



VEILLE SANITAIRE SUR LA CHINE

SOMMAIRE

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

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

[Mise en application prochaine de nouvelles normes relatives aux matériaux en contact avec les aliments](#) – Cela concerne une soixantaine de normes obligatoires chinoises

[Le produit « coffee-mate » goût vanille à la française de Nestlé contient un ingrédient interdit en Chine](#) – La Chine n'autorise pas l'ajout de silicate de sodium-aluminium dans les produits alimentaires

[RUSHRICH va lancer des actions en Chine contre la violation de son droit de propriété intellectuelle](#) – La société a obtenu le droit d'utilisation exclusif de la marque Penfolds en Chine

[Questionnement des consommateurs chinois sur la composition des jus de fruit NFC \(Not From Concentrate\)](#) – En raison d'un manque de critères techniques dans la norme nationale correspondante

[L'entreprise australienne Blackmores impliquée dans une affaire de publicité mensongère en Chine](#) – La loi chinoise interdit d'employer certaines allégations dans les publicités

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

[Diffusion du catalogue 2017 des marchandises nécessitant un permis d'importation automatique](#) – Plusieurs produits agricoles sont concernés

[Forte demande chinoise en ânes pour la production de E-gélatine \(Colla Corii Asini\)](#) – Des entreprises chinoises ont construit des abattoirs d'ânes en Afrique afin de répondre à cette demande croissante

[Les bouchons en liège portugais cherchent à séduire la nouvelle génération de consommateurs chinois de vin](#) – Suite à la baisse des droits de douane pour l'importation de bouchons de liège

[Le géant sud-coréen de la vente au détail Lotte ferme un quart de ses boutiques en Chine](#) – Ces fermetures sont dues à des risques d'incendie mais surtout au conflit diplomatique entre Pékin et Séoul

[L'entreprise chinoise Guangzhou Wanglaoji diversifie ses activités dans le secteur des probiotiques](#) – Le marché chinois des produits probiotiques possède un grand potentiel de développement

[Environ 70% du vin vendu sur le marché chinois est issu du vin importé en vrac, avec un coût de moins de 5 CNY par bouteille](#) – Il est ré-embouteillé en Chine et vendu sur le marché chinois avec un coût de moins de 5 CNY par bouteille

[Les comptes Weibo d'internautes diffusant des vidéos diffamatoires sur l'algue *Porphyra* ont été fermés](#) – Des mesures de sanction ont été prises à l'encontre des internautes responsables de cette rumeur

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

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

Mise en application prochaine de nouvelles normes relatives aux matériaux en contact avec les aliments – *Cela concerne une soixantaine de normes obligatoires chinoises*

D'après le ministère de la santé chinois, les nouvelles normes chinoises obligatoires relatives aux matériaux en contact avec des aliments seront prochainement mises en application. Celles-ci couvrent différents aspects, tels que les matières premières, le contrôle de la production, les analyses des produits, etc.

Dans ce nouveau système de normes sont incluses deux normes nationales destinées à tous les produits (GB 4806.1-2016 « *General safety requirements of food contact materials and articles* » et GB 9685-2016 « *Standard for the use of additives for food contact materials and articles* »), dix normes sur différentes catégories de produits selon leur matériau (tétines pour enfants, produits à base de céramique, plastique, métaux, porcelaine, etc.), une norme dédiée au contrôle de la production (GB 31603 « *Hygienic Practice for Production of Food Contact Materials and Its Products* »), ainsi que cinquante normes encadrant les méthodes d'analyses des produits. Les deux premières normes entreront en vigueur à partir d'octobre 2017, les autres en mars ou avril 2017.

Ces normes auront un impact important non seulement pour les producteurs chinois, mais aussi pour les importateurs des produits concernés. En effet, d'après des statistiques, les importations annuelles chinoises de différents produits en contact avec les aliments pourraient atteindre 100 000 lots, soit une valeur de plus de 3 milliards de CNY. Ainsi, seulement pour le port de Ningbo, les importations ont dépassé 40 millions de CNY en 2016. Suite au développement de la vente en ligne transfrontalière, les extracteurs de jus japonais et coréens, ainsi que les carafes purificatrices d'eau d'origine européenne ou américaine sont très demandés par les consommateurs chinois. Les entreprises concernées ont donc tout intérêt à bien suivre l'évolution des normes correspondantes.

Thématique : norme chinoise - matériau en contact avec les aliments

Date : le 9 mars 2017

Source : http://cngm.cqn.com.cn/html/2017-03/09/content_82421.htm?div=-1

(Site internet du journal « China Inspection and Quarantine Times 中国国门时报 »)

Le produit « coffee-mate » goût vanille à la française de Nestlé contient un ingrédient interdit en Chine – *La Chine n'autorise pas l'ajout de silicate de sodium-aluminium dans les produits alimentaires*

Le 28 décembre 2015, un client du nom de M. Xu a acheté des « coffee-mate » goût vanille à la française de Nestlé dans le supermarché Juran Ankang à Pékin. Après avoir vérifié l'étiquette du produit, M. Xu a noté que le produit contient du silicate de sodium-aluminium, un additif interdit en Chine. M. Xu a donc poursuivi en justice le supermarché. Ces derniers jours, le tribunal intermédiaire populaire de Pékin a donné raison à ce consommateur et annoncé que le « coffee-mate » goût vanille à la française de Nestlé ne correspond pas aux normes chinoises de sécurité sanitaire des aliments, du fait de la présence de cet additif interdit.

Pour information, le communiqué relatif à l'interdiction de l'ajout de silicate de sodium-aluminium dans les produits alimentaires a été publié par les autorités chinoises le 14 mai 2014.

Thématique : Coffee-mate Nestlé - silicate de sodium-aluminium

Date : le 11 mars 2017

Source : http://dzb.fawan.com/html/2017-03/11/content_628024.htm

(site internet du journal « Legal Evening News »)

RUSHRICH va lancer des actions en Chine contre la violation de son droit de propriété intellectuelle – *La société a obtenu le droit d'utilisation exclusif de la marque Penfolds en Chine*

La marque « 奔富酒园 » ('Ben Fu Jiu Yuan' en Pinyin ; traduit en français : Domaine Penfolds), a été initialement déposée le 14 décembre 2015 par la société Dongfang Mingri (Jinjiang) Import&Export Co., Ltd. La durée de protection de ladite marque s'étend du 14 juillet 2014 au 13 juillet 2024. DongFang MingRi, propriétaire de la marque Penfolds, a transféré à RUSH RICH son droit d'utilisation exclusif de la marque en Chine. Les deux parties ont soumis les documents correspondants au Bureau des marques chinois.

Ainsi, en tant que propriétaire de la marque « 奔富酒园 » depuis novembre dernier, RUSH RICH International Trading Inc., Ltd. a mené des enquêtes en Chine via une société spécialisée. Le résultat de ces enquêtes ont prouvé l'existence d'un grand nombre de cas d'utilisation frauduleuse de la marque « 奔富酒园 » sur le marché chinois. Ainsi, la société a décidé de créer un service spécial pour la protection de ses droits, et de lancer des actions sur la période du 15 mars au 15 septembre 2017 en Chine, en collaborant avec des cabinets d'avocat de propriété intellectuelle ainsi que les différents services gouvernementaux compétents.

D'après le responsable de son service spécialisé en protection des marques, à l'occasion du salon Tangjiuhui au printemps 2017, la société compte envoyer des avocats et une équipe de travail sur place afin d'inspecter les événements ayant lieu dans différents hôtels, ainsi que dans le centre d'exposition. En cas de violation de son droit de

propriété, la société récoltera des preuves sur place, et a l'intention d'aller se plaindre directement auprès des autorités compétentes.

Thématique : marque - transfert

Date : le 14 mars 2017

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2017/3/3-71585.html>

Questionnement des consommateurs chinois sur la composition des jus de fruit NFC (*Not From Concentrate*)

– *En raison d'un manque de critères techniques dans la norme nationale correspondante*

Le 11 mars dernier, le groupe Huiyuan a lancé un nouveau jus de fruit NFC du nom de YOUMI. Ainsi, le marché chinois des jus de fruits NFC compte actuellement une vingtaine de marques (Summi, O degré, Young Fresh Orchard, Jiziran...), lancées par les principaux producteurs de boissons non alcoolisées que sont Huiyuan, Nongfu Spring, Weiwan, President, etc. Tous ces produits se déclarent être 100% à base de fruit, sans ajout d'eau ni additif. Toutefois, ces allégations ont suscité des suspicions chez les consommateurs, en raison de la différence évidente entre ces produits et les jus de fruits frais préparés chez soi, que ce soit au niveau de leur couleur, de leur concentration, ou de leur goût ...

D'après Monsieur ZHU Danpeng, chercheur à l'Institut des Marques chinois, il est inévitable d'ajouter de l'eau à la plupart des jus de fruit NFC. Cependant la quantité d'eau reste généralement inférieure aux produits à base de concentré (part inférieure à 5%), ce qui correspond à la pratique internationale jugée acceptable.

Le gouvernement chinois a publié en 2014 la norme GB/T 31121 (*Fruit & Vegetable Juices and Fruit & Vegetable Beverage*), dans laquelle des définitions des jus de fruit FC et NFC ont été précisées. En revanche, elles n'incluent pas de précisions techniques sur leur procédé de fabrication. En décembre 2015, la *China Beverage Industry Association* (CBIA) a organisé une réunion pour la préparation de la norme professionnelle chinoise sur le jus d'orange NFC, qui n'est toujours pas publiée à ce jour.

Note : NFC = not from concentrate

Thématique : jus de fruit NFC - norme

Date : le 14 mars 2017

Source : http://www.legalweekly.cn/article_show.jsp?f_article_id=12947

(site internet du journal « Legal Weekly »)

L'entreprise australienne Blackmores impliquée dans une affaire de publicité mensongère en Chine – *La loi chinoise interdit d'employer certaines allégations dans les publicités*

L'AIC de Shanghai a récemment annoncé que la publicité de l'entreprise Blackmores publiée sur son compte WeChat ainsi que dans ses magasins en Chine constitue une publicité mensongère. L'entreprise a ainsi reçu une amende d'un montant 346 600 CNY (environ 47 000 euros). Selon l'annonce de l'AIC, Blackmores a indiqué dans cette publicité que ces produits pouvaient prévenir et soigner certaines maladies comme les maladies cardiovasculaires car ils contiennent des compléments nutritionnels. Toujours selon l'AIC, la publicité présentait Blackmores comme la première marque de compléments alimentaires et nutritionnels en Australie. Or, selon la nouvelle loi sur la publicité du 1^{er} septembre 2015, il est interdit de faire apparaître des promesses d'efficacité et de sécurité absolue, d'évoquer une capacité de prévention contre des maladies, de laisser entendre que les produits sont indispensables aux consommateurs et d'employer certains mots faisant figurer des mentions superlatives.

Pour information, Blackmores a été fondée en 1930 et a ouvert sa première filiale chinoise à Shanghai en décembre 2014. Lors des six derniers mois de 2015, son chiffre d'affaires s'est élevé à 341 millions d'AUD (croissance de 65% par rapport à la même période sur l'année précédente). Cependant, au cours des six derniers mois de 2016, l'entreprise n'a pas pu poursuivre ses bonnes performances et a connu une baisse de 5,7% de son chiffre d'affaires.

Thématique : Blackmores - publicité mensongère

Date : le 14 mars 2017

Source : http://epaper.bjbusiness.com.cn/site1/bjsb/html/2017-03/14/content_363615.htm

(site internet du journal « Beijing Business Today »)

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

Diffusion du catalogue 2017 des marchandises nécessitant un permis d'importation automatique – *Plusieurs produits agricoles sont concernés*

Le 9 mars dernier, l'administration générale de la douane chinoise a publié, sur son site internet, le catalogue 2017 des marchandises nécessitant un permis d'importation automatique (*Automatic Import License*).

Plusieurs produits agricoles sont répertoriés sur cette liste : viande bovine, viande porcine, viande ovine, poulet à viande, lait frais, lait en poudre, manioc, orge, sorgho, soja, graines de colza, huile végétale, sucre alimentaire, DDGS,

tourteau de soja, tabac, engrais chimiques, etc.

A noter que la licence d'importation automatique est une sorte de permis d'importation accordé à titre gracieux, qui n'a généralement pas pour objectif de limiter l'importation du produit concerné, mais est surtout utilisée pour recueillir des données statistiques ou d'autres informations factuelles sur les importations.

Thématique : licence d'importation automatique - catalogue 2017

Date : le 9 mars 2017

Source : <http://www.customs.gov.cn/publish/portal0/tab49659/info841629.htm>

(Site internet de la douane chinoise)

Forte demande chinoise en ânes pour la production de E-gélatine (*Colla Corii Asini*) – Des entreprises chinoises ont construit des abattoirs d'ânes en Afrique afin de répondre à cette demande croissante

La gélatine « *E-gelatin* » ou « *Ejiao* » en chinois, est une gélatine produite par extraction à partir des peaux asiniennes, utilisée pour traiter plusieurs maux. Elle est considérée comme l'un des « trésors » de la médecine traditionnelle chinoise. Depuis 2006, la demande importante en *E-gelatin* en Chine a entraîné une augmentation considérable des prix, comme par exemple le prix de la « Dong-e-Ejiao », qui est passé de 100 CNY/kg en 2006 à 4000 CNY/kg en 2017. Cette forte demande a également entraîné une augmentation de la demande en peaux d'ânes. Actuellement, la demande annuelle de peaux d'ânes en Chine est évaluée à 4 millions. Cependant, la population d'ânes en Chine a diminué de 11 millions au cours des années 1990 et est aujourd'hui estimée à 6 millions. Les entreprises chinoises ont ainsi commencé à chercher des peaux d'ânes à l'étranger et ont construit à cet effet des abattoirs d'ânes en Afrique afin de combler la demande croissante en ânes en Chine. L'an dernier, deux entrepreneurs chinois ont construit un abattoir d'ânes au Kenya, avec une capacité d'abattage de 600 ânes par jour. L'Ethiopie, le pays ayant la plus grande population d'ânes d'Afrique (7,4 millions) possède également deux abattoirs d'ânes à capitaux chinois.

Selon la presse chinoise, les importations chinoises de peaux d'ânes par le port de Huangdao dans la province du Shandong ont augmenté de 932,9 tonnes en 2013 à 2244,9 tonnes en 2015, avec un taux de croissance annuel supérieur à 48%. De plus, en août 2016, la Chine a importé 560 ânes vivants à Irkeshtam au Xinjiang, en provenance du Kirghizstan. Jusqu'en février 2017, les importations d'ânes vivants à Irkeshtam ont atteint 4583.

D'après PWC, le marché chinois des produits alimentaires sains (« *E-gelatin* ») est bien considérée comme un produit alimentaire sain possède un grand potentiel de développement. Actuellement, le marché des produits alimentaires sains est évalué à 29 milliards d'USD, et les consommateurs chinois sont prêts à payer 30% plus cher pour avoir des produits alimentaires sains de bonne qualité.

Thématique : peaux d'ânes - gélatine

Date : le 7 mars 2017

Source : <http://www.jiemian.com/article/1156169.html>

Les bouchons en liège portugais cherchent à séduire la nouvelle génération de consommateurs chinois de vin – Suite à la baisse des droits de douane pour l'importation de bouchons de liège

Récemment, Carlos De Jesus, directeur opérationnel de InterCork de APCOR, a expliqué que la Chine deviendrait bientôt un des plus importants marchés du vin dans le monde et qu'InterCork devrait prochainement y travailler activement pour présenter les avantages des bouchons de liège. L'InterCork a pour mission de faire la promotion du liège à l'international. L'interprofession vient ainsi de lancer des nouveaux projets sur dix grands marchés, dont le marché chinois.

Les statistiques des douanes chinoises ont montré qu'en 2016, les importations chinoises de vins se sont élevées à 6,4 millions d'hectolitres, soit une augmentation de 15% par rapport à 2015. Selon les estimations de Vinexpo, d'ici à l'an 2020, le chiffre d'affaires de la vente de vin en Chine atteindra 21,7 milliards d'USD et se placera juste derrière les Etats-Unis (chiffre d'affaires estimé à 38,6 milliards d'USD), dépassant la France et l'Angleterre.

En outre, à partir du 1^{er} janvier 2017, les droits de douane chinois pour l'importation de bouchons en liège naturel et de bouchons polymérisés ont été abaissés à un taux unique de 4%, alors qu'ils étaient respectivement de 8% et de 8,4%. De plus, les résultats d'une enquête menée par CTR ont montré que 85% de consommateurs chinois considèrent que les vins embouteillés avec des bouchons en liège sont des vins de meilleure qualité. Dans ce contexte, InterCork compte renforcer la communication auprès des caves chinoises afin d'augmenter le niveau d'acceptation des bouchons en liège sur le marché chinois. Ce travail se fera auprès des différents acteurs de la filière : importateurs, experts du secteur, distributeurs au détail, sites internet de vente en ligne, consommateurs... Les moyens de communication seront variés et comprendront la participation à des salons, la collaboration avec des partenaires, la formation des professionnels et des consommateurs, la collaboration avec les sites de vente en ligne, la communication via des médias classiques et réseaux sociaux, etc. Le premier événement sera le salon Tangjiuhui qui aura lieu à Chengdu du 23 au 25 mars 2017.

Thématique : promotion des bouchons en liège

Date : le 9 mars 2017

Source : <http://www.vw1976.cn/grapewine/levelPage3.jsp?caid=002-001&id=21791>

(site internet du magazine « Sino-Overseas Grapevine & Wine 中外葡萄与葡萄酒 »)

Le géant sud-coréen de la vente au détail Lotte ferme un quart de ses boutiques en Chine – Ces fermetures sont dues à des risques d'incendie mais surtout au conflit diplomatique entre Pékin et Séoul

Le géant sud-coréen de la vente au détail Lotte a annoncé avoir fermé 23 magasins en Chine, soit un quart de ses établissements dans le pays, sur ordre administratif des autorités chinoises qui demandent de revoir le système de protection et de sécurité contre les incendies. Toutefois, c'est bien le conflit diplomatique entre Pékin et Séoul concernant le déploiement d'un système antimissile américain « Thaad » qui constitue la raison principale de ces fermetures.

De plus, après de nombreux appels au boycott de Lotte en Chine, de nombreux fournisseurs chinois tels que Weilong Foods, Shaanxi Lanhai Fruits et Pechoin ont retiré leurs produits des rayons des Lotte. Les sites de vente en ligne comme Tmall, JD, Xiaohongshu et Jumei ont également annoncé l'arrêt des ventes de produits du groupe Lotte sur leurs plateformes d'E-commerce.

Le groupe Lotte emploie environ 20 000 personnes en Chine. Sa chaîne Lotte Mart compte environ 100 magasins sur le marché chinois. Outre Lotte Mart, le groupe opère également Lotte Duty Free, Lotte Shopping et Lotte World. En 2015, son chiffre d'affaires en Chine a dépassé les 3000 milliards de KRW (environ 2,46 milliards EUR). Depuis 3 ans, le chiffre d'affaires mondial de Lotte Duty Free est supérieur à 4000 milliards de KRW par an (environ 3,28 milliards EUR), et les achats réalisés par les touristes chinois comptent pour 70,8% de ce montant.

Thématique : Lotte - fermeture

Date : le 7 mars 2017

Source : <http://www.jiemian.com/article/1156255.html>

L'entreprise chinoise Guangzhou Wanglaoji diversifie ses activités dans le secteur des probiotiques – Le marché chinois des probiotiques possède un grand potentiel de développement

Le 12 mars, l'entreprise pharmaceutique Guangzhou Wanglaoji a annoncé sa coopération stratégique avec la société américaine DuPont dans le secteur des médicaments probiotiques, afin de lancer sur le marché chinois son nouveau produit « Sangongzai », solution buvable en sachet, riche en probiotiques, destinée aux enfants. Cette coopération s'opèrera dans plusieurs domaines : la R&D, la chaîne d'approvisionnement et le marketing. Le nouveau produit sera distribué en pharmacie en vente libre ainsi que sur les plateformes d'e-commerce à partir de mai ou juin 2017. Selon les professionnels, le marché chinois des probiotiques possède un grand potentiel de développement. Son volume atteindrait 85 milliards de CNY en 2020.

Concernant les produits pharmaceutiques, Wanglaoji a effectué la montée en gamme des emballages de son produit Bao Ji Pill, qui est un médicament pour soigner les maux d'estomac et la diarrhée. Parallèlement, l'entreprise a signé un accord de vente exclusive avec la grande chaîne de pharmacie chinoise Guangzhou Dashenlin afin de promouvoir efficacement ce produit sur le marché chinois.

OTC : *Over the counter*

Thématique : Wanglaoji - probiotiques

Date : le 13 mars 2017

Source : http://money.ycwb.com/2017-03/13/content_24425800.htm

Environ 70% du vin importé au port de Shandong est du vin en vrac - Il est ré-embouteillé en Chine et vendu sur le marché chinois avec un coût de moins de 5 CNY par bouteille

Selon les informations de la presse chinoise, certains types de vin importés sont vendus à des prix bas en Chine. Comme par exemple dans les supermarchés de la ville de Qingdao où il existe du vin importé dont le prix varie entre 20 et 40 CNY (≈ entre 2,7 et 5,4 euros) par bouteille. Les prix du vin « moyen et haut de gamme » se situent entre 100 et 600 CNY (≈ de 14 à 82 euros) par bouteille.

Une des raisons pour lesquelles les prix du vin importé ont baissé est le développement significatif des activités d'E-commerce en Chine. L'E-commerce rend le prix du vin plus transparent et a permis d'introduire sur le marché chinois de nouvelles marques de vin moyen et bas de gamme. L'autre raison importante de ces prix bas est que le vin vendu en bouteille aux supermarchés est importé en Chine en vrac.

D'après la douane de Qingdao, en 2016, les importations de vin en Chine via le port de Shandong ont atteint 140 millions de litres. Ils sont principalement en provenance du Chili (66,73 millions de litres), UE (38,11 millions de litres) et Australie (25,20 millions de litres). Parmi ces importations, 73,1% sont du vin en vrac. Ce vin est ensuite ré-embouteillé en Chine et vendu sur le marché chinois. Les données officielles de la douane indiquent que le prix moyen du vin importé (en bouteille et en vrac) est de 8,6 CNY (≈ 1,1 euros) par litre. Cela veut dire que le prix moyen du vin

en vrac est encore inférieur à 8,6 CNY / litre. Cela explique pourquoi le vin vendu dans certains supermarchés à Qingdao a un coût de moins de 5 CNY par bouteille.

Cependant, en raison du manque de réglementation sur le marché du vin en Chine, certaines entreprises chinoises de ré-embouteillage notent sur les étiquettes que leur vin est importé en Chine en bouteille.

Thématique : vin importé en vrac - embouteillage

Date : le 14 mars 2017

Source : http://news.bandao.cn/news_html/201703/20170314/news_20170314_2713602.shtml

Les comptes Weibo d'internautes diffusant des vidéos diffamatoires sur l'algue *Porphyra* ont été fermés – Des mesures de sanction ont été prises à l'encontre des internautes responsables de cette rumeur

Le 14 mars 2017, le Bureau d'Information du Net de la municipalité de Pékin, la FDA de Pékin, la BAST (Beijing Association for Science and Technology) ainsi que divers médias tel que Weibo, ont co-organisé une conférence de presse au sujet des mesures de sanction prises vis-à-vis de rumeurs diffamatoires ayant circulé en ligne ces derniers jours concernant l'algue *Porphyra*. Ces fausses rumeurs sous-entendaient que ces algues étaient composées de plastique, forçant les producteurs à retirer leur produit du marché (pour plus d'informations, voir veille sanitaire n°82). Jusqu'au 13 mars, la plateforme Weibo, très populaire réseau social chinois, a traité 159 rumeurs de ce genre sur son site.

Différentes mesures de sanction ont été prises à l'encontre des internautes, selon leur niveau d'implication dans la diffusion de la rumeur. La sanction la plus grave, la fermeture du compte Weibo, a été appliquée à l'encontre du premier utilisateur ayant diffusé la rumeur. Parmi les autres sanctions, on trouve l'impossibilité d'être « suivi » par un autre utilisateur, la baisse de la « note de crédibilité » du compte, ou bien l'ajout d'une étiquette mentionnant la fraude directement sur le compte.

D'après le journal « Beijing Youth Daily », le Bureau d'Informations du Net de la municipalité de Pékin ainsi que la Beijing Internet Association ont créé un site spécialisé afin de démentir les rumeurs. Les adhérents de cette plateforme comprennent de nombreux sites très importants tels que : Sina, Netease, Ifeng, Ynet, etc. Désormais, dans le cas de futures rumeurs diffamatoires, cette plateforme diffusera les bonnes informations dans les plus brefs délais.

Thématique : rumeurs sur la sécurité sanitaire - sanction

Date : le 15 mars 2017

Source : http://news.xinhuanet.com/food/2017-03/15/c_1120630322.htm

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

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

AIC	Industrial and Commercial Administrative Bureau
APCOR	The Portuguese Cork Association
AUD	Australian Dollar, devise australienne
BAST	Beijing Association for Science and Technology
CTR	CVSC-TNS RESEARCH
CNY	Yuan, devise chinoise
CNFCA	China Non-staple Food Circulation Association
DDGS	Distillers Dried Grains with Solubles
EUR	Euros
FDA	Food and Drug Administration
INTERCORK	International Campaign for Cork
KRW	Won sud-coréen, devise de la Corée du Sud
NFC	Not For Concentrate
OTC	Over the counter
PWC	PricewaterhouseCoopers
UE	Union Européenne
USD	US Dollars, devise américaine

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
Julie ASSEDO – Prospectrice Agrotech bureau de Canton
Hélène Hovasse – 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.