



## VEILLE SANITAIRE SUR LA CHINE

### SOMMAIRE

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

#### SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

- [Actualisation de la liste des ports agréés pour l'importation de céréales](#) – Plus de 80 ports sont concernés
- [Gestion de la traçabilité lors de la production des poudres de lait infantile et de l'huile alimentaire](#) – Nouvelle réglementation d'application pour se conformer à la Loi sur la Sécurité Sanitaire
- [Réglementation sur le contrôle de la distribution des produits agricoles comestibles](#) – Des explications ont également été fournies par l'autorité compétente
- [La plateforme VIP.com impliquée dans un scandale de contrefaçons d'alcools blancs](#) – La réponse réservée du groupe a provoqué la colère de l'Association des Consommateurs de Chine
- [La version finale de la réglementation chinoise sur l'enregistrement des formules de poudres de lait infantile remise à l'OMC](#) – Les poudres de lait *importées* ont été incluses dans le texte

#### ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

- [Double garantie pour l'exportation de cerises chiliennes vers la Chine](#) – Des cerises chiliennes exportées en Corée du Sud peuvent être réexportées en Chine, et vice versa
- [Wal-Mart poursuit sa mutation à marche forcée](#) – Le groupe américain s'oriente vers la vente en ligne et cherche des relais de croissance auprès des villes moyennes
- [Le fabricant danois de desserts congelés Hjem-Is va bientôt entrer sur le marché chinois](#) – Le groupe compte ouvrir rapidement 500 magasins dans toute la Chine
- [Le marché du chocolat en Chine attire les investissements étrangers](#) – Plusieurs grandes entreprises étrangères ont récemment entrepris des investissements sur ce marché prometteur
- [Nouveau projet d'investissement de Legend Holdings dans le secteur des vins](#) – Investissement pour "JIU BIAN LI", chaîne de magasins de boissons alcoolisées gérés en propre
- [ASC ferme son club de vin à Shanghai](#) – En difficulté depuis quelques années, le groupe change de stratégie
- [SAFLAM Wine lance la construction d'un site de production à Tianjin](#) – Le site devrait pouvoir embouteiller près de 30 000 tonnes de vin importé par an
- [Woolworths entre sur le marché chinois grâce à Tmall et l'eCargo](#) – Le leader de la grande distribution australienne est un des pionniers d'une stratégie très en vogue
- [Starbucks introduit sa marque de thé Teavana en Chine](#) – Le thé devrait être mis en vente dans l'ensemble des Starbucks chinois
- [Les géants de la production de poudre de lait réduisent leurs investissements en Chine en optimisant leur production à l'étranger](#) – Impact des nouvelles politiques chinoises dans le secteur

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

#### GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

## SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

### **Actualisation de la liste des ports agréés pour l'importation de céréales – Plus de 80 ports sont concernés**

Le 4 janvier 2016, l'AQSIQ a actualisé la liste des ports et des parcs d'inspection agréés pour l'importation des céréales. Plus de 80 ports répartis dans 25 municipalités et provinces ont été listés. Parmi les municipalités et provinces concernées, on peut recenser le Hebei, la Mongolie intérieure, le Liaoning, le Jilin, le Heilongjiang, Shanghai, le Jiangsu, le Zhejiang, l'Anhui, le Fujian, Xiamen, le Jiangxi, le Shandong, le Hubei, le Hunan, Hainan, le Guangxi, le Yunnan, le Shaanxi, le Xinjiang ainsi que les villes de Ningbo, Tianjin, Canton, Shenzhen et Zhuhai.

Thématique : Céréales – Points d'entrée

Date : le 25 décembre 2015

Source : [http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk\\_13386/jlqg\\_12538/zjgg/2015/201601/t20160104\\_457842.htm](http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlqg_12538/zjgg/2015/201601/t20160104_457842.htm)

(site internet de l'AQSIQ)

### **Gestion de la traçabilité lors de la production des poudres de lait infantile et de l'huile alimentaire – Nouvelle réglementation d'application pour répondre aux exigences de la Loi sur la Sécurité Sanitaire**

Par la circulaire N° 281-2015, la CFDA a diffusé récemment une réglementation sur la traçabilité du processus complet de la production des poudres de lait infantile en Chine.

D'après cette réglementation, les informations à conserver couvrent plusieurs aspects : l'étude et le développement de la formule, la gestion des ingrédients, le contrôle des processus de production, la gestion des produits finaux et leur distribution, les informations sur les risques, le rappel des produits...

En ce qui concerne les informations sur les ventes, celles réalisées en ligne devront également être notées. La réglementation précise que les informations sur la traçabilité doivent obligatoirement être conservées au moins trois ans. Les producteurs sont encouragés à utiliser des techniques informatiques lors de la collecte et de la sauvegarde des informations relatives à la production et la distribution des produits.

Une réglementation sur la traçabilité du processus de production de l'huile alimentaire a été également publiée le même jour. Les informations à conserver comprennent celles de l'inspection et de la réception des matières premières, le processus de production, l'inspection des produits, la distribution des produits, les personnels et équipements, etc. Les producteurs doivent noter les informations sur l'origine des intrants, le processus de transformation, la destination et la quantité des produits, etc.

Thématique : Poudres de lait – Traçabilité

Date : le 31 décembre 2015

Source : <http://www.sfda.gov.cn/WS01/CL0053/141140.html> ; <http://www.sfda.gov.cn/WS01/CL1605/141160.html>

(site internet de la CFDA)

### **Réglementation sur le contrôle de la distribution des produits agricoles comestibles – Des explications ont également été fournies par l'autorité compétente**

Afin d'assurer la sécurité sanitaire et de normaliser la distribution des produits agricoles sur les marchés, la CFDA a diffusé l'annonce No 20 relative à la «Méthode de gestion sur la sécurité sanitaire des produits agricoles comestibles en vente sur les marchés» ainsi que des explications sur la méthode. Cette réglementation devrait entrer en vigueur le 1<sup>er</sup> mars 2016.

Ce texte a notamment précisé les informations suivantes: le champ d'application de la gestion des produits agricoles comestibles en vente sur les marchés, les responsabilités des différents opérateurs concernés (exploitants des foires des produits agricoles, exploitants des marchés de gros, distributeurs des produits agricoles comestibles, prestataires de service de stockage, etc.), des critères précis pour l'accès au marché des produits agricoles, des responsabilités légales en cas de violation de la loi ou de la réglementation. De plus, des catégories de produits agricoles comestibles interdits pour la vente ont été listées.

En ce qui concerne la distribution des produits importés, il est nécessaire de disposer du certificat d'inspection de la part des services d'inspection et de quarantaine. En outre, des précisions ont été apportées spécifiquement pour les produits carnés importés frais ou congelés, et pour des produits agricoles importés et reconditionnés sur place.

Thématique : Produits agricoles – Sécurité sanitaire

Date : le 8 janvier 2016

Source : <http://www.sfda.gov.cn/WS01/CL0053/141320.html> ; <http://www.sfda.gov.cn/WS01/CL1297/141321.html>

(site internet de la CFDA)

**La plateforme VIP.com impliquée dans un scandale de contrefaçon d'alcools blancs** – *La réponse réservée du groupe a provoqué la colère de l'Association des Consommateurs de Chine*

Le 16 décembre, des rumeurs sont parvenues concernant la vente de copies du célèbre alcool blanc chinois Maotai via le site VIP.com. La plateforme a reconnu fin décembre que certains produits « contenaient des éléments qui ne proviennent pas des lieux de production du groupe Maotai » et a offert aux 903 consommateurs concernés une compensation équivalente à dix fois le prix d'achat, sans toutefois évoquer sa responsabilité dans l'affaire, en affirmant que les produits ne présentaient « aucun danger pour la santé ».

Début janvier, l'Association des Consommateurs de Chine a publié un communiqué critiquant la solution proposée par VIP.com et a proposé de diffuser les analyses des produits vendus sous la marque Maotai sur la plateforme et une liste des produits vendus par le groupe sur la plateforme. Ces informations permettant aux consommateurs d'identifier aisément les produits du contrefacteur. Le 10 janvier, VIP.com présentait ses excuses et s'estimait

« pleinement responsable » du scandale. En coopération avec la FDA locale, le groupe a réalisé des tests sur les produits en question, qui se sont révélés être des contrefaçons. Les autres requêtes de l'Association des Consommateurs de Chine ont en revanche été rejetées au motif qu'il revenait aux organes de sécurité publique de rendre publiques ces données. Le groupe déclare cependant prendre des « mesures de protection » à l'égard du fournisseur concerné et a notamment entamé une revue exhaustive de l'ensemble de ses fournisseurs ainsi qu'une interruption momentanée de toutes ses ventes d'alcools blancs.

Thématique : Contrefaçons

Date : le 10 janvier 2016

Source : <http://www.jiemian.com/article/505067.html>

**La version finale de la réglementation chinoise sur l'enregistrement des formules de poudres de lait infantile remise à l'OMC** – *Les poudres de lait importées ont été incluses dans le texte*

L'OMC a annoncé sur son site officiel avoir reçu de la Chine, la version finale de la réglementation chinoise sur l'enregistrement des formules de poudres de lait infantile. Comparée à la version provisoire diffusée par la CFDA début septembre pour appel de commentaires (relayé dans notre veille N°15), le changement le plus significatif concerne les produits importés qui ont été inclus dans la réglementation. Par conséquent, acteurs locaux comme étrangers auront l'obligation de faire enregistrer leurs formules en Chine.

La version finale précise par ailleurs qu'au sein d'une même entreprise, plusieurs formules destinées aux bébés d'un même âge doivent avoir des différences notables, démontrées par des preuves scientifiques. Une entreprise peut commercialiser au maximum 3 marques et 9 formules différentes. Si elles fabriquent des produits identiques, des filiales d'un même groupe peuvent faire une demande conjointe d'enregistrement. 176 entreprises (103 locales et 73 étrangères) sont actuellement autorisées à commercialiser des poudres de lait en Chine. A chiffres constants, la nouvelle loi devrait donc limiter le nombre de marques présentes sur le marché à 528, et le nombre de produits à 1584. Selon plusieurs experts chinois, la nouvelle réglementation devrait fortement impacter les producteurs étrangers, qui vendent beaucoup d'OEM sous de très nombreuses marques.

Thématique : Poudre de lait infantile – Enregistrement

Date : le 14 janvier 2016

Source : <http://www.yicai.com/news/2016/01/4739039.html>

## ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

**Double garantie pour l'exportation de cerises chiliennes vers la Chine** – *Des cerises chiliennes exportées en Corée du Sud peuvent être réexportées en Chine, et vice versa*

A partir de janvier 2016, les cerises chiliennes peuvent être exportées en Corée. Il semble que le SAG ait déjà agréé des entreprises exportatrices de cerises chiliennes pour l'exportation vers la Corée du Sud et candidates à leur réexportation vers la Chine. A condition que les produits puissent répondre en même temps aux critères phytosanitaires coréens et chinois, les cerises chiliennes non vendues sur le marché coréen peuvent être réexportées vers la Chine. D'après l'Asoex, les cerises chiliennes peuvent également être réexportées de Chine vers la Corée du Sud, sous réserve que les exportateurs chiliens demandent préalablement deux permis d'inspection et de quarantaine (un pour la Chine, un pour la Corée du Sud). Cette nouvelle mesure apporte plus de flexibilité pour l'exportation des cerises chiliennes. Si les produits se vendent mal sur un marché, ou si l'opérateur commercial a d'autres projets commerciaux, il est possible de faire des ajustements en temps réel.

Thématique : Fruits – Cerises

Date : le 31 décembre 2015

Source : <http://www.chinafruitportal.com>

**Wal-Mart poursuit sa mutation à marche forcée** – *Le groupe américain s'oriente vers la vente en ligne et cherche des relais de croissance auprès des villes moyennes*

Avec le recul de ses ventes en Chine et les difficultés qui s'accumulent depuis quelques années, Wal-Mart China a entrepris un virage stratégique important en 2015, qui devrait s'accroître en 2016. Le groupe s'oriente désormais sur les villes moyennes, de 4<sup>ème</sup> ou 5<sup>ème</sup> rang, pour assurer sa croissance. Ainsi, 10 magasins ont été ouverts dans ces villes en décembre 2015, alors que le groupe compte construire 115 nouveaux magasins d'ici 3 ans. Ensuite, Wal-Mart investit dans d'importants centres logistiques, avec 20 entrepôts ouverts en 2015 (dont 11 réfrigérés). Ceux-ci devraient permettre au groupe de développer le troisième volet de sa stratégie, à savoir le E-commerce avec la mise en place de sites de vente en ligne à Shenzhen, puis tout récemment à Guangzhou et Dongguan. Pour cela, le groupe s'appuie sur le site de produits alimentaires Yihaodian, racheté en 2015, et qui l'aide dans la logistique. Wal-Mart a annoncé un chiffre d'affaires en augmentation de 2,9% lors du 3<sup>ème</sup> trimestre 2015.

Thématique : Wal-Mart – E-commerce

Date : le 4 janvier 2016

Source : <http://finance.eastmoney.com/news/1354,20160104581650986.html>

**Le fabricant danois de desserts congelés Hjem-Is va bientôt entrer sur le marché chinois** – *Le groupe compte ouvrir rapidement 500 magasins dans toute la Chine*

Hjem-Is, une entreprise danoise fabriquant des desserts congelés, a récemment annoncé son intention de s'implanter en Chine. Attiré par la taille du marché chinois et la forte demande en produits occidentaux de bonne qualité, le groupe compte ouvrir près de 500 magasins d'ici 6 ans. Les premiers devraient être inaugurés dès le premier semestre 2016.

Thématique : Desserts congelés – Implantation

Date : le 5 janvier 2015

Source : <http://www.mofcom.gov.cn/article/i/jyj/m/201601/20160101227372.shtml>

**Le marché du chocolat en Chine attire les investissements étrangers** – *Plusieurs grandes entreprises étrangères ont récemment entrepris des investissements sur ce marché prometteur*

Plusieurs chocolatiers célèbres commencent à s'implanter en Chine afin de développer un marché en pleine expansion. Nestlé a ainsi racheté la marque locale Hsu Fu Chi en 2011, ce qui lui a permis d'introduire fin 2015 des produits Kit Kat fabriqués en Chine. Son concurrent Hershey's a, quant à lui, racheté Golden Monkey, et Ferrero-Rocher a inauguré une usine au Zhejiang en septembre 2015.

Le marché est jugé très prometteur, avec une croissance forte (6,3% en 2016) et une consommation par tête encore très loin de la moyenne mondiale (200g par an). La demande est particulièrement forte pour les produits haut de gamme et les produits de luxe. Godiva a par exemple ouvert de nombreuses boutiques dans les principales métropoles ces derniers mois.

Thématique : Chocolat – Implantation

Date : le 5 janvier 2016

Source : [http://epaper.bjbusiness.com.cn/site1/bjsb/html/2016-01/05/content\\_319894.htm](http://epaper.bjbusiness.com.cn/site1/bjsb/html/2016-01/05/content_319894.htm)

**Nouveau projet d'investissement de Legend Holdings dans le secteur des vins** – *Investissement pour "JIU BIAN LI", chaîne de magasins de boissons alcoolisées gérés en propre*

Legend Holdings a annoncé, le 5 janvier dernier, son nouvel investissement à hauteur de plusieurs centaines de millions de CNY, sur "JIU BIAN LI 酒便利", une chaîne de magasins de boissons alcoolisées gérés en propre. C'est le deuxième investissement stratégique du groupe dans le secteur agroalimentaire en un mois. En mai 2015, "JIU BIAN LI" a déjà reçu un investissement s'élevant à plusieurs dizaines de millions de CNY de la part d'Everbright Securities.

Les principaux projets de Legend Holdings dans le secteur agroalimentaire concernent les alcools blancs et les fruits. Par le passé, le groupe a déjà acheté plusieurs producteurs d'alcools blancs chinois, tels que Wuling du Hunan, Qianlongwui du Hubei, Kong Fu Jia Jiu, Wenwang de l'Anhui etc.

Originaire de la province du Henan, "JIU BIAN LI" a été créé en février 2010. Avec son modèle basé sous la forme de "site internet + call center + magasin en propre + livraison en 20 minutes", la chaîne dispose aujourd'hui de 170 magasins au Henan et à Pékin. D'après M. SHEN Libo, PDG adjoint, la chaîne continuera d'ouvrir des magasins à Pékin, et en lancera dans des capitales provinciales en dehors de Pékin et du Henan.

Le mois dernier, Joyvio, filiale agricole de Legend Holdings a fusionné avec Golden Wing Mau, la plus grande entreprise d'approvisionnement de fruits en Chine. D'après le groupe, Legend Holdings continuera ses investissements dans le secteur agricole et agroalimentaire dans le futur.

Thématique : E-commerce – Boissons alcoolisées

Date : le 6 janvier 2016

Source : [http://epaper.jinghua.cn/html/2016-01/06/content\\_270366.htm](http://epaper.jinghua.cn/html/2016-01/06/content_270366.htm)

(site internet du journal « Beijing Times »)

**ASC ferme son club de vin à Shanghai** – *En difficulté depuis quelques années, le groupe change de stratégie*

Impacté par les campagnes anti-corruption et la baisse des ventes de vins haut de gamme, ASC a fermé son club de vin shanghaien « Wine Residence » le 5 janvier 2015. L'importateur, propriété du groupe Suntory, avait déjà fermé son club pékinois en septembre 2014. ASC est en train de revoir sa stratégie, en mettant notamment l'accent sur le développement des ventes par internet, sur les villes de deuxième et troisième rang et sur les vins d'entrée et milieu de gamme.

Thématique : Boissons alcoolisées

Date : le 6 janvier 2016

Source : <https://www.decanterchina.com/zh/index.html?article=1264>

**SAFLAM Wine lance la construction d'un site de production à Tianjin** – *Le site devrait pouvoir embouteiller près de 30 000 tonnes de vins importés par an*

Le 29 décembre, SAFLAM Wine a officiellement démarré le lancement d'un grand projet viticole dans la zone de développement économique de Jinnan, à Tianjin. SAFLAM a investi 300 millions de CNY dans ce projet qui devrait lui permettre la mise en bouteille de quelques 20 000 tonnes d'alcools importés (essentiellement français) par an, et comprendra un château et un espace dédié à l'accueil des touristes. A terme, le groupe table sur un chiffre d'affaires de plus d'un milliard de CNY.

Thématique : Boissons alcoolisées – Investissement

Date : le 6 janvier 2016

Source : [http://www.pt9.cn/news\\_display.asp?newsid=22453&id=0](http://www.pt9.cn/news_display.asp?newsid=22453&id=0)

**Woolworths entre sur le marché chinois grâce à Tmall et l'eCargo** – *Le leader de la grande distribution australienne est un des pionniers d'une stratégie très en vogue*

L'australien eCargo a récemment annoncé qu'il allait aider Woolworths pour son lancement *online* en Chine. eCargo conseillera l'enseigne dans sa stratégie digitale, l'aidera à créer et développer ses canaux de distribution et gèrera ses promotions et activités marketing *on line* et *off line*. Dans un premier temps, une boutique Woolworths va être ouverte sur Tmall.com, alors que de plus en plus d'acteurs étrangers de la grande distribution envisagent cette option. Les ventes en ligne ne cessent de croître en Chine, alors que certains estiment qu'elles pourraient représenter plus de 1 500 milliards de dollars en 2018.

Thématique : E-commerce

Date : le 23 décembre 2015

Source : <http://www.chinafruitportal.com>

**Starbucks introduit sa marque de thé Teavana en Chine** – *Le thé devrait être mis en vente dans l'ensemble des Starbucks chinois*

Starbucks entend profiter de l'absence de chaînes de salon de thé en Chine pour se développer sur ce marché, en ciblant les jeunes consommateurs. La multinationale américaine va en effet introduire sa marque de thé Teavana sur le marché. L'arrivée du nouveau produit se fera progressivement et les mélanges de thés et d'épices seront préparés « à la main » devant le client, à l'image de ce que fait le groupe pour ses autres boissons.

Aux Etats-Unis, les thés Teavana connaissent une belle réussite et ont permis à l'enseigne d'augmenter ses ventes.

Thématique : Thé

Date : le 8 janvier 2016

Source : <http://www.jiemian.com/article/501996.html>

**Les géants de la production de poudre de lait réduisent leurs investissements en Chine en optimisant leur production à l'étranger** – *Impact des nouvelles politiques chinoises dans le secteur*

En raison de l'augmentation constante du coût de revient de la production, des politiques de plus en plus strictes, etc., plusieurs producteurs étrangers de poudres de lait ont ralenti leurs plans d'investissement en Chine. Des grandes laiteries chinoises ont également choisi de fermer leurs usines locales en optimisant leurs investissements à l'étranger. Selon l'article, plusieurs producteurs étrangers ont réduit leur investissement en Chine, ralenti la vitesse d'ouverture de leurs usines, voire quitté le marché chinois, à l'instar de MeadJohnson, Danone, Fonterra, Royal FrieslandCampina, etc. Plusieurs ont transféré leurs usines vers l'Irlande, la Malaisie, Singapour, la Thaïlande,

l'Australie... Certains ont diversifié leurs investissements dans des usines situées en Nouvelle Zélande. Parallèlement, les géants chinois ont diminué leur production en Chine. Par exemple, Yili a fermé plusieurs usines de production en gardant seulement les usines pour la production de poudre de lait en emballage de grande contenance; Yashili vient de fermer une usine au Heilongjiang et transférera progressivement la production des produits milieu et haut de gamme dans son usine située en Nouvelle-Zélande ; Synutra transférera progressivement sa capacité de production vers la France. Beingmate a renforcé sa production en Nouvelle Zélande, en Irlande et en Australie tandis que toutes les usines de Guangming de poudre de lait infantile se situeraient à l'étranger.

Bien que les producteurs étrangers aient diminué leur production en Chine, la vente en Chine des poudres de lait de marques étrangères a largement augmenté. Selon l'estimation de SONG Liang, expert laitier, en 2016, la part de marché des poudres de lait étrangères atteindra 60% tandis que les marques chinoises auront une part de 40%. Parmi les produits importés, 20% sont en provenance de la vente en ligne transfrontalière. La part des produits importés en petits emballages compterait pour environ un tiers du marché.

Thématique : Poudre de lait infantile – Orientation

Date : le 11 janvier 2016

Source : [http://news.cb.com.cn/html/business\\_13\\_29296\\_1.html](http://news.cb.com.cn/html/business_13_29296_1.html) (site internet du journal « China Business Journal »)

## 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
CFDA	China Food and Drug Administration
CIQ	China Inspection and Quarantine Bureau
CNY	Chinese Yuan (devise chinoise)
FDA	Food and Drug Administration (bureau de CFDA en province)
SAG	Agricultural and Livestock Service (Chile)
ASOEX	Asociacion de Exportadores de frutas de Chile (Association d'Exportateurs de fruits du Chili)

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 :** Gao Xing – Prospectrice agrotech bureau de Shenzhen  
Ying LI – Chargée de développement – réglementaire  
Emmanuel Brotte – Prospecteur agrotech bureau de Pékin  
Laure Elsaesser - Conseiller export agrotech bureau de Pékin  
Sandrine Barrou - Chef de projet informations réglementaires Asie (hors ASEAN) – Océanie – TOM

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

© 2016 – Business France

© 2016 – Business France

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

#### Clause de non-responsabilité

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