



VEILLE SANITAIRE SUR LA CHINE

SOMMAIRE

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

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

[La police de Shenzhen a arrêté un groupe de fabricants de biscuits contrefaits](#) – Le site de vente en ligne Taobao a coopéré avec la police pour cette opération

[Le manque de clarté entre les noms des différents produits à base de lait induit en erreur les consommateurs](#) – Des produits vendus comme du « lait » sont en réalité des boissons à base de lait

[Des rumeurs circulent sur les chocolats Kinder](#) – Ces produits pourraient être cancérigènes

[Falsification d'étiquettes anti-contrefaçon](#) – L'existence d'une chaîne de production, de commercialisation et d'identification d'étiquettes anti-contrefaçon à destination de l'industrie alimentaire a été découverte

[Le Centre National pour les tests OGM est critiqué pour la falsification de rapports de tests](#) – Une équipe du MOA a été dépêchée pour mener des investigations

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

[La Chine produit presque un tiers de la viande mondiale](#) – L'industrie chinoise de la viande compte néanmoins toujours de nombreux problèmes : la China Meat Association dresse le constat

[La Chine enregistre la plus forte croissance mondiale de vente de boissons énergétiques et énergisantes](#) – Une hausse marquée par la popularisation de la pratique du sport chez la classe moyenne chinoise

[COFCO se sépare de son Château Junding de la province du Shandong à Penglai en raison de pertes trop importantes](#) – Son partenaire le groupe Longhua récupère les actions de COFCO et recouvrira les dettes

[La société Zespri coopère avec la jeune chaîne de boulangerie/brasserie Wagas](#) – L'objectif est de vendre davantage de kiwis en Chine

[Le projet d'achat d'une entreprise néozélandaise de produits carnés par la société Shanghai Maling \(groupe Bright\) vient d'être approuvé](#) – Après la transaction, Shanghai Maling détiendra 50% des actions de SFF, le premier transformateur de viande de Nouvelle-Zélande

[La société alimentaire d'huile XIWANG Food a pour projet d'acheter 80% d'action de Kerr Investment Holding Co.](#) – Afin de développer le marché chinois des produits de nutrition sportive et de gestion du poids

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

[17 000 bouteilles de vin fabriquées dans la province du Yunnan destinées au marché international](#) – C'est la première fois que du vin du Yunnan entre sur le marché international du vin haut de gamme

[Le guide rouge Michelin lance sa première édition des restaurants de Shanghai](#) – C'est la 28^{ème} édition mondiale du guide et la première en Chine continentale

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

La police de Shenzhen a arrêté un groupe de fabricants de biscuits contrefaits – *Le site de vente en ligne Taobao a coopéré avec la police pour cette opération*

Le 30 juin 2016, avec l'aide des données fournies par Taobao, la police de Shenzhen a arrêté un groupe de 9 personnes impliquées dans la fabrication de biscuits frauduleux de la marque *Congming Xiaoxiong* (聪明小熊, le [petit ours intelligent], marque de Jenny Bakery en Chine continentale). La police a saisi plusieurs milliers de boîtes de biscuits contrefaits d'une valeur totale de plus de 400 millions de CNY. Ces biscuits étaient vendus sur Internet via Haitao (achat effectué à l'étranger par une personne tierce, qui fait office de revendeur) ou bien par le biais de ventes directes en Chine continentale et à Hong Kong.

La marque Jenny Bakery qui dispose de deux magasins à Hong Kong, a été déposée en Chine continentale par des revendeurs, contraignant la société à racheter la marque *Congming Xiaoxiong* pour ses opérations sur ce marché. Cependant, *Congming Xiaoxiong* est victime de contrefaçon depuis des années, n'ayant pas suffisamment de moyen pour s'en protéger. Taobao a toutefois beaucoup aidé cette marque en reportant ou supprimant les pages proposant des produits contrefaits. Dans le cas de cette saisie à Shenzhen, Taobao a transmis des informations à la police ayant permis de localiser l'atelier de fabrication des biscuits contrefaits. Depuis le début de l'année 2016, le site Taobao a déjà aidé plusieurs marques à lutter contre la contrefaçon. Le site a par ailleurs lancé en juillet 2016 une plateforme dédiée au partage d'informations sur les produits contrefaits de façon à collaborer et mieux lutter contre la contrefaçon.

Thématique : Contrefaçon – Biscuit – Taobao

Date : le 14 septembre 2016

Source : http://www.cqn.com.cn/pp/content/2016-09/14/content_3398554.htm

Le manque de clarté entre les noms des différents produits à base de lait induit en erreur les consommateurs – *Des produits vendus comme du « lait » sont en réalité des boissons à base de lait*

La majorité des consommateurs chinois ne connaissent pas la différence entre le lait stérilisé, le lait modifié, le lait reconstitué ainsi que les boissons à base de lait, bien que ces concepts aient bien été définis en 2014 par les « normes nationales de sécurité sanitaire des aliments ».

Peu de produits laitiers en vente dans les supermarchés indiquent clairement leur catégorie de produits. Des produits à base de lait indiquent même « lait pur » sur leurs emballages même s'ils contiennent des additifs à base de calcium.

Selon les standards relatifs aux étiquettes et emballages fixés par les « normes nationales de sécurité sanitaire des aliments », les entreprises doivent clairement indiquer le nom du produit afin d'indiquer aux consommateurs la catégorie correspondante.

Cependant, les consommateurs chinois confondent souvent le « lait modifié » avec les « boissons à base de lait » conduisant les entreprises à conserver l'appellation générique « lait » sur les étiquettes sans respecter la réglementation.

Thématique : Lait – Étiquette

Date : le 14 septembre 2016

Source : <http://news.e23.cn/jnews/2016-09-14/2016091400033.html>

Des rumeurs circulent sur les chocolats Kinder – *Ces produits pourraient être cancérigènes*

Récemment, des rumeurs circulent en ligne sur le fait que les chocolats Kinder seraient éventuellement cancérigènes en raison de leur teneur en huile minérale. L'origine de l'affaire remonte à un site internet allemand selon lequel Foodwatch, une organisation allemande non-gouvernementale spécialisée en contrôle des produits alimentaires, a effectué des tests sur une vingtaine d'aliments et ont détecté des MOAH (*Mineral Oil Aromatic Hydrocarbons*) dans des chocolats Kinder, dans des «Fioretto Nougats Minis» de la marque Lindt et dans des chocolats de la marque allemande Rubezahl. Parmi ces produits, les chocolats Kinder contiennent une teneur élevée en MOAH pouvant atteindre à 1,2 mg/kg.

La Fédération professionnelle de la confiserie allemande (BDSI) a répondu que la quantité des MOAH dans ces produits est conforme à la norme correspondante, que cette substance peut exister dans les emballages extérieurs et que les produits concernés sont sains et sûrs. Pourtant, ALDI, la plus grande chaîne de supermarchés allemande a retiré les produits concernés de leurs rayons et a rappelé ceux déjà vendus.

Des journalistes de Yangtse Evening ont visité des supermarchés locaux et ont noté que les Kinder Chocolates sont toujours commercialisés. Un représentant du bureau de la FDA de Suzhou a exprimé, lors de l'interview, qu'ils avaient déjà mené des enquêtes sur le marché local.

D'après des professionnels, selon la norme nationale chinoise sur l'utilisation des additifs alimentaires GB 2760-

2014, l'huile minérale peut être utilisée comme auxiliaire de transformation dans l'industrie alimentaire en tant qu'agent antimousse, agent de démoulage, agent anti-collant, ou lubrifiant dans le processus de fermentation, ou dans la production de bonbons, de chips et de produits à base de soja. Elle est généralement éliminée dans le produit final mais des résidus peuvent subsister. A l'heure actuelle, il n'y a pas de requis précisant la limite de résidu de l'huile minérale autorisée en Chine. Par conséquent, le test relatif à la teneur en huile minérale n'est pas inclue dans les tests réguliers des produits alimentaires.

Thématique : additif alimentaire – huile minérale

Date : le 15 septembre 2016

Source : http://news.xinhuanet.com/food/2016-09/15/c_1119568660.htm

Falsification d'étiquettes anti-contrefaçon – *L'existence d'une chaîne de production, de commercialisation et d'identification d'étiquettes anti-contrefaçon à destination de l'industrie alimentaire a été découverte*

D'après des reportages, plusieurs cas de commercialisation de faux produits utilisant des fausses étiquettes anti-contrefaçon ont été mise à jour en 2016, en particulier dans les provinces du Guangxi, Hunan, Anhui, Guangdong. Les montants concernés pourraient facilement atteindre 100 millions de CNY. Selon des professionnels, il existe sur le marché une grande quantité de producteurs d'étiquettes anti-contrefaçon non homologués. Cette situation facilite la circulation des produits falsifiés et il est difficile pour les entreprises de trouver des solutions efficaces.

Le journaliste de China Daily s'est renseigné auprès de l'AQSIQ et a appris qu'il est possible d'avoir accès à la liste des entreprises homologuées pour la production d'étiquettes anti-contrefaçon sur le site de l'AQSIQ. A l'heure actuelle, 219 entreprises en Chine sont homologuées pour la production d'étiquettes anti-contrefaçon et au total 723 entreprises ont le droit de produire des étiquettes, des matériels ou des certificats anti-contrefaçon. Par ailleurs, les résultats de recherche sur un seul site internet montre que des milliers de producteurs proposent ces produits, certains pouvant fournir gratuitement le système de contrôle de la véracité des étiquettes anti-contrefaçon.

Des professionnels ont exprimé que cette chaîne de production, de commercialisation et d'identification des étiquettes anti-contrefaçon pourrait ouvrir la porte à des faux produits. Les autorités compétentes doivent renforcer le contrôle depuis l'origine, développer des standards plus stricts, mener des enquêtes régulières auprès des différents producteurs traditionnels ainsi auprès de ceux présents uniquement en ligne etc.

Thématique : étiquette anti-contrefaçon - falsification

Date : le 17 septembre 2016

Source : http://news.xinhuanet.com/food/2016-09/17/c_1119572188.htm

Le Centre National pour les tests OGM est critiqué pour la falsification de rapports de tests – *Une équipe du MOA a été dépêchée pour mener des investigations*

Les 18 et 19 septembre dernier, un ancien étudiant en doctorat d'IAS/CAAS (*Institute of Animal Science / Chinese Academy of Agricultural Sciences*) a publié en ligne un article dénonçant des falsifications qui auraient été réalisées par le Centre National des tests OGM. Le laboratoire où celui-ci avait travaillé est le Centre de test pour les animaux et pour l'alimentation animale OGM près du MOA.

D'après l'ancien étudiant, le laboratoire concerné est un Centre National pour les tests OGM. Actuellement, il existe quelques dizaines de laboratoires de ce type en Chine, tous rattachés à des universités ou à des instituts scientifiques, également responsables de mener des tests OGM. Les centres de test ont un cahier de charge strict et sont inspectés tous les trois ans par une équipe d'experts composée des experts du MOA, de MIIT... L'inspection porte notamment sur leur système de contrôle de qualité, les documents archivés etc.

En mai 2015, son laboratoire a été informé que l'inspection des archives aurait lieu en juillet 2015. L'ancien étudiant a été désigné comme responsable de la préparation de tous les documents d'archives du centre pendant un mois. Hors, sous prétexte que le laboratoire a des tâches scientifiques quotidiennes, toutes les informations nécessaires aux tests OGM assumés par le laboratoire telles que celles sur l'environnement, le contrôle et le réglage des instruments etc. n'ont pas été gardées. Les documents d'archives n'existent nulle part dans le laboratoire. L'ancien étudiant a appris que ce n'est pas le premier cas dans le laboratoire. Lors de la précédente inspection il y a 3 ans, la laboratoire a adopté les mêmes pratiques. Dans l'article, Wei a également révélé les 4 problèmes existants dans le centre des tests OGM : 1) falsification de documents d'archive 2) faux contrat de travail 3) utilisation d'étudiants en master n'ayant pas les compétences nécessaires à la réalisation des tests 4) décalage des missions de tests ou falsification des rapports de test.

Suite à cela, le CAAS a déclaré, le 20 septembre, qu'une équipe du MOA est déjà arrivée à l'IAS/CAAS pour mener des investigations.

Thématique : Centre national des tests OGM - falsification

Date : le 20 septembre 2016

Source : http://epaper.bjnews.com.cn/html/2016-09/20/content_652769.htm (site internet du journal « The Beijing

News »)

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

La Chine produit presque un tiers de la viande mondiale – *L'industrie chinoise de la viande compte néanmoins toujours de nombreux problèmes : la China Meat Association en dresse le constat*

Lors d'une dégustation organisée par le premier producteur de viande chinois Smithfield et Shuanghui, M. CHEN Wei, vice-président et secrétaire général de la *China Meat Association* (CMA) a expliqué que la production annuelle de viande en Chine s'élève à 87 millions de tonnes, soit presque un tiers de la production mondiale de viande (28%), dont plus de 50 millions de tonnes de porc, comptant pour 49% de la production mondiale. La consommation annuelle de viande par personne atteint en Chine 63 kilogrammes (en France, elle atteint 86,3 kilogrammes). Le volume global des importations annuelles de viande dépasse désormais les 25 millions de tonnes. La Chine devrait à horizon 2020 produire 90 millions de tonnes de viande, tandis que la demande nationale devrait atteindre 100 millions de tonnes, laissant ainsi 10 millions de tonnes au marché de la viande importée.

L'industrie de la viande en Chine est toutefois aujourd'hui confrontée à un certain nombre de problèmes parmi lesquels : premièrement, le taux de commercialisation de la viande est relativement bas, puisque seulement moins de la moitié des abats de porc sont traités de façon industrielle avant d'être vendus ; deuxièmement, la majeure partie des entreprises de ce secteur sont des petites entreprises, puisque parmi les 23 000 entreprises d'abats, seules 4 000 abattent en moyenne plus de 50 porcs par jour ; troisièmement, la structure de l'industrie de la viande n'est pas assez adaptée : le porc représente plus de 60% de la viande consommée, la viande à température réfrigérée ainsi que les produits à base de viande restent minoritaires, l'offre en viande de « style occidental » est trop limitée et enfin le type et les gammes de produits sont trop peu diversifiés.

Thématique : Viande – Industrie

Date : le 12 septembre 2016

Source : http://news.xinhuanet.com/food/2016-09/12/c_129277987.htm

La Chine enregistre la plus forte croissance mondiale de vente de boissons énergétiques et énergisantes – *Une hausse marquée par la popularisation de la pratique du sport chez la classe moyenne chinoise*

L'institut d'études Mintel a publié un rapport sur le marché mondial des boissons énergétiques et énergisantes en 2016. Selon ce rapport, la production mondiale de boissons énergétiques et énergisantes a atteint 8,8 milliards de litres en 2015, en augmentation de 10% par rapport à 2014. La Chine enregistre la plus forte augmentation, avec un taux de croissance de 25% et devient ainsi le deuxième plus grand marché mondial, derrière les États-Unis et respectivement devant le Royaume Uni, la Thaïlande et le Vietnam. Cette tendance résulte de l'intérêt grandissant des Chinois pour le sport et les activités de *fitness*, ainsi que le nombre croissant de compétitions sportives organisées chaque année en Chine. Le gouvernement chinois planifie de créer une économie sportive de 850 milliards de CNY d'ici à 2025, fournissant de nombreuses opportunités de sponsoring aux marques de boissons énergétiques et énergisantes, susceptibles d'augmenter leur niveau de notoriété. Ces marques tentent non seulement de répondre aux besoins des athlètes professionnels mais aussi à ceux des consommateurs de la classe moyenne, chez qui la pratique du sport au quotidien est de plus en plus répandue.

Thématique : Boisson sportive et énergétique – Marché

Date : le 13 septembre 2016

Source : <http://www.jiemian.com/article/850202.html>

COFCO se sépare de son Château Junding de la province du Shandong à Penglai en raison de pertes trop importantes – *Son partenaire le groupe Longhua récupère les actions de COFCO et recouvrira les dettes*

Le groupe COFCO a annoncé le 12 septembre 2016 avoir vendu au groupe Shandong Longhua Investissement au prix symbolique de 1 CNY l'intégralité de ses actions du Château Junding, ainsi que 55% de ses actions de l'entreprise Shandong Junding Winery. Shandong Longhua Investissement s'est en retour engagé à recouvrir les dettes de ses deux filiales, estimées à environ 300 millions de CNY. Cette transaction illustre la stratégie du groupe COFCO de se séparer de ses activités déficitaires. Les deux filiales de Junding sont en perte d'activité, en raison de leur positionnement sur le marché haut de gamme qui ne correspond pas aux besoins du marché local.

L'entreprise China Food (filiale du groupe COFCO) avait investi avec le groupe Longhua plus de 300 millions de CNY en 2006 pour construire le Château Junding et son vignoble (par ailleurs doté d'un club de golf), plus grand domaine d'Asie, dans la vallée Nanwang à Penglai, province du Shandong. Cet investissement témoignait de la volonté de COFCO, après la création de la marque Great Wall, de se positionner sur le marché du vin haut de gamme chinois. Depuis la mise en place des mesures anti-corruption en 2013 par le président chinois XI Jinping, la consommation des vins haut de gamme est en baisse et la majeure partie des vins chinois sont vendus à moins de 100 CNY. Les

segments milieu et haut de gamme sont occupés par les vins étrangers.

Thématique : Vin – COFCO

Date : le 14 septembre 2016

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201609/14/t20160914_15903567.shtml

La société Zespri coopère avec la jeune chaîne de boulangerie/brasserie Wagas – L'objectif est de vendre davantage de kiwis en Chine

Le 19 septembre, Zespri et Wagas, chaînes occidentales « healthy » ont annoncé le lancement du "petit-déjeuner Zespri" dans tous les restaurants Wagas et Baker&Spice en Chine pour une période de trois mois. Seront notamment proposés dans le cadre de cette action de promotion, du jus de kiwi, du kiwi tranché en petit pot et un menu comprenant un sandwich et un jus de kiwi. D'après le responsable de Zespri pour le marché chinois, c'est la première fois que Zespri coopère avec une marque de restauration en Chine.

Dans le passé, Zespri avait déjà coopéré avec des restaurants à Hongkong et à Macau. Singapour Airline a également choisi les kiwis Zespri. Par ailleurs, en Chine continentale, pour des raisons de coût, seuls des hôtels 5 étoiles pourraient choisir Zespri comme fournisseur. De plus, le mariage entre le kiwi et la cuisine traditionnelle chinoise est difficile. Wagas compte une cinquantaine de restaurants en Chine. Aux yeux de Zespri, ce type de restaurant, proposant des plats sains, correspond bien à l'idée de fraîcheur et de nutrition portée par Zespri.

Zespri a commencé à exporter des kiwis vers la Chine en 2001. D'après des reportages, en 2016, le groupe exportera en Chine 24 millions de palettes de kiwi par an, soit 17% des ventes mondiales du groupe. Ses canaux de distribution comprennent des supermarchés, des chaînes spécialisées dans la distribution de fruits, des sites de vente en ligne. Zespri cherche à augmenter sa part de marché. En 2015, le groupe a signé un mémorandum avec le gouvernement de la province du Shaanxi pour la production locale de kiwis, dans l'objectif de compenser la période creuse de l'importation de kiwis depuis la Nouvelle Zélande.

Depuis 2016, Zespri importe et commercialise partiellement directement une partie de ses produits en Chine. Suite au développement de la vente en ligne, de plus en plus de fruits importés sont entrés sur le marché chinois. La concurrence s'accroît pour Zespri.

Thématique : kiwis Zespri – restauration occidentale Wagas

Date : le 19 septembre 2016

Source : <http://www.jiemian.com/article/859018.html>

Le projet d'achat d'une entreprise néozélandaise de produits carnés par la société Shanghai Maling (groupe Bright) vient d'être approuvé – Après la transaction, Shanghai Maling détiendra 50% des actions de SFF, le premier transformateur de viande de Nouvelle-Zélande

Le ministre de « Land Information » et le vice-ministre des Finances néo-zélandais ont annoncé, dans un communiqué daté du 20 septembre, que le gouvernement a approuvé le projet d'achat de 50% d'actions par Shanghai Maling de Silver Fern Farm (SFF), le premier transformateur de viande de Nouvelle-Zélande. Il est indiqué dans le communiqué que cette transition peut apporter des bénéfices importants pour la Nouvelle-Zélande, pouvant améliorer la situation financière de SFF et augmenter les exportations. Après la transaction, les actionnaires néo-zélandais disposeront toujours 50% d'action de SFF et pourront avoir des bénéfices sur les fonds provenant du nouvel investisseur.

En septembre 2015, les deux parties s'étaient entendues pour un projet d'achat d'une valeur totale de 311 millions de NZD (équivalent à 191 millions USD). La date de l'approbation pour la transaction, initialement prévue le 30 juin, a été reportée au 30 septembre, le service compétent néo-zélandais traitant des investissements étrangers ayant eu besoin davantage d'informations.

Fondée en 1948, SFF est une entreprise coopérative. Ses actionnaires comprennent plus de 16 000 propriétaires d'élevages bovins, ovins et de cerfs du pays. Le marché chinois figure parmi leurs plus importants marchés d'export.

Thématique : viande – groupe Bright- Shanghai Maling

Date : le 20 septembre 2016

Source : http://news.xinhuanet.com/fortune/2016-09/20/c_1119593305.htm

La société alimentaire d'huile XIWANG Food a pour projet d'acheter 80% d'action de Kerr Investment Holding Co. – Afin de développer le marché chinois des produits de nutrition sportive et de gestion du poids

XiWang Food a diffusé le 20 septembre un communiqué détaillant son projet d'acquisition en cash, avec le Primavera Capital, du groupe canadien Kerr Investment Holding Corp, une des plus importantes sociétés du monde dans le secteur de la nutrition sportive et de la gestion du poids. Le montant total de l'acquisition pourrait atteindre 730 millions USD soit près de 4,9 milliards de CNY. Après cet achat, Xiwang groupe détiendra 80% des actions de Kerr alors que Primavera Capital en détiendra 20%. Plusieurs organismes d'investissements y compris CDH Fund,

Hony Capital du groupe LENOVO, KKR ainsi que des banques d'investissement étrangères ont répondu à l'appel d'offre.

Actuellement, les activités de Kerr sont principalement localisées au Canada et aux Etats-Unis. De plus, le groupe exporte ses produits vers plus de 130 pays. Filiale à 100% de Shandong Xiwang Group, Xiwang Food est le plus important producteur et distributeur d'huile de maïs en Chine. D'après les explications de l'entreprise, l'huile alimentaire restera toujours une des principales activités du groupe. La stratégie de développement du groupe comprend trois étapes : tout d'abord devenir la première marque d'huile de maïs en Chine ; ensuite devenir la première marque d'huile alimentaire haut de gamme en Chine et enfin créer la première marque d'aliments santé en Chine.

D'après une étude de Roland Berger de mai dernier : en 2015, le marché chinois des produits de nutrition sportive et de gestion du poids atteignait 1,6 milliard USD, loin derrière l'Amérique du nord mais avec une forte augmentation. De plus en plus de Chinois pratiquent des sports à l'occidentale et accordent une attention croissante à la gestion de leur poids. Il est prévu que, d'ici jusqu'à 2020, le taux de croissance annuel pour les produits de nutrition sportive pourrait atteindre 15% et celui des produits de gestion de poids serait de 10%.

Thématique : Groupe Xiwang – achat

Date : le 20 septembre 2016

Source : <http://company.stcn.com/2016/0920/12885959.shtml>

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

17 000 bouteilles de vin fabriquées dans la province du Yunnan destinées au marché international – C'est la première fois que du vin du Yunnan entre sur le marché international du vin haut de gamme

Moët Hennessy a récemment annoncé que plus de 17 000 bouteilles de vin fabriquées dans la province du Yunnan ont été exportées avec succès vers la France, les Etats-Unis, le Japon, Singapour etc. Ces vins de la série Ao Yun (敖云) sont produits par la société « Shangri-La Winery », fondée par Moët Hennessy, dans le district de Deqin à 2500 mètres d'altitude, avec des cépages de cabernet sauvignon et de cabernet franc. Le domaine dispose d'un vignoble de 27 hectares et a construit l'an dernier une ligne de production de vin d'une capacité annuelle de plus de 220 tonnes. Ces bouteilles seront vendues sur les marchés des vins haut de gamme à des prix pouvant atteindre 300 USD/bouteille.

Thématique: Vin – Exportation – Moët-Hennessy

Date : le 14 septembre 2016

Source : http://www.pt9.cn/news_display.asp?newsid=22897&id=0

Le guide rouge Michelin lance sa première édition des restaurants de Shanghai – C'est la 28^{ème} édition mondiale du guide et la première en Chine continentale

Le guide rouge Michelin a été publié pour la première fois en Chine continentale le 21 septembre 2016, avec une première édition dans la métropole de Shanghai. Lors d'une conférence de presse le groupe Michelin a dévoilé les noms et le nombre de restaurant primés. Au total, 51 enseignes ont été discernées. Le restaurant de cuisine cantonaise T'ang Court (唐阁) a reçu la plus haute distinction (3 étoiles). 7 restaurants se sont vu attribuer 2 étoiles, dont 3 restaurants occidentaux parmi lesquels l'Atelier du chef français Joël Robuchon, ainsi que Canton 8 (喜粤 8号) prisé pour son menu très accessible. 18 restaurants ont reçu 1 étoile. Le guide Michelin a également décerné le Bib Gourmand à 25 restaurants de la ville. Certains bloggeurs, commentateurs représentant le gouvernement chinois et les associations locales regrettent le faible nombre de restaurant shanghaiens (5) et (accessoirement) français (3) dans cette liste par rapport aux 8 restaurants cantonais primés.

Thématique: Restauration – Guide Michelin

Date: le 21 septembre 2016

Source : <http://news.163.com/16/0921/13/C1G8S2QL000146BE.html> (énorme couverture de la presse chinoise sur ce lancement)

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

AQSIQ	General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the People's Republic of China
BDSI	Fédération professionnelle de la confiserie allemande
CAAS	Chinese Academy of Agricultural Sciences
CMA	China Meat Association
CNY	RMB, ChinaYuan, devise chinoise
COFCO	China National Cereals, Oils and Foodstuffs Corporation
FDA	Food and Drug Administration
IAS	Institute of Animal Science
MIIT	Ministry of Industry and Information Technology of the People's Republic of China
MOA	Ministry of Agriculture of the People's Republic of China
MOAH	Mineral Oil Aromatic Hydrocarbons
NZD	New Zealand Dollar
OGM	Organisme Génétiquement Modifié
SFF	Silver Fern Farm
USD	United States Dollar

Pour toute question ou suggestion relative à cette veille, nous vous remercions d'adresser un courriel à : pekin@businessfrance.fr

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

Rédacteurs : GAO Xing – Prospectrice Agrotech bureau de Shenzhen
LI Ying – Conseillère export réglementaire Agrotech bureau de Pékin
Laure Elsaesser – Conseiller Export agrotech bureau de Pékin
Antoine Oustrin – Prospecteur Agrotech bureau de Shanghai
Hélène Hovasse – Chef de pôle agrotech Chine
Farah Fliti – Chef de projet informations réglementaires Asie (hors ASEAN) – Océanie – TOM

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

© 2016 – Business France

© 2016 – Business France

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

Clause de non-responsabilité

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