



VEILLE SANITAIRE SUR LA CHINE

SOMMAIRE

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

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

[Autorisation de nouveaux additifs pour utilisation dans des matériaux en contact direct avec les produits alimentaires](#) – Certains additifs bénéficient de l'élargissement de champ ou de quantité d'utilisation autorisé

[L'AQSIQ publie les résultats d'enquête d'une éventuelle pollution de poudre de lait infantile d'origine hollandaise](#) – Les produits en question ne sont pas entrés dans les circuits de distribution du marché chinois

[Création officielle de la « State Administration of Market Supervision and Management »](#) – Monsieur ZHANG Mao, ancien Directeur Général de SAIC est nommé Directeur Général de la nouvelle administration

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

[Diffusion du plan d'importation des semences \(plantes\), d'animaux reproducteurs \(volailles\) et d'alevins \(poissons\) et dispense de TVA pour l'année 2018](#) – Cette politique sera maintenue durant le 13e plan quinquennal chinois

[Ouverture du magasin flagship de Yonghui Superstores sur la plateforme de E-commerce JD.com](#) – Cette opération marque le renforcement de la coopération entre Yonghui et JD et devrait permettre à Yonghui d'améliorer ses résultats commerciaux sur le segment du E-commerce.

[Publication du « Panda Guide 2018 \(Spring\) » par Sinochem agriculture holdings](#) – Ce guide a pour but de référencer les meilleurs produits agroalimentaires chinois et de soutenir la montée en gamme de la consommation alimentaire en Chine.

[« Le marché chinois » ainsi que « la montée en gamme et la digitalisation des points de vente » sont les deux éléments les plus importants pour le futur développement de Starbucks](#) – D'ici 2021, les établissements Starbucks sur le marché chinois devrait atteindre le nombre de 5 000

[La guerre tarifaire entre les Etats-Unis et la Chine devrait impacter le commerce bilatéral de produits alimentaires entre ces deux nations](#) – Pékin a l'intention de taxer certains produits américains dont le vin, les fruits et la viande porcine afin de réagir aux mesures protectionnistes états-uniennes.

[Le groupe JD va ouvrir 5 000 boutiques spécialisées sur les produits de maternité](#) – Cela permettra aux groupes laitiers de dynamiser leurs ventes

[En 2017, les revenus et bénéfices réalisés par Shuanghui ont tous baissé](#) – En 2020, la consommation de viande fraîche représenterait 30% de la consommation totale de viande de porc en Chine

[Mengniu est rentré dans le « club des 60 milliards de CNY »](#) – En 2017, les bénéfices nets du groupe ont atteint 2 milliards de CNY

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

[Visite de l'Ambassadeur de France en Chine M. Jean-Maurice RIPERT à Chengdu à l'occasion du salon Tang Jiu Hui \(China Food & Drinks Fair\)](#) - Il s'engage pour le développement du vin français sur le marché chinois et pour la répression de la contrefaçon

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISÉS

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

Autorisation de nouveaux additifs pour utilisation dans des matériaux en contact direct avec les produits alimentaires – Certains additifs bénéficient de l'élargissement de champ ou de quantité d'utilisation autorisée

Le 26 mars 2018, la NHFPC annonçait l'autorisation de l'utilisation de plusieurs composés chimiques dans les emballages alimentaires, dont un nouvel additif pour utilisation dans des matériaux en contact direct avec les produits alimentaires. Par ailleurs, un composé déjà autorisé dans les emballages alimentaires voit son champ d'utilisation élargi. Trois nouveaux types de résine sont également autorisés désormais, tandis qu'un type de résine déjà autorisé bénéficie de l'élargissement de son champ d'utilisation ou de la quantité d'utilisation autorisée. 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.

- Nouvel additif autorisé (nom en anglais) : Homopolymers of distillates (petroleum), C3-6, piperylene-rich (C5) and copolymers with one or more of the following: isobutylene (C4), styrene, and alpha-methylstyrene ;
- Composé déjà autorisé avec un élargissement du champ d'utilisation (nom en anglais): 3-Aminopropyltriethoxysilane ;
- 3 nouveaux types de résine autorisées (noms en anglais) :
 - ✓ Polymer of adipic acid with isophthalic acid, maleic anhydride, 2-methyl-1,3-propanediol, 2,2-dihydroxymethyl butanol and dimethyl-2,6-naphthalene dicarboxyla ;
 - ✓ Polymer of isophthalic acid, maleic anhydride, phthalic anhydride, phosphoric acid, trimethylol propane and 2-methyl-1,3-propanediol ;
 - ✓ Polymer of isophthalic acid and terephthalic acid, adipic acid, trimethylol propane, 2-methyl-1,3-propanediol and ethylene glycol
- Type de résine déjà autorisé avec un élargissement de son champ d'utilisation (nom en anglais) : Polyvinyl chloride.

Thématique : additif – matériaux en contact direct avec des produits alimentaires – autorisation

Date : le 22 mars 2018

Source : <http://www.nhfpc.gov.cn/sps/s7890/201803/65aa4a4a8ab346ca814fe9a35bb0154f.shtml>

L'AQSIQ publie les résultats d'enquête d'une éventuelle pollution de poudre de lait infantile d'origine hollandaise

– Les produits en question ne sont pas entrés dans les circuits de distribution du marché chinois

D'après le RASFF (Rapid Alert System for Food and Feed, portail de la Commission Européenne), un producteur de poudre de lait infantile hollandais avait identifié, lors d'un contrôle interne, l'utilisation d'un lot de poudre de lactosérum suspecté d'être pollué par la *Cronobacter sakazakii*. Trois marques et 5 lots de produits sont concernés, dont certains ont déjà été exportés vers la Chine, le Vietnam, l'Arabie Saoudite, etc.

Suite à cela, le 23 mars 2018, l'AQSIQ a publié une annonce sur son site internet officiel affirmant que les produits en question ne sont pas rentrés dans les circuits de distribution du marché chinois. Selon l'AQSIQ, les produits mentionnés par l'Union Européenne concernent la marque Rearing Baby fabriqués par Lypack. Les marchandises en question sont actuellement dans les entrepôts au port chinois. Les autres lots de produits suspectés ne sont pas exportés en Chine.

Une liste avec les informations détaillées sur les marques, les formats de produits concernés ainsi que leurs numéros de lot est fournie dans le document joint à la notice de l'AQSIQ.

Thématique : poudre de lait infantile – pollution - *Cronobacter sakazakii* – exportation – Chine

Date : le 23 mars 2018

Source : http://www.ce.cn/cyssc/sp/info/201803/23/t20180323_28591569.shtml

Création officielle de la « State Administration of Market Supervision and Management » – Monsieur ZHANG Mao, ancien Directeur Général de SAIC est nommé Directeur Général de la nouvelle administration

Dans l'après-midi du 21 mars 2018, la nouvelle « State Administration of Market Supervision and Management » (Administration générale de la Supervision et de la gestion du Marché) a été officiellement mise en place. Monsieur ZHANG Mao, ancien Directeur Général (DG) de SAIC y est nommé DG. Monsieur BI Jingquan, ancien DG de l'AQSIQ y est nommé DG Adjoint.

Ces derniers jours, le comité central du parti communiste chinois avait publié le « Plan pour le renforcement de la réforme des institutions du parti et de l'Etat ». Dans la partie concernant la réorganisation des institutions du Conseil des Affaires d'Etat, a été mentionnée la création de l'Administration générale de la Supervision et de la gestion du Marché, dont les principales responsabilités sont les suivantes : le contrôle général du marché, l'enregistrement des opérateurs sur le marché, la publication et le partage des informations recueillies, l'application de la loi relative à la supervision et la gestion du marché, l'application de la loi anti-monopole relative à la concentration des opérateurs, le maintien de l'ordre du

marché, la gestion de la qualité des produits, la gestion pour la sécurité des produits industriels, des produits alimentaires, des équipements spéciaux, la supervision de la métrologie, inspection et analyse, certification, etc.

Dans le plan de la réforme, il a été également mentionné la création de l'Administration nationale de la supervision des médicaments, sous tutelle de l'Administration générale de la Supervision du Marché.

Thématique : réforme – institution – création – Stat Administration of Market Supervision and Management

Date : le 25 mars 2018

Source : http://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_2036753

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

Diffusion du plan d'importation des semences (plantes), d'animaux reproducteurs (volailles) et d'alevins (poissons) et dispense de TVA pour l'année 2018 – *Cette politique sera maintenue durant le 13e plan quinquennal chinois*

Le 15 mars 2018, le ministère des finances, l'administration générale de la douane et l'administration générale fiscale chinoise ont conjointement diffusé une annonce.

D'une part, il y est précisé que durant le 13e plan quinquennal (2016 - 2020) les importations de semences (plantes), d'animaux reproducteurs (volailles), d'alevins (poissons), ainsi que de semence des animaux ou végétaux sauvages continuent de bénéficier de la dispense de TVA. D'autre part, il y est indiqué que les plans d'importation pour ces produits ont été adoptés pour 2018, soumis par le MOA pour les semences de plantes, d'animaux reproducteurs (volailles) et d'alevins (poissons), et par le Bureau de la sylviculture pour l'importation de semences (pépinières), des animaux ou végétaux sauvages (voir les pièces attachées à l'annonce).

Thématique : semence - importation - dispense de TVA – MOA – Bureau de la sylviculture

Date : le 15 mars 2018

Source : http://qss.mof.gov.cn/zhengwuxinxi/zhengcefabu/201803/t20180320_2842285.html

Ouverture du magasin flagship de Yonghui Superstores sur la plateforme de E-commerce JD.com – *Cette opération marque le renforcement de la coopération entre Yonghui et JD et devrait permettre à Yonghui d'améliorer ses résultats commerciaux sur le segment du E-commerce*

Depuis 2 ans, Yonghui Superstores travaille avec la plateforme chinoise de commerce en ligne au mode O2O JD Daojia pour offrir des services O2O à ses clients. Ces derniers jours, Yonghui Superstores a annoncé une nouvelle coopération avec JD : l'ouverture de son magasin flagship sur la plateforme de E-commerce JD.com. Ce magasin propose un total d'environ 300 SKU, dont principalement des produits alimentaires (y compris certains produits de leur propre marque) et des produits de soin personnel. Cette nouvelle coopération devrait permettre à Yonghui d'améliorer ses résultats commerciaux sur le segment du E-commerce en Chine. Outre Yonghui, un autre acteur important du secteur de la vente au détail en Chine Walmart collabore également avec JD.com sur le commerce en ligne et a déjà obtenu de bons résultats.

Thématique : ouverture – magasin flagship – Yonghui – JD – coopération - E-commerce/vente en ligne

Date : le 21 mars 2018

Source : <http://www.jiemian.com/article/2003798.html>

Publication du « Panda Guide 2018 (Spring) » par Sinochem agriculture holdings – *Ce guide a pour but de référencer les meilleurs produits agroalimentaires chinois et de soutenir la montée en gamme de la consommation alimentaire en Chine*

En tant qu'un des plus grands acteurs du secteur agroalimentaire en Chine, le groupe Sinochem Agriculture Holdings a récemment publié sa première édition du guide des meilleurs produits agroalimentaires chinois : le « Panda Guide 2018 (Spring) ». 56 références de légumes, fruits et céréales figurent dans ce guide, dont notamment le riz Maxida (吗西达大米), le riz Guhun Zhefang (谷魂遮放贡米) et le kumquat Fuleyuan (富乐园金桔). Le but de ce guide est de faire connaître aux consommateurs chinois et étrangers les meilleurs produits agroalimentaires chinois et d'accélérer la montée en gamme de la consommation alimentaire en Chine.

Thématique : publication – guide – légume/fruit/céréale - Sinochem – montée en gamme – consommation

Date : le 22 mars 2018

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201803/22/t20180322_28573481.shtml

« Le marché chinois » ainsi que « la montée en gamme et la digitalisation des points de vente » sont les deux éléments les plus importants pour le futur développement de Starbucks – D'ici 2021, les établissements Starbucks sur le marché chinois devrait atteindre le nombre de 5 000

Le 21 mars dernier, la 26ème Assemblée Générale des actionnaires de Starbucks a eu lieu à Seattle. D'après les informations publiées suite à cette Assemblée Générale, Starbucks va axer sa stratégie sur le développement du marché chinois, et sur la montée en gamme et la digitalisation de ses points de vente dans le monde entier. Aujourd'hui en Chine, le groupe dispose de 3 200 établissements et a pour objectif de faire monter ce chiffre jusqu'à 5 000 d'ici 3 ans. Concernant l'emplacement des nouveaux points de vente, ce sera non seulement dans les quartiers commerciaux, mais aussi les quartiers résidentiels. Cela devrait permettre à Starbucks de toucher un plus grand nombre de clients dont les enfants et les personnes âgées. Au niveau mondial, le groupe prévoit d'effectuer une montée en gamme de ses points de vente en inaugurant davantage de « Reserve Store », « Reserve Bar » et « Reserve Roastery » pour attirer plus de consommateurs de la classe moyenne. Parallèlement, Starbucks promet son application en ligne et sur mobile afin de faciliter le processus de commande et de moderniser ses services.

Enfin, Starbucks devrait également lancer son projet d'ouverture d'établissements destinés aux produits de boulangerie à l'italienne « Princi Stores » à Seattle, Chicago, New York et Shanghai. En 2018 et 2019, plusieurs nouveaux « Reserve Roastery » devraient également être inaugurés à Milan, New York, Chicago et Tokyo.

Thématique : Starbucks - marché chinois – montée en gamme- digitalisation – « Reserve Roastery »

Date : le 23 mars 2018

Source : <http://www.jiemian.com/article/2008832.html>

La guerre tarifaire entre les Etats-Unis et la Chine devrait impacter le commerce bilatéral de produits alimentaires entre ces deux nations - Pékin a l'intention de taxer certains produits américains dont le vin, les fruits et la viande porcine afin de réagir aux mesures protectionnistes états-uniennes.

Le 8 mars dernier, le Président des Etats-Unis d'Amérique M. Trump a annoncé la mise en place de mesures protectionnistes sur les importations d'acier et d'aluminium. Ainsi depuis le 23 mars 2018, les tarifs douaniers états-uniens pour l'acier sont désormais de 25% et ceux pour l'aluminium de 10 %. La Chine étant l'un des principaux exportateurs d'acier et d'aluminium vers les Etats-Unis, le pays devrait subir des dommages importants suite à ces mesures protectionnistes. Afin de contrer ces mesures, la Chine a décidé de réagir en publiant une liste de 128 produits états-uniens, dont le vin, les fruits et la viande porcine, qui verront leurs droits de douanes augmenter de 15 à 25 points de pourcentage. Pour le vin par exemple, aux 14% de droits de douanes en vigueur, s'ajoutent désormais 15% de droits de douanes supplémentaires, faisant passer le montant total des taxes à payer sur le vin états-uniens en Chine de 48,2% à 67,7%.

Pour information, en 2017 les importations chinoises de vin en provenance des Etats-Unis ont atteint 75,6 millions USD, en hausse en valeur de 44% par rapport à 2016.

Thématique : taxe – importation – acier – aluminium – mesure protectionniste - guerre commerciale – vin

Date : le 23 mars 2018

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2018/3/1-76463.html>

Le groupe JD va ouvrir 5 000 boutiques spécialisées sur les produits de maternité – Cela permettra aux groupes laitiers de dynamiser leurs ventes

Le groupe JD.com est l'un des plus grands détaillants dans la vente des produits de maternité. Sur la plateforme de JD.com, 6 marques de produits de maternité y ont réalisé chacune plus de 1 milliard de chiffre d'affaires, 15 marques y ont réalisé chacune plus de 500 millions de chiffres d'affaires, et 50 marques y ont réalisé chacune plus de 100 millions de chiffre d'affaires. Parmi ces produits, le lait infantile et les couches sont les best sellers.

En 2017, JD.com a lancé son projet d'ouvrir des magasins physiques de produits de maternité. Le groupe va ainsi en ouvrir plus de 1 000 dans tout la Chine d'ici fin mars 2018, et 5 000 magasins à l'horizon 2019.

L'objectif de ce projet est non seulement de mettre en place des magasins traditionnels, mais également de créer un nouveau concept de magasin de démonstration et de service : les consommateurs pourront expérimenter tous les produits dans le magasin.

JD a également signé en janvier 2018 des contrats d'achat avec plus de 15 marques de lait infantile pour atteindre l'objectif d'acheter 100 milliards de CNY de lait infantile d'ici 3 ans. De plus, JD a mentionné qu'il va se concentrer sur les petites et moyennes marques de lait infantile dans les prochaines années.

Thématique : JD.com – produits de maternité – lait infantile

Date : le 27 mars 2018

Source : http://hb.ifeng.com/a/20180327/6461030_0.shtml

En 2017, les revenus et bénéfices réalisés par Shuanghui ont tous baissé – *En 2020, la consommation de viande fraîche représenterait 30% de la consommation totale de viande de porc en Chine*

Le 26 mars 2018, Henan Shuanghui Investment & Development Co. Ltd. a publié son rapport annuel pour l'année 2017. Il y est indiqué que les revenus totaux et les bénéfices réalisés par le groupe ont atteint respectivement 50,5 milliards et 5,7 milliards de CNY, soit une baisse respective de 2,4% et de 1,8% par rapport à 2016. En 2017, le nombre de porcs abattus chez Shuanghui s'est élevé à 14 millions de têtes, soit une augmentation de 15,5% par rapport à l'année précédente. La distribution de viande fraîche et congelée est de 3,1 millions de tonnes, en augmentation de 4,6%.

A l'heure actuelle, la production de viande carnée chinoise est en surcapacité. La baisse des revenus et bénéfices connue par Shuanghui est due à la forte concurrence dans les différents canaux de distribution sur le marché chinois. La Chine est le plus important pays de consommation de viande de porc. Selon une étude récente réalisée par ASKCI Consulting, en 2020, la consommation de viande fraîche représenterait 30% de la consommation totale de viande de porc en Chine. Actuellement, les géants chinois du secteur tels que Yurun, New Hope, Jinluo, etc. sont tous en train de réorganiser leurs canaux de distribution pour prendre des parts de marché à Shuanghui.

Thématique : Shuanghui – rapport annuel – baisse – revenu – bénéfice – viande de porc – production - surcapacité

Date : le 27 mars 2018

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201803/27/t20180327_28615501.shtml

Mengniu est rentré dans le « club des 60 milliards de CNY » – *En 2017, les bénéfices nets du groupe ont atteint 2 milliards de CNY*

Le soir du 27 mars, Mengniu a publié son rapport annuel. En 2017, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 60 milliards de CNY, soit une augmentation de 11,9% par rapport à 2016. Ses bénéfices nets se sont élevés à 2 milliards, contrastant avec la perte de 700 millions qu'avait connu le groupe en 2016. Cela signifie que, pour le secteur laitier en Chine, Yili n'est plus la seule entreprise figurant dans le « club des 60 milliards de CNY » (expression chinoise populaire désignant les sociétés au chiffre d'affaires supérieur à 60 milliards CNY).

En analysant les différentes activités du groupe, les revenus réalisés par la distribution de lait liquide ont atteint 53 milliards de CNY, soit 88% des revenus totaux du groupe. Parmi les laits liquides, la vente de la gamme Milk Deluxe (lait à température ambiante) a connu une augmentation de deux chiffres avec un chiffre d'affaires de plus de 10 milliards de CNY. En ce qui concerne les poudres de lait, les revenus en 2017 ont augmenté de 28% par rapport à 2016.

Concernant l'amont agricole, Mengniu détient désormais 60% des parts de Modern Dairy, ce dernier étant le plus important groupe chinois dans l'élevage de vache.

Au niveau des canaux de distribution, en plus de ceux traditionnels tels que les grands comptes, les canaux dédiés aux produits maternité, Mengniu a renforcé sa coopération avec des plateformes d'E-commerce (JD, TMALL, etc.). En février 2018, le groupe a conclu un accord stratégique avec JD.com dont l'objectif est de réaliser un chiffre d'affaires de 100 milliards de CNY sur JD entre 2018 et 2020. C'est-à-dire que, durant les deux prochaines années, le groupe devrait connaître une augmentation annuelle de son chiffre d'affaires de 20 milliards de CNY.

Thématique : Mengniu – rapport annuel – augmentation – lait liquide – élevage – E-commerce

Date : le 28 mars 2018

Source : <http://www.jiemian.com/article/2018424.html>

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

Visite de l'Ambassadeur de France en Chine M. Jean-Maurice RIPERT à Chengdu à l'occasion du salon Tang Jiu Hui (China Food & Drinks Fair) - Il s'engage pour le développement du vin français sur le marché chinois et pour la répression de la contrefaçon

L'Ambassadeur de France en Chine M. Jean-Maurice RIPERT a effectué une visite officielle dans la ville de Chengdu à l'occasion du salon Tang Jiu Hui « China Food & Drinks Fair (CFDF) » qui se tenait dans la capitale du Sichuan du 22 au 24 mars 2018. M. RIPERT espère que les Chinois s'intéresseront davantage à la diversité des vins français sur le marché, et a souligné l'importance de la coopération entre la province chinoise du Sichuan et la France, dans le secteur du vin et de l'aéronautique. L'Ambassadeur s'est également engagé à lutter contre la contrefaçon, un fléau qui touche fortement les vins français. Selon un rapport publié par l'Office de la Propriété Intellectuelle de l'Union Européenne (EUIPO) en 2016, le montant des pertes causées par les vins contrefaits s'élève à environ 3 milliards EUR par an pour l'UE. Pour information, en 2016 les exportations mondiales de vins français ont atteint 8,2 milliards EUR, se classant une fois de plus au premier rang mondial. La France est aujourd'hui le 1er exportateur de vin en bouteille vers la Chine. Sa part de marché dans les importations chinoises de vin en bouteille atteint 41%. De plus, plus de deux tiers des spiritueux chinois importés proviennent France. Au salon CFDF à Chengdu, la France était le pays le plus représenté avec 90 entreprises exposantes.

Thématique : ambassadeur de France en Chine - « China Food & Drinks Fair» - Chengdu – coopération - vin – contrefaçon

Date : le 27 mars 2018

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2018/3/1-76470.html>

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISÉS

AQSIQ	Administration for Quality Supervision, Inspection and Quarantine
CAS	
CFDF	China Food & Drinks Fair
CNY	RMB, devise chinoise
DG	Directeur Général
EU IPO	Office de la Propriété Intellectuelle de l'Union Européenne
LMR	Limite maximale de résidus
LMS	Limite de migration spécifique
MOA	Ministère de l'agriculture chinois
NHFPC	National health and family planning commission, ministère de la santé chinois
O2O	Online to Offline
RASFF	Rapid Alert System for Food and Feed, portail de la Commission Européenne
SAIC	State Administration for Industry and Commerce of the People's Republic of China
TVA	Taxe à valeur ajoutée
USD	United States dollar

Sources d'information :

www.nhfpc.gov.cn	Site internet de " Certification and Accreditation Administration of the People's Republic of China"
www.ce.cn	China economic net, officiellement lancé le 28 juillet 2003, est un site internet spécialisé sur l'économie, parrainé par le journal « Economic Daily ». « Economic Daily » : le journal a officiellement débuté sa publication en janvier 1983. Depuis, le quotidien se consacre à fournir des informations complètes sur l'économie chinoise aux décideurs économiques, chefs d'entreprise, économistes, et autres lecteurs de professions diverses intéressés par les sujets économiques.
www.thepaper.cn	Il s'agit de la version électronique du journal « Oriental Morning Post » basé à Shanghai. Le site est spécialisé en reportages sur des événements d'actualité et nouvelles politiques.
http://qss.mof.gov.cn/	Site internet officiel du ministère des finances chinois.
www.jiemian.com	Site internet lancé par "Shanghai United Media Group" avec 11 collaborateurs dans les secteurs d'internet, de la finance, de la communication etc., spécialisé en fourniture d'informations pour la classe moyenne chinoise.
www.winesinfo.com	Site internet créé par la société Bon-wine Culture Consulting Co., Ltd., société de consulting spécialisée en communication autour de la culture du vin.
http://hb.ifeng.com Rubrique province du Hubei de www.ifeng.com	www.ifeng.com : 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

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

Rédacteurs : Yanxia Deng – Prospectrice Agrotech bureau de Shenzhen
Ying LI - Conseillère export réglementaire Agrotech bureau de Pékin
Antoine Oustrin – Prospecteur Agrotech bureau de Shanghai
Juliette Caron - Prospectrice Agrotech bureau de Pékin
David Rolland – Chef de pôle Agrotech Chine
Céline Laurans – Chef de projet informations réglementaires Asie (hors ASEAN) – Océanie – TOM

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

© 2018 – Business France

© 2018 – Business France

Toute reproduction, représentation ou diffusion, intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, sur quelque support que ce soit, papier ou électronique, effectuée sans l'autorisation écrite expresse de Business France, est interdite et constitue un délit de contrefaçon sanctionné par les articles L. 335-2 et L. 335-3 du code de la propriété intellectuelle.

Clause de non-responsabilité

Business France ne peut en aucun cas être tenu pour responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication dans un but autre que celui qui est le sien, à savoir informer et non délivrer des conseils personnalisés. Les coordonnées (nom des organismes, adresses, téléphones, télécopies et adresses électroniques) indiquées ainsi que les informations et données contenues dans ce document ont été vérifiées avec le plus grand soin. Toutefois, Business France ne saurait en aucun cas être tenu pour responsable d'éventuels changements.