



VEILLE SANITAIRE SUR LA CHINE

SOMMAIRE

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

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

[Publication de la nouvelle réglementation concernant le contrôle de l'importation des produits aquatiques vivants](#) – La mise en application est prévue au 1^{er} septembre 2016

[La province de l'Anhui lance un projet d'achat et de stockage temporaire de blé de qualité inférieure](#) – La qualité générale des stocks nationaux de céréales serait impactée

[Des réglementations d'application pour l'enregistrement des formules de poudres de lait infantile en cours de rédaction](#) – L'import via la vente en ligne transfrontalière pourrait être sous contrôle

[8 références de poudres de lait infantiles achetées par Haitao déclarées non-conformes en raison de contenance excessive en oligo-éléments](#) – Des standards internationaux différents et la présence de contrefaçons de poudres de lait infantiles affectent l'industrie

[La boisson américaine Monster Beverage vient d'entrer sur le marché chinois](#) – L'entreprise se heurte à un problème de dépôt de marque

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

[Kraft Heinz introduit sa marque Planters sur le marché chinois](#) – L'entreprise alimentaire ambitionne de faire de la Chine sa première zone d'activité en Asie Pacifique

[Mondeléz International lancera sa marque de chocolat « Milka » en Chine en septembre 2016](#) – Le marché du chocolat en Chine dispose d'un très fort potentiel de développement.

[Le groupe taïwanais Uni-President se lance dans la vente de lait importé](#) – Afin de répondre à une forte hausse de la demande en lait importé sur le marché chinois

[Le drone destiné à la pulvérisation de produits phytosanitaires a un fort potentiel en Chine](#) – La demande annuelle du marché chinois pourrait atteindre 30 milliards de CNY

[Le marché des produits de colostrum devrait atteindre 10 milliards de RMB d'ici 3 à 5 ans](#) – Des marques chinoises et néo-zélandaises se préparent en vue de la forte croissance prévue

[Shanghai Fisheries rachète l'entreprise espagnole de transformation de poisson ALBO](#) – Cette acquisition lui permettra de proposer des conserves de poisson de milieu et haut de gamme sur le marché chinois

[Le Ministère du Commerce de la République Populaire de Chine approuve l'acquisition par Anheuser-Busch InBev de SABMiller](#) – SABMiller doit cependant céder ses 49% d'actions de China Resources Breweries

[Changyu veut renforcer la vente de son cognac sur le marché chinois](#) – En se positionnant sur le milieu et bas de gamme

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

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

Publication de la nouvelle réglementation concernant le contrôle des importations des produits aquatiques vivants – *La mise en application est prévue au 1^{er} septembre 2016*

Le 26 juillet 2016, par son annonce N°183, l'AQSIQ a publié la « Réglementation pour le contrôle de l'inspection et de la quarantaine des produits aquatiques vivants importés », qui sera mise en application le 1^{er} septembre 2016. Celle-ci remplace l'ancienne réglementation (Annonce N° 44 de l'AQSIQ) qui était en vigueur depuis le 1^{er} novembre 2003.

La nouvelle réglementation clarifie le système d'accès au marché pour l'importation des produits aquatiques vivants qui devra comprendre une analyse de risque des produits, une évaluation du système sanitaire du pays exportateur, une précision des demandes concernant l'inspection et la quarantaine, l'agrément des établissements étrangers d'élevage et d'emballage, etc. Ainsi les produits aquatiques destinés à la consommation humaine devront obligatoirement être importés via les ports désignés par l'AQSIQ. De plus, des paramètres d'analyses ont été précisés lors de l'inspection des produits aux ports. Une durée de 14 jours de quarantaine est désormais obligatoire pour l'importation des produits aquatiques destinés à la reproduction, à l'élevage et à l'ornement.

Les produits concernés sont les suivants : poissons, mollusques, crustacés, méduses, échinodermes (Echinodermata), Céphalocordés (Cephalochordata), ou amphibiens vivants, d'élevage ou de pêche dans les eaux naturelles y compris leurs semences et œufs fécondés pour la reproduction.

Thématique : produits aquatiques importés - contrôle

Date : le 29 juillet 2016

Source : http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlqg_12538/zjl/2016/201607/t20160729_471140.htm

(site internet officiel de l'AQSIQ)

La province de l'Anhui lance un projet d'achat et de stockage temporaire de blé de qualité inférieure – *La qualité générale des stocks nationaux de céréales serait impactée*

La province de l'Anhui a décidé cette semaine d'acheter et de stocker temporairement d'ici fin août 500 000 tonnes de blé de qualité inférieure à un prix plafonné à 46% de plus que le prix du marché. Le taux de grains endommagés autorisé est fixé à un maximum de 20% (au lieu du taux normal de 10%).

Cet été, la province de l'Anhui a en effet subi de fortes inondations causées par des tempêtes et même une tornade. Cela a gravement endommagé les cultures de blé de la province qui est la troisième région la plus productrice de blé en Chine.

Bien que le projet permette de supporter temporairement les revenus des cultivateurs, cet achat pourrait aggraver le problème de stocks excédentaires de céréales en Chine. En effet, ce blé de qualité inférieure ne peut plus être transformé en pain ou en nouilles et est généralement utilisé comme grains fourragers. Or, les inondations ayant détruit plusieurs élevages porcins et avicoles, la demande en grains fourragers a également baissé.

Thématique : blé – stockage temporaire

Date : le 29 juillet 2016

Source : <http://www.ftchinese.com/story/001068691>

(site internet en version chinoise du journal « The Financial Times »)

Des réglementations d'application pour l'enregistrement des formules de poudres de lait infantile en cours de rédaction – *L'import via la vente en ligne transfrontalière pourrait être sous contrôle*

Un officiel de la CFDA a récemment indiqué que des documents supplémentaires ont déjà vu le jour concernant la mise en œuvre de l'enregistrement des formules de poudres de lait infantiles. Selon le calendrier fixé par l'autorité compétente, à partir du 1^{er} octobre 2016, les producteurs devront enregistrer leurs marques et les formules de leurs produits. La date limite pour cet enregistrement a été fixée au 1^{er} janvier 2018.

La problématique relative au contrôle des poudres de lait infantiles importées via la vente en ligne transfrontalière a été abordé lors d'une réunion professionnelle dédiée. La demande du marché chinois pour ces produits a connu un fort développement ces dernières années. Dans ce domaine, les marques étrangères ont des avantages remarquables et la vente en ligne transfrontalière est un important canal de distribution pour les poudres de lait étrangères OEM en Chine. Aujourd'hui le catalogue de la CNCA compte 73 producteurs étrangers de poudre de lait infantile agréés pour exporter leurs produits vers la Chine. Or, d'après certains reportages, environ 1000 marques étrangères de poudres de lait infantiles sont déjà entrées sur le marché chinois via la vente en ligne transfrontalière. Ainsi des professionnels craignent que faute d'un système efficace de contrôle la vente en ligne transfrontalière ne devienne une zone grise après la mise en application du système d'enregistrement.

Si plusieurs points ne sont pas encore clarifiés en raison de la complexité de ce sujet et de la pluralité des acteurs concernés, il est toutefois certain que les contrôles seront plus stricts pour la vente en ligne transfrontalière.

Thématique : poudre de lait infantile – contrôle

Date : le 30 juillet 2016

Source : <http://www.jiemian.com/article/772640.html>; <http://www.yicai.com/news/5052053.html>

8 références de poudres de lait infantiles achetées par Haitao* déclarées non-conformes en raison de contenance excessive en oligo-éléments – *Des standards internationaux différents et la présence de contrefaçons de poudres de lait infantiles affectent l'industrie*

Les achats via Haitao étant de plus en plus pratiques, de nombreux consommateurs chinois achètent par ce biais des poudres de lait infantiles. La chaîne de télévision chinoise CCTV a mené une enquête portant sur 19 marques de poudres de lait infantiles en provenance de 7 pays différents, parmi lesquelles les marques allemandes Aptamil et Hipp, la marque hollandaise Nutrilon et les marques états-uniennes MeadJohnson et Abbott. Les résultats indiquent que 42,1% des échantillons testés sont non conformes en raison de teneurs en oligo-éléments supérieures aux standards chinois. Les analyses portant sur les minéraux, les vitamines et les polluants ont en effet révélé que 8 échantillons n'étaient pas conformes avec des teneurs en fer, en manganèse, en iode et en sélénium. Ces teneurs sont en effet supérieures aux standards chinois autorisés. Des excès de fer peuvent, entre autres, causer des problèmes d'empoisonnement ou des saignements gastro-intestinaux.

M. SONG Liang, expert de l'industrie laitière, explique que de nombreux pays ont des réglementations différentes pour les formules de poudres de lait. Néanmoins au-delà des problèmes de teneur excessive en oligo-éléments, la principale problématique demeure en la présence de contrefaçons sur les plateformes de Haitao et de *cross border trading*.

Thématique : Poudre de lait infantile – Haitao

Date : le 1^{er} août 2016

Source: http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201608/01/t20160801_14350028.shtml

* Haitao (海淘) : achat sur une plateforme de e-commerce de produits directement à l'étranger.

La boisson américaine Monster Beverage vient d'entrer sur le marché chinois – *L'entreprise se heurte à un problème de dépôt de marque*

Les boissons énergisantes Monster Beverage ont été récemment introduites en Chine par Coca Cola. Cependant, leur traduction en chinois (GUAI SHOU YIN LIAO 怪兽饮料, nom communément employé par les consommateurs chinois pour désigner ce produit) a déjà été déposée en Chine par un fabricant local de produits très similaires. Finalement, Monster Beverage a décidé d'adopter un nom différent : "GUI ZHUA 鬼爪" (soit "patte de monstre" en français).

Le projet du PDG de Monster Beverage relatif à l'arrivée de la marque en Chine dès le deuxième trimestre 2016 a donc pris du retard.

En 2015, Coca Cola avait acheté 16,7% des actions de Monster Beverages au tarif de 2,15 milliards USD.

Thématique : Monster Beverage – marque

Date : le 2 août 2016

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201608/02/t20160802_14409366.shtml

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

Kraft Heinz introduit sa marque Planters sur le marché chinois – *L'entreprise alimentaire ambitionne de faire de la Chine sa première zone d'activité en Asie Pacifique*

Kraft Heinz, cinquième entreprise alimentaire mondiale, a annoncé le lancement de sa marque de noix Planters en Chine sur la plateforme d'e-commerce JD*. Présente dans 73 pays, cette marque réalise des ventes annuelles dépassant 1 milliard d'USD. Il s'agit de la première grande action de promotion du groupe en Chine depuis la fusion en juillet 2015 des deux entreprises Kraft et Heinz.

Le Directeur Général de Kraft Heinz en Chine estime que le marché actuel des noix, qui augmente de 11% par an, ne répond pas à tous les besoins des consommateurs et que des demandes existantes telles que les noix sans coque, noix en conserve, mélanges de saveurs, noix de haute qualité etc. représentent autant d'opportunités pour Planters.

A cet effet Kraft va introduire sur le marché chinois 8 produits de la marque Planters, tous emballés aux États-Unis, et va investir plusieurs millions d'USD dans l'exploitation des canaux de distribution en ligne, tout en développant également la marque Planters dans les points de ventes au détail. Toutefois, la marque Planters, assez méconnue en Chine devrait être confrontée à la concurrence sérieuse des marques chinoises telles que Three Squirrels, Be & Cheery et Bestore.

Selon le Directeur Général de Kraft Heinz en Chine, la promotion de la marque Planters sur le territoire chinois n'est

que la première étape du développement de Kraft Heinz sur ce marché. Le groupe ambitionne de faire du marché chinois son premier marché sur la zone Asie Pacifique.

* <http://www.jd.com/>

Thématique : Kraft Heinz – Noix

Date : le 26 juillet 2016

Source : <http://www.jiemian.com/article/765286.html>

Mondelēz International lancera sa marque de chocolat « Milka » en Chine en septembre 2016 – Le marché du chocolat en Chine dispose d'un très fort potentiel de développement

Mondelēz International a annoncé le lancement pour septembre 2016 de la marque de chocolat Milka sur le marché chinois avec l'introduction de plus d'une dizaine de produits. Le marché chinois représente annuellement près de 20 milliards de RMB.

Selon M. Tim Cofer, Directeur du Développement chez Mondelēz International, la stratégie de l'entreprise américaine est de se positionner sur des segments de marché inoccupés. L'introduction de la marque Milka sur le marché chinois s'inscrit dans cette stratégie. La consommation de chocolat en Chine se situe en deçà des standards de consommation sur les marchés émergents, le marché chinois représente donc un marché à très fort potentiel pour Mondelēz International qui espère pouvoir tirer profit de sa position de leader dans cette industrie pour attirer plus de consommateurs et développer cette industrie en Chine. Selon M. Stephen Maher, Directeur de Mondelēz Chine, Mondelēz peut s'appuyer sur 30 ans d'expérience en Chine ainsi qu'une profonde compréhension du marché pour développer ses nouvelles activités. Ses deux marques de chewing-gum introduites en 2012 sur le marché chinois pèsent aujourd'hui 200 millions d'USD. Mondelēz International proposera une formule de chocolats Milka unique et adaptée aux consommateurs chinois.

Thématique : Chocolat – Mondelēz

Date : le 28 juillet 2016

Source : http://www.cqn.com.cn/pp/content/2016-07/28/content_3207781.htm

Le groupe taiwanais Uni-President se lance dans la vente de lait importé – Afin de répondre à une forte hausse de la demande en lait importé sur le marché chinois

Uni-President, leader dans la production et la commercialisation de produits alimentaires, vient de lancer la commercialisation d'un lait néo-zélandais Westgold sur le marché chinois. Le produit utilise l'emballage Tetra Prisma, en format 250 mL, vendu par pack de 24 unités au prix de 199 CNY [soit environ 27€]. Uni-President avait déjà commencé à vendre des vins importés (français, espagnol, chilien, etc.) en Chine il y a quelques années. Le groupe distribue également ses produits via sa mini-application Wechat.

Suite à la hausse du niveau de vie en Chine, les produits alimentaires importés ont connu un fort développement, notamment pour le lait. La vente en ligne est l'un des canaux de distribution principal de ce produit. Aujourd'hui, plus de 65% des laits liquides vendus en ligne sont des produits importés (en briques conservables à température ambiante).

Avec l'augmentation des ventes, le nombre des marques est également en croissance. Par exemple, sur le site d'e-commerce YiHaoDian, le nombre de marques de lait importé est passé de 10 à plus de 50 au cours des dernières années.

Uni-President est un groupe taiwanais très bien implanté en Chine commercialisant notamment des boissons, des nouilles instantanées, des biscuits, etc.

Thématique : Uni President – lait importé

Date : le 28 juillet 2016

Source : http://www.hesitan.com/nnyw_xjxm/2016-07-28/182961.shtml

(site internet du magazine « Holstein Farmer »)

Le drone destiné à la pulvérisation de produits phytosanitaires a un fort potentiel en Chine – La demande annuelle du marché chinois pourrait atteindre 30 milliards de CNY

Un récent rapport de GuoTaiJunAn Securites (banque d'investissement) fait savoir que la demande annuelle du marché chinois pour le drone-pulvérisateur agricole a dépassé 30 milliards de CNY en raison de la politique d'encouragement du gouvernement chinois pour la normalisation et l'automatisation des productions agricoles.

Selon les estimations des professionnels du secteur, parmi les 400 fabricants chinois de drones, environ un quart d'entre eux se sont lancés dans les drones agricoles. L'un d'eux, Beijing TT Aviation Technology Co., Ltd. est l'un des leaders avec 30 à 40% de parts de marché d'après son directeur général, Monsieur Yang Yi. Les prix de ses produits sont compris entre 30 000 et 80 000 CNY [soit entre environ 4000 et 11 000 euros].

L'utilisation des drones pour la pulvérisation agricole aiderait à économiser 30% à 40% de pesticide. Cet outil est par

ailleurs bien adapté pour la Chine où les parcelles sont en général assez petites.

A défaut de norme et de contrôle, ces machines ne sont actuellement pas considérées par l'autorité compétente chinoise comme des équipements agricoles et ne peuvent donc pas bénéficier de subvention d'Etat. En revanche, plusieurs gouvernements provinciaux accordent d'ores et déjà des subventions aux acheteurs et/ou utilisateurs finaux de ces drones.

Ce marché attire les investisseurs comme par exemple DJI-Innovations qui, après avoir investi dans l'entreprise américaine Drone Base, a signé un contrat en mars dernier avec une société à Shenzhen pour le développement de ces drones et leur location. Ou bien comme DFH, qui a récemment acheté 250 drones agricoles pour la somme de 50 millions de CNY et projette de continuer à en acheter 500 par an.

Thématique : pulvérisation phytosanitaires – drone agricole

Date : le 29 juillet 2016

Source :

http://www.amic.agri.gov.cn/nxtwebframework/detail.jsp?articleId=ff8080815620fa930156347a57bf6b89&lanmu_id=402880f624a339550124a36abad10068

Le marché des produits de colostrum devrait atteindre 10 milliards de RMB d'ici 3 à 5 ans – Des marques chinoises et néo-zélandaises se préparent en vue de la forte croissance prévue

L'entreprise chinoise By-Health spécialisée dans la fabrication de compléments alimentaires a commencé cette année à faire beaucoup de publicité pour ses produits de colostrum. Par conséquent, les consommateurs chinois semblent de plus en plus familiers avec les propriétés du colostrum et notamment ses fonctions de renforcement du système immunitaire. L'annonce de la fin de la politique de l'enfant unique fin 2015 devrait également contribuer à la croissance de ce marché. Celui-ci est passé de 200 à 300 millions de RMB en 2000 à 5 milliards de RMB actuellement et devrait même atteindre 10 milliards de RMB d'ici 3 à 5 ans selon M. ZHOU Bangyong, Vice-Secrétaire Général de la *China Health Care Association*.

Actuellement, très peu d'entreprises chinoises fabriquent des produits de colostrum, qui sont principalement importés d'Australie, de Nouvelle-Zélande et des États-Unis. Ces produits sont à destination des nouveaux nés et des personnes âgées. M. DUAN Xuhuang, Directeur Général de l'entreprise Heilongjiang Kangpu (黑龙江康普) spécialisée dans la production de produits finis à base de colostrum, estime que le développement des produits de colostrum passe par une segmentation plus précise avec des produits spécifiques s'adressant à des problèmes comme les maladies respiratoires, la diarrhée et ainsi de suite.

Les marques chinoises comme By-Health, Wondersun, Conba, Huishan, Youxianbu ainsi que les marques néo-zélandaises Sunplus et Sunlife sont actuellement en train de préparer leurs développements sur le marché chinois.

Thématique : Aliment de santé - Colostrum

Date : le 29 juillet 2016

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201607/29/t20160729_14326641.shtml

Shanghai Fisheries rachète l'entreprise espagnole de transformation de poisson ALBO – Cette acquisition lui permettra de proposer des conserves de poisson de milieu et haut de gamme sur le marché chinois

Shanghai Fisheries a annoncé le 28 juillet l'acquisition d'ALBO pour 61 millions d'euros. ALBO est une entreprise espagnole spécialisée dans la production de conserves de poisson de milieu et haut de gamme depuis plus de 100 ans. Selon un responsable de Shanghai Fisheries, cette acquisition comprend la marque de l'entreprise ALBO, ses canaux de distribution ainsi que ses lignes de production modernes. À partir de 2017, les fruits de mer et notamment les thons pêchés en haute mer loin des côtes chinoises seront transformés dans l'usine espagnole. Les conserves de poisson seront distribuées en Chine ainsi qu'à l'international. Les prix de vente des produits finaux sur le marché chinois pourraient ainsi diminuer de 20%.

Thématique : Acquisition – Conserve de poisson

Date : le 29 juillet 2016

Source : http://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_1505739

Le Ministère du Commerce de la République Populaire de Chine approuve l'acquisition par Anheuser-Busch InBev de SABMiller – SABMiller doit cependant céder ses 49% d'actions de China Resources Breweries

L'acquisition de SABMiller par Anheuser-Busch InBev a été approuvée par le Ministère du Commerce de la République Populaire de Chine avec les conditions suivantes : premièrement, SABMiller doit céder ses 49% d'actions de China Resources Breweries Co., Ltd. Deuxièmement, ces actions devront être revendues à China Resources Breweries Co., Ltd selon l'accord passé entre Anheuser-Busch InBev et le Ministère du Commerce de la République Populaire de Chine. Troisièmement, la cession de ces actions doit s'effectuer dans les 24 heures suivant la fusion entre Anheuser-Busch InBev et SABMiller.

Le Ministère du Commerce de la République Populaire de Chine vise ainsi à protéger la concurrence sur le marché chinois. En effet, China Resources Breweries et Anheuser-Busch InBev disposent à eux deux 41% des parts de marché en Chine et ce taux atteint 52% pour les bières de milieu et haut de gamme.

Cette acquisition a déjà été approuvée dans 23 pays et régions, y compris en Union Européenne, en Afrique du Sud et aux États-Unis. Ce nouvel accord pour la Chine est une étape capitale. Cependant, avec la chute récente de la livre sterling, Anheuser-Busch InBev a proposé un nouveau prix d'achat (45 livres par action) que SABMiller doit encore valider.

Thématique : Acquisition – Bière

Date : le 1^{er} août 2016

Source : <http://www.nbd.com.cn/articles/2016-08-01/1026894.html>

Changyu veut renforcer la vente de son cognac sur le marché chinois – En se positionnant sur le milieu et bas de gamme

Lors de la dernière réunion dans le Shandong du groupe Changyu, son vice-directeur général M. Sun Jian, a annoncé que l'entreprise concentrera prochainement ses efforts sur le développement de ses ventes de cognac sur le marché chinois dans une stratégie de diversification de ses produits. Changyu a commencé ses achats de caves étrangères de cognac depuis 2013 et est aujourd'hui le seul producteur de vin chinois à proposer également du cognac. En octobre 2013, Changyu a acheté la cave Rouillet-Fransac située à Cognac en France. En novembre 2014, elle a introduit pour la première fois les cognacs de Rouillet-Fransac en Chine. Mi-2015, l'entreprise a lancé sur le marché chinois une nouvelle référence de cognac, LORMIN, se positionnant en milieu et bas de gamme. Ainsi, Changyu dispose déjà de 4 gammes de cognac (Rouillet-Fransac, LORMIN, ROYAC, et Changyu Fine Brandy). L'entreprise souhaite devenir leader du cognac sur les marchés de Canton et du Shandong pour ensuite s'imposer sur l'ensemble du marché chinois.

Selon son rapport annuel de 2015, le chiffre d'affaires réalisé par le groupe Changyu a atteint 4,65 milliards de CNY, soit une augmentation de 11,86% par rapport à l'année précédente avec 883 millions de CNY pour la commercialisation de ses cognacs (19% du chiffre d'affaires total).

D'après les douanes chinoises, Canton et Shanghai ont été les deux villes les plus importantes pour l'importation de cognac au premier semestre 2016 avec une part de marché de 83,1% en volume et 93,9% en valeur de l'importation totale chinoise. Par ailleurs, l'importation totale chinoise de cognac a baissé de 2,9% en quantité et de 13% en valeur par rapport à la même période l'année dernière.

Thématique : cognac - Changyu

Date : le 3 août 2016

Source : http://epaper.bjbusiness.com.cn/site1/bjsb/html/2016-08/03/content_342740.htm?div=-1 (site internet du journal « Beijing Business Today »)

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

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

AQSIQ	General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the People's Republic of China
CCTV	China Central Television
CFDA	China Food and Drug Administration
CNCA	Certification and Accreditation Administration of the People's Republic of China
CNY	RMB, ChinaYuan, devise chinoise
OEM	Original Equipment Manufacture
PDG	Président Directeur Général
RMB	CNY, ChinaYuan, 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

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
LI Ying – Conseillère export réglementaire Agrotech bureau de Pékin
Antoine Oustrin – Prospecteur Agrotech bureau de Shanghai
Juliette Caron – Prospectrice Agrotech bureau de Pékin
Hélène Hovasse – Chef de pôle agrotech Chine
Farah Fliti – 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.