



VEILLE SANITAIRE SUR LA CHINE

SOMMAIRE

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

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

[Danish Crown a investi 40 millions d'euros pour construire une usine de transformation de viande de porc à Shanghai](#) – Vers un élargissement de sa chaîne de valeur

[Nouvelles opportunités d'export vers la Chine pour les usines de transformation de viande au Brésil](#) – De janvier à octobre 2016, la quantité de bœuf brésilien importé par la Chine représente 37.3% des exportations totales de bœuf du Brésil

[Biostime va lancer une nouvelle marque de poudre de lait bio en Chine](#) – Le marché des produits bio pour bébé dispose d'un grand potentiel, mais reste limité pour le moment

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

[Sinograin fait l'acquisition de la China National Cotton Reserves Corporation](#) – Le groupe d'état sera désormais en charge de l'achat et du stockage des céréales, des huiles et du coton

[Le groupe de viande WH Group fait l'acquisition de l'entreprise américaine Clougherty Packing](#) – La quantité de viande importée par Shuanghui (WH Group) devrait atteindre un nouveau record

[De nombreux vins importés changent leurs étiquettes en Chine](#) – C'est le prix à payer pour protéger leurs marques sur le marché chinois

[Hausse des ventes en ligne de produits agroalimentaires en Chine](#) – Un nouveau format de la distribution moderne

[Dan Murphy's se prépare à entrer sur le marché chinois](#) – Le géant australien de la vente au détail de vins prépare son entrée en Chine

[Treasury Wine Estates \(TWE\) autorise ses agents à ouvrir des flagship stores de la marque Penfolds en Chine](#) – Certains agents hésitent à se positionner comme distributeur exclusif de Penfolds

[Forte croissance des quantités importées de produits de snacking en Chine en 2016](#) – Les consommateurs chinois se tournent vers les produits de snacking importés, réputés meilleurs pour la santé

[La Chine et la Nouvelle-Zélande ont annoncé le lancement de nouvelles négociations sur leur accord de libre-échange](#) – La Nouvelle-Zélande est le premier pays développé à avoir signé un accord de libre-échange avec la Chine

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

[Après avoir acheté 7 domaines de Bordeaux, le groupe chinois Huiyuan commence à négocier pour acheter un domaine Grand Cru](#) - Huiyuan accélère son entrée dans le domaine du vin

[Le festival du Beaujolais Nouveau s'est tenu à Shanghai](#) – C'est la deuxième édition de cet événement et cela souligne l'intérêt pour le Beaujolais Nouveau en Chine

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

Danish Crown a investi 40 millions d'euros pour construire une usine de transformation de viande de porc à Shanghai – Vers un élargissement de sa chaîne de valeur

Le directeur de Danish Crown explique que cet investissement a pour objectif de satisfaire les besoins croissants du marché chinois. Les comportements d'achat des consommateurs chinois s'occidentalisent. Ils disposent notamment de moins de temps pour cuisiner et sont de plus en plus demandeurs de produits de haute qualité. Afin de saisir cette opportunité et d'élargir leur chaîne de valeur en Chine, Danish Crown, qui était initialement un fournisseur de matières premières, a décidé d'effectuer cet investissement afin de se lancer dans la production de produits finis directement sur le marché chinois.

Danish Crown aura cependant à relever des défis, notamment en raison de la tendance à la baisse de la consommation de viande de porc et à la surabondance des produits carnés sur le marché chinois. Danish Crown aura également besoin de gagner la confiance des consommateurs chinois.

Thématique : Porc – Investissement – Marché chinois – Shanghai

Date : le 18 novembre 2016

Source : <http://www.guojixumu.com/newsall.aspx?cid=500&id=8743>

Nouvelles opportunités d'export vers la Chine pour les usines de transformation de viande au Brésil – De janvier à octobre 2016, la quantité de bœuf brésilien importé par la Chine représente 37,3% des exportations totales de bœuf du Brésil.

Selon la presse brésilienne, la croissance des revenus des consommateurs chinois ainsi que la hausse de la consommation de viande en Chine constituent des nouvelles opportunités d'export, pour les usines de taille intermédiaire de transformation de viande au Brésil. M. LI Shuilong de la China Meat Association (CMA) en déplacement au Brésil, a visité les usines de transformation de viande de l'association brésilienne des produits frigorifiques (Abrafrigo). Il a indiqué le 17 novembre que ces sites de production correspondaient aux exigences chinoises et pouvaient ainsi exporter leurs produits vers la Chine.

Actuellement, le Brésil compte 19 usines de transformation de viande autorisées à exporter du bœuf vers la Chine, mais elles appartiennent toutes à des grandes entreprises. Or, les entreprises de taille intermédiaire souhaitent également exporter de la viande vers la Chine. La CMA et Abrafrigo ont entamé leur coopération en 2014 afin d'aider la croissance de production des usines brésiliennes, répondre à la forte demande des consommateurs chinois et ont signé à cet effet en 2015 un accord de coopération au cours de la CIMIE.

Thématique : Bœuf brésilien – Import / Export – Marché chinois – CMA – Abrafrigo

Date : le 22 novembre 2016

Source : http://www.br-cn.com/news/br_news/20161122/75815.html

Biostime va lancer une nouvelle marque de poudre de lait bio en Chine – Le marché des produits bio pour bébé dispose d'un grand potentiel, mais reste limité pour le moment

Biostime a annoncé le 21 novembre le lancement sur le marché chinois de la marque américaine de poudre de lait bio Healthy Times. Cette marque produit essentiellement des compléments alimentaires pour enfants ainsi que des poudres de lait infantiles. Ses produits sont commercialisés aux Etats-Unis dans les chaînes de supermarchés comme Whole Foods, Mothers et Sprouts ainsi que dans plus de 2000 magasins de produits pour la santé, mais aussi dans d'autres pays comme Singapour.

Les poudres de lait bio de la marque Healthy Times sont issues d'élevages laitiers biologiques situés en France. Le processus de production doit respecter les exigences des organismes de certification biologique de l'UE ainsi que de la Chine. Le groupe Biostime commercialise ses marques en Chine sur trois segments : Adimil sur le segment d'entrée de gamme, Biostime pour le milieu de gamme et enfin désormais Healthy Times sur le segment haut de gamme. L'objectif de vente de Healthy Times sur le marché chinois pour l'année prochaine a été fixé à 100 millions de RMB.

Le marché des poudres de lait bio est en fort développement en Chine, avec l'introduction cette année de 5 nouvelles marques en provenance notamment de France, des Pays-Bas, de Suisse et du Danemark, et plus d'une dizaine de marque bio étaient présentes lors de l'exposition CBME 2016 à Shanghai. Pour le moment, le marché des poudres de lait infantiles bio n'est évalué qu'à 10 milliards de RMB, mais l'arrivée récente de grandes marques pourrait marquer son développement.

Thématique : Lait en poudre bio – Biostime – Healthy Times

Date : le 23 novembre 2016

Source : http://zqrb.ccstock.cn/html/2016-11/23/content_230185.htm

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

Sinograin fait l'acquisition de la China National Cotton Reserves Corporation (CNCRC) – Le groupe d'état sera désormais en charge de l'achat et du stockage des céréales, des huiles et du coton

L'organisme des groupes d'Etat chinois, la SASAC a annoncé le 23 novembre dernier que la China National Cotton Reserves Corporation (CNCRC) allait fusionner avec Sinograin pour devenir une filiale de ce dernier. Ainsi, en plus des huiles et des céréales, le groupe Sinograin sera désormais également en charge de l'achat et du stockage du coton pour la Chine. Cette opération devrait consolider sa position de numéro 1 mondial dans le domaine des achats et du stockage. En effet, 70% du stock national chinois de céréales est géré par Sinograin. En 2015, la quantité totale des achats et des ventes de céréales du groupe s'élevait à 270 millions de tonnes. Fin 2015, le capital de Sinograin était de 1126,3 milliard de RMB. Avec 44 000 employés et 344 entrepôts en gestion directe, Sinograin a réalisé en 2015 un chiffre d'affaires de 154,3 milliards de RMB.

Créé en 2003, la CNCRC assure quant à elle la gestion des achats et le stockage du coton pour la Chine, et dispose de 16 entrepôts en gestion directe. Cependant, la politique nationale d'achat et de stockage du coton supprimée en 2014 a engendré une diminution importante de la quantité de coton gérée par la CNCRC.

Thématique : Coton – CNCRC – Sinograin

Date: le 24 novembre 2016

Source: http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201611/24/t20161124_18093443.shtml

Le groupe de viande WH Group fait l'acquisition de l'entreprise américaine Clougherty Packing – La quantité de viande importée par Shuanghui (WH group) devrait atteindre un nouveau record

Selon un communiqué publié le 22 novembre par WH Group, sa filiale Smithfield Foods (ndt : racheté par WH il y a deux ans) va faire l'acquisition de Clougherty Packing pour 145 millions USD. Clougherty est un producteur et transformateur de viande porcine très bien implanté dans l'Ouest des Etats-Unis. Créée en 1931 et employant actuellement 2000 personnes, cette entreprise a une capacité d'abattage quotidien de 7400 têtes. Son chiffre d'affaires annuel s'élève à 500 millions USD. Ses principaux produits sont les saucisses pour hot-dog, le bacon, les saucisses, le jambon et le jambon fumé. Ses fermes d'élevage situées dans plusieurs états de l'Ouest des États-Unis vont également être intégrées dans l'entreprise Smithfield Foods. Cette opération devrait non seulement augmenter les revenus de Smithfield Foods, lui permettre d'acquérir de nouveaux clients et d'entrer sur le marché de l'Ouest des États-Unis, mais aussi faciliter les exportations vers la Chine, directement depuis la côte Ouest.

Actuellement, le prix du porc se situe actuellement à 19,5 RMB le kilo (environ 3 USD), tandis qu'aux Etats-Unis, il atteignait 1,11 USD le kilo.

Thématique : Porc –WH Group-Shuanghui – Clougherty – Smithfield Foods

Date : le 22 novembre 2016

Source : <http://www.yicai.com/news/5164832.html>

De nombreux vins importés changent leurs étiquettes en Chine – C'est le prix à payer pour protéger leurs marques sur le marché chinois

Récemment de nombreuses marques de vins étrangères parmi lesquelles Lafite et Penfolds ont effectué des changements d'étiquettes afin d'augmenter le niveau de reconnaissance de leurs marques mais aussi afin de lutter contre la contrefaçon. Selon un professionnel de l'industrie, ceci reflète l'évolution du marché vers une segmentation entre grandes marques.

Au cours de la cérémonie de lancement des nouveaux produits de la marque Penfolds du groupe Treasury Wine Estates, le vin haut de gamme « RWT » a officiellement changé son étiquette. En dessous des trois lettres majuscules de RWT, a été rajoutée la mention « BIN798 », alors que ni le produit, ni son prix n'ont changé. En septembre 2016, le groupe Lafite Rothschild avait également remplacé les étiquettes de ses vins Lafite « Légende » pour cinq produits, en conservant le logo à 5 flèches et en ajoutant des éléments sur chaque vignoble pour les différents vins, afin de mettre en avant la singularité de chaque produit. Le groupe Castel avait lui aussi changé ses étiquettes, étant donné que son ancienne étiquette en chinois (卡斯特 Ka Si Te) avait été déposée par un tiers (M. Li Daozhi), également possesseur de la marque Penfolds en chinois. Actuellement, l'étiquette en chinois ainsi que le nom de l'entreprise Castel sont tous les deux au nom de Kasi Daile(卡思黛乐). Certains distributeurs se sont plaints auprès de TWE, car ils n'ont pas obtenu l'autorisation pour l'utilisation de la marque Penfolds tant et si bien qu'ils vendent encore des marchandises authentiques avec les vieilles étiquettes.

Thématique : Changement d'étiquette – Penfolds – Lafite – Castel

Date : le 23 novembre 2016

Source : http://epaper.bjbusiness.com.cn/site1/bjsb/html/2016-11/23/content_353940.htm?div=-1

Hausse des ventes en ligne de produits agroalimentaires en Chine – Un nouveau format de la distribution moderne

Le chiffre d'affaires réalisé au cours du festival « 11. 11 » a atteint cette année 120,7 milliards de RMB, montrant le succès toujours soutenu des ventes en ligne, un nouveau format de distribution. Parmi ces ventes, les produits agroalimentaires occupent une place tout à fait significative. Selon M. ZHANG Ruidong, expert du centre de recherche du groupe Alibaba, les ventes de produits agroalimentaires ont connu une évolution très importante ces dernières années, passant de 7 milliards de RMB en 2010 sur la plateforme Taobao à 70 milliards de RMB en 2015. Les jujubes constituant le produit le plus vendu, avec un CA total de 2 milliards de RMB cette même année.

Profitant de cette tendance, les plateformes de ventes en ligne de produits frais sont également en fort développement, notamment Yiguo, premier opérateur de E-commerce de produits frais en Chine. Créé en 2005, le groupe commercialise sur sa plateforme des fruits, des produits laitiers, des fruits de mer, de la viande ainsi que du vin. Le groupe Alibaba a investi dans Yiguo en 2011, ce dernier étant ainsi devenu le fournisseur unique des produits frais pour le E-supermarché de Tmall (天猫超市 <https://chaoshi.tmall.com>) et Miao (喵鲜生 <https://miao.tmall.com>). La société compte actuellement 20 millions d'utilisateurs (mobile, site internet et plateforme Tmall), 1000 grands comptes professionnels et propose à la vente un total de 3200 SKUs, dont 50% de produits importés.

Thématique : E-commerce - Produits agroalimentaires – Tmall – Yiguo

Date: le 24 novembre 2016

Source: <http://www.cnfood.cn/n/2016/1124/97281.html>

Dan Murphy's se prépare à entrer sur le marché chinois – Le géant australien de la vente au détail de vins prépare son entrée en Chine

Dans le cadre de sa stratégie d'internationalisation, Dan Murphy's a décidé de se lancer sur le marché chinois en raison des nombreuses opportunités dans le secteur. L'avantage majeur de l'entreprise est son modèle intégré puisqu'elle combine les activités d'entreposage, la vente en gros et au détail.

Dan Murphy est la première chaîne de boutiques spécialisées sur les vins en Australie avec un réseau de 200 magasins physiques pour un chiffre d'affaires de 10 millions de AUD. Le second point fort de Dan Murphy's est le prix des produits proposés : au vu de ses relations avec ses fournisseurs, l'entreprise peut assurer à ses clients que, pour le même produit, son prix est le plus bas du marché. Au vu de la complexité du marché du vin en Chine, il est cependant difficile d'évaluer à ce stade son impact sur le marché chinois.

A noter que Dan Murphy's appartient au groupe WLG, groupe qui a acquis la société d'importation Summergate en 2014.

Thématique : Vente en détail – Vin – Marché chinois

Date : le 24 novembre 2016

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2016/11/3-70460.html>

Treasury Wine Estates (TWE) autorise ses agents à ouvrir des flagship stores de la marque Penfolds en Chine – Certains agents hésitent à se positionner comme distributeurs exclusifs de Penfolds

Selon Tommy Tse, manager des relations publiques de la zone Asie du Nord chez TWE, TWE a jusqu'à présent ouvert une trentaine de magasins physiques de la marque Penfolds en Chine. Ces magasins vendent les vins de TWE, comme par exemple les marques Penfolds, Wolf Blass, Rawson's Retreat et Beringer.

Chaque agent franchisé a son propre modèle de coopération avec TWE, mais pour chaque magasin, TWE fournit le plan de conception, les vitrines d'exposition et les comptoirs de présentation, tandis qu'ils se chargent eux-mêmes de chercher les capitaux pour le fonctionnement quotidien des magasins.

Néanmoins, étant donné la difficulté d'ouvrir des magasins physiques en coopération avec leurs agents, TWE encourage ses importateurs chinois à ouvrir eux-mêmes des magasins physiques en respectant la politique de prix des produits.

Thématique : Penfolds – Treasury Wine Estates – Magasins de vin – Agents chinois

Date : le 22 novembre 2016

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2016/11/3-70423.html>

Forte croissance des quantités importées de produits de snacking en Chine en 2016 – Les consommateurs chinois se tournent vers les produits de snacking importés, réputés meilleurs pour la santé

Selon le bureau d'inspection et de quarantaine de la ville de Ningbo (Zhejiang), pour les dix premiers mois de l'année 2016, les importations de produits alimentaires en Chine ont augmenté de 15,6% en volume par rapport à la même période sur l'année précédente, avec notamment une forte croissance des importations de produits de snacking

(+130% pour les biscuits et gâteaux, +50% pour les produits en conserve, 30% pour les boissons, bonbons, fruits secs sucrés).

Ces dernières années, avec le développement économique ainsi que l'augmentation du niveau de vie, de plus en plus de consommateurs chinois commencent à s'intéresser aux snacks importés. La plupart de ces snacks est à faible teneur en sel et en sodium et contient moins de matière grasse. Cela correspond bien aux grandes tendances de consommation alimentaire des Chinois, en recherche de produits « meilleurs » pour la santé.

En même temps, le bureau d'inspection et de quarantaine rappelle aux consommateurs qu'il est nécessaire de connaître la réglementation relative à la sécurité sanitaire lors de l'achat de snacks importés.

Thématique : Produits alimentaires – Snacks – forte croissance

Date : le 23 novembre 2016

Source : http://news.cnr.cn/native/city/20161123/t20161123_523285392.shtml

La Chine et la Nouvelle-Zélande ont annoncé le lancement de nouvelles négociations sur leur accord de libre-échange – *La Nouvelle-Zélande est le premier pays développé à avoir signé un accord de libre-échange avec la Chine*

Le 20 novembre 2016, lors du sommet de l'APEC à Lima au Pérou, M. GAO Hucheng, le Ministre du Commerce chinois, et M. Todd McClay, le Ministre du Commerce néo-zélandais, ont annoncé le lancement de négociations pour le renouvellement et l'élargissement des accords de libre-échange signés entre la Chine et la Nouvelle-Zélande en 2008.

Selon « les conseils de l'ONU sur l'avancement de l'accord de libre-échange entre la Chine et la Nouvelle-Zélande », cette négociation abordera de nouveaux champs d'application parmi lesquels le commerce des services, les politiques de la concurrence, le commerce en ligne, les coopérations sur l'agriculture, l'environnement, les barrières techniques dans le commerce, les coopérations sur les procédures douanières et la facilitation du commerce. La première session de négociations se tiendra au premier semestre 2017.

Thématique : APEC – Accords de libre-échange Chine - Nouvelle Zélande

Date : le 21 novembre 2016

Source : <http://www.mofcom.gov.cn/article/ae/ai/201611/20161101842671.shtml>

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

Après avoir acheté 7 domaines de Bordeaux, le groupe chinois Huiyuan commence à négocier pour acheter un nouveau Grand Cru - *Huiyuan accélère son entrée dans le domaine du vin*

Selon le directeur général du département vin au sein du groupe Huiyuan M. ZHANG Chuanliang, Huiyuan a complété les achats initiés en 2014 de 7 domaines de Bordeaux, dont le Château Perrin d'Hoge et le Château La Fleur Jonquet, et les procédures sont toujours en cours pour l'acquisition de 4 autres châteaux. Ces 11 domaines se trouvent principalement à Pomerol, Saint-Emilion et Graves. Huiyuan est également en discussion pour le rachat d'un Grand Cru à Saint-Emilion ou dans le Médoc. Le groupe Huiyuan, spécialisé dans les jus de fruits, est actif dans l'industrie viticole depuis 2012. Le groupe construit actuellement un site de production de vin dans la province du Shandong, et a investi dans un vignoble dans la province du Jilin.

Selon M. ZHANG, les consommateurs chinois se détournent des alcools forts locaux au profit du vin, ainsi la demande sur ce segment devrait continuer d'augmenter fortement. Le rachat de domaines s'inscrit dans une stratégie de contrôle du produit, de la production à la vente. Les vins du « vieux continent » sont les plus appréciés des consommateurs chinois, tout particulièrement ceux de Bordeaux, et les relations franco-chinoises sont bonnes et stables, justifiant également ces achats de domaines.

Les canaux de distribution en place seront conservés, mais l'accent sera désormais mis sur le marché chinois. Sur une production totale de 3 millions de bouteilles produites par les 11 châteaux acquis ou en cours d'acquisition, Huiyuan prévoit d'en vendre 2 millions en Chine.

Par ailleurs, selon une étude publiée dans le journal Sud-Ouest du 22 novembre 2016, plus de 120 propriétés du vignoble bordelais sont sous pavillon chinois, pour une superficie dépassant les 3 300 hectares représentant 3% du vignoble.

Thématique : Huiyuan – Rachat de domaine – Grand Cru – Bordeaux

Date : le 18 novembre 2016

Source : <http://www.wbo529.com/a/yaowen/toutiao/2016/1118/1164.html> et journal Sud Ouest 22/11/2016

Le festival du Beaujolais Nouveau s'est tenu à Shanghai – *C'est la deuxième édition de cet évènement, et cela souligne l'intérêt pour le Beaujolais Nouveau en Chine*

Le 17 novembre 2016, le festival du Beaujolais Nouveau a eu lieu à Shanghai, organisé par Eaemall, plateforme de ventes en ligne par *cross border trading* de la compagnie China Eastern. La dégustation s'est tenue sur les Cool Docks au sud du Bund. C'est la deuxième fois que Eaemall introduit le Beaujolais Nouveau en Chine. Le Directeur Général Logistique de Eaemall, M. LI Jiupeng ainsi qu'une représentante du Consulat Général de France à Shanghai ont inauguré ensemble le lancement de cet évènement. En 2015, Eaemall avait introduit pour la première fois le Beaujolais Nouveau en Chine et face au succès de l'opération, les quantités de Beaujolais Nouveau proposées cette année ont été multipliées par 5.

Eaemall combine les ventes en B2C et en B2B. Le B2C s'appuie principalement sur Taobaozhongchou (financement participatif de Taobao) et a doublé ses ventes en un an. Le B2B repose quant à lui sur une coopération avec les supermarchés comme City Shop et les enseignes de ventes en ligne comme Benlai.com. Cette année, Eaemall a également transporté 181 tonnes du Beaujolais Nouveau vers le Japon et la Corée du Sud et a déjà atteint ses objectifs de vente de Beaujolais Nouveau pour cette année. Eaemall est un modèle de transformation réussie de la logistique de China Eastern Airlines, fondé sur le principe d'une chaîne d'approvisionnement « du lieu de production à la table », visant à introduire en Chine des produits de haute qualité en provenance du monde entier.

Thématique : Beaujolais Nouveau – Eaemall – China Eastern

Date : le 18 novembre 2016

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2016/11/1-70373.html>

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

APEC	Asia-Pacific Economic Cooperation
AUD	Dollar Australien
CBME	Children Baby Maternity Expo
CIMIE	China International Meat Industry Exhibition
CMA	China Meat Association
CNCRC	China National Cotton Reserves Corporation
ONU	Organisations des Nations Unies
RMB	Chinese Renmibi, devise chinoise
SASAC	State-owned Assets Supervision and Administration Commission
SKU	Stock Keeping Unit (Unité de Gestion des Stocks)
TWE	Treasury Wine Estates
USD	Dollar des Etat-Unis

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 : Laure Elsaesser – Conseillère Export Agrotech bureau de Pékin
Juliette Caron – Prospectrice Agrotech bureau de Pékin
Antoine Oustrin – Prospecteur Agrotech bureau de Shanghai
Fanny DING - Agrotech bureau de Pékin
DENG Yanxia – Agrotech bureau de Shenzhen
Emilie Ngo Bakongo – 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.