

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**









东四十条桥
DONGSISHITIAO Bridge

东直门桥
DONGZHIMEN Bridge
民安街
MIN'AN St
(东直门北小街)

东直门桥
DONGZHIMEN Bridge
民安街
MIN'AN St
(东直门北小街)



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

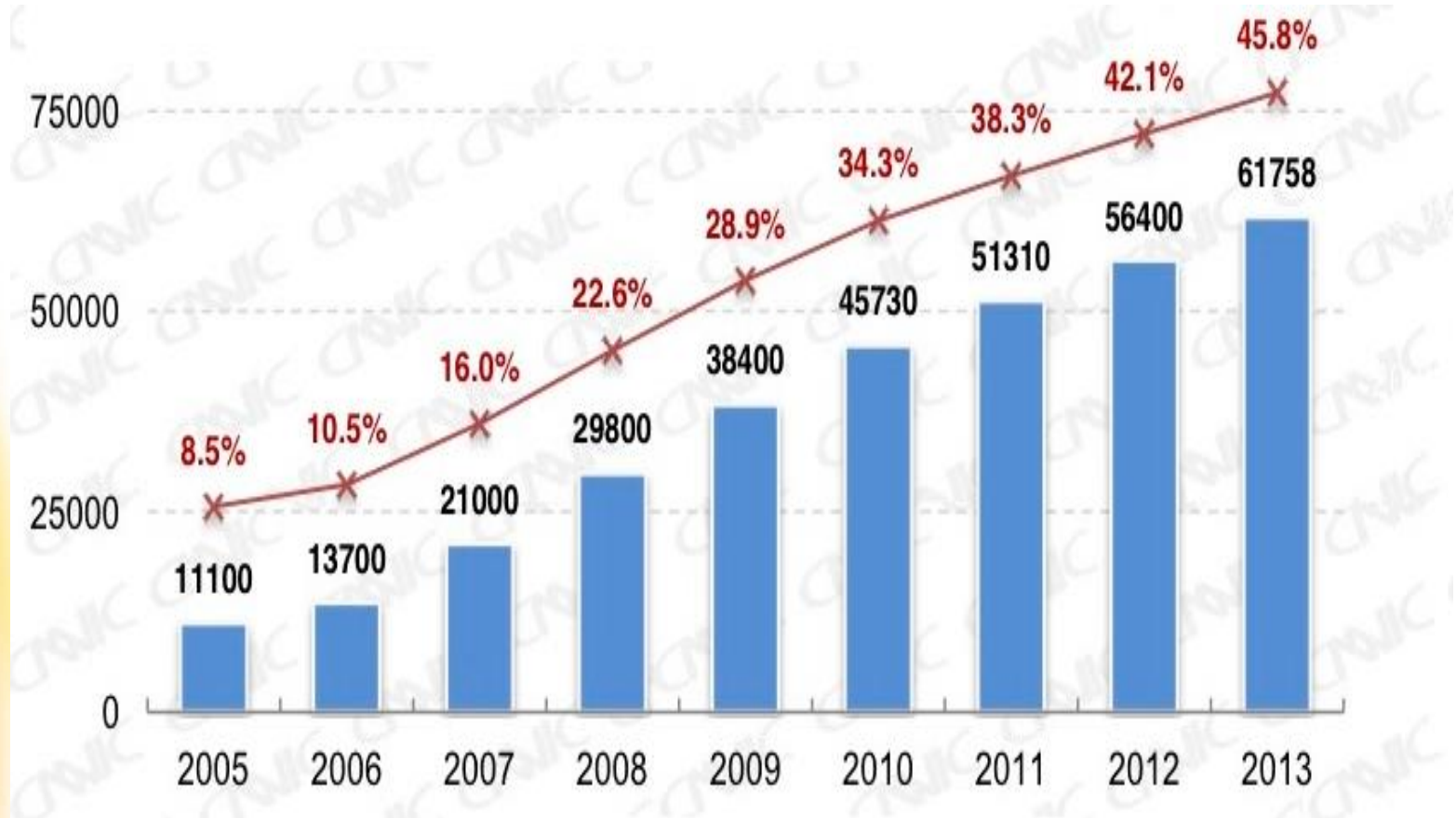
Choix de mode de commercialisation sur les marchés chinois

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

Les entreprises en Chine

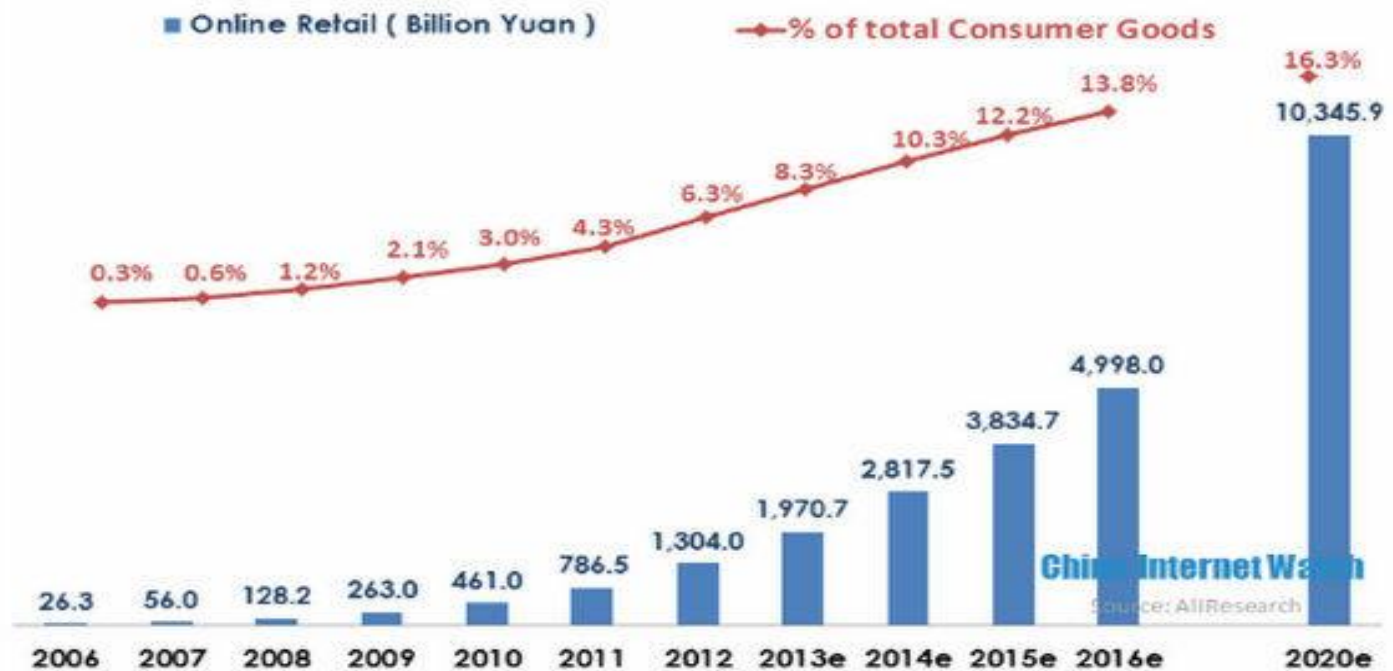
- 10 857 200 entreprises privées (avec 20 000 Mds de yuan de revenu et 31 000 Mds de yuan de capitaux enregistrés,
- 400 000 entreprises à capitaux étrangers ou à capitaux mixtes,
- 110 000 entreprises étatiques, dans presque tous les secteurs économiques, dont 120 méga-entreprises étatiques contrôlées 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



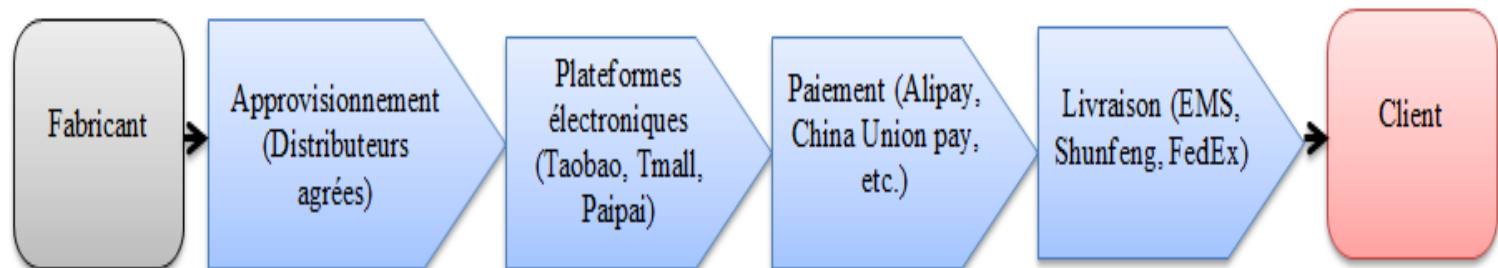
En 2020, le e-commerce chinois va dépasser celui des États-Unis, de la Grande-Bretagne, du Japon, de l'Allemagne et de la France réunies.

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