



## VEILLE SANITAIRE SUR LA CHINE

### SOMMAIRE

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

#### SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

[Soumission à l'OMC des « Mesures pour le contrôle des produits alimentaires importés »](#) – La fin de l'appel à commentaires est prévue pour le 11 novembre 2017

[Le MOA ajuste l'écart entre l'offre et la demande du marché chinois pour le maïs](#) – La quantité prévue des importations de maïs pour l'année 2017/18 est de 1,5 million de tonnes

#### ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

[Ouverture d'un deuxième magasin Costco sur la plateforme de e-commerce chinoise Tmall](#) – Costco a également pour projet l'ouverture d'un magasin physique en Chine

[Acquisition de Shanghai Nine Masters Catering Service par l'entreprise chinoise Joyvio](#) – Le marché chinois des aliments frais « ready to cook » devrait représenter un montant total de 128 milliards d'euros d'ici dix ans

[Dernier rapport sur le développement de la production de vin chinois](#) – Les principaux consommateurs sont les jeunes de 18 à 35 ans

[Prolongement de la taxe sur l'importation d'amidon de pomme de terre d'origine européenne](#) – Pour une nouvelle période de 5 ans

[Les commerces de proximité sont en plein développement en Chine](#) – Les réseaux de points de vente des magasins de proximité en Chine du sud sont plus denses qu'en Chine du nord

[Signature d'un accord de coopération entre la plateforme chinoise de e-commerce transfrontalier Kaola.com et le supermarché danois Irma](#) – Les consommateurs chinois pourront trouver des produits du supermarché Irma sur la plateforme de Kaola dès octobre

[La Chine a dépassé les Etats-Unis sur le secteur de la bière de type stout devenant ainsi le plus grand marché mondial](#) – Les brasseries chinoises Tsingtao et Snow lancent ce type de bière en Chine afin de profiter du taux de croissance élevé de ce secteur

[Wellard exportera bientôt 2 000 têtes de bovins à viande vivants en Chine](#) – En 2017, le marché chinois pourrait atteindre 150 000 têtes

[Le groupe coréen LOTTE décide de vendre sa chaîne de supermarchés en Chine](#) – Des négociations sont déjà en cours avec plusieurs sociétés étrangères

[Nestlé lance "Nestlé Chaobii" sur le marché chinois du chocolat en vrac](#) – La taille du marché chinois du chocolat en vrac représente entre 1,5 et 2 milliards de CNY

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

[Coopération entre le CIVB et le détaillant d'alcool en ligne Jiuxian.com](#) – La Chine est actuellement le premier importateur mondial de vin de Bordeaux

#### GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

## SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

**Soumission à l'OMC des « Mesures pour le contrôle des produits alimentaires importés »** – *La fin de l'appel à commentaires est prévue pour le 11 novembre 2017*

Le 13 septembre 2017, l'AQSIQ a soumis à l'OMC l'amendement des « Mesures pour le contrôle des produits alimentaires importés » pour appel à commentaire. Préparée sur la base de la « Food Safety Law of the People's Republic of China », la nouvelle réglementation est composée de 6 chapitres, soit 57 articles. L'appel à commentaire est ouvert jusqu'au 11 novembre 2017.

D'après le texte, les producteurs et distributeurs de produits alimentaires importés et exportés comprennent : exportateurs ou distributeurs étrangers qui exportent des produits alimentaires en Chine, producteurs étrangers, importateurs de produits alimentaires, producteurs de produits alimentaires exportés et exportateurs, etc.

L'AQSIQ, les services de CIQ situés dans différentes régions, ainsi que les autres organismes concernés effectuent les contrôles sur la conformité des produits alimentaires importés et exportés. Le contrôle couvre et ne se limite pas aux aspects suivants : l'évaluation du système du pays (ou région) exportateur, l'agrément des producteurs étrangers, l'enregistrement des importateurs et des exportateurs sur le site internet de l'AQSIQ, l'inspection et la quarantaine, la vérification du certificat officiel du pays (ou région) exportateur, la vérification de documents sur la conformité des produits, la vérification de documents d'accompagnement, l'inspection sur place, le contrôle des échantillons par prélèvement, le contrôle des notes de l'importation et de la distribution, etc.

Les produits alimentaires importés doivent répondre aux exigences des lois et réglementations chinoises ainsi qu'aux normes nationales chinoises sur la sécurité sanitaire. Pour les produits alimentaires ne disposant pas de norme nationale chinoise, ces produits doivent répondre aux exigences de normes applicables désignées par le service compétent chinois. En ce qui concerne les nouveaux ingrédients ou les produits alimentaires contenant de nouveaux ingrédients, ils doivent passer l'évaluation du service compétent chinois avant l'exportation.

Les producteurs alimentaires étrangers doivent se faire agréer auprès de l'autorité compétente chinoise. L'AQSIQ se charge de la préparation et de l'ajustement du catalogue des produits alimentaires nécessitant un agrément de producteur. Le catalogue de ces produits alimentaires ainsi que la liste des établissements agréés doivent être publiés.

Thématique : AQSIQ - OMC - mesures - contrôle - produits alimentaires - importation

Date : le 19 septembre 2017

Source : [http://epaper.cnpharm.com/zgyyb/html/2017-09/19/content\\_570369.htm?div=-1](http://epaper.cnpharm.com/zgyyb/html/2017-09/19/content_570369.htm?div=-1)

**Le MOA ajuste l'écart entre l'offre et la demande du marché chinois pour le maïs** – *La quantité prévue des importations de maïs pour l'année 2017/18 est de 1,5 million de tonnes*

Dans un rapport de mardi dernier, le gouvernement chinois a revu à la baisse sa prévision de pénurie de maïs pour la campagne 2017/18 (d'octobre à septembre de l'année suivante). Cette révision est due d'une part à l'augmentation des importations et d'autre part à une quantité de production plus importante que prévue.

Durant la campagne 2016/17, l'excédent de l'offre de maïs avait atteint 10,2 millions de tonnes, pour une production de 219,6 millions de tonnes. Dans son rapport mensuel, le Ministère de l'Agriculture chinois prévoit pour la campagne 2017/18 que l'écart entre l'offre et la demande de maïs sera de 890 000 tonnes, soit un chiffre bien inférieur à la prévision du mois précédent de 3,2 millions de tonnes. D'après le rapport, grâce à une météo clémente, la production chinoise de maïs pour l'année 2017 pourrait atteindre 212,5 millions de tonnes, contre la prévision du mois précédent de 210,7 millions de tonnes. Il est prévu que les importations de maïs durant la campagne 2017/18 s'élèvent à 1,5 million de tonnes, contre la prévision antérieure de 1 million de tonnes.

De plus, le rapport a montré qu'en raison d'une forte demande pour l'alimentation animale, les importations chinoises de soja en 2017/18 atteindront 94,5 millions de tonnes, contre la prévision antérieure de 93,2 millions de tonnes.

Thématique : MOA - pénurie - maïs - ajustement - importation - prévision

Date : le 15 septembre 2017

Source :

<http://www.grainnews.com.cn/content.aspx?id=1&type=15&articleGuid=5360c366-c668-4f7b-953f-9fc83c75b64a>

## ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

### Ouverture d'un deuxième magasin Costco sur la plateforme de e-commerce chinoise Tmall – Costco a également pour projet l'ouverture d'un magasin physique en Chine

Le 13 septembre dernier, l'entreprise américaine de commerce de gros Costco a inauguré son deuxième magasin en ligne sur la plateforme de e-commerce chinoise Tmall. Ce nouveau magasin propose environ 300 catégories de produits comprenant des aliments frais, des appareils électroménagers, des meubles et du vin. Le canal d'entrée sur le marché chinois de ces produits est l'importation directe. Cependant, son premier magasin, qui a ouvert sur Tmall en 2014, stocke d'abord ses marchandises dans les entrepôts des douanes chinoises avant de les commercialiser sur le marché.

Outre les magasins en ligne, Costco a également pour projet l'ouverture d'un magasin physique en Chine afin de se positionner davantage sur le marché qui représente aujourd'hui l'un des marchés à plus fort potentiel de croissance dans le monde.

Thématique : ouverture - Costco - plateforme de E-commerce - Tmall - importation - entrepôt des douanes

Date : le 13 septembre 2017

Source : <http://www.jiemian.com/article/1621083.html>

### Acquisition de Shanghai Nine Masters Catering Service par l'entreprise chinoise Joyvio – Le marché chinois des aliments frais « ready to cook » devrait représenter un montant total de 128 milliards d'euros d'ici dix ans

Le 13 septembre dernier, l'entreprise chinoise Joyvio, spécialisée dans le secteur de l'agriculture moderne, a annoncé l'acquisition de Shanghai Nine Masters Catering Service, acteur important du marché des aliments frais « ready to cook » dans la région de Shanghai. Cette acquisition permettra à Joyvio de détenir 68% du capital de Nine Masters et d'intégrer le secteur des produits alimentaires « ready to cook ».

Nine Masters propose des produits alimentaires « ready to cook » à 17 000 clients en moyenne chaque jour. Ses partenaires sont principalement les plateformes de vente en ligne d'aliments frais, les restaurants, les enseignes de commerce de proximité et les supermarchés tels que Hema Xiansheng, City Shop et Carrefour. Les professionnels chinois du secteur de l'agroalimentaire estiment que le marché chinois des aliments frais « ready to cook » devrait représenter un montant total de 1 billion de CNY (128 milliards d'euros) d'ici dix ans.

Thématique : acquisition - Catering - aliment frais - produit alimentaire « ready to cook » - Joyvio

Date : le 13 septembre 2017

Source : <http://www.jiemian.com/article/1621733.html>

### Dernier rapport sur le développement de la production de vin chinois – Les principaux consommateurs sont les jeunes de 18 à 35 ans

Le 13 septembre dernier, une branche spécialisée sur les vins de l'association CADA (China Alcoholic Drinks Association) et Exact Data ont conjointement diffusé la version 2016 du rapport d'analyse des données de consommation du vin chinois. Le rapport livre ses conclusions sur le développement des vins chinois entre 2006 et 2016. Depuis 2013, la filière des vins chinois a connu une baisse constante tant en production qu'en bénéfices.

Des données du Bureau National des Statistiques montrent que la production chinoise de vin a baissé pendant 4 années consécutives entre 2013 et 2016. En 2016, la production chinoise de vin s'élevait à 11,37 millions d'hectolitres, soit - 0,96% par rapport à l'année précédente. De plus, les revenus et bénéfices des producteurs de vin chinois ont baissé. La fourchette de prix des vins chinois les plus vendus (avec une part de marché de 38,9%) se situe entre 25 et 50 CNY, suivi par des vins entre 50 et 75 CNY (20,2%), puis des vins entre 75 et 100 CNY (19%).

Entre 2006 et 2016, la superficie de culture de raisin en Chine a fortement augmenté. A l'heure actuelle, 17 provinces chinoises disposent de vignobles pour la vinification. En plus des régions traditionnelles de production de vin telles que le Shandong, Hebei, Xinjiang, Ningxia, d'autres provinces dont le Sichuan, Shaanxi, Hunan, Liaoning, ont également développé des vignobles pour la production de vin.

Les canaux de distribution traditionnels restent le principal modèle de commercialisation pour les vins chinois, avec les magasins et supermarchés (30%), et les restaurants (18,2%). La part totale de la vente en ligne, de l'achat groupé et des magasins spécialisés est inférieure à 25%. La population de 18 à 35 ans représente 77% des consommateurs, parmi

lesquels la moitié est âgée de 26 à 35 ans. Un sondage sur les préférences gustatives des amateurs chinois de vin présent dans ce même rapport indique que 40% des consommateurs chinois préfèrent quand le vin a une certaine longueur en bouche, 40% préfèrent les vins souples, plus de 25% des consommateurs chinois accordent plus d'attention à l'équilibre entre acidité et douceur des vins et 25% portent leur attention sur les arômes.

Thématique : vin chinois - production - bénéfice - baisse

Date : le 14 septembre 2017

Source : <http://www.jiemian.com/article/1623139.html>

**Prolongement de la taxe sur l'importation d'amidon de pomme de terre d'origine européenne – Pour une nouvelle période de 5 ans**

Le Ministère du commerce chinois (MOFCOM) a diffusé une annonce sur son site internet, le 15 septembre dernier, au sujet du maintien d'une taxe anti-subsidiation imposée sur les importations d'amidon de pomme de terre provenant de l'Union Européenne depuis le 16 septembre 2017. La période d'application est prévue pour 5 ans.

Le 16 septembre 2011 déjà, par son annonce N° 54-2011, le MOFCOM avait publié la décision du gouvernement chinois d'imposer des taxes anti-subsidiations sur l'amidon de pomme de terre importé d'Union Européenne, valable pour une période de 5 ans.

Depuis la mi-septembre 2016, à la demande des producteurs chinois d'amidon, de nouvelles enquêtes ont été lancées par l'organisme compétent chinois pour une double évaluation sur le dossier. Celles-ci ont montré que les subventions de l'Union Européenne destinées à la production d'amidon de pomme de terre pourraient continuer à s'appliquer. La suppression des mesures anti-subsidiations risquerait donc de nuire à l'industrie chinoise de l'amidon.

Thématique : amidon de pomme de terre - Union Européenne - taxes anti-subsidiations

Date : - le 15 septembre 2017

Source : <http://www.chinanews.com/cj/2017/09-15/8331571.shtml>

**Les commerces de proximité sont en plein développement en Chine – Les réseaux de points de vente des magasins de proximité en Chine du sud sont plus denses qu'en Chine du nord**

Depuis quelques années, avec le développement de l'économie et l'augmentation du niveau de vie en Chine, davantage de chinois font leurs achats dans les magasins de proximité malgré les prix relativement élevés par rapport aux supermarchés. Afin de profiter de cette opportunité commerciale, Lawson, une enseigne de commerces de proximité sino-japonaise, a ouvert 5 magasins à Nankin ces derniers jours. A noter qu'à Shanghai cette enseigne dispose déjà de 561 magasins lui permettant de toucher toutes les catégories de consommateurs, notamment les cadres travaillant dans les immeubles de bureau lors de la pause déjeuner. Outre Lawson, Family Mart est également une enseigne de commerces de proximité importante à Shanghai comptant 1 213 magasins.

Les magasins de proximité sont principalement basés dans les villes chinoises de 1<sup>er</sup> et 2<sup>ème</sup> rang. Actuellement, leur réseau de points de vente en Chine du sud est plus dense qu'en Chine du nord.

Thématique : commerces/magasins de proximité - réseaux de points de vente - Lawson - Family Mart

Date : le 15 septembre 2017

Source : <http://www.jiemian.com/article/1626323.html>

**Signature d'un accord de coopération entre la plateforme chinoise de e-commerce transfrontalier Kaola.com et le supermarché danois Irma – Les consommateurs chinois pourront trouver des produits du supermarché Irma sur la plateforme de Kaola dès octobre**

Le 14 septembre dernier, une des plus grandes plateformes chinoises de e-commerce transfrontalier Kaola.com a signé à Copenhague un accord de coopération stratégique avec le supermarché danois Irma, qui fait partie du groupe Coop Danemark. Suite à cette coopération, les produits du supermarché Irma, tels que les produits bio, les articles et accessoires de soins personnels, les vêtements pour enfants, seront en vente sur la plateforme de Kaola à partir d'octobre 2017.

Fondé en 1886, le supermarché Irma est spécialisé dans la commercialisation des aliments frais et des produits bio. Il détient environ un tiers de parts de marché danoises des produits bio. Kaola.com, quant à lui, voudrait profiter de cette opération pour diminuer ses coûts d'achat et faire bénéficier aux consommateurs chinois de produits originaires du

Danemark avec un meilleur rapport qualité/prix.

Thématique : accord de coopération - plateforme de e-commerce transfrontalier - Kaola.com - Irma - produit bio - Danemark

Date : le 15 septembre 2017

Source : [http://intl.ce.cn/sjj/qy/201709/15/t20170915\\_25988164.shtml](http://intl.ce.cn/sjj/qy/201709/15/t20170915_25988164.shtml)

**La Chine a dépassé les Etats-Unis sur le secteur de la bière de type stout devenant ainsi le plus grand marché mondial** – *Les brasseries chinoises Tsingtao et Snow lancent ce type de bière en Chine afin de profiter du taux de croissance élevé de ce secteur*

Selon les données du cabinet d'études Euromonitor, en 2017, la Chine a dépassé les Etats-Unis sur le secteur de la bière de type stout devenant ainsi le plus grand marché mondial. De 2008 à 2016, la consommation nationale chinoise de bières stouts a été multipliée par 43 passant de 4,5 millions de litres à 192 millions de litres.

Le stout est une bière brassée à partir d'un moût caractérisé par sa teneur en grains hautement torréfiés. La présence de ces grains très grillés dans la recette confère la couleur foncée à la bière ainsi qu'un goût de café ou de cacao. Depuis quelques années, les chinois issus de la classe moyenne apprécient de plus en plus ce type de bière.

Outre la présence des marques étrangères de bières stouts telles que Goose Island et Guinness, les brasseries chinoises Tsingtao et Snow ont également lancé leurs propres marques sur le marché chinois afin de profiter du taux de croissance élevé de ce secteur.

Thématique : bière stout - brasserie - classe moyenne - Goose Island - Guinness - Tsingtao

Date : le 17 septembre 2017

Source : <http://www.jiemian.com/article/1629261.html>

**Wellard exportera bientôt 2 000 têtes de bovins à viande vivants en Chine** – *En 2017, le marché chinois pourrait atteindre 150 000 têtes*

Wellard, géant exportateur de bovins vivants d'Australie-Occidentale, a annoncé le 19 septembre que le groupe vient de trouver un accord avec son partenaire chinois pour l'exportation en Chine de son premier lot de bovins vivants à hauteur de 2 000 têtes. L'acheteur est une filiale du groupe Taixiang, grand groupe agroalimentaire du Shandong.

La demande chinoise en viande bovine australienne est très forte. D'après les estimations des professionnels du secteur, le besoin du marché chinois pour des bovins à viande vivants pourrait s'élever à 150 000 têtes en 2017. Ce chiffre pourrait encore augmenter l'année prochaine.

Début 2017, Elders avait exporté 1 200 têtes de bovins vivants vers la Chine. L'acheteur était Shanghai National Real Estate Development Group Corporation (CRED). L'importation était également assurée par la filiale de Taixiang Group. En juin 2017, à l'occasion de la création du projet « Sino-Australia Modern Industry Park » soutenu par le groupe New Hope, un accord de cadre sur une coopération stratégique sur la chaîne de l'approvisionnement en bovins vivants était signé. La première phase du projet a pour objectif l'importation annuelle de 150 000 bovins vivants. La deuxième phase du projet vise à une importation annuelle de 300 000 têtes par an.

Barnaby Joyce, Ministre australien de l'agriculture, avait exprimé le fort potentiel de marché pour les bovins à viande à l'abattage et les bovins à viande à engraisser, non seulement dans les régions côtières, mais également dans les villes à l'intérieur de la Chine.

Thématique : bovin vivant - exportation - Wellard - Australie - Chine

Date : le 19 septembre 2017

Source : <http://www.acbnews.com.au/azjujiao/20170919-20322.html>

**Le groupe coréen LOTTE décide de vendre sa chaîne de supermarchés en Chine** – *Des négociations sont déjà en cours avec plusieurs sociétés étrangères*

D'après Yonhap News Agency, LOTTE C., Ltd. est en cours de négociation, via Goldman Sachs, avec 5 à 10 sociétés étrangères pour la vente de sa chaîne de supermarchés en Chine. A ce stade, les entreprises concernées comprennent Charoen Pokphand Group, et quelques détaillants américains et européens.

Depuis le déploiement de lanceurs antimissiles "THAAD" par la Corée du Sud, la performance de LOTTEMART, filiale du groupe LOTTE en Chine n'est plus satisfaisante. Les supermarchés étaient déjà en perte sur le marché chinois en

2016. La semaine dernière, plusieurs médias coréens ont reporté que LOTTEMART quittera le marché chinois. Par la suite, LOTTE groupe a désigné une équipe en charge du retrait des supermarchés du marché chinois.

Thématique : LOTTEMART - retrait - marché chinois

Date : le 18 septembre 2017

Source : <http://www.jiemian.com/article/1631794.html>

**Nestlé lance “Nestlé Chaobii” sur le marché chinois du chocolat en vrac – La taille du marché chinois du chocolat en vrac représente entre 1,5 et 2 milliards de CNY**

Le 19 septembre dernier, Nestlé a annoncé le changement de nom de sa gamme de chocolat Chaobii, initialement connue sous le nom HSU FU CHI, par « Nestlé Chaobii ». D'après NIELSEN, actuellement, la part de Chaobii sur le marché chinois du chocolat en vrac a dépassé 35% et est le numéro 1 en Chine, suivi par DOVE avec 28% de parts de marché. A ce stade, la taille du marché chinois pour les chocolats en vrac est compris entre 1,5 et 2 milliards de CNY, soit le deuxième marché le plus important au monde derrière les Etats-Unis.

La marque Chaobii a été créée par HSU FU CHI en 2010 et Nestlé a racheté 60% des actions de HSU FU CHI en 2011. Ces dernières années, grâce à diverses acquisitions et au développement de ses propres marques, Nestlé se développe rapidement. En plus de ses marques telles que Kit-Kat, Smarties, Damak, le groupe a racheté BACI, marque italienne haut de gamme, et HSU FU CHI. Fin 2015, Kit-Kat est entré sur le marché chinois sur les canaux de distribution de HSU FU CHI. En août 2017, Quality Street est également entré sur le marché chinois à l'aide des canaux de distribution de HSU FU CHI destinés au produits de mariage.

Cette fois-ci, Nestlé a amélioré les recettes et l'emballage de Chaobii, avec une nouvelle gamme comprenant 58 goûts dont 10 originaux. Le prix des produits augmentera de 10% en raison de l'augmentation du prix des matières premières, des matériaux d'emballage, de la main d'œuvre, de l'énergie, etc. Le prix de vente au consommateur se situera autour de 86 CNY par kilo. Les produits seront distribués dans les points de vente de HSU FU CHI.

Thématique : Nestlé - Chaobii - chocolat en vrac - HSU FU CHI - DOVE

Date : Le 21 septembre 2017

*Note : dans la grande majorité des supermarchés chinois, le rayon confiserie est caractérisé par la vente de bonbons en vrac emballés individuellement, s'achetant au poids, dont ceux au chocolat dont il est question dans l'article avec le terme « chocolat en vrac »*

Source : <http://news.sina.com.cn/c/2017-09-21/doc-ifymeswc8853330.shtml>

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

**Coopération entre le CIVB et le détaillant d'alcool en ligne Jiuxian.com – La Chine est actuellement le premier importateur mondial de vin de Bordeaux**

Depuis 2006, le CIVB organise en Chine chaque année l'évènement « Simply Bordeaux » qui consiste en une sélection à l'aveugle de vins de Bordeaux accessibles, afin de démontrer la diversité et l'excellent rapport qualité/prix du vin bordelais aux consommateurs chinois. Cette année, avec le déroulement de la 11<sup>ème</sup> édition « Simply Bordeaux », le CIVB a annoncé sa coopération, pour la deuxième année consécutive, avec l'un des plus grands détaillants chinois de vins et spiritueux en ligne, Jiuxian.com, pour promouvoir les vins bordelais dans une tranche de prix compris entre 100 et 500 CNY (environ entre 13 et 65 euros la bouteille).

Le site Jiuxian.com a ouvert en 2010. Ses activités en ligne couvrent le commerce de détail d'alcool (B2C), la vente en gros (B2B), et le commerce en ligne à hors ligne (O2O). Suite à cette coopération, une première activité de promotion en ligne a déjà eu lieu cette année entre le 1<sup>er</sup> et le 14 septembre dernier. Une deuxième période de promotion est prévue entre le 1<sup>er</sup> et le 14 novembre.

CIVB: Conseil Interprofessionnel du vin de Bordeaux

Thématique : coopération - détaillant en ligne d'alcool - vin - Bordeaux - « Simply Bordeaux » - Jiuxian.com

Date : le 11 septembre 2017

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2017/9/3-74115.html>

## GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

AQSIQ	General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine
B2B	Business to business
B2C	Business to consumer
CADA	China Alcoholic Drinks Association
CIQ	China Inspection and Quarantine
CIVB	Conseil Interprofessionnel du vin de Bordeaux
CRED	Shanghai National Real Estate Development Group Corporation
CNY	RMB, devise chinoise
Euros	Devise de l'Union Européenne
MOA	Ministry of Agriculture
MOFCOM	Ministère du commerce chinois
O2O	Online to offline, le commerce en ligne à hors ligne
OMC	Organisation mondiale du commerce

### Sources d'information:

<a href="http://epaper.cnpharm.com">http://epaper.cnpharm.com</a>	Site internet du journal « China Pharmaceutical News », développé par China Pharmaceutical Publication et sous tutelle de China Food and Drug Administration, spécialisé en communication d'informations et données professionnelles au niveau de la sécurité sanitaire et médicale.
<a href="http://www.grainnews.com.cn">www.grainnews.com.cn</a>	Site internet du journal « Grain News », créé en avril 1985, le seul journal de niveau national dans le secteur céréalière et oléagineux.
<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://www.chinanews.com">www.chinanews.com</a>	"China News Service" (CNS), Agence de presse nationale chinoise généraliste, spécialisée au service des résidents chinois de Hong-Kong, Macao et de l'étranger.
<a href="http://intl.ce.cn">http://intl.ce.cn</a> rubrique internationale de <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.acbnews.com.au">http://www.acbnews.com.au</a>	Portail financier et économique en chinois en Australie, ACB News est dédié à l'actualité économique et financière à destination d'un lectorat sinophone.
<a href="http://www.winesinfo.com">www.winesinfo.com</a>	Site internet créé par la société Bon-wine Culture Consulting Co., Ltd., société de consulting spécialisée en communication autour de la culture du vin.
<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.

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 :** Yanxia Deng – Prospectrice Agrotech bureau de Shenzhen  
Ying Li – Conseillère réglementaire Agrotech bureau de Pékin  
Juliette Caron – Prospectrice Agrotech bureau de Pékin  
Loic Carer – 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.