et prénom, adresse, téléphone, date d'achat, quantité, nom du produit, numéro de lot de produit, etc.) à l'aide d'une carte de traçabilité.

Thématique : Produits laitiers – Traçabilité

Date : le 15 juin 2016

Source : [http://paper.people.com.cn/rmrb/html/2016-06/15/nw.D110000renmrb\\_20160615\\_1-13.htm](http://paper.people.com.cn/rmrb/html/2016-06/15/nw.D110000renmrb_20160615_1-13.htm)

(site internet du journal « People Daily »)

## **ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR**

### **Les sept réalités constatées sur les vins français en Chine** – *A la découverte du vrai visage du vin français importé*

Tout d'abord, nous observons une hausse importante du prix des bouteilles de vin françaises au cours du processus d'importation. En effet, une bouteille de vin à 2 ou 3 euros en France peut être retrouvée en Chine au prix de 300 RMB (environ 40 euros). Nous remarquons également que certains producteurs de vin chinois déposent une marque en France dans le but d'acheter du vin en vrac et ensuite le mettre en bouteille en Chine, processus permettant de réduire les coûts de production tout en conservant le « label » français. Certains producteurs de vin chinois vont mélanger du vin en vrac importé et du vin local pour améliorer le goût du vin et ainsi augmenter les prix. La plupart des consommateurs chinois sont très sensibles à la « marque » du vin et ne prêtent pas attention à l'année de production qui constitue un fort indice de qualité. Certains revendeurs malhonnêtes vont même jusqu'à mentir sur la qualité de leurs produits en faisant croire au consommateur que l'AOC représente la meilleure qualité (qui est en réalité le « cru bourgeois » ou le « grand cru classé »). On détecte également des produits chimiques, tel que du dioxyde de soufre dans certains vins, ce qui permet d'augmenter la durée de conservation du vin et également de

réduire les coûts d'approche. Finalement, le prix reflète la qualité dans l'esprit du consommateur chinois et un prix élevé sera assimilé à une qualité élevée.

Thématique : Boissons alcoolisées - Vin

Date : Le 6 juin 2016

Source : [http://www.topnews9.com/article\\_20160606\\_46903.html](http://www.topnews9.com/article_20160606_46903.html)

**Jack MA achète le Château Pérenne à Bordeaux sous la marque du Château de Sours qui lui appartient – Il a aussi créé une entreprise de négoce à Bordeaux et prépare la fête des vins et spiriteux en Chine**

M. Jack MA, le président d'Alibaba, a acheté le Château Perenne à Bernard Magrez sous le nom du Château de Sours à Bordeaux dont il a fait l'acquisition il y a moins de 6 mois. Jack MA a aussi établi une entreprise de négoce à Bordeaux avec ses partenaires. Il a de plus officiellement annoncé qu'Alibaba comptait créer une fête *des vins et spiriteux* le 9/9 de chaque année à 9H (999 : la prononciation du chiffre 9 en chinois désignant aussi « alcool »). Toutes ces actions sont autant de signes qui attestent de l'ambition et de la confiance de Jack MA sur les vins importés. Les chiffres sont également révélateurs. T-Mall, site de vente en ligne du Groupe Alibaba a ainsi vendu 230 millions de bouteilles de vin de 3 740 marques dans plus de 30 pays en 2015 et 50% de ces vins étaient français). Alibaba envisage d'aider les petits marchands du monde entier à vendre leurs produits en Chine.

Thématique : Boissons alcoolisées – Vin

Date : le 8 juin 2016

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2016/6/3-65807.html>

**Le leader du vin chinois Changyu en difficultés – CA en déclin, augmentation des stocks, arrêt de l'expansion de Xianfeng, doute des professionnels du vin sur les investissements dans un projet de domaine viticole en Chine**

Victime de la réforme anticorruption et du succès croissant du vin importé, le vin chinois connaît des difficultés dans son développement. Par exemple, le CA de Changyu, le leader du vin chinois, a diminué, passant de 6 milliards de CNY en 2011 à 4,2 milliards de CNY en 2014. Cette année, son CA est remonté à 4,7 milliards de CNY mais est encore loin de la performance de 2011. La valeur des stocks de Changyu est en croissance, de 1,8 à 2,7 milliards de CNY en 2011, hors canaux de distribution. La marque Xianfeng, magasin physique de Changyu, a arrêté son expansion, certains magasins ferment en raison de revenus insuffisants. Par ailleurs, Changyu a investi dans un domaine viticole en Chine, et dans un institut d'étude du vin et des raisins, un centre de production, un château, un parc et un centre d'affaires : son investissement total est de 6 milliards de CNY et l'inauguration est prévue pour 2017. Cependant, les professionnels du vin en Chine pensent que Changyu aurait dû investir dans la R&D et dans l'amélioration de l'expérience des consommateurs au lieu de propriétés étant donné qu'il n'aura pas un retour sur investissement rapide.

Thématique : Boissons alcoolisées – Vin

Date : le 8 juin 2016

Source : [http://www.pt9.cn/news\\_display.asp?newsid=22771&id=0](http://www.pt9.cn/news_display.asp?newsid=22771&id=0)

**Bonne situation pour les fruits en Chine du Sud-Ouest – Les fruits importés sont très appréciés par les consommateurs locaux mais des problèmes subsistent chez les importateurs**

La taille de marché des fruits s'élargit en Chine du Sud-Ouest. Les villes de Chengdu et Chongqing sont devenues au fil des années des centres de distribution de fruits domestiques et importés en Chine du Sud-Ouest. L'entreprise Golden Wing Mau, entrée à Chengdu en 2005 et fournisseur à hauteur de 98% des fruits dans les supermarchés locaux, mettra en service un nouveau centre de livraison de 2000 m<sup>2</sup> à partir de juillet 2016 et construira son propre entrepôt à Chengdu. A la vente au détail, les fruits importés sont plus avantageux, essentiellement les fruits des grandes marques telles que Zespri, Driscoll's et Sunkist. Il arrive même que le consommateur doive passer commande en avance pour ces marques. Un consommateur a expliqué que Zespri avait bien compris la segmentation de la clientèle et avait su classer et nommer intelligemment ses produits selon leurs caractères, leurs goûts et la demande du consommateur. En outre, Zespri a lancé des animations en magasins afin de promouvoir leurs produits et guider les consommateurs dans leurs achats. Les fruits domestiques restent généralement toujours de qualité inférieure et leurs prix élevés avec un coût de main d'œuvre grandissant dans la région. Néanmoins, la myrtille de l'entreprise Joyvio reste très appréciée par les consommateurs chinois en raison du système complet de traçabilité mis en place. Les importateurs de fruits envisagent cependant des problèmes importants concernant les prix du marché, les bénéfices de plus en plus limités et les difficultés de paiements de leurs partenaires.

Thématique : Fruits importés – Chine du Sud-Ouest

Date : le 9 juin 2016

Source : [www.chinafruitportal.com](http://www.chinafruitportal.com)

**Benlai.com a levé 117 millions d'USD de financement** – *Les géants chinois entrent sur le marché du E-commerce des produits frais en investissant dans le domaine*

Selon le rapport sur le développement du E-commerce des produits agricoles en Chine de 2014 -2015, il existe 4 000 plateformes de E-commerce pour les produits agricoles, dont 1% font des bénéfices, 7% subissent des grosses pertes, 88% subissent des pertes faibles et 4% sont à l'équilibre. La plupart des plateformes de E-commerce de produits frais subissent des pertes en raison de problèmes logistiques, notamment dans la chaîne d'approvisionnement, la chaîne du froid, etc. Benlai.com, qui fait partie des 1% des entreprises bénéficiaires, a réussi à lever 117 millions d'USD au troisième tour de financement, notamment grâce à son business model de B2C et P2B (People to Business). L'entreprise a des ressources qui font baisser le coût d'achat, plus de canaux de distribution que les autres plateformes : son système de normalisation des fruits et sa forte capacité logistique, notamment en terme de maintien de la chaîne du froid dans le « dernier kilomètre », la rendent plus avantageuse.

Selon le rapport d'étude du marché du E-commerce des produits frais, la taille de ce marché est de 24,5 milliards de CNY en 2014, 41,2 milliards de CNY en 2015. D'après Nelson, ce chiffre atteindra 150 milliards de CNY en 2018 avec un taux d'augmentation annuelle de 50%. Les géants chinois sont également entrés sur ce marché : JD.com a investi 4,3 milliards de CNY dans Yonghui Supermarket, Baidu a investi 220 millions d'USD dans womai.com appartenant à COFCO, et Alibaba dans miao.tmall.com et yiguo.com.

Thématique : Produits frais – E-commerce

Date : le 13 juin 2016

Source : [http://epaper.southcn.com/nfdaily/html/2016-06/13/content\\_7554998.htm](http://epaper.southcn.com/nfdaily/html/2016-06/13/content_7554998.htm)

(site internet du journal « Nan Fang Daily »)

**Yonghui développe ses activités dans les produits importés** – *Ses produits seront principalement vendus par Bravo YH et Yonghui Club (永辉会员店)*

La prochaine ambition de Yonghui relève du domaine du E-commerce transfrontalier. Yonghui a annoncé la signature d'un « Accord de service des marques privées » avec Daymon World. Yonghui développera des produits de haut rapport qualité-prix sous des marques privées et importera des produits « hauts de gamme » de marques étrangères en Chine. Les importations deviendront une activité importante pour Yonghui, selon le Secrétaire du Président du Conseil d'Administration. Yonghui compte réaliser un CA de 1,5 milliards de CNY grâce à leurs produits sous marques privées et à leurs produits importés vendus par Bravo et Yonghui Club (永辉会员店).

Thématique : Produits importés – Yonghui

Date : le 13 juin 2016

Source : <http://news.foodmate.net/2016/06/383252.html>

**Xiwang Foodstuffs Co., Ltd. rachète un producteur canadien d'aliments de santé (health food)** – *Le montant de l'acquisition atteint les 730 millions d' USD*

La société chinoise Xiwang Foodstuffs Comany Ltd. et l'entreprise canadienne Iovate Health Sciences International Inc. ont annoncé conjointement, le 13 juin, le rachat des actions d'Iovate par le Groupe Xiwang. Pour la somme de 730 millions d' USD.

Le marché chinois des aliments de santé reste toujours un marché intéressant dans le monde. Hors, au niveau de la technologie et de la recherche & développement de nouveaux produits, la Chine reste derrière les pays européens et américains. Le rachat d'entreprises étrangères peut non seulement aider l'entreprise chinoise à élargir la source des produits, mais aussi acquérir le savoir-faire des entreprises occidentales.

En tant qu'entreprise canadienne de renom dans la production des aliments de santé, Iovate est l'un des principaux fournisseurs du groupe Walmart. Xiwang Foodstuffs, filiale du Xiwang Groupe a été fondée en 1986. Xiwang groupe est spécialisé dans la transformation du maïs et des aciers spéciaux. Le groupe a également investi dans l'immobilier, l'agriculture, le commerce international, dans le thermoélectrique, etc.

Thématique : Aliments santé

Date : le 14 juin 2016

Source : <http://na.fx168.com/van/1606/1897486.shtml>

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

## GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

AOC	Appellation d'Origine Controlée
B2C	Business-to-Customer
CA	Chiffre d'affaire
CFDA	China Food and Drug Administration
COFCO	China National Cereals, Oils and Foodstuffs Corporation
CNY	ChinaYuan, devise chinoise
LMR	limite maximale de résidus
LMS	limite de migration spécifique
NHFPC	National Health and Family Planning Commission
P2B	People to Business
QR Code	Quick Response Code
RMB	CNY, devise chinoise
USD	United States dollar

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

Vous souhaitez être abonné à cette veille, nous vous remercions d'adresser un courriel à : [reglementaire-agro@businessfrance.fr](mailto:reglementaire-agro@businessfrance.fr)

**Rédacteurs :** HUANG Yue – Agrotech bureau de Pékin  
GAO Xing – Prospectrice Agrotech bureau de Shenzhen  
Ying LI – Conseillère export réglementaire agrotech bureau de Pékin  
Loic Carer – Prospecteur Agrotech bureau de Shanghai  
Lucie Acquaviva – Agrotech bureau de Shanghai  
Hélène Hovasse – Chef de pôle agrotech Chine  
Sandrine Barrou - Chef de projet informations réglementaires Asie (hors ASEAN) – Océanie – TOM

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

© 2016 – Business France

© 2016 – 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.