



VEILLE SANITAIRE SUR LA CHINE

SOMMAIRE

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

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

[Quantité des déjections animales émises chaque année en Chine : 4 milliards de tonnes](#) – Raison majeure de la pollution agricole

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

[Demande croissante en boissons « saines » en Chine](#) – Guangdong est la première province chinoise consommarice de boissons « saines »

[Le prix élevé et la faible quantité disponible rendent le bœuf américain moins concurrentiel sur le marché chinois](#) – Le Brésil, l'Australie, l'Uruguay et la Nouvelle-Zélande sont les principaux pays exportateurs de bœuf vers la Chine

[Restructuration du marché chinois des chaînes de restauration spécialisées dans la fondue chinoise](#) – L'approvisionnement en mouton joue un rôle déterminant dans le développement de ces restaurants

[A l'approche de la fête de la mi-automne, Oreo lance un gâteau de lune sur le marché chinois](#) – Le taux moyen des marges bénéficiaires des entreprises du secteur des gâteaux de lune est supérieur à 40%

[La culture du raisin dans la province du Shaanxi est la 3^{ème} en Chine](#) – La filière viticole s'y développe également

[Lotte réinvestit dans ses supermarchés en Chine](#) – Il s'agit du deuxième investissement du groupe depuis mars 2017

[Nouvelle opportunité commerciale en Chine pour les restaurants offrant des repas légers et sains](#) – Yum China ouvre son premier restaurant destiné à la nourriture légère et saine K PRO à la ville de Hangzhou en Chine

[Projet de création d'un domaine vitivinicole sous coopération sino-israélienne](#) – La maison-mère de la société israélienne est le cinquième plus important producteur de vin du pays

[L'exportation des produits laitiers chiliens vers la Chine a été multipliée par 5](#) – Intérêt des laiteries chinoises pour investir sur place

[Mauvaises performances des laiteries durant le premier semestre 2017](#) – La baisse continue du prix du lait au producteur pourrait être la raison majeure des pertes

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

[La compétition Bocuse d'Or Asie-Pacifique aura lieu à Canton en mai 2018](#)

– 12 équipes composées des meilleurs chefs participeront à ce concours culinaire international

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

Quantité des déjections animales émises chaque année en Chine : 4 milliards de tonnes – *Raison majeure de la pollution agricole*

Lors d'une conférence de presse du MOA le 30 août dernier, Monsieur Wu Xiao, Directeur Général du département de l'économie rurale de la NDRC a expliqué qu'en Chine, les déjections d'animaux émises annuellement s'élèvent à environ 4 milliards de tonnes. La demande chimique en oxygène (DCO) des émissions provenant des élevages a augmenté pour atteindre 12,7 millions de tonnes, soit 96% de la totalité des émissions d'origine agricole, ce qui en fait la cause principale de pollution agricole de source diffuse.

D'après les calculs du MOA, le taux d'utilisation réel des nutriments contenus dans les engrais organiques en Chine (toutes catégories confondues, ces nutriments équivalant à 74 millions de tonnes) est inférieur à 40%, en comprenant les déjections animales. Une utilisation plus efficace des déjections animales contribuerait largement à remplacer les engrais chimiques par des engrais organiques.

Face à la situation de plus en plus grave de la pollution agricole de source diffuse, le gouvernement chinois s'efforce de résoudre le problème du traitement et de l'utilisation des déjections émises par les élevages de grande échelle. Plus précisément, entre 2018 et 2020, la NDRC et le MOA renforceront les aides pour au moins 200 districts d'élevage afin de développer l'utilisation des déjections d'animaux.

Le plan fixe un objectif de taux d'utilisation des déjections animales à 90% dans les différents districts d'ici 2020. De plus, tous les élevages à grande échelle devront disposer des installations et équipements nécessaires.

Thématique : élevage – déjections d'animaux – pollution agricole – source non ponctuelle – utilisation efficace

Date : le 30 août 2017

Source : <http://finance.chinanews.com/cj/2017/08-30/8318155.shtml>

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

Demande croissante en boissons « saines » en Chine – *Guangdong est la première province chinoise consommatrice de boissons « saines »*

Depuis quelques années, du fait des tendances alimentaires des consommateurs chinois qui s'orientent vers des régimes sains, les boissons gazeuses voient leurs ventes baisser et perdent progressivement des parts de marché en Chine. A contrario, les boissons « saines », telles que les vinaigres de fruits, les jus de fruits, le thé et l'eau de qualité, sont de plus en plus appréciées. D'après les informations de la presse chinoise, le secteur des vinaigres de fruits est actuellement en plein développement. L'entreprise Tian Di No.1 est le plus grand fabricant chinois de vinaigres de fruits (principalement le vinaigre de cidre) et détient environ 40% des parts du marché national. La province du Guangdong au sud de la Chine occupe 20% des parts du marché des boissons « saines », soit la première province de Chine en termes de consommation de boissons « saines ».

Thématique : régime sain – boisson gazeuse – boisson saine – vinaigres de fruits – Guangdong

Date : le 30 août 2017

Source : http://epaper.southcn.com/nfdaily/html/2017-08/30/content_7664093.htm

Le prix élevé et la faible quantité disponible rendent le bœuf américain moins concurrentiel sur le marché chinois

– *Le Brésil, l'Australie, l'Uruguay et la Nouvelle-Zélande sont les principaux pays exportateurs de bœuf vers la Chine*

Suite à la mise en place du « Plan d'action des 100 jours » entre la Chine et les Etats-Unis, le bœuf américain est de nouveau autorisé à l'export vers la Chine depuis le 20 juin 2017 soit quatorze ans après l'embargo chinois sur la viande bovine américaine. Cependant cela concerne uniquement les morceaux de steak de bœuf américain de qualité commercialisé sur le marché chinois. Le réseau de distribution se limite à quelques plateformes chinoises de E-commerce et enseignes de la grande distribution. De plus, à cause de son prix élevé et de la faible quantité disponible sur le marché, le bœuf américain est actuellement moins prisé par les consommateurs chinois qui se tournent davantage vers le bœuf en provenance du Brésil, d'Australie, d'Uruguay et de Nouvelle-Zélande.

Néanmoins, d'après les professionnels du secteur du bœuf en Chine, les exportateurs américains de viande bovine

devraient ultérieurement baisser leur prix et élargir les types de pièce de bœuf exportés vers la Chine afin de mieux se positionner sur le marché chinois qui est aujourd'hui un des marchés au plus fort potentiel de croissance dans le monde.

Thématique : prix – quantité – bœuf américain – exportation - « Plan d'action des 100 jours » – embargo

Date : le 30 août 2017

Source : http://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_1778518

Restructuration du marché chinois des chaînes de restauration spécialisées dans la fondue chinoise – L'approvisionnement en mouton joue un rôle déterminant dans le développement de ces restaurants

Le marché chinois des chaînes de restauration spécialisées dans la fondue chinoise est actuellement en pleine croissance. Comme la viande de mouton est un élément important de la fondue chinoise, son approvisionnement joue un rôle déterminant dans le développement de ces chaînes. Aujourd'hui, de nombreuses grandes chaînes de restaurants de ce secteur, telles que Xiabu Xiabu et Haidilao Hotpot, ont engagé des partenariats stratégiques avec les fournisseurs de mouton basés dans la *Ligue de Xilin Gol** dans la région autonome de Mongolie-Intérieure au nord de la Chine et principal site de production de mouton en Chine. Les petits restaurants qui ne pourront pas assurer leur approvisionnement en mouton, devraient ultérieurement se retirer du marché.

En 2016, la demande et la production chinoise en viande de mouton étaient respectivement de 4,84 et 4,3 millions de tonnes. En 2022, la demande chinoise de mouton devrait atteindre 5,5 millions de tonnes. L'écart entre l'offre et la demande sur le marché chinois pourrait atteindre un déficit d'environ 800 000 tonnes à cet horizon.

Thématique : restructuration – chaîne de restauration – fondue chinoise – mouton – Ligue de Xilin Gol

Date : le 30 août 2017

Source : http://epaper.bjbusiness.com.cn/site1/bjsb/html/2017-08/30/content_379674.htm

* subdivision administrative de niveau préfecture

A l'approche de la fête de la mi-automne, Oreo lance un gâteau de lune sur le marché chinois – Le taux moyen des marges bénéficiaires des entreprises du secteur des gâteaux de lune est supérieur à 40%

Oreo, marque importante de l'entreprise agroalimentaire multinationale américaine Mondelez International, a lancé récemment sur le marché chinois un gâteau de lune pour la fête traditionnelle chinoise appelée « fête de la mi-automne ». Le gâteau de lune, qui est une pâtisserie chinoise en forme de lune, est beaucoup apprécié et consommé par les chinois durant la fête de la mi-automne. Outre Oreo, de nombreuses marques étrangères sont également entrées sur le marché chinois des gâteaux de lune, telles que Starbucks, Häagen-Dazs, KFC et Disney.

Selon les données de la presse chinoise, depuis 2012, le commerce en ligne des gâteaux de lune se développe rapidement. En 2012, le chiffre d'affaires des gâteaux de lune commercialisés par la plateforme de ventes en ligne Taobao s'élevait à un peu plus de 1 million de CNY (environ 130 000 euros). En 2016, ce chiffre a dépassé 10 millions de CNY (environ 1,3 million d'euros). A peu près 90% des ventes sont réalisées pendant la période de la fête de la mi-automne. Les marques chinoises restent prédominantes en parts de marché.

Thématique : fête de la mi-automne – gâteau de lune – Oreo – Mondelez International - marge bénéficiaire

Date : le 31 août 2017

Source : <http://www.yicai.com/news/5338633.html>

La culture du raisin dans la province du Shaanxi est la 3^{ème} en Chine – La filière viticole s'y développe également

Après les pommes et les kiwis, la culture du raisin dans la province du Shaanxi s'est développée rapidement ces dernières années, en termes de superficie et de volume de production. A ce stade, la superficie totale de la culture du raisin dans la province s'élève à 730 000 *mu* (soit 48 666 ha). Il est prévu que la production de raisin atteigne 630 000 tonnes en 2017, pour une valeur annuelle de plus de 5 milliards de CNY. La superficie de la culture ainsi que la production de raisin de la province se classe au 3^e rang en Chine.

Parmi les 200 cépages cultivés au Shaanxi, le cépage Hutai No 8 représente 70% de la surface, avec environ 400 000 *mu* (environ 26 666 ha). En Chine, la superficie totale de culture de ce cépage atteint 600 000 *mu* (soit 40 000 ha).

Parallèlement à cette croissance de la culture du raisin se développent plusieurs activités, au premier rang desquelles on retrouve la filière viticole : environ 50 domaines ont vu le jour, que les consommateurs peuvent visiter et où ils peuvent récolter du raisin eux-mêmes pour leur loisir.

Thématique : raisin – culture – développement – cépage – domaine - loisir

Date : le 1^{er} septembre 2017

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2017/9/1-74036.html>

Lotte réinvestit dans ses supermarchés en Chine – Il s'agit du deuxième investissement du groupe depuis mars 2017

D'après la presse coréenne, LOTTE MART a expliqué le 31 août que, afin de sortir des difficultés rencontrées en Chine en lien avec le déploiement de lanceurs antimissiles "THAAD" par la Corée du Sud, le groupe a décidé de réinvestir 300 millions de USD (environ 2 milliards de CNY) dans ses magasins Lotte Mart en Chine. Selon le projet, 210 millions de USD seront destinés au remboursement des crédits, et les 90 millions de USD restants serviront aux fonds de roulement. D'après le groupe, le premier tour de financement effectué en mars 2017 d'un montant de 360 milliards de won (environ 2,08 milliards de CNY) est déjà épuisé. Le groupe estime que ses pertes totales en Chine s'élèveraient à 500 milliards de won (environ 2,9 milliards de CNY). Si la situation continue, la perte totale pourrait encore augmenter pour atteindre 1 000 milliards de won (soit 5,9 milliards de CNY) à la fin de l'année.

Malgré ces difficultés, LOTTE MART ne souhaite pas quitter le marché chinois. Le groupe fera le maximum pour rester présent sur le marché chinois. Au premier semestre 2018, si la situation ne s'améliorait pas, le groupe prendrait alors des mesures telles que la diminution d'échelle de ses activités, la vente des installations, la réorganisation des activités, etc.

D'autres entreprises coréennes sur le marché chinois ont également rencontré des difficultés. E-Mart, entré en Chine en 1997, disposait de 30 supermarchés en Chine à l'époque, a annoncé en mai sa décision de quitter le marché chinois. Ses performances en Chine se sont détériorées en raison de pertes continues pendant 20 ans, accentuées depuis l'épisode "THAAD". D'après les informations diffusées par E-Mart, les 6 supermarchés restant de E-Mart en Chine seront tous fermés fin 2017.

Thématique : Lotte Mart – perte – THAAD – investissement – E-Mart - fermeture

Date : le 1^{er} septembre 2017

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201709/01/t20170901_25611115.shtml

Nouvelle opportunité commerciale en Chine pour les restaurants offrant des repas légers et sains – Yum China ouvre son premier restaurant destiné à la nourriture légère et saine K PRO à la ville de Hangzhou en Chine

Le 1^{er} septembre dernier, le groupe de restauration Yum China a inauguré son premier restaurant dans la ville de Hangzhou en Chine de l'est, sous le nom de K PRO, destiné à la nourriture légère et saine. En tant que sous-marque de KFC, K PRO propose un menu avec des plats occidentaux légers et sains, tels que des salades et paninis. Les principaux clients du restaurant sont les « cols blancs » durant les heures de travail. Autre événement marquant, Pizza Hut, une autre enseigne du groupe Yum China, a transformé un vieux restaurant « Pizza Hut » en « Pizza Hut Bistro » à Pékin et a intégré des salades à son menu afin de satisfaire les demandes de leur clientèle « cols blancs ». Element Fresh et Wagas sont quant à eux deux chaînes de restaurants connues qui offrent des plats légers et sains dans certaines villes chinoises de premiers rangs. De plus, avec le développement des plateformes offrant un service de commande en ligne et de livraison de repas, de nombreux restaurants en ligne ont également commencé à proposer des plats légers et sains pour répondre aux besoins de leurs clients, et saisir cette nouvelle opportunité commerciale.

Thématique : opportunité commerciale – nourriture légère et saine – Yum China – K PRO – Pizza Hut – cols blancs

Date : le 04 septembre 2017

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201709/04/t20170904_25702742.shtml

Projet de création d'un domaine vitivinicole sous coopération sino-israélienne – La maison-mère de la société israélienne est le cinquième plus important producteur de vin du pays

La société israélienne Hayotwer et Hubei Peng Dun Group viennent d'aboutir à un accord de principe au sujet de la création d'une joint-venture à Jinmen dans la province du Hubei. L'investissement total prévu pour ce projet est de 8 millions de USD. La partie israélienne devrait détenir entre 20% et 25% des parts de la nouvelle entité.

Arza Winery, maison-mère de la société Hayotwer, est le cinquième plus important producteur de vin en Israël, avec une production annuelle d'environ 5 millions de bouteilles. Arwa Winery appartient à la famille Shor, qui compte 170 ans d'histoire dans la production de vin. La production annuelle de Hayotwer est de 300 000 bouteilles.

En ce qui concerne la création de joint-venture en Chine, la partie israélienne a expliqué que dans le cas où un accord final serait signé, la partie israélienne fournira des aides et recommandations pour la culture des vignes et pour la vinification. L'objectif de production annuelle de la joint-venture est de 1 million de bouteilles de vin.

Thématique : création – joint-venture – vin – coopération sino-israélienne – Hayotwer – Arza Winery

Date : le 4 septembre 2017

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2017/9/3-74052.html>

L'exportation des produits laitiers chiliens vers la Chine a été multipliée par 5 – Intérêt des laiteries chinoises pour investir sur place

Le 29 août dernier, le forum de la filière laitière chilienne a lieu à Pékin, à l'occasion de la semaine chilienne. Plusieurs laiteries chinoises ont participé à cette conférence.

Lors de sa présentation, Claudio Ternicier, vice-ministre agricole et Président de l'Association Chilienne des produits laitiers, a mentionné qu'en 2016, les exportations de produits laitiers d'origine chilienne vers la Chine ont atteint 300 millions de USD, soit une multiplication par 5 entre 2008 au 2016. De plus, plusieurs laiteries chinoises telles que Sanyuan ont exprimé leur intérêt pour investir au Chili pour la création de laiteries. A l'heure actuelle, les négociations entre les investisseurs chinois et leurs partenaires chiliens sont en cours.

En plus de cela, en ce qui concerne la nouvelle politique chinoise relative à l'enregistrement de formules pour les poudres de lait infantile, deux demandes d'enregistrement sont en cours.

A noter que la production annuelle de lait au Chili s'élève à 2,65 milliards de litres. La production de fromage s'élève quant à elle à 130 000 tonnes, et celle des poudres de lait ainsi que de leurs produits dérivés à 100 000 tonnes. La consommation de produits laitiers par habitant est d'environ 150 litres au Chili. Depuis la signature de l'accord de libre-échange sino-chilien en 2005, la Chine est devenu le premier partenaire commercial du Chili.

Thématique : Chili – forum – produits laitiers – exportation – accord libre-échange

Date : le 5 septembre 2017

Source : http://epaper.bjnews.com.cn/html/2017-09/05/content_694411.htm

Mauvaises performances des laiteries durant le premier semestre 2017 – La baisse continue du prix du lait au producteur pourrait être la raison majeure des pertes

Ces derniers jours, différentes laiteries ont publié leurs rapports pour le premier semestre 2017. Les rapports ont montré que, Modern Dairy a subi une perte de 666 millions de CNY, et YST Dairy Farm une perte de 17 millions de CNY. De plus, Shengmu High-Tech Dairy a réalisé un bénéfice net de 6,4 millions de CNY, soit une diminution de 98,4% par rapport à la même période correspondante de l'année précédente. SaiKeXing a réalisé un bénéfice net de 3 millions de CNY, soit une diminution de 95%. Zhongding Dairy a connu un bénéfice net de 5 millions de CNY, soit une perte de 53,3%.

D'après ces rapports, la diminution continue du prix du lait au producteur pourrait être la raison majeure des pertes. Des données du MOA montrent que le prix moyen du lait frais des 10 principales provinces productrices telles que la Mongolie Intérieure et le Hebei, a diminué passant de 3,55 CNY/kg en janvier 2017 à 3,42 CNY/kg en juillet 2017. Il semble que cette baisse résulte principalement des surcapacités de la filière. Pour certaines laiteries telles que Modern Dairy et Shengmu High-Tech, une autre raison de leur perte est la baisse importante de leurs ventes de lait liquide sous leurs propres marques. En raison de leur coût de production élevé, ces produits ciblent en effet tous le marché haut de gamme, ce qui ne correspond pas au besoin réel du marché intérieur. D'après les analyses du magazine « Holstein Farmers », la consommation de produits laitiers est moins importante que prévu en Chine, et la surestimation du potentiel de ce marché par les industriels constitue l'une des principales raisons de la mauvaise performance des laiteries chinoises.

Face à ces difficultés, les différentes laiteries ont pris diverses mesures telles que baisser le coût de revient, élargir les gammes de produits, coopérer avec des laiteries en aval etc. : Modern Dairy a signé le 16 juin, un accord de coopération avec Mengniu pour l'approvisionnement en lait. De plus, Modern Dairy a chargé Mengniu de la distribution de ses laits liquides. YST Dairy a signé un accord d'approvisionnement avec Feihe le 12 mai. De son côté, Shengmu High-Tech poursuivra le développement de culture de plantes fourragères, élargira sa gamme de produits etc.

Thématique : laiteries – amont – performance – rapport annuel – perte

Date : le 5 septembre 2017

Source : http://epaper.bjnews.com.cn/html/2017-09/05/content_694415.htm

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

La compétition Bocuse d'Or Asie-Pacifique aura lieu à Canton en mai 2018 – 12 équipes composées des meilleurs chefs participeront à ce concours culinaire international

Le 23 août dernier, Lingnan Group, acteur important dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme en Chine ainsi que GL Events, organisateur du Sirha, ont signé un accord pour organiser conjointement le Bocuse d'Or Asie-Pacifique qui se tiendra les 8 et 9 mai 2018 à Canton. A l'occasion du 30^e anniversaire du jumelage des villes de Canton et de Lyon, cette signature est un symbole de coopération entre les deux villes.

Le Bocuse d'Or est une compétition culinaire de renommée internationale qui offre une belle occasion de valoriser le travail des chefs venus du monde entier. Il promeut également l'héritage et l'innovation de chaque culture culinaire. Pour la première fois, le Bocuse d'Or Asie-Pacifique aura lieu au Guangzhou Baiyun International Convention Center et accueillera des équipes composées des meilleurs chefs en provenance de 12 pays.

Thématique : le Bocuse d'Or Asie-Pacifique – concours culinaire – Canton – Lyon – GL Events

Date : le 24 août 2017

Source : <http://news.163.com/17/0824/17/CSKCA5R800018AOQ.html>

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

AQSIQ	General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine
CFDA	China Food and Drug Administration
CNY	RMB, devise chinoise
DCO	La demande chimique en oxygène
MOA	Ministry of Agriculture
NDRC	National Development and Reform Commission
USD	US Dollar, devise américaine
WON	KRW, devise de la Corée du Sud

Sources d'information:

http://finance.chinanews.com	Rubrique finance de www.chinanews.com . www.chinanews.com : "China News Service" (CNS), Agence de presse nationale chinoise généraliste, spécialisée au service des résidents chinois de Hong-Kong, Macao et de l'étranger.
http://epaper.southcn.com	Site internet du journal « Nanfang Daily », créé en décembre 2001 et sous la gestion du Département de la Communication de la province du Guangdong, c'est le site internet officiel de Nanfang Media Group et de « Nanfang Daily ».
www.thepaper.cn	Il s'agit de la version électronique du journal « Oriental Morning Post » basé à Shanghai. Le site est spécialisé en reportages sur des événements d'actualité et nouvelles politiques.
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.
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 Chine aux décideurs économiques, chefs d'entreprise, économistes, et autres lecteurs de professions diverses intéressés par les sujets économiques.
http://epaper.bjnews.com.cn	« The Beijing News » : quotidien de Pékin créé conjointement par deux groupes majeurs de presse (« Guang Ming Daily » et « South Daily ») en novembre 2003.
http://epaper.bjbusiness.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.
news.163.com	Rubrique 'Nouvelles' de www.163.com www.163.com : site internet développé par Net Ease, Inc. (NASDAQ : NTES), une des sociétés phare d'Internet en Chine, dédiée à différents services en ligne (application, service, technologies, etc.).

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 réglementaire Agrotech bureau de Pékin
Juliette Caron – Prospectrice Agrotech bureau de Pékin
Loic Carer – Prospecteur Agrotech bureau de Shanghai
Laure Elsaesser – Conseillère export Agrotech bureau de Pékin
David Holland - Chef de pôle Agrotech Chine
Céline Laurans – Chef de projet informations réglementaires Asie (hors ASEAN) – Océanie – TOM

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

© 2017 – Business France

© 2017 – Business France

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

Clause de non-responsabilité

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