

# **Commercialisation et partenariat:**

***Choisir une bonne approche pour votre entreprise***

**Dr Zhan SU**

**Professeur titulaire de stratégie et  
de management international**

**Titulaire de la Chaire Stephen-A.-Jarislowsky  
en gestion des affaires internationales**

**Université Laval**

**Mars 2014**





















# Sur les marchés chinois, tout est possible, mais rien n'est facile

---

- Surplus de production,
- Compétitivité de plusieurs entreprises chinoises,
- Présence de la quasi-totalité des multinationales occidentales,
- Disparition des traitements « supranationaux » à l'égard des entreprises étrangères,
- Réglementation et contrôle plus sévères,
- Exigences grandissantes et diversifiées des consommateurs,
- Tensions sociales importantes,
- Etc. ... ..

# **Nouveaux moteurs de la croissance économique chinoise**

---

***Urbanisation (54% vs 70% et plus)***

***Consommation (39% vs 60% et plus)***

***Tertiairisation (46% vs 60% et plus),***

***Globalisation***

***Modernisation***

***Numérisation***

***« Green civilisation »***

***... ..***



# Comprendre les contradictions du comportement des Chinois

---

- Relation amicale vs relation utilitaire
- Collectivisme vs individualisme
- Modestie vs ethnocentrisme
- Conservateur vs innovateur
- Frugalité vs hédonisme
- Malhonn tet  vs flexibilité

***Confucianisme, Capitalisme et Communisme sont les sources principales de la culture chinoise d'aujourd'hui***

# Choix de mode de commercialisation sur les marchés chinois

---

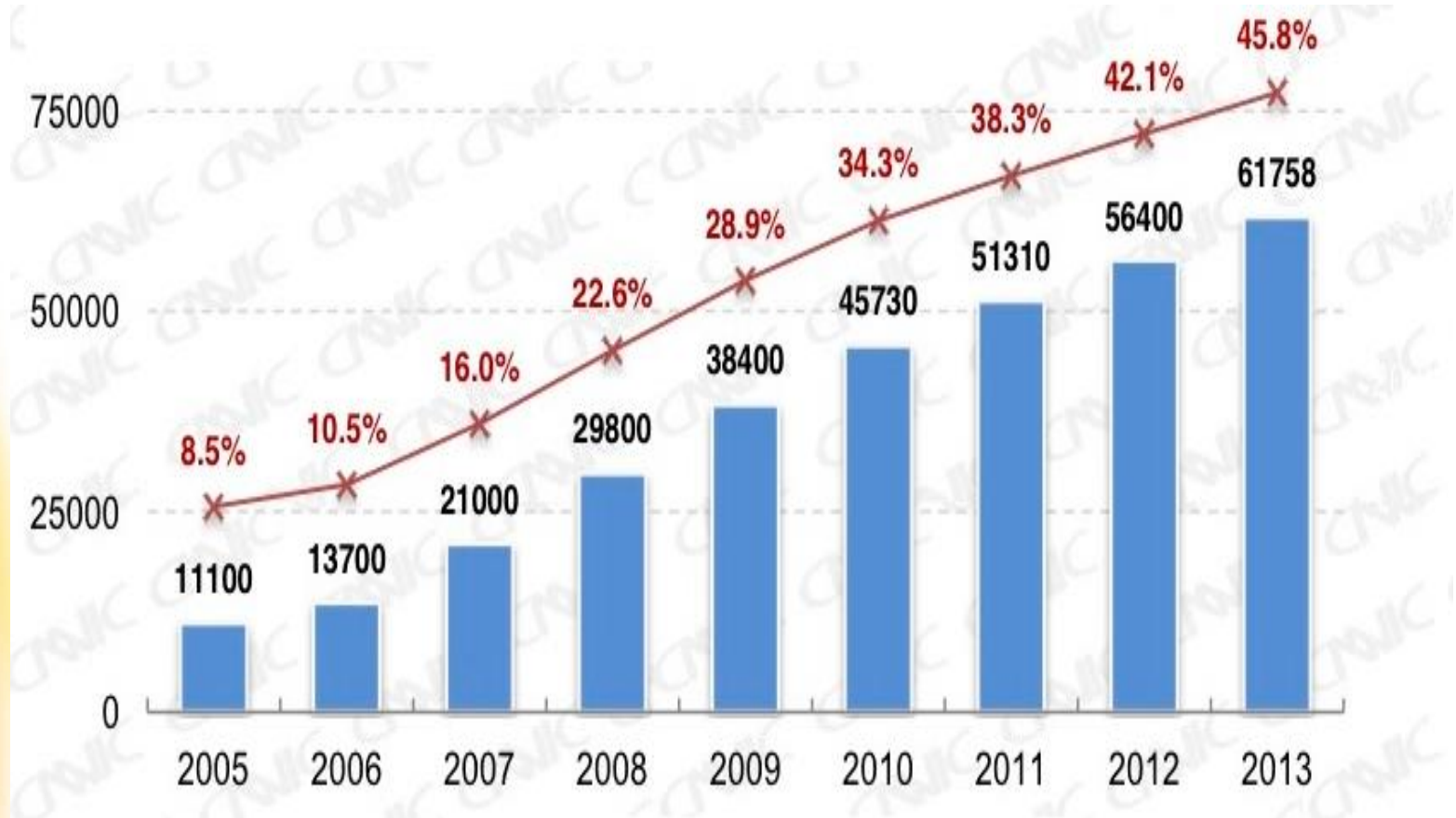
- Faire seul?
- Faire faire?
- Faire ensemble?
  - Ne pas faire?
  - Ne plus faire?



# Les entreprises en Chine

- 10 857 200 entreprises privées (avec 20 000 Mds de yuan de revenu et 31 000 Mds de yuan de capitaux enregistrés,
- 400 000 entreprises à capitaux étrangers ou à capitaux mixtes,
- 110 000 entreprises étatiques, dans presque tous les secteurs économiques, dont 120 méga-entreprises étatiques contrôlées directement par le gouvernement central (avec 22 500 Mds de yuan de revenu et 31 200 Mds de yuan de capitaux enregistrés).
- 316 des 500 plus grandes entreprises en Chine et 39 des 42 entreprises chinoises classées dans le « Fortune 500 » sont étatiques. Elles bénéficient des privilèges notables (financements, monopole, soutiens, ...)

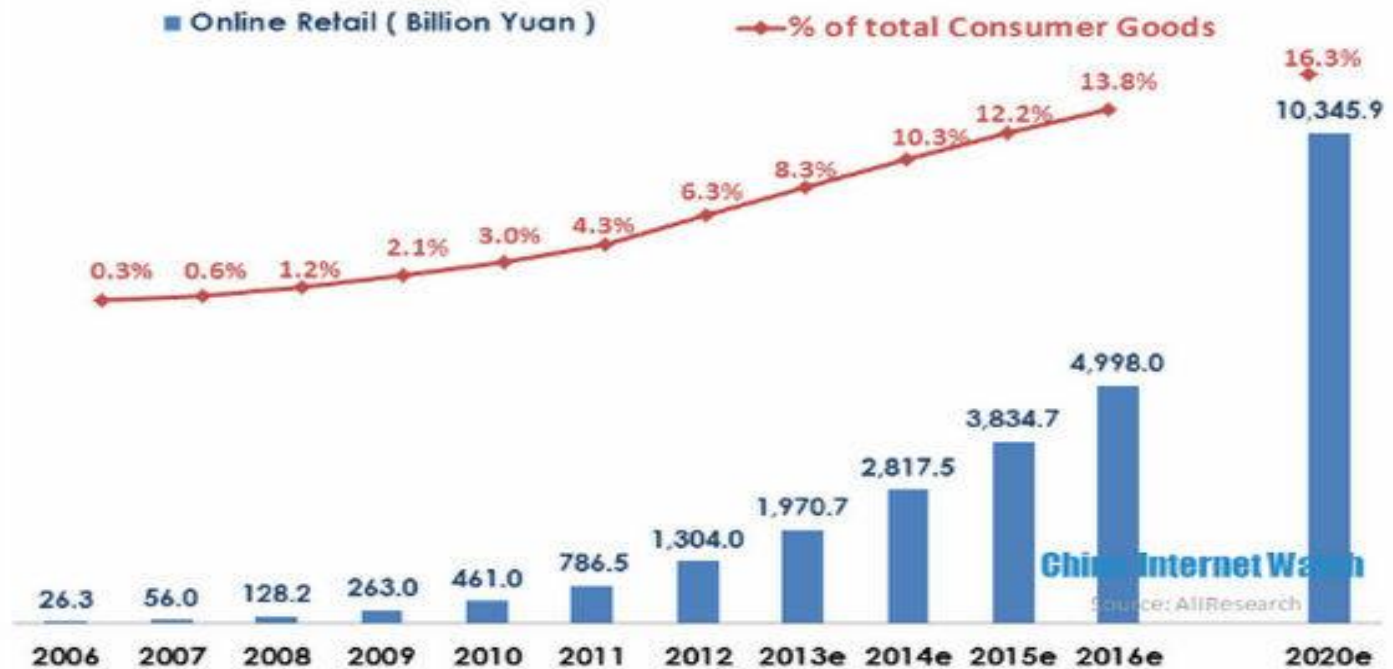
# Utilisateurs de l'internet en Chine: 618 millions, avec 81% de connexion par mobile





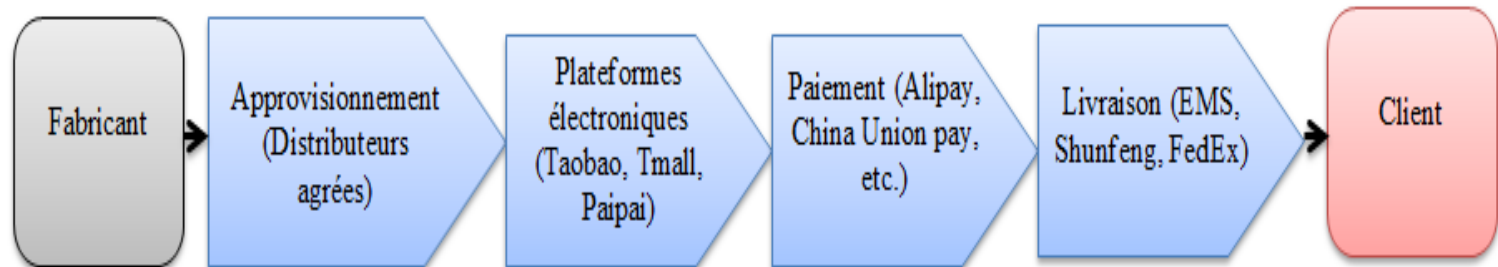
En 2020, le e-commerce chinois va dépasser celui des États-Unis, de la Grande-Bretagne, du Japon, de l'Allemagne et de la France réunies.

## China Online Retail Market, 2006-2020



# Écosystème des affaires électroniques chinoises

Le commerce électronique chinois est favorisé par les transactions suivantes : *Consumer to consumer (C2C)*, *Business to Consumer (B2C)*





# Grands opérateurs du commerce électronique

- **1. Tmall.com**--39.9% de la part du marché
- **2. 360Buy.com**--14.7% de la part du marché (Électronique et les appareils ménagers)
- **3. Suning.com**--2.4% de la part du marché (Électronique détaillant )
- **4. Amazon.cn**--2.2% de la part du marché (livres et autres produits)
- **5. Dangdang.com**--1.6% de la part du marché (gadgets et livres)
- **6. Vancl.com** - 1,5% de part de marché (détaillant de vêtements)
- **7. 51Buy.com**--1.1% de la part du marché (gadgets et produits ménagers)
- **8. Coo8.com**—1% de la part du marché (gadgets et produits ménagers)
- **9. NewEgg.com.cn**-- 1% de la part du marché
- **10. YiHaoDian.com** - 0,7% de la part de marché (produits consommables)

# Éléments à considérer

---

- Localiser près des grandes villes.
- Utiliser les services locaux de livraison.
- Faire une étude de marché pour comprendre les clients cibles, et la meilleure façon d'influencer et de diriger leurs achats en ligne;
- Assurez-vous que les produits en ligne sont plus compétitifs que ceux dans les magasins
- Construire la réputation et confiance avec les clients en ayant une variété de méthodes de retour de remboursement.

# Choix d'un partenaire chinois

---

- Critères de sélection:
  - *Compatibilité des objectifs*
  - *Compétences*
  - *Ressources disponibles*
  - *Réputation*
  - *Pouvoir de négociation*

## Attention!!!

- *Guanxi* n'est pas tout
  - Bien connaître leur pouvoir de négociation réel
  - Éviter de « tomber amoureux au premier regard »



# MERCI DE VOTRE ATTENTION!!!

Dr. Zhan SU

Professeur titulaire de management international  
et de stratégie de l'entreprise

Titulaire de la Chaire Stephen-A.-Jarislowsky  
en gestion des affaires internationales