



VEILLE SANITAIRE SUR LA CHINE

SOMMAIRE

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

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

[Publication de l'amendement de la « mesure sur la vente exclusive du sel alimentaire »](#) – Elle annule et remplace la version de 1990

[Monster Beverage a gagné son procès sur la propriété intellectuelle en Chine](#) – La marque en chinois avait été déposée et revendue plusieurs fois en Chine depuis 2003

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

[Hema Fresh devrait ouvrir 30 nouveaux magasins à Pékin en 2018](#) – 7 Fresh, Su Fresh et Super Species devraient également inaugurer de nouveaux magasins afin de renforcer leur position concurrentielle et accroître leurs parts de marché en Chine

[Tianjin, premier port chinois d'importation de viande en 2017 en volume](#) – L'Union Européenne est le premier fournisseur de produits alimentaires pour le port de Tianjin

[Acquisition de 12,5% des actions de l'entreprise viticole chilienne VSPT par le groupe chinois Yanghe](#) – Sidus wine, marque de vin de Yanghe, est actuellement le vin chilien le plus vendu en Chine

[Les bières haut de gamme de plus en plus appréciées des consommateurs chinois](#) – Le groupe Carlsberg devrait investir 67 millions d'EUR sur le marché chinois afin de promouvoir ses marques de bière premium

[Le marché chinois du e-commerce des aliments frais a atteint un volume d'affaires d'environ 18 milliards d'EUR en 2017](#) – La priorité sera mise sur la consolidation de la chaîne d'approvisionnement et l'amélioration des services logistiques pour 2018

[Autorisation pour les investissements étrangers dans les zones de libre-échange pour l'achat et la vente en gros de céréales, de blé et de maïs](#) – Suite à l'amendement en 2017 du catalogue des investissements étrangers

[Plusieurs laiteries s'orientent vers la production de lait infantile liquide destiné à la Chine](#) – Projet de Bright Dairy pour la création d'une nouvelle usine en Nouvelle-Zélande

[Forte augmentation des importations en Chine des fruits de mer depuis la Norvège en 2017](#) – En 2025, la valeur des exportations de fruits de mer depuis la Norvège vers la Chine devrait s'élever à 10 milliards de CNY

[Acquisition conjointe d'une marque française de l'alimentaire par Sanyuan et Fosun](#) – La transition aura lieu le 15 janvier 2018

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

[JD s'engage à vendre sur sa plateforme de e-commerce pour 2 milliards d'EUR de produits français d'ici à fin 2019](#) – En 2017, les ventes de marques françaises sur la plateforme de JD ont augmenté de 200%

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISÉS

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

Publication de l'amendement de la « mesure sur la vente exclusive du sel alimentaire » – Elle annule et remplace la version de 1990

Le 26 décembre 2017, le gouvernement chinois a diffusé l'amendement de la « mesure sur la vente exclusive du sel alimentaire », immédiatement entré en vigueur. Cette version annule et remplace la version précédente de mars 1990 du Conseil des Affaires d'Etat chinois.

Selon les mesures du « Plan de la réforme du système de l'industrie du sel » relatives notamment à l'exclusivité de la vente de sel alimentaire, au système de fixation du prix du sel, à la suppression du contrôle planifié de la production, du transport et de la vente, la présente mesure consiste à améliorer de façon concrète le système de vente exclusive du sel :

- Les autorités compétentes provinciales se chargent de l'accréditation des entreprises pour la production et la vente en gros de sel ;
- Pour les producteurs de sel demandant le permis de la vente en gros de sel, les autorités compétentes locales doivent leur délivrer un permis de vente en gros de sel après audit ; les grossistes sont autorisés à distribuer le sel dans un cadre réglementé par l'Etat ; les opérateurs ont le droit de fixer eux-mêmes le prix de vente du sel alimentaire ;
- Certains articles de l'ancienne version sont supprimés, comme par exemple ceux concernant le contrôle central de la production, la distribution en gros, la répartition, le transport, ainsi que la livraison de permis de transport pour le sel alimentaire.

De plus, la nouvelle réglementation vise à améliorer le système d'approvisionnement en sel. Les autorités compétentes provinciales ont l'obligation d'établir un système de stockage du sel ; les producteurs et grossistes de sel ont la responsabilité du stockage au niveau de leur entreprise. Les gouvernements locaux doivent pouvoir assurer l'approvisionnement de sel alimentaire pour les régions lointaines et les régions minoritaires. De plus, cette réglementation a également renforcé les mesures de contrôle sur la sécurité sanitaire du sel alimentaire.

Thématique : sel alimentaire - vente exclusive - réglementation

Date : le 4 janvier 2018

Source : http://www.gov.cn/premier/2018-01/04/content_5253181.htm

Monster Beverage a gagné son procès sur la propriété intellectuelle en Chine – La marque en chinois avait été déposée et revendue plusieurs fois en Chine depuis 2003

D'après un dernier jugement de la Cour de la propriété intellectuelle de la municipalité de Pékin au sujet d'un procès entre Monster Beverage et le Bureau de la marque de SAIC, le plaignant (Monster Beverage) a gagné. L'accusé (Bureau de la marque de SAIC) doit annuler sa décision en date du 21 janvier 2016 sur l'enregistrement de la marque “怪兽” (“guai-shou” en pinyin, traduction en chinois pour la marque “Monster”) pour les bières et sur les boissons non alcoolisées. Détenu par la société Mantesi Beverage depuis mai 2015, la marque “怪兽” avait auparavant été détenue successivement par deux autres sociétés chinoises. En 2014, Mantesi Beverage a lancé sur le marché chinois des produits similaires à ceux de Monster tant en termes d'emballage qu'en nature de produit.

D'après le droit chinois de la propriété intellectuelle, dans le cas où une marque déposée n'a pas été utilisée pendant trois années consécutives, le bureau de la marque doit demander au propriétaire de la marque de corriger ou de supprimer la marque déposée. La Cour de la propriété intellectuelle de la municipalité de Pékin considère que Mantesi Beverage n'a pas pu prouver l'utilisation réelle de la marque “怪兽” entre août 2011 et août 2014, donnant ainsi raison à Monster Beverage. Cela signifie que ce dernier pourra redéposer la marque “怪兽” en Chine.

Créé en 2002, Monster est le deuxième plus important producteur de boissons énergétiques aux Etats-Unis. En 2015, Coca-Cola a racheté 16,7% des actions de Monster pour 2,15 milliards USD. L'acquisition de la marque “怪兽” participera à faire rayonner la notoriété de Monster en Chine et aidera le groupe à lutter contre les marques frauduleuses.

Thématique : marque - propriété intellectuelle - Monster - Coca-cola

Date : le 10 janvier 2018

Source : <http://www.jiemian.com/article/1870420.html>

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

Hema Fresh devrait ouvrir 30 nouveaux magasins à Pékin en 2018 – 7 Fresh, Su Fresh et Super Species devraient également inaugurer de nouveaux magasins afin de renforcer leur position concurrentielle et accroître leurs parts de marché en Chine

Hema Fresh est un magasin d'aliments frais qui combine le commerce en ligne et hors ligne en O2O. En plus d'être un magasin physique et un restaurant, cet établissement propose également un service de commande en ligne et de livraison rapide de repas et d'aliments frais à domicile. Les produits alimentaires de qualité, tels que les fruits de mer haut de gamme, les fruits et légumes importés, sont les principaux produits proposés.

Ces derniers jours, Hema Fresh a annoncé son projet d'ouvrir à Pékin 30 nouveaux magasins avec une surface de 5000 à 10 000 m² en 2018 afin de répondre à la demande croissante pour les produits de haute qualité sur le marché chinois. Suite à l'ouverture du 1er magasin Hema Fresh à Shanghai en janvier 2016, cette chaîne d'aliments frais dispose actuellement de 25 magasins répartis dans 7 villes chinoises.

Parallèlement, plusieurs entreprises offrant des services similaires à ceux de Hema Fresh, telles que 7 Fresh de JD, Su Fresh de Suning et Super Species de Yonghui Superstores, devraient également inaugurer de nouveaux magasins dans plusieurs villes chinoises afin de renforcer leur position concurrentielle et accroître leurs parts de marché sur ce nouveau segment très concurrentiel de la distribution en Chine.

Thématique : ouverture - Hema Fresh - aliment frais - commerce en ligne/hors ligne - O2O - position concurrentielle - part de marché

Date : le 04 janvier 2018

Source : <http://www.bbtnews.com.cn/2018/0104/225053.shtml>

Tianjin, premier port chinois d'importation de viande en 2017 en volume – L'Union Européenne est le premier fournisseur de produits alimentaires pour le port de Tianjin

Selon les données officielles publiées par les douanes de la ville de Tianjin, en 2017, le port de Tianjin a importé 1,25 millions de tonnes de viande, le plaçant ainsi comme premier port chinois d'importation de viande en quantité. Les importations chinoises de produits alimentaires via le port de Tianjin ont atteint 4,61 millions de tonnes pour une valeur de 6,18 milliards d'USD. Les huiles alimentaires végétales, la viande, le riz et les céréales, les produits laitiers et les boissons alcoolisées sont les produits alimentaires les plus importés.

Actuellement, une centaine de pays et régions exportent leurs produits alimentaires vers la Chine via le port de Tianjin : l'Union Européenne, l'ASEAN, la Nouvelle-Zélande, le Canada et le Brésil sont les cinq premiers.

ASEAN : Association des nations de l'Asie du Sud-Est

Thématique : Tianjin - importation - viande - douanes - produit alimentaire - Union Européenne

Date : le 05 janvier 2018

Source : <http://www.cnfood.cn/n/2018/0105/120121.html>

Acquisition de 12,5% des actions de l'entreprise viticole chilienne VSPT par le groupe chinois Yanghe – Sidus wine, marque de vin de Yanghe, est actuellement le vin chilien le plus vendu en Chine

Selon les informations relayées par la presse chinoise, le grand groupe chinois d'alcool de riz Yanghe va faire le rachat de 12,5% des actions de l'entreprise viticole chilienne VSPT, pour un montant total de 66 millions d'USD. Cette opération devrait permettre à Yanghe de s'assurer un approvisionnement stable en produits et de renforcer ses activités vin, pour le moment minoritaires au sein du groupe.

VSPT était et est toujours un fournisseur important du vin chilien « Sidus wine » pour Yanghe. « Sidus wine » est actuellement la première marque de vin chilien en Chine.

Thématique : acquisition - entreprise viticole - alcool de riz - vin - « Sidus wine »

Date : le 05 janvier 2018

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2018/1/3-75961.html>

Les bières haut de gamme de plus en plus appréciées des consommateurs chinois – Le groupe Carlsberg devrait investir 67 millions d'EUR sur le marché chinois afin de promouvoir ses marques de bière premium

Avec le développement du marché chinois et la montée en gamme de la consommation de bière en Chine, les marques de bière premium sont davantage prisées par les consommateurs chinois. Les grands groupes brassicoles mondiaux, tels que Carlsberg et Budweiser, prévoient d'accroître leurs investissements pour promouvoir leurs bières haut de gamme sur le marché chinois.

Carlsberg est actuellement le 4ème plus grand groupe brassicole mondial. Au 3ème trimestre 2017, les ventes globales de bière de Carlsberg ont connu un recul de 4%. Mais sur le marché chinois, l'entreprise a réalisé une croissance organique de 6% grâce à ses ventes de bières haut de gamme. Carlsberg devrait ensuite investir environ 500 millions de Couronnes danoises (environ 67 millions d'EUR) en Chine pour promouvoir ses bières haut de gamme, telles que Tuborg, Carlsberg et 1664 Blanc.

Budweiser devrait également accroître ses investissements en Chine. Ses produits haut de gamme, tels que Stella Artois et Hoegaarden, devraient à l'avenir contribuer efficacement à la croissance de l'entreprise.

Thématique : bière - haut de gamme - premium - investissement - groupe brassicole - Carlsberg - Budweiser

Date : le 08 janvier 2018

Source : <http://www.jiemian.com/article/1867501.html>

Le marché chinois du e-commerce des aliments frais a atteint un volume d'affaires d'environ 18 milliards d'EUR en 2017 – *La priorité sera mise sur la consolidation de la chaîne d'approvisionnement et l'amélioration des services logistiques pour 2018*

Le 5 janvier dernier, le cabinet d'études chinois iResearch a publié son « rapport d'étude sur le e-commerce des aliments frais en Chine ». Selon ce rapport, en 2017 le volume du marché chinois du e-commerce des aliments frais a atteint 139 milliards de CNY (environ 18 milliards d'EUR) ; il est en croissance de 59,7% par rapport à 2016. La consolidation de la chaîne d'approvisionnement et l'amélioration des services logistiques devraient à l'avenir permettre aux plateformes de e-commerce d'aliments frais de se positionner de manière efficace et durable sur ce marché, et sont devenus les deux éléments les plus importants pour le développement de ce secteur. Actuellement, le réseau de distribution d'aliments frais de JD.com couvre plus de 300 villes chinoises. JD.com propose également un service de livraison en 48 heures dans 220 villes pour les aliments frais commercialisés en direct. Yiguo.com, autre géant du secteur du e-commerce des aliments frais en Chine, livre ses produits dans 310 villes chinoises en s'appuyant sur le réseau de distribution d'une société tierce de logistique.

Thématique : plateforme de e-commerce - aliment frais - chaîne d'approvisionnement - service logistique - JD - Yiguo.com

Date : le 08 janvier 2018

Source : http://www.ce.cn/cyso/sp/info/201801/08/t20180108_27612666.shtml

Autorisation pour les investissements étrangers dans les zones de libre-échange pour l'achat et la vente en gros de céréales, de blé et de maïs – *Suite à l'amendement en 2017 du catalogue des investissements étrangers*

Le 9 janvier, le Conseil des affaires d'Etat a publié sur son site internet une réglementation sur l'ajustement temporaire des lois et réglementations pour les zones de libre-échange, dans laquelle il est mentionné la levée temporaire de limite pour les investissements étrangers dans les secteurs de l'achat et de la vente en gros de céréales, de blé et de maïs.

En 2017, la NDRC, le Ministère du commerce et autres administrations ont révisé le « Catalogue for the Guidance of Foreign Investment Industries ». Il s'agit de la septième révision depuis la publication du catalogue en 1995. Concernant l'industrie des céréales et des produits oléagineux, la limite a été supprimée concernant l'entrée des investissements étrangers pour la transformation de l'huile alimentaire (huile de soja, huile de colza, huile d'arachide, huile de graines de coton, huile de graines de thé, huile de tournesol, huile de palme), la transformation du riz, de la farine, du sucre brut, du maïs, la production de biocarburant (éthanol, biodiesel), etc.

Thématique : investissement étranger - limite - céréale, blé et maïs - zone de libre-échange

Date : le 9 janvier 2018

Source : <http://www.yicai.com/news/5390493.html>

Plusieurs laiteries s'orientent vers la production de lait infantile liquide destiné à la Chine – *Projet de Bright Dairy pour la création d'une nouvelle usine en Nouvelle-Zélande*

Récemment, le département international de Bright Dairy a confirmé au journaliste de « Southern Metropolis Daily » que Synlait Milk, laiterie néo-zélandaise dont Bright Dairy est le plus important actionnaire, investira une somme à hauteur de 125 millions NZD pour la création d'une nouvelle laiterie sur place. Les principaux produits de la nouvelle usine comprennent du lait infantile liquide et du lait destiné aux jeunes enfants. C'est la troisième laiterie chinoise qui se lance dans la production de lait infantile liquide depuis 6 mois, après Sanyuan et MeadJohnson. La dernière vague de lancement en Chine de ce type de produit avait eu lieu en 2016 par des opérateurs tels que Beingmate, Wyeth et Biostime.

D'après les analyses d'experts chinois du secteur laitier, cette tendance est due au fait qu'à l'heure actuelle, ce type de produit ne subit pas un contrôle strict tel que l'obligation d'enregistrement de formule comme c'est le cas pour les poudres de lait infantile. De plus, cela s'explique par la recherche de nouveaux marchés pour les entreprises chinoises. Néanmoins, les consommateurs chinois ont aujourd'hui un haut niveau de connaissance et d'acceptation pour les poudres de lait infantile, il leur est donc difficile d'accepter le lait infantile liquide à court terme. De plus, la DLC de ce type de produit est relativement plus courte que celle des poudres de lait infantile. Pour toutes ces raisons, les experts estiment que le développement du marché du lait infantile liquide en Chine devrait être limité. En revanche, les entreprises leader dans le secteur des laits infantiles devraient toutes se lancer sur ce marché.

Thématique : lait infantile - liquide - poudre - développement

Date : le 9 janvier 2018

Source : http://epaper.oeeee.com/epaper/D/html/2018-01/09/content_1728.htm#article

Forte augmentation des importations en Chine des fruits de mer depuis la Norvège en 2017 – En 2025, la valeur des exportations de fruits de mer depuis la Norvège vers la Chine devrait s'élever à 10 milliards de CNY

Le bureau des statistiques norvégien a diffusé le 9 janvier les données des exportations des fruits de mer depuis la Norvège vers la Chine pour l'année 2017. Celles-ci ont connu une augmentation significative tant en volume qu'en valeur. En 2017, la quantité totale des exportations de fruits de mer d'origine norvégienne s'est élevée à 49 944 tonnes soit une augmentation de 26,4% par rapport à 2016. La valeur totale a atteint 2,8 milliards de CNY (environ 410 millions USD), soit une augmentation de 25,5%. De plus, des statistiques ont montré qu'en 2017, l'exportation des fruits de mer norvégiens vers la Chine représentait 6,9% des exportations totales des fruits de mer du pays, contre 5,8% en 2016. En ce qui concerne les espèces exportées, la morue de l'Atlantique est la plus vendue sur le marché chinois avec une valeur de 787 millions CNY (environ 121 millions de USD) en 2017 par rapport à 451 millions de CNY (environ 69 millions de USD) en 2015, soit une augmentation de 74%. De plus, bien que les exportations de saumon norvégien en Chine ne s'élèvent qu'à 4 000 tonnes, des études ont montré que ce produit est le plus apprécié par les consommateurs chinois. En mai 2017, le bureau des fruits de mer de Norvège ("Seafood from Norway") a diffusé son "Plan Chine 2025", considéré comme le plan sino-norvégien de développement du commerce des fruits de mer. D'après ce plan, d'ici 2025, les exportations de fruits de mer de la Norvège vers la Chine devraient s'élever à 10 milliards CNY (environ 1,54 milliard USD).

Thématique : fruits de mer - Norvège - augmentation

Date : le 9 janvier 2017

Source : http://www.ce.cn/cyso/sp/info/201801/09/t20180109_27651031.shtml

Acquisition conjointe d'une marque française de l'alimentaire par Sanyuan et Fosun – La transition aura lieu le 15 janvier 2018

Le 10 janvier, Beijing Sanyuan Food Co., Ltd. a diffusé une annonce sur l'état d'avancement de l'acquisition de Brassica Holdings. Conjointement avec Fosun, Sanyuan compte acheter Brassica Holdings, par l'achat à 100% de Brassica TopCo S.A. et de PPN Management SAS. Les entreprises ciblées sont toutes actionnaires de St Hubert SAS, leader français dans la production de l'alimentation végétale. A ce stade, cette acquisition a déjà obtenu l'autorisation de l'Autorité de la Concurrence française et du Bureau Anti-monopole du Ministère du Commerce chinois. Il est prévu que la transition réelle ait lieu le 15 janvier 2018.

Le marché chinois des produits laitiers est en croissance depuis une dizaine d'années. La consommation chinoise de produits laitiers se tourne actuellement vers des produits sains et de haute qualité. L'introduction de la marque St Hubert augmentera les variétés de produits sur le marché, et facilitera la complémentarité entre Sanyuan et St Hubert. Fosun est optimiste sur la tendance de développement des aliments à base de protéines végétales en Chine, et travaillera avec Sanyuan pour l'introduction des produits de St Hubert sur le marché chinois.

Thématique : acquisition conjointe - St Hubert - Sanyuan et Fosun

Date : le 10 janvier 2018

Source : <http://www.yicai.com/news/5390723.html>

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

JD s'engage à vendre sur sa plateforme de e-commerce pour 2 milliards d'EUR de produits français d'ici à fin 2019 – En 2017, les ventes de marques françaises sur la plateforme de JD ont augmenté de 200%

Le 9 janvier dernier, le géant chinois du e-commerce JD.com a signé un accord avec Business France et s'est engagé à vendre sur son site l'équivalent de 2 milliards d'EUR de produits français aux consommateurs chinois sur les deux prochaines années. JD a également commandé pour 100 millions d'EUR de matériel au groupe français Fives afin d'automatiser une partie du fonctionnement de ses entrepôts de stockage. Le Président de la République Emmanuel Macron, qui effectue une visite officielle d'Etat en Chine les 8,9 et 10 janvier 2018, était présent lors de la signature des accords.

Actuellement, de nombreuses marques françaises reconnues et haut de gamme, comme Perrier, Evian, Lafite, l'Oréal, Mustela, Rene Furterer, Lafuma et Babyliiss, commercialisent déjà leurs produits sur JD.com. Cette fois, la conclusion des accords devrait favoriser efficacement les relations commerciales entre la France et la Chine, et permettra à JD d'élargir son offre de produits français afin de répondre à la demande d'une classe moyenne en plein essor.

Thématique : JD - Groupe Fives - accord - marque/produit français - entrepôt de stockage

Date : le 09 janvier 2018

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2018/1/3-75981.html>

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISÉS

ASEAN	Association des nations de l'Asie du Sud-Est
CNY	RMB, devise chinoise
DLC	date limite de consommation
EUR	Euros, devise de l'Union Européenne
NDRC	National Development and Reform Commission of China
NZD	New Zealand Dollar
O2O	Online to offline
SAIC	State Administration for Industry and Commerce of China
USD	US Dollar, devise américaine

Source d'information :

www.gov.cn	Site internet officiel du gouvernement central chinois
www.jiemian.com	Site internet lancé par "Shanghai United Media Group" avec 11 collaborateurs dans les secteurs d'internet, de la finance, de la communication etc., spécialisé en fourniture d'informations pour la classe moyenne chinoise.
www.bbtnews.com.cn	Site internet du journal « Beijing Business Today ». Appartenant à Beijing Daily Groupe, le journal est un des principaux quotidiens spécialisés en économie dans la région de Pékin.
www.cnfood.cn	Site internet du journal « China Food Newspaper », un des plus importants journaux spécialisés dans le secteur des produits alimentaires.
www.winesinfo.com	Site internet créé par la société Bon-wine Culture Consulting Co., Ltd., société de consulting spécialisée en communication autour de la culture du vin.
www.ce.cn	China economic net, officiellement lancé le 28 juillet 2003, est un site internet spécialisé sur l'économie, parrainé par le journal « Economic Daily ». « Economic Daily » : le journal a officiellement débuté sa publication en janvier 1983. Depuis, le quotidien se consacre à fournir des informations complètes sur l'économie chinoise aux décideurs économiques, chefs d'entreprise, économistes, et autres lecteurs de professions diverses intéressés par les sujets économiques.
www.yicai.com	Créé en juillet 2003, site internet de CBN (China Business Networks), presse financière et économique, appartenant à SMG, Shanghai Media Group, le deuxième groupe de presse chinoise.
http://epaper.oeeee.com	Site internet du journal « Southern Metropolis Daily », créé en 1997 et appartenant au Nanfang Media Group. Le journal cible notamment la population du Delta de la rivière des Perles.

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

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

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

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

© 2018 – Business France

© 2018 – Business France

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

Clause de non-responsabilité

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