



VEILLE SANITAIRE SUR LA CHINE

SOMMAIRE

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

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

[Autorisation de la NHFPC pour l'utilisation de nouveaux additifs alimentaires](#) – Autorisation de 10 nouveaux additifs alimentaires

[Mise en application de la nouvelle réglementation sur les compléments alimentaires](#) – Elle aborde la gestion de l'enregistrement et du dépôt de dossier

[Diffusion du « Projet d'essai pour la rotation des cultures et la mise en jachère de terres arables »](#) – Des explications de la part de M. YU Xinrong, vice-ministre du MOA

[Fin des révisions des normes sur la sécurité sanitaire](#) – 415 normes seront publiées successivement durant l'année 2016

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

[L'usine de New Hope à Baoding, dans la province du Heibei, fête la fin de ses travaux](#) – Cette usine est dédiée à la production de produits laitiers frais pour le marché de la Chine du Nord

[La Chine encourage les regroupements par fusions et acquisitions dans la filière de poudre de lait infantile](#) – 10 entreprises regroupent plus de 65% de l'activité

[Alibaba établit une plateforme E-commerce appelée « Wine Direct » qui permettra aux producteurs de vin de vendre leurs vins directement aux consommateurs chinois](#) – Opportunités et risques pour les producteurs de vin

[Reignwood Group introduit l'eau « haut de gamme » VOSS en Chine](#) – Reignwood a fait l'acquisition de VOSS

[La taille du marché de l'E-commerce des produits frais en Chine augmente, pourtant, 95% des entreprises ne font pas de marge](#) – Youpin Food réussit, quant à lui, à faire du bénéfice en mode O2O

[Développement rapide du marché des produits laitiers avec probiotiques](#) – L'augmentation annuelle de la production pourrait atteindre entre 15% et 20%

[Le prix des produits biologiques est 5 à 10 fois supérieur à celui des produits classiques](#) – La moitié des consommateurs confond les produits semi-biologiques avec les produits 100% biologiques

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

[Signature d'un Accord de coopération entre la Chambre des métiers et de l'artisanat de Seine-Maritime et l'Association de la cuisine chinoise](#) – A l'occasion de la troisième session du dialogue franco-chinois de haut niveau sur les échanges culturels

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS

Autorisation de la NHFPC pour l'utilisation de nouveaux additifs alimentaires – *Autorisation de 10 nouveaux additifs alimentaires*

Par sa circulaire No 8-2016 en date du 30 juin, la NHFPC a publié sur son site internet l'autorisation d'utilisation de 10 nouveaux additifs alimentaires et de 3 nouveaux fortifiants nutritionnels. Par la même annonce, le ministère de la santé chinois a également autorisé l'élargissement du champ d'utilisation et des quantités utilisées pour 19 additifs alimentaires et 1 fortifiant nutritionnel. Des précisions sur les champs d'utilisation, les quantités utilisées, les critères qualitatifs ainsi que les méthodes d'analyse correspondantes ont été fournies.

Thématique : Additifs alimentaires

Date : le 30 juin 2016

Source : <http://www.nhfpc.gov.cn/sps/s7890/201606/125c3d8fa2034de3b7d52a82608709d2.shtml>

(site internet officiel de la NHFPC)

Mise en application de la nouvelle réglementation sur les compléments alimentaires – *Elle aborde la gestion de l'enregistrement et du dépôt de dossier*

La nouvelle réglementation sur les compléments alimentaires est entrée en vigueur le 1^{er} juillet 2016. Elle présente une gestion en parallèle de l'enregistrement et du dépôt de dossier pour les produits. Jusqu'en juin 2016, la CFDA avait donné l'autorisation d'enregistrement de 15 610 produits, dont 14 946 produits locaux. Après l'entrée en vigueur de la nouvelle réglementation, ce chiffre pourrait augmenter rapidement. En décembre dernier, l'entreprise BY-HEALTH, leader des compléments alimentaires en Chine, a expliqué que, sous l'ancienne réglementation, il fallait en général plus de 3 ans pour faire enregistrer un produit alors qu'avec la nouvelle procédure de gestion du dépôt de dossier, le délai pourrait être réduit à 3 mois.

La nouvelle réglementation a encouragé plusieurs entreprises à entrer dans le secteur des aliments santé. En milieu d'année 2015, Kangmei Pharmaceutical Co. Ltd. est entré sur le marché des compléments alimentaires en rachetant 74% des actions de MCKIN. Début 2016, Pfizer Pharmaceuticals Ltd a racheté la société TREERLY, filiale de Sirio Pharma Co., Ltd. Bien que les besoins des consommateurs chinois en matière de compléments alimentaires ainsi que leur pouvoir d'achat sur ce marché aient augmenté ces dernières années, ils sont toujours particulièrement inquiets concernant la sécurité et l'efficacité des compléments alimentaires. D'après les résultats de la dernière enquête menée par l'Association des Consommateurs chinois, environ 70% des consommateurs ne sont pas satisfaits du marché des compléments alimentaires en Chine. Seulement 9,5% des consommateurs chinois estiment que "les produits locaux sont meilleurs" que les produits importés. (relayé dans la veille sanitaire N° 53).

A ce stade, les réglementations d'application pour le dépôt de dossiers des compléments alimentaires ne sont pas encore sorties, notamment en ce qui concerne le catalogue des ingrédients et des allégations fonctionnelles, ainsi que la procédure à suivre pour le dépôt de dossier.

Thématique : Aliments santé – Enregistrement

Date : le 1^{er} juillet 2016

Source : <http://www.cfda.com.cn/newsdetail.aspx?id=90456>

Diffusion du « Projet d'essai pour la rotation des cultures et la mise en jachère de terres arables » – *Des explications de la part de M. YU Xinrong, vice-ministre du MOA*

Récemment, le ministère de l'agriculture chinois a publié, conjointement avec d'autres ministères chinois, le « Projet d'essai pour la rotation des cultures et de la mise en jachère des terres arables ». M. YU Xinrong, vice-ministre du MOA a fourni des explications sur ce projet.

Il a précisé en effet que les essais sur la rotation des cultures seront effectués dans des régions froides du Nord-Est, ainsi que dans des régions qui alternent culture et élevage situées au Nord du pays. La superficie totale prévue est de 5 millions de mu (environ 330 000 ha), plus précisément 2,5 millions de mu (environ 166 600 ha) au Heilongjiang, 1 million de mu (environ 66 600 ha) en Mongolie Intérieure, 1 millions de mu (environ 66 600 ha) au Jilin, 0,5 million (environ 33 300 ha) de mu au Liaoning. La mise en jachère des terres arables cible en priorité des zones de descente des eaux souterraines en entonnoir, des zones polluées par métaux lourds, et des zones subissant de fortes dégradations environnementales, avec une superficie totale de 1,16 millions de mu. Elle concerne plusieurs provinces telles que le Hebei, le Hunan, le Guizhou, le Yunnan, le Gansu etc.

Le texte donne également des précisions techniques sur la rotation des cultures et la mise en jachère de terres arables. Le gouvernement chinois prévoit des subventions économiques ou bien sous forme de céréales.

Thématique : Terres arables – Rotation et mise en jachères

Date : le 3 juillet 2016

Source : http://news.xinhuanet.com/food/2016-07/03/c_1119153769.htm

Fin des révisions des normes sur la sécurité sanitaire – 415 normes seront publiées successivement durant l'année 2016

D'après les informations du "China National Center for Food Safety Risk Assessment (CFSA)", l'autorité compétente chinoise a déjà terminé la révision des normes sur la sécurité sanitaire pour près de 5 000 anciennes normes couvrant respectivement la qualité des produits agricoles comestibles, la qualité des aliments, la sécurité sanitaire etc.

Plus de 1 000 normes concernant les résidus de pesticides ou de médicaments vétérinaires ont été transmises aux services du ministère de l'agriculture pour révision. Une partie des 3 000 normes restantes reste toujours valable, certaines ont été supprimées, d'autres ont été rectifiées. Au final, 415 normes ont passé l'évaluation de la CFSA et seront publiées successivement durant l'année 2016. Avec les 683 normes nationales déjà publiées, ces normes constitueront le système des normes nationales chinoises sur la sécurité sanitaire.

Thématique : Normes sur la sécurité sanitaire

Date : le 4 juillet 2016

Source : http://www.cqn.com.cn/cj/content/2016-07/04/content_3097538.htm

ÉVOLUTIONS DU COMMERCE EXTÉRIEUR

L'usine de New Hope à Baoding, dans la province du Hebei, fête la fin de ses travaux – Cette usine est dédiée à la production de produits laitiers frais pour le marché de la Chine du Nord

Le 24 juin 2016, le groupe New Hope fêtait la fin des travaux de son usine de Baoding, dans le Hebei. D'une superficie de 8 hectares, cette usine représente un premier investissement de 260 millions de CNY. C'est aussi la deuxième usine construite dans la lignée de sa « Stratégie fraîcheur » (développement de produits laitiers frais, transportés dans le respect de la chaîne du froid, dans un rayon de 150 km autour de la ville). Elle vise à augmenter l'importance de New Hope en Chine du Nord, avec une capacité de production annuelle estimée à 180 000 tonnes. Un yaourt produit à Baoding est déjà commercialisé à Pékin. L'usine a été mise en service en avril, peu avant la fin des travaux finaux, et elle estime ses ventes à 2 milliards de CNY d'ici trois ans.

Le marché du lait pasteurisé en Chine maintient un niveau de croissance annuel de 24,3%, contre seulement 5% pour le marché du lait ambiant. D'autres entreprises laitières comme Yili, Mengniu, Bright Dairy & Food, ou bien Junlebao ont toutes lancé leurs propres lignes de produits frais. L'entreprise Want Want a également annoncé, en collaboration avec Morinaga Milk, qu'elle allait pénétrer le marché prochainement.

Thématique : Produits laitiers – New Hope

Date : le 28 juin 2016

Source : <http://www.tech-food.com/news/detail/n1288117.htm>

La Chine encourage les regroupements par fusions et acquisitions dans la filière de poudre de lait infantile – 10 entreprises regroupent plus de 65% de l'activité

Lors du forum sur la fusion et la réorganisation des entreprises de lait en poudre infantile, il a été annoncé que les 10 plus grosses entreprises laitières chinoises contrôlent plus de 65% du marché. Ces entreprises pratiquent de nombreuses fusions, acquisitions et rachats d'actions en fonds propres. L'objectif du gouvernement chinois est de faire passer ce taux de 65% à 80% d'ici à fin 2018, et que 3 à 5 géants émergent sur le marché chinois, avec un chiffre d'affaire annuel de plus de 5 milliards de CNY.

Dans la province du Heilongjiang, région la plus importante en termes de production laitière, les fusions et acquisitions permettent de réaliser une chaîne d'approvisionnement importante, connectée aux ressources internationales (notamment avec les Pays-Bas et Israël). De nombreuses acquisitions s'opèrent également à l'étranger, dont l'objectif est de gérer en amont les usines de production et les ressources en R&D. Ainsi, Yishili a investi dans une usine de production en Nouvelle-Zélande, dans un centre de recherche et développement aux Pays-Bas, et dans un institut de recherche collaborant avec des universités aux Etats-Unis. Mengniu, après avoir acquis Yashili et Dumex, a également complété sa chaîne d'approvisionnement : de la R&D à la vente du produit final en passant par l'établissement de la marque et le marketing.

Malgré les résultats très satisfaisants, les entreprises chinoises demandent à l'Etat un plus grand support, notamment en termes de réglementations, afin que les procédures administratives soient simplifiées pour augmenter le nombre de fusions et acquisitions.

Thématique : Produits laitiers – Investissement

Date : le 28 juin 2016

Source : http://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_1490580

Alibaba établit une plateforme de E-commerce appelée « Wine Direct » qui permettra aux producteurs de vin de vendre directement auprès des consommateurs chinois – *Opportunités et risques pour les producteurs de vin*
M. Sébastien Badault, Responsable d'Alibaba en France, et Mme Edith Huang, Responsable Import chez Tmall, ont co-annoncé au siège de Cellar Privilege (négociant de vins de Bordeaux, en partie détenue par Jack Ma), qu'Alibaba allait établir une plateforme de E-commerce « Wine Direct ». Celle-ci permettra aux producteurs, aux négociants et aux importateurs de vin de vendre directement aux consommateurs chinois. En effet, de plus en plus de consommateurs chinois achètent leur vin sur les plateformes du groupe Alibaba, et la collaboration directe avec les châteaux permettra de mieux lutter contre les contrefaçons.

Le groupe Alibaba compte développer un réseau de 2 milliards de clients dans le monde, et ainsi aider plus de 10 millions de PME à vendre leurs produits en Chine. Selon les statistiques officielles, la classe moyenne chinoise compte aujourd'hui 300 millions d'individus, chiffre qui atteindra 500 millions d'ici quelques années. Néanmoins, M. Hubert Lagrue de l'entreprise Gardère-Harambour estime que le paiement des produits est conditionné à des législations tellement compliquées en Chine, que de nombreuses entreprises hésiteront probablement à s'engager sur cette plateforme.

Thématique : Vin – E-commerce

Date : le 30 juin 2016

Source : <https://www.decanterchina.com/zh/行业新闻/阿里巴巴针对海外酒商开设葡萄酒直供平台>

Reignwood Group introduit l'eau « haut de gamme » VOSS en Chine – *Reignwood a fait l'acquisition de VOSS*
Reignwood Group, l'exploitant de la marque Redbull en Chine, a annoncé le 1^{er} juillet 2016 qu'il allait introduire officiellement la marque VOSS en Chine. Cette eau (plate ou gazeuse) haut de gamme est packagée en bouteille de 375 ml. C'est la quatrième marque commercialisée par Reignwood après Redbull, Vita Coco et Capri-Sun. Reignwood a fait l'acquisition de 51% des parts de VOSS au prix de 105 millions d'USD. Selon M. WANG Donghui, CEO de VOSS Chine et vice-président de Reignwood Consumer Beverages, VOSS travaillait déjà avec plusieurs importateurs et envisageait de rétablir un système de prix commun en Chine.

La Chine devrait devenir le plus gros marché d'eau « haut de gamme » d'ici à 2020. La demande des consommateurs pour des produits de haute qualité augmente de plus en plus, VOSS y voit ainsi une véritable opportunité. Par ailleurs, Nongfu Spring a également lancé ses gammes de produits « haut de gamme » visant la restauration, l'hôtellerie et les supermarchés haut de gamme. Évian occupe pour sa part 25% du marché de l'eau haut de gamme en Chine.

Thématique : Eaux minérales – VOSS

Date : le 1^{er} juillet 2016

Source : <http://www.jiemian.com/article/725123.html>

La taille du marché de l'E-commerce pour les produits frais en Chine augmente, pourtant, 95% des entreprises ne font pas de marge – *Youpin Food réussit, quant à lui, à faire du bénéfice en mode O2O*

Youpin Food (www.upfood.com), une plateforme de E-commerce dédiée à la distribution des produits frais importés, a annoncé qu'elle allait se développer hors de Pékin, dans des villes telles que Shanghai, Nankin, Shenzhen et Taiyuan (province du Jiangxi). La direction estime doubler voire tripler la taille de la société. Selon les statistiques du Centre de recherche de l'E-commerce en Chine, la taille de marché de l'E-commerce des produits frais a atteint 26 milliards CNY en 2014, et 56 milliards de CNY en 2015. Ce chiffre devrait atteindre 128,3 milliards de CNY en 2018.

Les géants de l'E-commerce chinois se déploient : JD.com a investi 10 milliards de CNY dans un réseau de livraison de produits frais ; Tmall a aussi établi un mécanisme de « remboursement des colis transportant des produits de mauvaise qualité » ; Yiguo.com et Benlai.com ont quant à eux reçu de nombreux capitaux, comptabilisant un total de 150 millions d'USD chacun.

Cependant, de nombreuses plateformes de E-commerce de produits frais ne profitent pas de ce succès. Yummy77.com (partenaire d'Amazon) a annoncé qu'elle ne pourra pas poursuivre son activité en raison d'un manque de capitaux. D'après un rapport de Nielsen, 95% des plateformes de E-commerce vendant des produits frais ne font pas de bénéfices, en raison d'un coût de transport/livraison en chaîne du froid trop élevé.

Le chiffre d'affaire de Youpin Food a atteint 100 millions de CNY en 2015, avec des bénéfices stables. Lorsque ses clients sont suffisamment nombreux sur une zone, elle ouvre un magasin qui permet ainsi la livraison des produits aux clients sous deux heures. Cette valeur ajoutée fidélise ses clients et lui donne une bonne réputation, point clé de son développement. En plus de sa propre plateforme de E-commerce, Youpin dispose également d'espaces de ventes sur d'autres sites de E-commerce (tels que JD, Tmall et Yihaodian). Selon les estimations, 50% des clients ayant effectué un achat sur ces espaces de ventes reviennent ensuite acheter sur sa propre plateforme. Youpin Food prévoit de réaliser un chiffre d'affaire de 3 milliards de CNY en 2018.

Thématique : E-commerce – Produit frais

Date : le 4 juillet 2016

Source : http://www.ce.cn/cysc/sp/info/201607/04/t20160704_13376029.shtml

Développement rapide du marché des produits laitiers avec probiotiques – *L'augmentation annuelle de la production pourrait atteindre entre 15% et 20%*

Lors du Forum International de l'Industrie des Probiotiques ayant lieu à Canton, il a été mentionné qu'il existe plus de 500 différents types de produits alimentaires contenant des probiotiques dans le monde. Bien que les connaissances des consommateurs chinois sur cette catégorie de produits restent limitées, il existe un fort potentiel pour le développement du marché des produits probiotiques en Chine.

D'après des enquêtes menées par le CIR (China Industry Research), durant ces 5 dernières années, la production chinoise de probiotiques a augmenté de plus de 15% par an, dont plus de 90% de la production destinée à l'industrie laitière. La commercialisation des yaourts aux probiotiques en particulier a connu une augmentation annuelle de 30%. De plus, le marché des boissons lactées au Lactobacillus a connu une croissance de 50% en 2015 avec une valeur totale de 11 milliards de CNY.

98% du marché des probiotiques se concentre sur 4 secteurs d'application : produits laitiers, médicaments, aliments santé (compléments alimentaires) et enfin probiotiques destinés aux animaux. A l'avenir, la part du marché des produits laitiers probiotiques pourrait connaître une légère diminution mais la production devrait continuer à augmenter.

Thématique : Produits laitiers – Probiotiques

Date : le 4 juillet 2016

Source : <http://www.cfda.com.cn/NewsDetail.aspx?id=90515>

Le prix des produits biologiques est 5 à 10 fois supérieur à celui des produits classiques – *La moitié des consommateurs confond les produits semi-biologiques avec les produits 100% biologiques*

Les nombreux problèmes sanitaires en Chine participent à la hausse de la demande de produits biologiques. Cependant, de nombreux consommateurs confondent aujourd'hui les aliments biologiques « label vert » ou bien les produits étiquetés « sans pollution ». En réalité, les produits purement biologiques sont vendus 5 à 10 fois plus chers que les produits standards. Une telle différence de prix est difficilement acceptée par les consommateurs, ce qui laisse le marché aux produits « verts » ou « sans pollution », qui sont en réalité semi-biologiques. Ces produits sont vendus moins chers que les produits 100% biologiques, et sont mieux perçus que les produits standards.

Il y a une absence de législations et d'inspections de la part du gouvernement. Les organismes de certification du label « biologique » sont en réalité des sociétés privées, qui réalisent des bénéfices en donnant des certifications aux producteurs. Les professionnels du secteur demandent donc au gouvernement de mettre à jour la législation en se basant sur l'expérience d'autres pays à l'étranger, afin d'établir une interprofession des aliments biologiques pouvant superviser les certificateurs et standardiser les procédures de production.

Thématique : Produits biologiques

Date : le 5 juillet 2016

Source : http://www.cqn.com.cn/pp/content/2016-07/05/content_3106517.htm

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

Signature d'un Accord de coopération entre la Chambre des métiers et de l'artisanat de Seine-Maritime et l'Association de la cuisine chinoise – *A l'occasion de la troisième session du dialogue franco-chinois de haut niveau sur les échanges culturels*

La troisième session du dialogue franco-chinois de haut niveau sur les échanges culturels s'est tenue le 1^{er} juillet 2016 en France. Lors de cette réunion en présence de M. Jean-Marc Ayrault, ministre des affaires étrangères français et Mme LIU Yandong, vice-premier ministre chinois, le président de la Chambre des métiers et de l'artisanat de la Seine-Maritime a signé un premier accord de coopération stratégique avec le président de l'Association de la cuisine chinoise. C'est la première fois que des échanges relatifs aux arts culinaires ont été officiellement inclus dans le système des échanges culturels entre les deux pays.

Ce dialogue a été instauré par les Chefs d'État, lors de la visite d'Etat en France du président chinois Xi Jinping en mars 2014. Il vise à encourager les échanges en matière d'éducation, de formation professionnelle, de sciences, de technologies, de santé, de culture, de tourisme et de coopération décentralisée. Lors de la deuxième session des dialogues ayant lieu en Chine en mai 2015, une série d'accords de coopération concernant différents secteurs y compris les échanges dans le domaine de la cuisine ont été signés.

Thématique : Coopération sino-française – Cuisine
Date : le 1^{er} juillet 2016
Source : http://www.ccas.com.cn/Article/HTML/107851_3.html

GLOSSAIRE DES ACRONYMES UTILISES

AQSIQ	General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the People's Republic of China
CFDA	China Food and Drug Administration
CFSA	China National Center for Food Safety Risk Assessment
CIR	China Industry Research
CNY	Chinese Yuan, devise chinoise
O2O	Online To Offline
MOA	Ministère de l'Agriculture chinois
NHFPC	National Health and Family Planning Commission (Ministère de santé chinois)
PME	Petite et moyenne entreprise
USD	United States Dollars

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 : GAO Xing – Prospectrice Agrotech bureau de Shenzhen
Ying LI – Conseillère export réglementaire agrotech bureau de Pékin
Julie Assedo - Prospectrice Agrotech bureau de Canton
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.