



## VEILLE SANITAIRE SUR LA CHINE

### SOMMAIRE

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

#### SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

[Le MOA crée le Bureau des pesticides](#) – L'enregistrement, la production et la distribution des pesticides seront regroupés en un même bureau

[Six cas de contrefaçons de fruits importés révélés par les autorités chinoises](#) – Dole, Zespri et Sunkist sont les principales marques touchées par cette affaire

#### ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

[Le groupe Wangfujing va créer l'entreprise de supermarché « Wangfujing Shouhang » avec Shouhang Guoli](#) – Le groupe cible les complexes résidentiels pour établir ses magasins de produits frais

[Ouverture du supermarché physique spécialisé sur les produits frais de la plateforme de vente en ligne JD.com](#) – Les sites de vente en ligne ciblent le marché des produits frais

[Baisse notable du bénéfice net de l'entreprise Wens au cours des trois premiers trimestres de 2017](#) – Wens est actuellement le premier acteur du secteur de l'élevage de porc et de poulet en Chine

[Mead Johnson développe ses réseaux de distribution de poudres de lait infantile dans les villes chinoises de 3ème et 4ème rang](#) – Le marché des poudres de lait infantile dans les villes chinoises de 3ème et 4ème rang devrait bientôt représenter un montant total d'environ 1,9 milliard d'EUR

[Les Chinois sont devenus les deuxièmes plus grands propriétaires étrangers de terres arables en Australie](#) – En 2017, un total de 14,4 millions d'hectares de terre arables australiennes sont détenues par des sociétés ou investisseurs chinois

[L'ouverture de nouveaux magasins à surface réduite est devenue la stratégie de développement de Walmart en Chine](#) – La combinaison du commerce traditionnel et du commerce en ligne du mode O2O est actuellement un enjeu pour Walmart

[Intention d'Asahi Breweries de vendre 20% des actions de Tsingtao Brewery](#) – La société japonaise débute son expansion en Europe tout en se retirant du marché chinois

[Vente des activités vin et des activités non relatives aux boissons par l'entreprise China Foods](#) – Cette opération permettra à China Foods de se focaliser sur ses activités couvrant les boissons non alcoolisées afin d'améliorer ses performances

[Synutra International lance un nouveau produit pour entrer sur le marché chinois du lait infantile liquide](#) – Il s'agit d'un lait infantile liquide destiné aux 3-6 ans

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

[Les Domaines Barons de Rothschild \(Lafite\) et CITIC Group devraient commercialiser leurs premières bouteilles en 2018](#) – 90% des vins du Domaine de Penglai sont destinés au marché chinois

#### GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

## SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

**Le MOA crée le Bureau des pesticides** – *L'enregistrement, la production et la distribution des pesticides seront regroupés en un même bureau*

D'après une communication du Ministère de l'agriculture chinois, le Bureau de la gestion des pesticides vient d'être créé au sein du Département des cultures (*Department of Crop Production*) du MOA. Le nouveau bureau sera en charge du planning du développement du secteur des pesticides, des conseils sur l'industrie, de l'autorisation administrative, de la supervision et des sanctions administratives etc.

D'après l'exigence de la nouvelle réglementation pour la gestion des pesticides, entrée en vigueur depuis le 1er juin 2017, le Ministère de l'agriculture chinois centralise la gestion de l'approbation du site de production, l'autorisation de production, et le permis de production des pesticides, précédemment assumés par le MIIT et l'AQSIQ. Ainsi, le Bureau de la gestion de pesticides consolide les tâches relatives à l'enregistrement de pesticides, le permis de production, le permis de distribution et le contrôle sur le marché.

Les fonctions du Bureau de la gestion des pesticides comprennent les huit aspects suivants : préparation du planning pour le développement de la filière pesticides ; rédaction de lois et réglementations pour la gestion et la supervision des pesticides ; guide pour la création du système de la gestion de pesticides au niveau de la production, de la distribution et du contrôle qualitatif de pesticides ; approbation des organismes pour l'enregistrement et les essais des pesticides ; collecte et analyse des données et informations sur l'industrie des pesticides ; inspection et évaluation sur le risque d'utilisation de pesticides ; préparation des normes sur les résidus de pesticides dans les produits agricoles comestibles et des normes d'analyse ; échange et coopération internationale, etc.

Thématique : pesticide - MOA - Bureau de la gestion - consolidation

Date : le 11 octobre 2017

Source : [http://news.xinhuanet.com/2017-10/10/c\\_129718214.htm](http://news.xinhuanet.com/2017-10/10/c_129718214.htm)

**Six cas de contrefaçons de fruits importés révélés par les autorités chinoises** – *Dole, Zespri et Sunkist sont les principales marques touchées par cette affaire*

Les autorités chinoises ont récemment révélé à Shanghai six cas de contrefaçons de marques déposées de fruits importés. Treize personnes ont été arrêtées et poursuivies en justice par un tribunal de Pudong, pour avoir fabriqué et commercialisé un total de 1,1 million de produits contrefaits de marques déposées. Trois grandes marques de fruits importés (Dole, Zespri et Sunkist) sont affectées par cette affaire de contrefaçon.

Thématique : contrefaçon - marque déposée - fruit importé - Dole - Zespri - Sunkist

Date : le 13 octobre 2017

Source : <http://news.sina.com.cn/c/2017-10-13/doc-ifymvece1836739.shtml>

## ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

**Le groupe Wangfujing va créer l'entreprise de supermarché « Wangfujing Shouhang » avec Shouhang Guoli** – *Le groupe cible les complexes résidentiels pour établir ses magasins de produits frais*

Les groupes de distribution Wangfujing et Shouhang Guoli ont annoncé l'établissement d'une joint-venture qui développera l'enseigne « Wangfujing Shouhang » spécialisée sur les produits frais. Wangfujing opère déjà sur 26 points de vente, tous au sein des grands magasins et centres commerciaux du groupe.

Le projet de la nouvelle société consiste à ouvrir 50 magasins spécialisés à Pékin en 5 ans, puis à étendre son activité à Tianjin et dans la province du Hebei. Selon Liu Yihua, président du conseil d'administration de Shouhang, les produits frais devraient représenter 40% du total des produits des points de vente Wangfujing Shouhang.

Le Groupe Wangfujing vient également d'établir une joint-venture avec Henan Aibianli Technology pour développer le magasin de proximité « Wangfujing Aibianli ». Actuellement, 150 points de vente dans la province du Henan ont été ouverts, principalement au sein de complexes résidentiels.

Thématique : groupe Wangfujing - produit frais - magasin de proximité - résidence

Date : le 5 octobre 2017

Source :

[https://www.chinafruitportal.com/2017/10/05/%E5%BE%97%E5%A4%A7%E5%A6%88%E8%80%85%E5%BE%97%E5%A4%A9%E4%B8%8B%EF%BC%81%EF%BC%9A%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E5%8C%97%E4%BA%AC%E7%8E%8B%E5%BA%9C%E4%BA%95%E7%99%BE%E8%B4%A7%E5%AE%A3%E5%B8%83/?pk\\_campaign=5f91eb355b&pk\\_source=mailchimp&pk\\_medium=email&pk\\_content=61462&pk\\_cid=1fe07b0af5&utm\\_campaign=5f91eb355b&utm\\_source=mailchimp&utm\\_medium=email&utm\\_content=61462&utm\\_term=1fe07b0af5](https://www.chinafruitportal.com/2017/10/05/%E5%BE%97%E5%A4%A7%E5%A6%88%E8%80%85%E5%BE%97%E5%A4%A9%E4%B8%8B%EF%BC%81%EF%BC%9A%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E5%8C%97%E4%BA%AC%E7%8E%8B%E5%BA%9C%E4%BA%95%E7%99%BE%E8%B4%A7%E5%AE%A3%E5%B8%83/?pk_campaign=5f91eb355b&pk_source=mailchimp&pk_medium=email&pk_content=61462&pk_cid=1fe07b0af5&utm_campaign=5f91eb355b&utm_source=mailchimp&utm_medium=email&utm_content=61462&utm_term=1fe07b0af5)

**Ouverture du supermarché physique spécialisé sur les produits frais de la plateforme de vente en ligne JD.com** – *Les sites de vente en ligne ciblent le marché des produits frais*

D'après les journalistes de *Beijing Business Today*, Jingdong ouvrira prochainement à Beijing un supermarché spécialisé dans les produits frais « 7Fresh » au sein du centre commercial Wucaicheng.

7Fresh est un nouveau concept de supermarché de produits frais à la fois en ligne et physique. 7Fresh offre aux clients des produits frais de qualité provenant du monde entier, surtout des fruits, des légumes et des fruits de mer. Il sera inévitablement en concurrence avec Hema Xiansheng, le supermarché de produits frais du groupe Alibaba.

Le concept de 7Fresh propose à la fois restauration sur place et vente de produits en magasin ou livrés à domicile. De nombreux sites de vente en ligne ciblent actuellement le marché des produits frais. Par exemple, Benlai Shenghuo a ouvert un magasin physique à Chengdu en adoptant le modèle de restauration + supermarché, Meituan-Dianping a investi dans le supermarché de produits frais Zhangyu Shengxian.

Thématique : magasin physique - supermarché de produits frais - Jingdong - la restauration - le débit

Date : le 8 octobre 2017

Source : <http://www.bbtnews.com.cn/2017/1008/213118.shtml>

**Baisse notable du bénéfice net de l'entreprise Wens au cours des trois premiers trimestres de 2017** – *Wens est actuellement le premier acteur du secteur de l'élevage de porc et de poulet en Chine*

Du fait de l'écart entre la demande et la production chinoise de porc, le prix de la viande porcine au cours des trois premiers trimestres 2017 a baissé de 20,8% par rapport à la même période en 2016. Au cours de cette période, le prix du poulet a également baissé de 16,5%, suite notamment à la grippe aviaire de type H7N9 début 2017. Ces baisses de prix ont affecté les performances du géant chinois de l'élevage porcin et avicole Wens. Selon son dernier rapport financier, au cours des trois premiers trimestres de 2017, Wens a réalisé un bénéfice net d'environ 4 milliards de CNY (environ 512 millions d'EUR), en baisse de 60% à 63% par rapport à la même période en 2016. Afin de remédier à cette situation, l'entreprise va renforcer ses activités commerciales, surtout dans le secteur avicole.

Thématique : baisse - bénéfice net - performance - Wens - élevage porcin et avicole - prix

Date : le 11 octobre 2017

Source : [http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201710/11/t20171011\\_26494982.shtml](http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201710/11/t20171011_26494982.shtml)

**Mead Johnson développe ses réseaux de distribution de poudres de lait infantile dans les villes chinoises de 3ème et 4ème rang** – *Le marché des poudres de lait infantile dans les villes chinoises de 3ème et 4ème rang devrait bientôt représenter un montant total d'environ 1,9 milliard d'EUR*

Actuellement le marché des poudres de lait infantile dans les villes chinoises de 3ème et 4ème rang est principalement occupé par des marques chinoises. Cependant, en raison de la nouvelle réglementation sur l'enregistrement des formules de poudre de lait infantile, à partir du 1er janvier 2018, de nombreuses marques chinoises devraient se retirer de ce marché de 15 milliards de CNY (environ 1,9 milliard d'EUR). Ceci devrait créer de nouvelles opportunités commerciales pour les marques étrangères qui ont réussi à s'enregistrer auprès des autorités chinoises, telles que Mead Johnson. D'après le nouveau CEO de Mead Johnson Chine M. Enda Ryan, l'entreprise espère profiter de cette opportunité pour développer ses réseaux de distribution de poudres de lait infantile dans les villes chinoises de 3ème et 4ème rang, et même au-delà, dans les plus petites circonscriptions administratives. Aujourd'hui, le marché chinois est devenu l'un des plus importants marchés au monde pour Mead Johnson.

Avant Mead Johnson et ce dès 2016, les deux autres entreprises laitières Wyeth et FrieslandCampina (en collaboration avec Huishan Dairy) avaient déjà commencé à développer leurs réseaux de distribution dans les villes chinoises de 3ème et 4ème rang.

Thématique : Mead Johnson - poudres de lait infantile - réseau de distribution - villes chinoises de 3ème et 4ème rang  
Date : le 12 octobre 2017  
Source : <http://www.jiemian.com/article/1678704.html>

**Les Chinois sont devenus les deuxièmes plus grands propriétaires étrangers de terres arables en Australie –**  
*En 2017, un total de 14,4 millions d'hectares de terre arables australiennes sont détenues par des sociétés ou investisseurs chinois*

Selon le rapport « *Register of foreign ownership of agricultural land* » publié par l'ATO, le total des terres agricoles acquises par des capitaux chinois est passée de 1,5 million d'hectares en 2015 à 14,4 millions d'hectares en 2017. Actuellement, les Chinois sont ainsi les deuxièmes plus importants propriétaires étrangers de terres arables en Australie, derrière les Britanniques et devant les Américains. Outre le Royaume-Uni, la Chine et les Etats-Unis, les autres principaux propriétaires des terres arables en Australie sont les Pays-Bas, le Canada, la Suisse, les Philippines et Singapour.

En Australie, 13,6% des terres agricoles appartiennent à des étrangers. Parmi ces terres, les Britanniques en possèdent 27% et les Chinois 25%.

ATO: Australian taxation office

Thématique : propriétaire de terres arables - Australie - Etats-Unis

Date : le 12 octobre 2017

Source :

[https://www.chinafruitportal.com/2017/10/12/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E5%95%86%E4%BA%BA%E5%9C%A8%E6%BE%B3%E5%A4%A7%E5%88%A9%E4%BA%9A%E6%89%80%E6%8B%A5%E6%9C%89%E7%9A%84%E5%86%9C%E4%B8%9A%E5%9C%9F%E5%9C%B0%E9%9D%A2%E7%A7%AF%E4%B8%80%E5%B9%B4%E5%86%85/?pk\\_campaign=609d5d0675&pk\\_source=mailchimp&pk\\_medium=email&pk\\_content=61589&pk\\_cid=1fe07b0af5&utm\\_campaign=609d5d0675&utm\\_source=mailchimp&utm\\_medium=email&utm\\_content=61589&utm\\_term=1fe07b0af5](https://www.chinafruitportal.com/2017/10/12/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E5%95%86%E4%BA%BA%E5%9C%A8%E6%BE%B3%E5%A4%A7%E5%88%A9%E4%BA%9A%E6%89%80%E6%8B%A5%E6%9C%89%E7%9A%84%E5%86%9C%E4%B8%9A%E5%9C%9F%E5%9C%B0%E9%9D%A2%E7%A7%AF%E4%B8%80%E5%B9%B4%E5%86%85/?pk_campaign=609d5d0675&pk_source=mailchimp&pk_medium=email&pk_content=61589&pk_cid=1fe07b0af5&utm_campaign=609d5d0675&utm_source=mailchimp&utm_medium=email&utm_content=61589&utm_term=1fe07b0af5)

**L'ouverture de nouveaux magasins à surface réduite est devenue la stratégie de développement de Walmart en Chine –**  
*La combinaison du commerce traditionnel et du commerce en ligne du mode O2O est actuellement un enjeu pour Walmart*

En août dernier, la chaîne Walmart a inauguré deux nouveaux magasins en Chine, d'une surface d'environ 5000 m<sup>2</sup>, dans les villes de Kunming (Sud-Ouest) et Wuhan (Centre). La surface de ces deux magasins est à peu près de 60% de la surface moyenne de ses autres magasins actuels. En juillet dernier, Walmart a également ouvert un magasin « Sam's Club », avec une surface réduite, en Chine du Sud dans la ville de Shenzhen. Selon le nouveau Directeur Général de Walmart Chine M. CHEN Wenyuan, leur stratégie de développement est maintenant axée sur l'ouverture de nouveaux magasins à surface réduite, principalement dans les villes chinoises de premier rang.

Outre la réduction de la taille des nouveaux magasins, Walmart travaille également sur la combinaison du commerce traditionnel et du commerce en ligne. Depuis octobre dernier, Walmart collabore avec JD Daojia, plateforme chinoise de commerce en ligne au mode O2O, afin de mettre en service ses 134 magasins répartis dans 18 villes chinoises sur cette plateforme. Cette opération a permis à Walmart d'offrir des services O2O à ses clients et a déjà donné de bons résultats.

Thématique : Walmart - Sam's Club - surface - commerce traditionnel/commerce en ligne - O2O - JD Daojia

Date : le 13 octobre 2017

Source : <http://www.jiemian.com/article/1681102.html>

**Intention d'Asahi Breweries de vendre 20% des actions de Tsingtao Brewery –**  
*La société japonaise débute son expansion en Europe tout en se retirant du marché chinois*

Le 12 octobre, Asahi Breweries, la plus grande entreprise brassicole du Japon, a annoncé son intention de vendre 20% des actions de Tsingtao Brewery, deuxième grand groupe brassicole de Chine. Les deux sociétés ont fondé ensemble en 1997 une joint-venture dont l'activité principale est la production de bière « SuperDry ».

Néanmoins, le développement d'Asahi Breweries n'a pas connu le succès en Chine. La production chinoise de bière a même diminué pendant 2 ans à partir de 2014. La production est repartie à la hausse en août 2016 (+ 4,2%). Le

marché chinois de la bière connaît actuellement une forte montée en gamme, les entreprises chinoises se diversifiant avec des produits premium.

La situation d'Asahi Breweries devenant difficile en Chine, la compagnie a commencé à modifier sa stratégie à l'étranger. Après avoir vendu les entreprises agricole et laitière au groupe New Hope, Asahi a cédé 20,4% des actions détenues de Master Kong Beverages à son partenaire Master Kong en juin 2017 pour 70 milliards JPY (4,1 milliards CNY). Ces deux entreprises avaient établi ensemble en 2004 la joint-venture Master Kong Beverages.

Asahi Breweries débute son expansion en Europe tout en se retirant du marché chinois. En 2016, la société a racheté les activités de SABMiller en Europe occidentale et orientale pour un montant total de 1 200 milliards JPY (70,43 milliards CNY).

Thématique : Asahi Breweries - Tsingtao Brewery - industrie de bière - joint-venture - montée en gamme - expansion en Europe

Date : le 14 octobre 2017

Source : <http://news.163.com/shuangchuang/17/10/14/10/D0N0SP56000197V8.html>

**Vente des activités vin et des activités non relatives aux boissons par l'entreprise China Foods** – Cette opération permettra à China Foods de se focaliser sur ses activités couvrant les boissons non alcoolisées afin d'améliorer ses performances

Le 16 octobre dernier China Foods a annoncé la vente à son entreprise mère Cofco de ses activités vin, au premier rang desquelles la marque Great Wall, et de ses activités non relatives aux boissons, pour un montant total de 5 milliards de HKD (environ 555 millions d'EUR). Pour ses activités vin, la vente comprend principalement ses cinq usines destinées à la production de vin, ses cinq châteaux situés en Chine et à l'étranger, ainsi que ses activités relatives aux vins importés. Suite à cette opération, China Foods deviendra la seule filiale du groupe Cofco spécialisée dans la production et la commercialisation de boissons non alcoolisées.

Les activités boissons non alcoolisées étaient et sont toujours le moteur de croissance de China Foods. L'entreprise dispose actuellement des droits de production et de distribution des produits Coca-Cola dans 19 villes et régions de Chine, et devrait davantage renforcer sa coopération avec Coca-Cola afin de bien développer le marché chinois des boissons qui a aujourd'hui un très fort potentiel de croissance.

Thématiques : vin - Great Wall - boisson non alcoolisée - China Foods - Cofco - Coca-Cola

Date : le 16 octobre 2017

Source : <http://www.bjnews.com.cn/food/2017/10/16/461072.html>

[http://www.ce.cn/cyssc/sp/info/2017/10/16/t20171016\\_26549819.shtml](http://www.ce.cn/cyssc/sp/info/2017/10/16/t20171016_26549819.shtml)

**Synutra International lance un nouveau produit pour entrer sur le marché chinois du lait infantile liquide** – Il s'agit d'un lait infantile liquide aux 3-6 ans

Synutra International a décidé d'investir dans la production de lait infantile liquide avec les 2 plus grandes coopératives laitières françaises. Après 3 ans de préparation, ce projet a finalement abouti. Synutra International a lancé récemment Briffney 4<sup>ème</sup> âge, son nouveau produit laitier infantile destiné aux 3-6 ans, pour entrer sur le marché du lait infantile liquide, dont le volume atteint plusieurs dizaines de milliards CNY.

Zhang liang, président du conseil d'administration du groupe, a annoncé la stratégie d'entrée sur le marché du lait infantile liquide. Les usines sont actuellement en attente de la certification et l'enregistrement de la CNCA (Certification and Accreditation Administration of the People's Republic of China). Une fois la certification obtenue, leurs laits infantiles liquides 1<sup>er</sup>, 2<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup> âge entreront sur le marché chinois.

Selon les statistiques de la société de conseil Nelson, le marché chinois du lait liquide a connu une croissance de 7% entre janvier et mai 2017 par rapport à 2016. L'industrie est en plein développement. Selon les spécialistes, le marché du lait infantile liquide possède une belle perspective en Chine avec un volume de plusieurs dizaines de milliards de CNY. Les producteurs principaux sont Want Want, Yili et Mengniu.

Le marché se segmentera progressivement avec le développement de nouveaux produits. Le marché du lait infantile en poudre était déjà saturé, la montée en gamme des produits s'avère obligatoire pour les entreprises laitières. Le lait infantile lancé par Synutra International en est un bel exemple.

Thématique : Synutra International - lait infantile liquide - segmentation du marché - montée en gamme de produit

Date : le 16 octobre 2017

Source : [http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201710/16/t20171016\\_26539071.shtml](http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201710/16/t20171016_26539071.shtml)

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

**Les Domaines Barons de Rothschild (Lafite) et CITIC Group devraient commercialiser leurs premières bouteilles en 2018 – 90% des vins du Domaine de Penglai sont destinés au marché chinois**

Les Domaines Barons de Rothschild (Lafite) (DBR) lanceront l'année prochaine la commercialisation de leur premier vin chinois en coopération avec CITIC Group dans la province du Shandong. Selon la revue *Decanter*, les deux sociétés ont établi un domaine dans la ville de Penglai en 2008. Il s'agit du troisième projet à l'étranger de DBR, après ceux au Chili et en Argentine.

Le Domaine de Penglai dispose d'un vignoble de 25 hectares avec les cépages suivants : Cabernet Sauvignon (55%), Cabernet Franc (15%), Syrah (10%), Marselan (10%) et Merlot (10%). Le vignoble s'élargira à 50 hectares en 2018.

La production annuelle du domaine devrait atteindre 20 000 bouteilles et augmentera progressivement à 120 000 bouteilles. Les vins de DBR sont très réputés en Chine. Le marché chinois est donc la cible principale du nouveau domaine (90% des ventes prévues en Chine).

Pour rappel, les autres principaux domaines vitivinicoles dans la province du Shandong sont les suivants : Grande Muraille (COFCO), Changyu, Weilong ainsi que des projets avec des investissements étrangers, tels que Chateau Of Nine Peaks.

Thématique : Domaines Barons de Rothschild (Lafite) - CITIC Group - vin chinois - Domaine de Penglai

Date : le 11 octobre 2017

Source : [http://jiu.ifeng.com/a/20171011/44711642\\_0.shtml](http://jiu.ifeng.com/a/20171011/44711642_0.shtml)

## GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

AQSIQ	General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine
ATO	Australian taxation office
CEO	Chief Executive Officer
CNCA	Certification and Accreditation Administration of the People's Republic of China
CNY	RMB, devise chinoise
COFCO	China National Cereals, Oils and Foodstuffs Corporation
EUR	Euros
JPY	Yen japonais, devise japonaise
HKD	Hongkong Dollar
MIIT	Ministry of Industry and Information Technology
MOA	Ministry of Agriculture

### Source d'information :

<a href="http://news.xinhuanet.com">http://news.xinhuanet.com</a>	Site internet de Xinhua News Agency, équivalent de l'AFP français.
<a href="http://news.sina.com.cn">http://news.sina.com.cn</a>	Rubrique "Nouvelles" de <a href="http://www.sina.com.cn">www.sina.com.cn</a> Sina.com (NASDAQ : SINA) est le plus grand portail de divertissement en langue chinoise. Il est dirigé par Sina Corporation (新浪, xinlang), qui a été fondée en décembre 1998.
<a href="http://www.chinafruitportal.com">www.chinafruitportal.com</a>	Site internet en chinois sous contrôle du groupe chilien Yentzen, spécialisé en reportage sur les politiques agricoles ou les tendances commerciales de différents pays dans le secteur des fruits et légumes, notamment ceux en lien avec le marché chinois.
<a href="http://www.bbtnews.com.cn">www.bbtnews.com.cn</a>	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.
<a href="http://www.ce.cn">www.ce.cn</a>	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.

<a href="http://www.jiemian.com">www.jiemian.com</a>	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.
<a href="http://news.163.com">http://news.163.com</a>	Rubrique "Nouvelles" de <a href="http://www.163.com">www.163.com</a> <a href="http://www.163.com">www.163.com</a> : site internet développé par Net Ease, Inc. (NASDAQ : NTES), une des sociétés phare d'Internet en Chine, dédiée à différents services en ligne (application, service, technologies, etc.).
<a href="http://www.bjnews.com.cn">www.bjnews.com.cn</a>	Site internet du journal « The Beijing News ». Quotidien de Pékin créé conjointement par deux groupes majeurs de presse (« Guang Ming Daily » et « South Daily ») en novembre 2003.
<a href="http://jiu.ifeng.com">http://jiu.ifeng.com</a>	Rubrique Vins et spiritueux de <a href="http://www.ifeng.com">www.ifeng.com</a> <a href="http://www.ifeng.com">www.ifeng.com</a> : Site internet créé par Phoenix New Media Limited, dont le principal actionnaire est Phoenix Satellite Television.

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 :** Pauline Ding – Agrotech bureau de Pékin  
 Yanxia Deng – Prospectrice Agrotech bureau de Shenzhen  
 Ying Li – Conseillère export règlementaire Agrotech bureau de Pékin  
 Antoine Oustrin – Prospecteur Agrotech bureau de Shanghai  
 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

© 2017 – Business France

© 2017 – 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.