

PRINCIPAUX INDICATEURS

Population : 1328 millions d'habitant (2008)
PIB : 4327 milliards d'USD (2008)
Taux de croissance : 9,0% (2008), entre 6% à 8% (prévision 2009)
Taux d'inflation : 5,9 % (2008)
Exportations vers la France : 31, 64 milliards d'euros (2008)
Importations françaises : 9,01 milliards d'euros (2008)
Position de la France : le 17^{ème} fournisseur et le 13^{ème} client (en 2007)
IDE : 92,4 milliards d'USD (2008)

PRESENTATION ECONOMIQUE DE LA CHINE

La politique de réforme et d'ouverture vers l'extérieur initiée par Deng Xiaoping à la fin des années 70 a été largement bénéfique : la Chine est la 3^{ème} puissance économique mondiale en 2008, avec une croissance extrêmement vigoureuse : 10% en moyenne au cours des dix dernières années.

Trois principaux centres économiques en Chine :

- Le Delta de la Rivière des Perles (Guangdong et Fujian) est considéré comme un fleuron historique de l'économie chinoise.
- L'estuaire du Fleuve Yangtsé (Shanghai, Jiangsu et Zhejiang) où a eu lieu un décollage spectaculaire dans les années 1990.
- Le Golfe de Beihai (Pékin, Tianjin, Hebei, Shandong et Liaoning) constitue une nouvelle frontière du développement économique.

Part des principaux secteurs d'activités dans le PIB (2008) :

- Secteur primaire -> 11.31 %
- Industrie et construction -> 48.62%
- Secteur tertiaire -> 40.07 %



Scé : Mission Économique française en Chine et Douanes françaises

LES TENDANCES DE L'ÉCONOMIE

Après des taux à 2 chiffres entre 2000 et 2007, le taux de croissance du PIB chinois était moindre en 2008 et il continuerait à baisser en 2009 (6,1% du premier semestre 2009). Dans une conjoncture mondiale difficile, l'économie chinoise bénéficie toujours de la vigueur de l'investissement et de la performance exceptionnelle de son commerce extérieur. Après avoir dégagé un excédent commercial record en 2006, la Chine est en train de supplanter progressivement l'Allemagne au classement international des exportateurs.

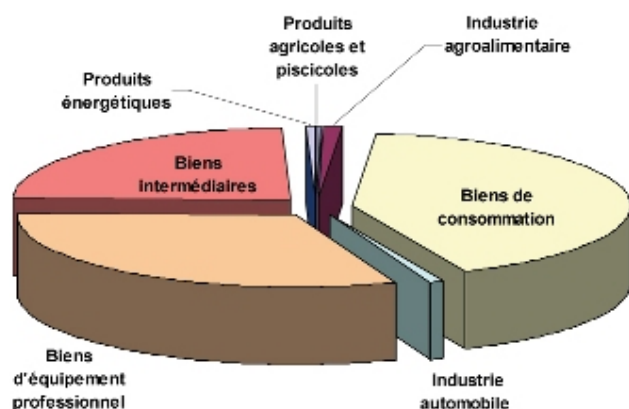
Bien qu'elle soit plutôt épargnée par la crise financière mondiale grâce à l'importance de son marché domestique, la Chine doit faire face à une chute de la demande extérieure impactant ses exportations de manière significative. En réponse à ce défi, le gouvernement chinois a lancé un plan de soutien à l'économie de 4000 milliards de RMB (soit 460 milliards €) sur deux ans avec pour objectif d'assurer un rythme de croissance soutenu de 8%.

LES ECHANGES COMMERCIAUX FRANCO-CHINOIS

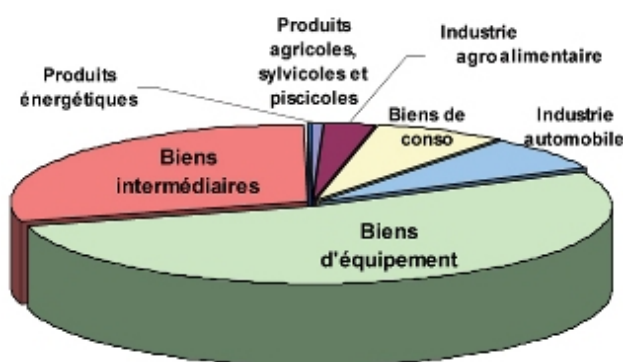
La Chine représente 2,22% des exportations françaises et 6,63% des importations. La France représente 1,39% des importations chinoises et 1,67% des exportations. Si la Chine est le premier client de la France hors Europe et États-Unis et son premier partenaire asiatique, elle représente également le premier déficit bilatéral de la France.

En 2008, sous l'effet de la crise financière, le rythme de croissance du commerce franco-chinois se ralentit remarquablement. Le montant total des échanges commerciaux entre les deux pays se hausse de 38,07 milliards d'euros à 39,96 milliards d'euros, en progression de +4,9% (contre +16,5% de l'année 2007). Les exportations françaises vers la Chine baissent de 1%. Les exportations de la Chine vers la France augmentent néanmoins de 6,8%. Le déficit commercial de la France vis-à-vis de la Chine se creuse de 2,05 milliards d'euros par rapport à 2007, à un record de - 21,95 milliards d'euros en 2008.

Répartition sectorielle de nos importations de Chine



Répartition sectorielle de nos exportations vers la Chine



Sur terrain, la présence des entreprises françaises ne remonte pas en moyenne à plus de 10 ans ou 15 ans, mais elle est déjà considérable, tant par les CA réalisés, que par les emplois créés.

LES SECTEURS PORTEURS

Dans le guide sur les investissements étrangers publié par la Commission d'État pour le Développement et la Réforme, en novembre 2007, le gouvernement chinois fait savoir que les investissements dans les secteurs où les entreprises chinoises ont déjà "une capacité de production relativement forte avec des technologies mûres" « ne seront pas encouragés », alors que les secteurs de la haute technologie, la production d'équipements et de nouveaux matériaux, le secteur des services, ainsi que la promotion de l'économie de recyclage, la production propre, l'utilisation des énergies renouvelables et la protection de l'environnement, secteurs dans lesquels la Chine a besoin des entreprises étrangères, sont les bienvenus.

La mise en œuvre du plan de relance de 4 000 milliards de RMB, lancée dès fin 2008, touche des secteurs où les entreprises françaises ont des atouts importants à faire valoir, que ce soit dans le secteur des infrastructures, qui représente entre 40 et 45% des dépenses du plan (accélération de la construction des principales lignes ferroviaires), de l'environnement (hausse de la capacité de traitement des eaux usées) ou de modernisation de l'industrie, sans oublier la reconstruction de la province du Sichuan suite au séisme de 2008. Le plan comporte également des mesures pour relancer la consommation domestique (réforme du système de santé et élargissement de la couverture sociale) qui devraient profiter à nos entreprises, qui excellent dans les secteurs agroalimentaires, de la mode ou encore de la pharmacie et cosmétiques.

ENERGIE

De nombreux secteurs sont porteurs d'opportunités pour les entreprises françaises en Chine. En effet, la très forte croissance du pays se traduit par des besoins importants en énergie, dont le niveau de demande est désormais supérieur à l'offre existante. Les entreprises françaises sont très présentes dans les domaines de l'électricité, de l'énergie nucléaire ou des énergies fossiles. Une attention très particulière est accordée aux énergies renouvelables.

DISTRIBUTION

La grande distribution est un secteur où les sociétés françaises réussissent particulièrement bien. La distribution spécialisée est en émergence, avec l'implantation relativement récente d'enseignes françaises. Les boutiques de luxe (habillement et accessoires, orfèvrerie, bagagerie, arts de la table, mobilier haut de gamme, etc.) se concentrent dans des lieux prestigieux notamment à Pékin et Shanghai.

INFRASTRUCTURES ET LOGISTIQUES

L'essor économique implique également un développement des infrastructures et une optimisation des réseaux de logistique. Il convient de développer les transports routiers, maritimes, ferroviaires, aériens ou souterrains. Sans oublier le domaine de la construction dans lequel les architectes français sont très prisés.

PRODUITS ET SERVICES A HAUTE VALEUR AJOUTEE

La valeur ajoutée et la spécificité de produits ou services proposés peuvent conquérir le marché chinois. Des niches existent en effet pour des PME innovantes ou qui sont déjà leaders français ou européens.

ENVIRONNEMENT ET DEVELOPPEMENT DURABLE

La croissance économique chinoise en haute vitesse depuis des années pose aussi la problématique de la maîtrise de l'environnement et du développement durable. Là aussi, les entreprises françaises sont en bonne place notamment dans le secteur du traitement des eaux et des déchets.

CONSEILS POUR UNE ENTREPRISE SOUHAITANT APPROCHER LA CHINE

Comprendre les réalités du pays

La Chine n'est pas un marché, c'est une société. Le pays est en perpétuel changement, plein de paradoxes, de nuances et de spécificités. Prendre le temps de se renseigner sur son passé, ceci permettra de mieux appréhender son présent et mieux prévoir son avenir. D'ailleurs, ne pas considérer la Chine comme un marché unique, tant le niveau de développement économique et social varie d'une région à l'autre. Réfléchir à une approche régionale et adapter les stratégies aux besoins locaux, aux climats, aux particularités régionales...

Bien soigner les relations personnelles

Les Chinois aiment bâtir des rapports forts et durables sur lesquels tout peut se négocier et les occidentaux doivent de ce fait jongler avec les « règles » chinoises. En cultivant un réseau relationnel, bien identifier les interlocuteurs, ne jamais oublier avec qui on parle (fournisseur, acheteur, partenaire) et le secteur (public ou privé). Respecter l'ordre hiérarchique, mais ne jamais négliger son interlocuteur, même s'il ne paraît pas être placé très haut. Ne pas mettre son interlocuteur dans une situation embarrassante. Ne pas être agressif, arrogant et surtout impatient, laisser le temps aux Chinois pour accorder leur confiance. Prêter une attention particulière à ses communiqués de presse et toujours montrer de l'intérêt pour la Chine.

Préparer et se protéger

Bien préparer le voyage en Chine, les documents et la présentation. Monter une équipe de négociation alliant compétences techniques, commerciales et, si possible, linguistiques et culturelles. Tout ce qui est lié à la finance, comptabilité ou fiscalité reste compliqué, la présence d'un cabinet français spécialisé s'avère presque indispensable. Se renseigner sur la crédibilité de vos contacts à l'aide d'un rapport de solvabilité. Se protéger du piratage et de la contrefaçon.

Suivre de près le contrat

Pour les Chinois, la signature du contrat signifie le début d'une relation d'affaires et pour les Français, elle est souvent considérée comme la fin. Garder un suivi attentif et régulier est donc indispensable. Être présent physiquement en Chine aussi souvent que possible.

Ne pas être seul

S'associer aux implantations françaises sur place et à la CCIFC, s'appuyer sur leurs conseils et expériences pour éviter de perdre du temps et de l'argent.

LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE FRANÇAISE EN CHINE

Fondée en 1992, la Chambre de Commerce et d'Industrie en Chine est une association de droit chinois qui rassemble 1200 implantations d'entreprises et constitue un réseau indispensable pour toute entreprise souhaitant se développer en Chine. Les orientations stratégiques de la CCIFC sont définies par un bureau de 30 élus. La CCIFC possède trois antennes (Pékin, Shanghai, Canton) et trois bureaux (Shenzhen, Tianjin, Wuhan). Son équipe biculturelle de 40 permanents est répartie dans ces six sites.

Les missions principales de la CCIFC sont :

- Animer la communauté d'affaires française en Chine (activités d'événementiels) ;
- Aider les entreprises françaises à s'implanter et à développer leurs activités en Chine (Appui Commercial, Domiciliation, Appui Emploi-Formation) ;
- Promouvoir les entreprises françaises auprès des autorités et de la communauté d'affaires chinoises ;
- La CCIFC a signé une convention avec UBIFRANCE Chine pour la promotion de l'export français.

Pour plus d'informations, contactez :
La Chambre de Commerce et d'Industrie Française en Chine :
Novotel Xinqiao Beijing, Area B, 6th Floor,
2 Dongjiaominxiang, Dongcheng District, Beijing, P.R.C
Tél : (+86) 10 6512 1740 Fax : (+86) 10 6512 1496
@: freuge.beatrice@ccifc.org Site: www.ccifc.org