



VEILLE SANITAIRE SUR LA CHINE

SOMMAIRE

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

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

[Publication des résultats de contrôle par échantillonnage de produits alimentaires par la CFDA au 4^{ème} trimestre 2017](#) – Le pourcentage des produits contrôlés correspondant aux standards sanitaires est de 97,8%

[Baisse de la qualité et du prix des bananes chinoises suite aux vagues de froid dans le Sud de la Chine](#) – Les provinces du Yunnan, Hainan, Guangdong, Guangxi et Fujian sont les principales régions productrices de bananes en Chine

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

[Le vin de Yantai a obtenu des autorités chinoises la certification d'Indication Géographique](#) – La région de Yantai compte pour 50% de la production annuelle de vin en Chine

[Le groupe Treasury Wine Estates engage une action en justice en Australie contre le producteur des « imitations » des produits de la marque Penfolds à destination du marché chinois](#) – Selon TWE la marque Rush Rich copie le style de Penfolds ainsi que son nom en chinois

[Starbucks pourrait lancer sur le marché chinois un service de livraison à domicile et effectue en parallèle des opérations de digitalisation de ses points de vente](#) – Le marché chinois devrait dépasser un jour les Etats-Unis pour devenir le marché le plus important pour Starbucks

[Le secteur du lait de brebis en Chine connaît une forte croissance depuis 2016](#) – D'ici 2020, le volume total du marché chinois des formules de poudres de lait de brebis devrait atteindre environ 1,3 milliard EUR

[Plusieurs entreprises laitières chinoises prévoient jusqu'à 50% d'augmentation de leur chiffre d'affaires pour l'année 2018](#) – Les marques chinoises de poudres de lait infantile ont connu une croissance de 8% en 2017

[Baisse du prix des fruits importés sur le marché chinois](#) – Le prix de vente au détail des cerises chiliennes est environ moitié moins élevé qu'en 2017

[La Chine va renforcer sa politique de rotation des cultures et de mise en jachère des terres arables](#) – L'objectif est de doubler la surface concernée en 2018

[Les ventes en ligne de produits frais et congelés sur JD.com ont augmenté de 200% pendant la période du Nouvel An chinois](#) – Les achats en ligne sont de plus en plus populaires auprès des consommateurs chinois des provinces « intérieures »

[Les importations de fromage ont augmenté de 11% en 2017](#) – Le volume total des importations de fromage s'élève à 108 000 tonnes

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

[Formation sur les vins français en amont du salon TangJiuHui à Chengdu](#) – Les organisateurs du salon coorganisent cette formation pour la 2^{ème} année consécutive

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISÉS

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

Publication des résultats de contrôle par échantillonnage de produits alimentaires par la CFDA au 4^{ème} trimestre 2017 – Le pourcentage des produits contrôlés correspondant aux standards sanitaires est de 97,8%

Au 4^{ème} trimestre 2017, la CFDA a effectué des contrôles par échantillonnage auprès de 1 090 880 lots de produits alimentaires (y compris des compléments alimentaires et des additifs alimentaires). 1 067 114 lots, soit 97,8% des produits contrôlés (dont du riz, de l'huile, de la viande, des œufs et du lait), correspondent bien aux standards sanitaires en vigueur. Parmi les produits non conformes, les problèmes proviennent notamment de l'utilisation abusive d'additifs alimentaires, de la présence de résidus de pesticides ainsi que de la présence de microbes, qui correspondent respectivement à 27,7%, 25,1% et 24,4% des anomalies détectées.

Thématique : CFDA – contrôle par échantillonnage – sécurité sanitaire des aliments - standard sanitaire – additif alimentaire – pesticide – microbes

Date : le 22 février 2018

Source : <http://www.sda.gov.cn/WS01/CL0050/225019.html>

Baisse de la qualité et du prix des bananes chinoises suite aux vagues de froid dans le Sud de la Chine – Les provinces du Yunnan, Hainan, Guangdong, Guangxi et Fujian sont les principales régions productrices de bananes en Chine

Mi-février, une importante vague de froid a frappé les régions productrices de bananes dans le Sud de la Chine, notamment les provinces du Yunnan et du Guangxi. Ces conditions météorologiques ont non seulement affecté la production mais aussi le transport des bananes, entraînant une baisse des volumes acheminés et vendus, ainsi qu'une baisse du prix de vente en gros.

En effet, les bananes chinoises de qualité supérieure sont vendues à environ 4 CNY/kg (0,5 EUR/kg). En revanche, les bananes de qualité inférieure, due par exemple à de mauvaises conditions climatiques, se négocient entre 0,2 et 0,6 CNY moins cher que celles de qualité supérieure. D'après les prévisions météorologiques chinoises, la pluie ainsi que des températures relativement faibles devraient persister dans les régions du Sud de la Chine jusqu'à la fin du mois de février, ne favorisant pas le retour à la normale du prix des bananes en Chine.

Thématique : banane – vague de froid – baisse de prix – Yunnan – Guangxi

Date : le 22 février 2018

Source :

<https://www.chinafruitportal.com/2018/02/22/%e4%b8%ad%e5%9b%bd%e5%9b%bd%e5%86%85%e4%bd%8e%e6%b8%a9%e6%8c%81%e7%bb%ad%e8%87%b4%e4%bd%bf%e9%a6%99%e8%95%89%e5%8f%97%e5%af%92%e6%83%85%e5%86%b5%e5%8a%a0%e5%89%a7%ef%bc%8c%e5%87%ba%e8%b4%a7%e5%8f%97/>

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

Le vin de Yantai a obtenu des autorités chinoises la certification d'Indication Géographique – La région de Yantai compte pour 50% de la production annuelle de vin en Chine

Suite à la demande déposée en 2017 par la municipalité de Yantai dans la province du Shandong pour la reconnaissance de l'appellation des vins de Yantai, le Bureau des Marques de l'Administration d'État pour l'Industrie et le Commerce a récemment validé le processus d'attribution et permis la reconnaissance de l'Indication Géographique « vin de Yantai ». L'Indication Géographique « vin de Yantai » couvre 12 communes autour de la ville de Yantai, dont celle de Penglai, dans lesquelles la production de vin atteint depuis 2014 la moitié de la production nationale totale en Chine.

Situé dans l'Est de la Chine, Yantai dispose d'un climat tempéré et humide continental, avec une température moyenne annuelle de 13°C et un taux d'humidité moyen annuel de 68%. La durée annuelle moyenne d'ensoleillement est supérieure à 2600 heures, et la période sans gel est supérieure à 280 jours. Le terrain est dominé par des collines, avec un sol graveleux, bien adapté pour la culture de la vigne.

L'obtention de cette certification d'Indication Géographique pour le vin de Yantai devrait contribuer à accroître la visibilité et l'influence en Chine ainsi qu'à l'étranger pour les vins de cette région.

Thématique : vin – Yantai – Shandong – IG Indication Géographique – climat – Penglai

Date : le 6 février 2018

Source : http://ptji.yantai.gov.cn/art/2018/2/6/art_1622_883102.html

Le groupe Treasury Wine Estates engage une action en justice en Australie contre le producteur des « imitations » des produits de la marque Penfolds à destination du marché chinois – Selon TWE la marque Rush Rich copie le style de Penfolds ainsi que son nom en chinois

Le 16 février 2018, le groupe Treasury Wine Estates (TWE) a lancé une action en justice contre le producteur de la marque « Rush Rich » devant la Cour Fédérale australienne, pour utilisation frauduleuse de sa marque emblématique Penfolds, puisque que la translittération en chinois de la marque Penfolds « 奔富 » signifie « courir vers la richesse ». L'affaire a été initiée par TWE afin de mettre un terme aux violations de ses droits de propriété intellectuelle par Rush Rich en Australie et en Chine, qui sans une telle action pourraient selon le Directeur Général de TWE Michael Clarke nuire considérablement à la réputation des marques emblématiques du groupe.

Toujours selon TWE, les produits visés par cette action en justice proviendraient de vins en vrac produits puis embouteillés par une société tierce en Australie méridionale, avec des étiquettes imitant le style de celles de Penfolds. Michael Clarke estime que ce genre de comportements commerciaux nuisent non seulement à la marque « Australie », mais aussi aux consommateurs ainsi qu'à l'industrie du vin en général en Australie.

Tony Battaglione, le Directeur Général de Winemakers Federation of Australia (WFA) a déclaré qu'un « système de réglementation strict est essentiel pour le succès des produits à l'export ».

Thématique : Vin – TWE – Penfolds – Rush Rich – Benfu

Date : le 22 février 2018

Source : http://www.sohu.com/a/223453028_107987 ;

<https://www.tweglobal.com/~media/Files/Global/Media/2018/TWE-takes-legal-action-against-copycat-wine-producer-16-February-2018.pdf>

Starbucks pourrait lancer sur le marché chinois un service de livraison à domicile et effectuée en parallèle des opérations de digitalisation de ses points de vente – Le marché chinois devrait dépasser un jour les Etats-Unis pour devenir le marché le plus important pour Starbucks

Starbucks a récemment signé des accords de coopérations stratégiques avec les deux grands groupes chinois Alibaba et Tencent. Ces accords devraient permettre à Starbucks de mettre en place la digitalisation de ses cafés restaurants, mais également de lancer sur le marché chinois un service de livraison à domicile afin non seulement d'améliorer l'expérience client mais aussi de mettre à profit de nouvelles sources de revenu. Avant Starbucks, d'autres grands acteurs du secteur de la restauration en Chine, tels que Yum China et McDonald's, avaient également annoncé leurs nouvelles stratégies axées sur la digitalisation des points de vente. Concernant la mise en place d'un système de livraison à domicile, Starbucks est en revanche, jusqu'à présent du moins, plus conservateur que Yum China et McDonald's, et a toujours souligné l'importance de l'expérience d'achat en magasin.

Aujourd'hui, Starbucks dispose de plus de 3 100 cafés répartis dans 139 villes chinoises, soit quatre fois plus qu'il y a cinq ans. Ces cafés reçoivent en moyenne plus de 6 millions de clients par semaine. Le trimestre dernier, la croissance des ventes à surface égale de Starbucks Chine a atteint 6%. D'ici fin 2018, le groupe prévoit d'ouvrir plus de 500 nouveaux magasins sur le marché chinois.

Thématique : Starbucks - digitalisation – service de livraison à domicile – coopération

Date : le 14 février 2018

Source : <http://www.jiemian.com/article/1945335.html>

Le secteur du lait de brebis en Chine connaît une forte croissance depuis 2016 – D'ici 2020, le volume total du marché chinois des formules de poudres de lait de brebis devrait atteindre environ 1,3 milliard EUR

La Chine est aujourd'hui le deuxième plus grand éleveur de brebis et le premier consommateur de lait de brebis au monde. Depuis 2016, le secteur du lait de brebis en Chine connaît une forte croissance. Une vingtaine d'entreprises laitières disposent actuellement d'une licence de production en Chine de poudres de lait de brebis pour enfant, représentant un total de plus de 200 marques.

Kabrita, marque de l'entreprise laitière Ausnutria, est la première marque de poudres de lait de brebis en Chine. En 2017, les ventes de Kabrita ont dépassé 1,3 milliard de CNY (environ 167 millions EUR). Outre Kabrita, les poudres de lait de brebis de Synutra ont également réalisé de bonnes performances en 2017 sur le marché chinois, avec des résultats de ventes de plus de 300 millions de CNY (environ 38 millions EUR). Plusieurs entreprises laitières telles que Meiling (美羚), Guanshan Dairy (关山乳业) et Dingbian Dairy (定边乳业), sont en train de construire des sites de production de poudres de lait de brebis afin d'assurer leur approvisionnement en lait cru et de renforcer leur positionnement sur ce marché. D'ici 2020, le marché chinois des formules de poudres de lait de brebis devrait représenter un montant total de 10 milliards de CNY (environ 1,3 milliard EUR).

Thématique : poudres de lait de brebis – lait de brebis – Kabrita - Ausnutria –

Date : le 13 février 2018

Source : <http://www.jiemian.com/article/1941495.html>

Plusieurs entreprises laitières chinoises prévoient jusqu'à 50% d'augmentation de leur chiffre d'affaires pour l'année 2018 – *Les marques chinoises de poudres de lait infantile ont connu une croissance de 8% en 2017*

Depuis le scandale du lait contaminé à la mélamine en 2008 en Chine, les consommateurs chinois ne faisaient plus confiance aux produits locaux et préféraient acheter des marques étrangères de poudres de lait infantile. Suite à ce scandale, les autorités chinoises ont pris des mesures de contrôle strictes afin d'assurer la qualité des poudres de lait infantile fabriquées en Chine. Même si la structure du marché reste encore différente des marchés matures, où les principales marques regroupent l'essentiel des parts de marché contrairement à la Chine, ces dernières années les marques chinoises ont amélioré la qualité de leurs produits. Selon les dernières données publiées par la CFDA, le taux de conformité des formules de poudre de lait infantile chinoises s'élève à 99,5%.

Ainsi, ces deux dernières années les marques chinoises de poudres de lait infantile ont vu leurs ventes croître progressivement. En 2017, plusieurs grandes entreprises laitières chinoises ont réalisé d'importants chiffres d'affaires, c'est le cas par exemple de la société Firmus, marque chinoise numéro un, qui a enregistré un chiffre d'affaires de 7 milliards de CNY (environ 897 millions EUR), ou bien encore Junlebao avec 2,5 milliards de CNY de chiffre d'affaires (environ 320 millions EUR). En 2018, ces entreprises ont annoncé comme objectif une hausse de chiffre d'affaires de +50%.

Thématique : entreprise laitière – objectifs 2018 – Firmus – Junlebao

Date : le 23 février 2018

Source : <http://www.cnfood.cn/n/2018/0223/121651.html>

Baisse du prix des fruits importés sur le marché chinois – *Le prix de vente au détail des cerises chiliennes est environ moitié moins élevé qu'en 2017*

Le Nouvel An chinois est la fête traditionnelle la plus importante en Chine. C'est aussi une période unique d'un point de vue commercial. Les consommateurs chinois dépensent en effet énormément pour préparer cette fête et offrir des cadeaux. Ainsi, pendant cette période le prix de vente de nombreux produits agroalimentaires, dont les fruits, augmente en général face à la forte demande des consommateurs. Cette année toutefois, le prix de vente en gros des fruits (chinois et importés) a subi une baisse de plus de 10% par rapport à 2017. Face à la concurrence des cerises en provenance de Nouvelle-Zélande et d'Australie, le prix de vente au détail des cerises chiliennes (taille 28mm) sur le marché chinois est environ moitié moins élevé qu'en 2017 : l'an dernier les prix variaient de 35 CNY à 60 CNY/500g (environ de 4,5 à 7,7 EUR/500g) tandis que cette année les prix ont baissé jusqu'à 29,8 CNY/500g (environ 3,8 EUR/500g) dans certaines chaînes de supermarchés.

Pour information, la Chine est le plus grand pays consommateur de cerises chiliennes. Actuellement 70% des exportations chiliennes de cerises vont vers la Chine.

Thématique : fruits importés – cerises chiliennes – prix de vente au détail – Nouvel An Chinois

Date : le 15 février 2018

Source : <http://www.cnfood.com/news/show-271974.html>

La Chine va renforcer sa politique de rotation des cultures et de mise en jachère des terres arables – *L'objectif est de doubler la surface concernée en 2018*

Le Ministère de l'Agriculture chinois a indiqué qu'en 2018, la Chine va continuer à élargir la surface de terres destinées à la rotation des cultures et à la mise en jachère de terres arables.

La production agricole chinoise est fortement utilisatrice d'intrants, dont l'utilisation connaît une augmentation continue depuis ces dernières années, notamment d'engrais chimiques. En conséquence, la pollution des terres arables par les métaux lourds, la pollution des nappes phréatiques et autres dégradations environnementales sont devenues des sujets incontournables pour les autorités. Afin de trouver une solution à ces problèmes, le Ministère de l'Agriculture chinois a publié en 2016 le Projet pour la rotation des cultures et la mise en jachère des terres arables.

Des essais sur la rotation des cultures ont été effectués principalement pour le maïs et le soja. La jachère de terres arables a ciblé en priorité des zones de descente des eaux souterraines au nord de la Chine, des zones polluées par des métaux lourds dans la province du Hunan et des zones subissant de fortes dégradations environnementales au Nord-Ouest ainsi qu'au Sud-Ouest de la Chine.

Cette politique a concerné une surface de 411 000 ha en 2016 et 800 000 ha pour 2017. L'objectif pour 2018 est de doubler la surface de 2017, puis d'atteindre une surface de 3,3 millions d'hectares d'ici à 2020. Durant les prochaines années, les nouvelles zones concernées par la rotation des cultures devraient principalement comprendre les provinces du Jiangsu et du Jiangxi pour le blé et le riz. La jachère de terres arables ciblera des zones du bassin de la rivière Tarim dans la province du Xinjiang ainsi que la province du Heilongjiang.

Thématique : rotation des cultures – jachère de terres arables – Ministère de l'Agriculture chinois

Date : le 23 février 2018

Source : <http://www.cnfood.com/news/show-272237.html>

Les ventes en ligne de produits frais et congelés sur JD.com ont augmenté de 200% pendant la période du Nouvel An chinois – Les achats en ligne sont de plus en plus populaires auprès des consommateurs chinois

Selon les données statistiques publiées par JD.com, les ventes en ligne de produits frais et congelés sur JD.com ont augmenté de presque 200% durant la période du Nouvel An chinois, par rapport à la même période en 2017. Les cerises du Chili, les crevettes rouges d'Argentine et les crevettes blanches d'Equateur ont été les produits les plus vendus dans la catégorie des produits frais et congelés importés. Par ailleurs, les boissons alcoolisées et les produits alimentaires à température ambiante sont les principales catégories vendues, avec une croissance respective de 110% et 100% par rapport à la même période en 2017.

A noter que les provinces du Qinghai, Jiangxi, Yunnan, Hunan et Anhui connaissent une hausse considérable des volumes d'achats en ligne au moment des fêtes, tous produits confondus, sous l'influence des populations qui travaillent dans les grandes métropoles de premier rang et qui rapportent ou font livrer des produits achetés en ligne dans leur famille pour le Nouvel An chinois. Grâce aux activités promotionnelles des plateformes de e-commerce, l'achat en ligne dans les régions centrales, dans les provinces de l'Ouest ainsi que dans les villages connaît une croissance remarquable ces dernières années.

Thématique : ventes en ligne – JD.com – produits frais et congelés – Nouvel An chinois

Date : le 24 février 2018

Source : <http://www.cnfood.com/news/show-272318.html>

Les importations de fromage ont augmenté de 11% en 2017 – Le volume total des importations de fromage s'élève à 108 000 tonnes

Il y a quelques années encore, le fromage était un produit de niche pour les Chinois et les canaux de distribution étaient rares pour ce produit. Aujourd'hui, le fromage est de plus en plus populaire sur ce marché. Selon les statistiques publiées par les douanes chinoises, les importations de fromage ont atteint 108 000 tonnes en 2017, contre 97 200 tonnes en 2016, soit une croissance de 11% en volume. La valeur totale de ces importations s'élève à 497 millions USD (+18,6%/2016) avec un prix moyen à l'import de 4 606 USD/tonne, en hausse de 6,7% par rapport 2016.

Parmi ces importations, 51% du fromage provient de Nouvelle-Zélande avec 54 900 tonnes (+7,4%/2016), 19,5% provient d'Australie avec 21 100 tonnes (+5,5%/2016), 14,8% d'Europe avec 15 900 tonnes (+13%/2016) et 11,9% des Etats-Unis avec 12 900 tonnes (+44%/2016). Les fromages français représentent 3% de part de marché en Chine, avec un volume total d'importation de 3 200 tonnes en 2017.

Thématique : fromage – importation – produits laitiers

Date : le 23 février 2018

Source : http://www.hesitan.com/nnyw_xjxm/2018-02-23/227966.shtml

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

Formation sur les vins français en amont du salon TangJiuHui à Chengdu – Les organisateurs du salon coorganisent cette formation pour la 2^{ème} année consécutive

Le 7 février 2018, le bureau Chine du Comité Champagne a organisé une formation à Chengdu, une semaine avant le Nouvel An Chinois. 80 personnes ont pris part à cette formation, tous travaillant pour le recrutement d'exposants pour le salon TangJiuHui. Mme WANG Wei du Comité Champagne en Chine a notamment présenté l'appellation Champagne et son vignoble, et tout particulièrement son terroir unique, ses techniques de vinification ainsi que les éléments de protection de cette appellation d'origine contrôlée. Des représentants du CIVB et du BNIC étaient également présents lors de cette session de formation.

Chaque année en mars, le salon TangJiuHui réunit des professionnels du vin, des spiritueux et des autres alcools de Chine et du monde entier.

Afin de mieux promouvoir et protéger les vins français, les organisateurs du salon TangJiuHui organisent depuis 2017 en amont du salon, en partenariat avec l'Ambassade de France en Chine ainsi que le Consulat Général de France à Chengdu, une formation sur les vins français à destination des recruteurs de ce salon.

Thématique : vins français – formation – salon TangJiuHui – Chengdu – BNIC – CIVB

Date : le 19 février 2018

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2018/2/1-76219.html>

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISÉS

AQSIQ	General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine
BNIC	Bureau National Interprofessionnel du Cognac
CFDA	China Food and Drug Administration
CIVB	Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux
CNY	RMB, devise chinoise
EUR	Euros
TWE	Treasury Wine Estates
USD	United States dollar
WFA	Winemakers Federation of Australia

Sources d'information :

http://ptj.yantai.gov.cn/	Site internet de l'office du vin et de la vigne de la ville de Yantai, Shandong.
http://www.sohu.com/	Créé par Dr. Charles Zhang, un des pionniers de l'internet en Chine, Sohu.com Inc. (NASDAQ: SOHU) intègre différents services: média internet, moteur de recherche, et jeux en ligne. Le groupe dispose de deux entreprises cotées à NASDAQ : SOHU et CYOU.
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.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.cnfood.cn	Site internet du journal « China Food Newspaper », un des plus importants journaux spécialisés dans le secteur des produits alimentaires.
www.sda.gov.cn	Site internet de la China Food and Drug Administration
www.chinafruitportal.com	Site internet en chinois sous contrôle du groupe chilien Yentzen, spécialisé en reportage sur les politiques agricoles ou les tendances commerciales de différents pays dans le secteur des fruits et légumes, notamment ceux en lien avec le marché chinois.
www.hesitan.com	Site internet du magazine mensuel « Holstein Farmer », créé en 2005 par Beijing Orient Dairy Consultants Ltd., la seule publication DM (Direct Mail Advertising) en Chine dédiée à la filière de l'élevage bovin.

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
Sisi Wang – Chargée de développement Agrotech bureau de Pékin
Antoine Oustrin – Prospecteur Agrotech bureau de Shanghai
Kaidong Li – Chargé de développement Agrotech bureau de Shanghai
Laure Elsaesser – Conseillère export Agrotech bureau de Pékin
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.