



VEILLE SANITAIRE SUR LA CHINE

SOMMAIRE

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

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

[La lutte contre la pollution agricole a été ajoutée comme priorité dans le treizième plan quinquennal](#) – La pollution agricole s'aggrave progressivement

[Rédaction de «Lois pour la prévention et la lutte contre la pollution des sols»](#) – La priorité est donnée à la pollution des sols aux métaux lourds

[Nouvelle «méthode de gestion de l'enregistrement de formules de poudres de lait infantile » par la CFDA](#) – De nombreux producteurs de poudre de lait comme Synutra seront impactés

[La réglementation relative au contrôle des produits alimentaires vendus en ligne en cours de préparation](#) – Les plateformes de E-commerce seront responsables du contrôle des magasins commercialisant des produits alimentaires en ligne

[Les pommes polonaises pourront bientôt entrer sur le marché chinois](#) – Le gouvernement polonais promeut activement ses pommes

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

[Accolade Wines renforce sa collaboration avec des distributeurs de vin connus en Chine](#) – Ces distributeurs aideront Accolade Wines à diversifier ses canaux de distribution

[Arrivée des vins japonais sur le marché chinois](#) – L'entreprise japonaise Suntory envisage de vendre des vins japonais en Chine

[L'établissement de l'Alliance de la Renaissance du vin italien](#) – Les vins italiens améliorent leur image en Chine

[Fucheng est suspecté d'avoir acheté du bœuf en provenance des régions touchées par l'ESB au Brésil en 2013](#) – Manque de contrôle des entreprises et du gouvernement

[Mise en ligne du Pavillon des Domaines Australiens 5 étoiles](#) – De plus en plus de vins australiens de qualité disponibles sur le marché chinois

[Des crèmes glacées de plusieurs pays concurrencent Häagen-Dazs en Chine](#) – Cela devrait faire baisser les prix
[JD fait l'acquisition de la plateforme de vente en ligne Yihaodian auprès de Walmart](#) – Renforcement de la collaboration entre Walmart et la plateforme de vente en ligne JD

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

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

La lutte contre la pollution agricole a été ajoutée comme priorité dans le treizième plan quinquennal – La pollution agricole s'aggrave progressivement

Selon le vice-ministre chinois de l'Agriculture, la pollution de l'eau et des terres agricoles s'aggrave. D'un côté, la pollution causée par les déchets urbains et industriels impacte fortement la qualité des produits agricoles et des terres arables. D'un autre côté, l'utilisation abusive d'engrais et de pesticides a aggravé la pollution des terres agricoles. Entre 1979 et 2013, l'utilisation des engrais a augmenté de manière conséquente pour atteindre 59 millions de tonnes (en 1979, elle était seulement d'environ 11 millions de tonnes).

Selon les experts, le problème majeur ne réside pas tant dans la qualité de l'engrais mais dans le fait qu'il reste beaucoup d'engrais dans les champs, non utilisés par les cultures en raison des mauvais dosages ce qui provoque une pollution de l'eau, du sol et de l'air. Actuellement, le taux d'utilisation des engrais en Chine n'est que de 35%, ce qui est très inférieur à celui des pays développés qui atteint en moyenne 80%. Outre une mauvaise utilisation des engrais, l'abus de pesticides constitue également un facteur important de pollution des sols agricoles. Aujourd'hui, la Chine est le premier consommateur de pesticides, avec une utilisation annuelle d'environ 320 000 tonnes mais leur taux de rentabilité est très bas, avec seulement 30% des pesticides efficacement utilisés. L'aggravation de la pollution des terres agricoles a amené le gouvernement chinois à l'ajouter comme priorité dans le treizième plan quinquennal. D'après celui-ci, l'utilisation des engrais et des pesticides ne devrait pas augmenter jusqu'en 2020. En outre, le contrôle de l'utilisation des pesticides devrait être renforcé.

Thématique : Pollution agricole

Date : Le 18 juin 2016

Source : http://www.hesitan.com/nnyw_xjxm/2016-06-18/179990.shtml

Rédaction de «Lois pour la prévention et la lutte contre la pollution des sols» – La priorité est donnée à la pollution des sols aux métaux lourds

Le Comité de protection de l'environnement et des ressources de l'Assemblée Populaire Nationale de Chine rédige actuellement la «Loi sur la prévention et le contrôle de la pollution des sols». Il existerait actuellement 1 à 2 millions de parcelles de sols polluées en Chine. La pollution aux métaux lourds constituera un volet important de ces lois, notamment pour le riz contenant des taux excessifs de cadmium. En effet, 1,5 million d'hectares de terrains pollués serait d'anciennes mines dont 30% seraient polluées par des métaux lourds, 41% de ces terres sont localisées dans les provinces suivantes : Guangdong, Guangxi, Sichuan, Shaanxi, Anhui, Hubei et Hunan. En 2015, le gouvernement central a apporté des soutiens financiers spéciaux d'un montant de 2,8 milliards de CNY à 30 villes pour mener des actions de prévention et de contrôle de la pollution des sols.

Thématique : Pollution des sols – Lois

Date : le 20 juin 2016

Source : http://news.cb.com.cn/html/economy_9_31501_1.html

Nouvelle «méthode de gestion de l'enregistrement de formules de poudres de lait infantile » par la CFDA – De nombreux producteurs de poudre de lait comme Synutra seront impactés

La CFDA a publié le 8 juin la «méthode de gestion de l'enregistrement des formules de poudres de lait » qui entrera en vigueur à partir du 1^{er} octobre 2016. Ces mesures officielles sont plus rigoureuses que la version provisoire. Chaque entreprise aura le droit d'enregistrer 3 gammes de produits avec 9 formules maximum (au lieu de 5 gammes de produits et 15 formules maximum dans la version provisoire). Ces limites s'appliqueront non seulement aux entreprises chinoises, mais aussi aux entreprises étrangères.

Les marques disposant de plusieurs dizaines de formules comme Synutra, Firmus et Fonterra seront particulièrement impactées. Synutra devra arrêter de proposer une grande partie de sa centaine de marques afin de respecter les nouvelles mesures. 80% de ses marques ne représentant que 20% de son chiffre d'affaires, l'impact devrait cependant être limité. Selon les statistiques de la CFDA, les 103 producteurs chinois de poudre de lait infantile disposent de 2000 formules différentes, certaines entreprises jusqu'à 180 formules.

M. Song Liang prévoit que le nombre de marques diminuera mais que la production locale totale continuera d'augmenter.

Thématique : Produits laitiers – Normes

Date : le 20 juin 2016

Source : http://news.cb.com.cn/html/company_11_31543_1.html

La réglementation relative au contrôle des produits alimentaires vendus en ligne en cours de préparation – Les plateformes de E-commerce seront responsables du contrôle des magasins commercialisant des produits alimentaires en ligne

Le 17 juin, durant le Sommet « Santé et sécurité sanitaire des aliments à l'ère de l'internet », M. CUI Enxue de la CFDA a annoncé qu'une réglementation pour la gestion du contrôle des produits alimentaires vendus en ligne est en cours de rédaction. Elle comprendra notamment la méthode de contrôle pour les actions illégales et la méthode d'inspection pour les commandes de repas en ligne. Actuellement le secteur fait face à de nombreux challenges, les 3 principaux étant les suivants : de nombreux distributeurs ne disposent pas de permis de distribution des produits alimentaires, des produits alimentaires vendus en ligne ont des problèmes et de nombreuses informations mensongères sont communiquées aux consommateurs.

Cette réglementation précisera que les distributeurs « en ligne » doivent disposer d'un permis pour distribuer les produits alimentaires. Les plateformes tierces seront dans l'obligation d'effectuer des contrôles et seront responsables du contrôle des magasins distribuant des produits alimentaires hébergés sur leur site. Il faudra que les plateformes de E-commerce mettent en place des procédures afin de vérifier régulièrement les qualifications et les permis des magasins hébergés.

Thématique : E-commerce – Produits alimentaires

Date : le 20 juin 2016

Source : http://tech.gmw.cn/newspaper/2016-06/20/content_113382876.htm

Les pommes polonaises pourront bientôt entrer sur le marché chinois – Le gouvernement polonais promeut activement ses pommes

Premier producteur de pomme en Europe et troisième producteur mondial, la Pologne est également le pays exportateur de pommes le plus important dans le monde avec 80% de la production destinée à l'exportation, dont plus de la moitié vers la Russie. D'après le Bureau des Statistiques de l'UE, depuis la mise en place de l'embargo de la Russie pour les pommes polonaises, l'exportation totale de pommes polonaises entre juillet et novembre 2015 a baissé de 30% par rapport à la même période sur l'année précédente, avec seulement 148 000 tonnes. Dans le même temps, le prix de vente au détail des pommes sur le marché polonais a baissé de 11% depuis 2014.

En 2014, l'Union européenne a lancé un programme de promotion des pommes bicolores, destinées notamment au marché chinois et aux Émirats Arabes Unis. En août 2014, les autorités compétentes chinoises et polonaises ont démarré les négociations pour l'accès au marché des pommes bicolores. Une délégation de l'AQSIQ a inspecté des vergers polonais en 2015. Les professionnels polonais souhaitent pouvoir signer un protocole avec l'autorité chinoise en juin 2016. Selon le responsable de "Fruit Alliance" l'association polonaise des distributeurs des fruits et légumes, l'association a sélectionné 6 variétés parmi une trentaine pour le marché chinois.

(Nota : Le 20 juin, lors de la visite présidentielle chinoise en Pologne, les deux présidents ont signé un protocole pour l'exportation de pommes polonaises vers la Chine.)

Thématique : Fruits – Accès au marché

Date : le 20 juin 2016

Source : <http://money.163.com/16/0621/06/BQ2KRU0Q00253B0H.html>

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

Accolade Wines renforce sa collaboration avec des distributeurs de vin connus en Chine – Ces distributeurs aideront Accolade Wines à diversifier ses canaux de distribution

Accolade Wines, leader australien de la filière du vin, a récemment annoncé la signature d'accords de collaboration stratégique avec différents distributeurs d'alcools en Chine. Ces accords portent sur l'achat, la vente et la promotion des marques afin d'accentuer le développement du groupe sur le marché chinois. Les partenaires incluent jixian.com, Shenzhen Nanyu Brother Investment et Nanpu Food. Avec ses nouveaux partenaires, Accolade Wines compte promouvoir des vins australiens de marques connues comme Hardys, de milieu et haut de gamme. Selon la Wine Australia, les exportations de vins australiens vers la Chine ont augmenté de 64% en volume entre avril 2015 et mars 2016 par rapport à la même période sur l'année précédente, soit une augmentation de 400 millions d'AUD.

Thématique : Boissons alcoolisées – Vin

Date : le 12 juin 2016

Source : http://www.pt9.cn/news_display.asp?newsid=22775&id=0

Arrivée des vins japonais sur le marché chinois – L'entreprise japonaise Suntory envisage de vendre des vins japonais en Chine

Le géant japonais Suntory (filiale boissons) a annoncé qu'il envisageait de vendre à Hong Kong et en Chine des vins japonais "hauts de gamme", principalement produits dans des châteaux situés dans la préfecture de Yamanashi. Ces dernières années, ces vins ont connu une amélioration de leur qualité. En 2013, un vin produit par le Château de Grace avec des raisins du cépage koshu a remporté le DAWA (Decanter Asia Wine Awards). Il s'agissait de la première victoire d'un vin japonais au DAWA. Depuis, les résultats des vins japonais sont en progrès constant au DAWA. En ce qui concerne son projet d'exportation en Chine, Suntory envisage de vendre d'abord ses produits dans les restaurants japonais de standing et de fournir en particulier des vins très typiques, comme du vin blanc Koshu (qui coûte environ 28 dollars la bouteille au Japon), du vin blanc Chardonnay (dont le coût est de 80 dollars la bouteille sur le marché japonais) et du vin rouge merlot et un petit verdot (qui coûtent environ 100 dollars la bouteille au Japon). En raison des coûts élevés de main d'œuvre et des terres agricoles au Japon, le prix des vins japonais est relativement élevé. Suntory voit néanmoins un marché en Chine, notamment parmi les consommateurs qui choisiront ces vins pour accompagner la cuisine japonaise.

Thématique : Boissons alcoolisées – Vin

Date : Le 13 juin 2016

Source : <https://www.decanterchina.com/zh/行业新闻/三得利集团将在中国销售日本产葡萄酒>

L'établissement de l'Alliance de la Renaissance du vin italien – Les vins italiens améliorent leur image en Chine

Le 13 juin, un forum portant sur la Renaissance du vin italien s'est tenu à Beijing. L'ambassadeur d'Italie en Chine, Ettore Francesco Sequi, ainsi que le secrétaire général de la CADA (China Alcoholic Drinks Association) y ont participé. Le sujet principal de ce forum portait sur la renaissance et les opportunités des vins italiens sur le marché chinois. Par ailleurs, les experts et les participants ont également abordé la distribution des vins du château de Marchesi Antinori. L'Alliance de la Renaissance du vin italien a été établie dans la foulée du forum. Les grands producteurs et distributeurs des vins, tels que le château de Marchesi Antinori ainsi que les sites de vente en ligne spécialisés comme Jiuxian et Yiji sont les premiers membres fondateurs de cette alliance. Celle-ci vise à promouvoir la coopération et les échanges entre les producteurs de vins italiens et les géants chinois de la filière du vin, et à développer la vente des vins italiens sur le marché chinois. L'Italie est le premier producteur du vin et le deuxième exportateur du vin dans le monde. Cependant, la performance des vins italiens sur le marché chinois n'est pas bonne. Selon les douanes, en 2015 les vins italiens représentaient seulement 4,5% du total des vins importés en Chine, ce qui place l'Italie loin derrière la France, l'Australie, le Chili, et l'Espagne. En 2015, les importations chinoises de vins ont augmenté de 38% tandis que les importations chinoises de vins italiens n'ont augmenté que de 1,9%. Cependant, les professionnels ont confiance dans le grand potentiel de développement des vins italiens sur le marché chinois.

Thématique : Boissons alcoolisées – Vin

Date : Le 17 juin 2016

Source : <http://www.winesinfo.com/html/2016/6/3-65881.html>

Fucheng est suspecté d'avoir acheté du bœuf en provenance des régions touchées par l'ESB au Brésil en 2013 – Manque de contrôle des entreprises et du gouvernement

Fucheng est suspecté d'avoir acheté 146 tonnes de bœuf de contrebande en provenance des régions brésiliennes touchées par l'ESB sur la période 2012-2013. Ces morceaux auraient été mélangés avec des pièces produites par Fucheng et commercialisés comme de la viande de bœuf locale. Yonghedawang, groupe majeur de restauration rapide en aurait également acheté 31 tonnes sur la même période. Les importations totales réalisées par ce réseau de contrebande s'élèveraient à 303 tonnes sur la période 2012-2013.

Au sein du groupe, les acheteurs ont un pouvoir de décision total sans consultation des avis des autres départements (financier, qualité, vente...). Une fonction réelle de contrôle et d'inspection de ses fournisseurs lui ferait défaut. En aval de la filière, les entreprises qui achètent du bœuf auprès de Fucheng ne contrôlent pas suffisamment la qualité des produits en raison de la confiance qu'ils accordent à Fucheng vu sa taille, et de la capacité de Fucheng à fournir les documents officiels ce qui reflète aussi un manque de contrôle des autorités. Depuis des années, le prix du bœuf augmente rapidement en Chine. De la viande de bœuf en provenance de régions brésiliennes touchées par l'ESB est entrée en Chine en contrebande, notamment par la frontière entre la Chine et le Vietnam ainsi que par la Birmanie. La viande est généralement déjà coupée en morceaux et mise sur le marché en Chine par des usines de transformation, des marchés agricoles, acteurs de la restauration ou des entreprises de trading. Les contrebandiers modifient le lieu de production sur certains documents officiels. En conséquence, les professionnels de la filière recommandent que des entreprises comme Fucheng renforcent leurs liens directs avec leurs fournisseurs, effectuent des inspections in situ et développent un système complet de traçabilité.

Thématique : Produits carnés – Contrebande

Date : le 20 juin 2016

Source : http://www.cqn.com.cn/ms/content/2016-06/20/content_3047507.htm

Mise en ligne du Pavillon des Domaines Australiens 5 étoiles – *De plus en plus de vins australiens de qualité disponibles sur le marché chinois*

Le 20 juin, Amazon.cn a annoncé la mise en ligne d'un pavillon de domaines australiens 5 étoiles, qui comprend plus d'une trentaine de domaines australiens 5 étoiles, et propose une sélection de plus de 130 références de vins. C'est James Halliday, expert du vin australien, qui a choisi et recommandé tous ces vins qui viennent des meilleurs châteaux australiens tels que Port Phillip Estate, Stefano Lubiana, Best's, Yeringberg, Kay Brothers. Amazon.cn a également annoncé sa coopération avec le distributeur chinois des vins Pranwines. Ils vont collaborer pour introduire sur le marché chinois davantage de vins australiens de qualité. Par ailleurs, sous l'initiative d'Amazon.cn, un club de vins a également été créé. Il va proposer des formations aux amateurs de vins et également inviter des grands spécialistes des vins du monde entier à échanger avec les consommateurs chinois.

Thématique : Boissons alcoolisées – Vin

Date : Le 20 juin 2016

Source : <http://news.foodmate.net/2016/06/384324.html>

Des crèmes glacées de plusieurs pays concurrencent Häagen-Dazs en Chine – *Cela devrait faire baisser les prix*

Fonterra a récemment annoncé le lancement officiel sur le marché chinois de sa marque de crème glacée 'Tip Top' qui sera d'abord en vente en ligne et ensuite dans la distribution traditionnelle. Bien que 'Tip Top' soit une marque de consommation courante en Nouvelle Zélande, pour les consommateurs chinois le positionnement prix du produit est comparable à celui d'Häagen-Dazs en Chine. Sur TMALL, le tarif d'un produit de 2L est de 258 CNY et il est compris entre 168 CNY et 178 CNY lorsqu'il est en promotion. D'après les explications de la partie néozélandaise, Fonterra a établi un partenariat stratégique avec la filiale supermarché de TMALL pour le lancement de 'Tip Top' en Chine. Dans les traces d'Häagen-Dazs, plusieurs marques étrangères de crèmes glacées haut de gamme en provenance des Etats-Unis, d'Allemagne, de France ainsi que de Corée du Sud ont pénétré sur le marché chinois les unes après les autres. Selon les statistiques des associations professionnelles, le marché chinois des crèmes glacées a atteint 84 milliards de CNY en 2015. D'après les professionnels, le marché des crèmes glacées haut de gamme augmente de 30 à 40 % par an. Actuellement sur le marché chinois des crèmes glacées, Häagen-Dazs détient la part de marché la plus importante pour le segment haut de gamme. Conséquence de l'entrée de plusieurs marques étrangères, la concurrence sur ce marché sera plus forte.

Thématique : Fonterra – Crèmes glacées

Date : le 21 juin 2016

Source : http://epaper.oeeee.com/epaper/D/html/2016-06/21/content_47944.htm

(site internet du journal « Southern Metropolis Daily »)

JD fait l'acquisition de la plateforme de vente en ligne Yihaodian auprès de Walmart – *Renforcement de la collaboration entre Walmart et la plateforme de vente en ligne JD*

Le 21 juin 2016, Walmart et JD.com ont annoncé conjointement l'acquisition par JD de la plateforme Yihaodian (yhd.com) détenue précédemment par Walmart. Les 2 entreprises souhaitent approfondir leur collaboration stratégique. Walmart détient dorénavant 5% des actions de JD, pour un montant estimé à 3,12 milliards d'USD.

La collaboration inclut notamment les points suivants :

- JD détiendra les principaux capitaux d'YHD, y compris la marque, le site et l'application mobile. YHD poursuivra son activité de vente en direct au consommateur en plus de son activité de plateforme et ouvrira un magasin sur la plateforme YHD
- Sam's Club ouvrira un magasin sur la plateforme de vente en ligne JD.com et s'appuiera sur les services logistiques de JD afin de mieux promouvoir leurs produits importés.
- JD et Walmart collaboreront en terme d'approvisionnement, notamment pour les achats de produits importés.
- Les magasins physiques de Walmart seront connectés avec les plateformes O2O du groupe JD tels que Daojia.jd et lmdada.cn, service logistique des « 3 derniers kilomètres » dans lesquels JD a investi .

La collaboration avec Walmart renforcera la présence de JD en Chine du Sud. Réciproquement, Walmart aura accès au marché de Chine du Nord et diversifiera ses activités de E-commerce. Ainsi, d'après le commentaire d'un ancien employé de Walmart en Chine, 2 alliances majeures façonnent la vente en ligne en détail en Chine d'un côté « Alibaba + Suning » et de l'autre l'alliance renforcée « JD+Yonghui+Walmart » (note : JD détient 10% des actions du groupe de supermarchés Yonghui depuis août 2015). Suite à cette acquisition, le cours des actions de JD a

augmenté de 6%.

Thématique : E-commerce – JD/Walmart

Date : le 21 juin 2016

Source :

https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MjM5NTE0ODc2Nw==&mid=2650424837&idx=2&sn=8c13d30cb4013358f6ef8f0c86cfead4&scene=1&srcid=06217RKGZ6jysAE5Nwf5mc5p&pass_ticket=QPFPcmvgmu18q8ITZHG1bH%2BwXXhoE Xj3Z5Qk0S2XTJY%3D#rd

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

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

AUD	Australian Dollar
AQSIQ	General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the People's Republic of China
CADA	China Alcoholic Drinks Association
CFDA	China Food and Drug Administration
CNY	China Yuan, devise chinoise
DAWA	Decanter Asia Wine Awards
ESB	Encéphalopathie Spongiforme Bovine
O2O	Online To Offline
USD	United States Dollars
YHD	Yihaodian

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 : HUANG Yue – Agrotech bureau de Pékin
GAO Xing – Prospectrice Agrotech bureau de Shenzhen
Ying LI – Conseillère export réglementaire agrotech bureau de Pékin
Laure Elsaesser – Conseiller export Agrotech bureau de Pékin
Hélène Hovasse – Chef de pôle agrotech Chine
Sandrine Barrou - Chef de projet informations réglementaires Asie (hors ASEAN) – Océanie – TOM

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

© 2016 – Business France

© 2016 – Business France

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

Clause de non-responsabilité

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