

# **Faire des affaires en Chine dans le contexte de la «nouvelle normalité» économique**

**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  
Décembre 2016**

---

*Ce dont la Chine ne manque pas  
aujourd'hui, ce sont les  
**PROBLÈMES.***

*Mais, ...*



# Implications de la « nouvelle normalité » chinoise

- Un ralentissement de la vitesse de la croissance, au profit de la qualité et de la valeur ajoutée ;
- Un ajustement de la structure économique nationale, dominée jusqu'à récemment par la production industrielle de masse, au profit du secteur des services et de l'industrie à haute valeur ajoutée ;
- Un développement des nouvelles forces motrices de la croissance telles que la consommation intérieure, l'innovation et l'approfondissement de la réforme du système économique.

# Nouvelles mesures gouvernementales

---

- La « réforme structurelle du côté de l'offre »,
- la politique de « l'entrepreneuriat populaire et l'innovation de masse »,
- la stratégie de la « montée en gamme »,
- le programme « *Made in China 2025* »,
- le projet « une ceinture et une route »,
- la création de zones de libre-échange pilotes
- les multiples lois sociales et environnementales
- ....

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

---

***Urbanization***

***Consommation***

***Tertiairisation***

***Globalisation***

***Modernisation***

***Numérisation***

***« Green civilisation »***

***... ..***

# La Chine à l'ère de la consommation

- La consommation finale a connu une croissance de 13 % en moyenne par année, et a contribué en moyenne, entre 2011 et 2015, à plus de 55% % de la croissance annuelle du PIB chinois, grâce à une augmentation du revenu des Chinois de l'ordre de 7 % à 8 % par année.
- En 2012, le secteur tertiaire a dépassé le secteur secondaire en Chine, avec une part de 45,5% du PIB, et il a atteint 50,5 % en 2015.
- le gouvernement prévoit un taux de croissance annuelle de 6,5 % durant le 13<sup>e</sup> plan quinquennal de la Chine (2016-2020), afin d'atteindre son objectif de doubler, en 2020, le PIB et le revenu par capita de 2010.
- L'éducation, la santé, le tourisme, le logement, le divertissement, les produits alimentaires de qualité, les soins offerts aux personnes âgées, l'assurance et les services financiers sont autant de domaines prisés notamment par la classe moyenne chinoise, qui est composée de 300 millions de personnes aujourd'hui, et qui sera possiblement constituée de plus 600 millions de personnes en 2020 et près de 900 millions en 2030.

# Quelques éléments importants pour réussir les affaires en Chine

---

- Segmentation géoéconomique de la Chine
- Choix de mode d'entrée
- Choix d'un partenaire
- Développement des relations avec les Chinois
- Utilisation de bonnes sources d'information



# La Chine n'est pas un ensemble homogène

- 31 (34) régions administratives (23 provinces, 5 régions autonomes, 4 municipalités spéciales, 2 régions administratives spéciales)
- Près de 700 villes
- Trois grandes parties: Est vs Centre vs Ouest
- Trois mondes: B-S-G-S vs villes vs campagnes
- Deux grandes cultures entrepreneuriales (Sud vs Nord)
- Centres de développement privilégiés

***Segmentation ! Segmentation !!***

# Vers une meilleure compréhension du Capitalisme d'État chinois

---

*L'État en tant que :*

- **programmeur**
  - **promoteur**
  - **protecteur**
  - **producteur**

*La Chine est aujourd'hui remarquablement ouverte. Ce n'est pas parce qu'elle est très libérale. C'est précisément parce qu'elle ne l'est pas.*

# Comprendre les contradictions du comportement des Chinois

---

- Relation amicale vs relation utilitaire
- Collectivisme vs égoïsme
- Modestie vs ethnocentrisme
- Conservateur vs innovateur
- Frugalité vs hédonisme
- Malhonnêteté vs moralité

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

# Vers un marketing mixte adapté au contexte chinois

---

- **Produit ?**
- **Prix ?**
- **Place ?**
- **Promotion ?**

# 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