



Réussir sur le marché chinois

Dix conseils pour exporter en Chine



Clause de non-responsabilité

Le présent rapport est fourni à des fins d'information uniquement et n'est pas conçu comme une recommandation visant des transactions particulières, des investissements ou autres stratégies quelconques à l'intention des lecteurs. Ces derniers doivent à cet égard prendre leurs propres décisions de manière indépendante, qu'elles soient de nature commerciale ou autre. Nous avons veillé soigneusement à nous assurer que les informations contenues dans le présent rapport ont été obtenues de sources fiables; Atradius n'est toutefois pas responsable d'éventuelles erreurs ou omissions, ou des résultats obtenus suite à l'utilisation de ces informations. Tous les renseignements contenus dans le présent rapport sont donnés "tels quels", sans garantie quant à leur exhaustivité, leur précision, leur degré d'actualité ou les résultats obtenus à partir de leur utilisation, et sans garantie d'aucune sorte, expresse ou implicite. En aucun cas Atradius, ses partenaires ou sociétés apparentées, agents ou employés, ne pourront être tenus responsables envers les lecteurs ou toute autre personne pour des décisions ou mesures prises sur la foi des informations contenues dans ce rapport, ou pour tous dommages indirects, particuliers ou similaires, même si ces personnes ont été avisées de l'éventualité de tels préjudices.

Copyright Atradius N.V. 2016





“

Toute crise recèle des opportunités.

Proverbe chinois

Si la Chine connaît actuellement ce qu'il faut bien appeler une crise économique, c'est un type de crise que de nombreuses nations aimeraient s'offrir. L'économie chinoise affiche une croissance de "seulement" 6,7% au premier trimestre 2016 – sa croissance trimestrielle la plus faible depuis sept ans – et le dernier Rapport Pays d'Atradius sur la Chine (janvier 2016) prévoit une croissance de 6,6% du PIB pour cette année.

Il faut cependant comparer ces projections à celles des États-Unis et des principales économies occidentales, où les prévisions en matière de croissance du PIB atteignent 2,8% tout au plus, et beaucoup moins dans de nombreux cas.

Le problème de la Chine, c'est qu'elle est devenue victime de son succès passé d'"usine du monde". Le gouvernement chinois tente maintenant de donner à son économie un nouvel équilibre, basé non plus sur une croissance tirée par les investissements, mais sur la consommation. Cela pourrait être une bonne nouvelle pour les entreprises étrangères qui souhaitent s'imposer sur cet énorme marché d'exportation, à condition de s'y préparer comme indiqué dans le présent rapport.

La Chine est loin d'être le pays où il est le plus facile de faire du commerce: le dernier indice "Ease of doing business" (facilité de faire des affaires") de la Banque mondiale place la Chine au 84e rang des 181 pays évalués. Toutefois, depuis son entrée dans l'Organisation mondiale du commerce en 2001, la Chine a fait de grandes avancées en matière d'ouverture au commerce international, en assouplissant ses droits de douane, ses quotas et autres entraves aux échanges. Et sa monnaie, le renminbi, continue son évolution vers une internationalisation totale.

Néanmoins, tout fournisseur étranger, au moment d'élaborer sa stratégie d'exportation, se doit de connaître les particularités de la législation chinoise et les détails pratiques de la vente à des clients en Chine. Nous espérons que les dix principes exposés ci-dessous faciliteront pour les entreprises les exportations vers la Chine.

01

Tenez-vous au courant de la législation chinoise en matière d'importations

Comme dans de nombreux pays, les règles gouvernant les importations en Chine sont complexes et sujettes à des changements fréquents.

La Chine classe les produits en trois catégories: interdits, limités et autorisés. Certains produits, comme les déchets et les matières toxiques, ne peuvent être importés dans l'intérêt public ou pour des raisons de protection de l'environnement; d'autres, strictement limités, sont soumis à des quotas ou exigent une licence. Ainsi, en 2015 la Chine a réduit drastiquement le quota de coton importé pour stimuler la demande de coton domestique. Le ministère du commerce (MOFCOM), l'administration responsable du commerce extérieur en Chine, publie et révisé régulièrement les listes des produits limités ou interdits.

En pratique, c'est surtout de la deuxième catégorie – les produits limités – dont les fournisseurs doivent se soucier. La plupart des produits tombent en effet dans la catégorie des biens autorisés et les fournisseurs étrangers et leurs clients chinois peuvent, à leur discrétion, décider quand et en quelle quantité fournir et acheter ces produits. Pour certains produits autorisés, même pour des biens aussi divers que du bétail et certains produits électriques, le MOFCOM gère un système de licences afin de contrôler les importations en Chine. En outre, bien que toutes les entreprises aient le droit d'importer la plupart des produits, un nombre limité de produits comme le pétrole brut et les engrais peuvent être importés uniquement par des entreprises publiques ou des entreprises agréées par le MOFCOM.

Une liste détaillée des catégories et des produits peut être obtenue directement auprès du MOFCOM, ou de la mission commerciale en Chine de votre pays.

Des droits de douane sont appliqués sur la plupart des produits importés en Chine, sur la base de leur valeur, emballage, transport et assurance inclus, y compris tous les frais encourus avant la livraison des marchandises. Notons que le taux moyen des droits de douane est tombé de 15% en 2000 à 9,8% en 2015, signe de l'ouverture progressive de la Chine au commerce international. Un barème des droits de douane, mis à jour chaque année, peut être obtenu auprès de: China Customs Press, Jia 1, East Fourth Ring South, Chaoyong District, Beijing 100023; téléphone: 86 10 6519 5616.



02

Profitez des avantages des zones de libre-échange chinoises

En 2013, le gouvernement chinois, prenant acte des changements intervenus dans la structure des échanges mondiaux, a créé à Shanghai la première zone de libre-échange (ZLE) de Chine continentale.

Aujourd'hui, dans un marché mondialisé, des composants fabriqués dans un pays sont souvent assemblés dans un autre pays, puis vendus dans un troisième. Plus le commerce mondial se développe, plus les ZLE présentent d'avantages: des produits et des composants étrangers peuvent y être livrés, assemblés ou utilisés dans un processus de production, puis réexportés sans l'intervention habituelle des autorités douanières.

La ZLE de Shanghai est spécialisée en services financiers, échanges commerciaux, expédition et logistique. En 2015, trois autres ZLE ont été créées en Chine:

- Tianjin est axée principalement sur la logistique portuaire et aérienne, les services financiers, la production haut de gamme, les services de transport maritime, l'immatriculation des navires et le droit de la mer.
- Fujian est spécialisée en manufacture, commerce des services, maintenance de navires et de machines et services de transport maritime.
- Guangdong est centrée principalement sur la manufacture, le leasing, les services commerciaux et financiers et la recherche et développement en produits chimiques et pharmaceutiques.

Les entreprises étrangères pourraient découvrir que leurs produits et services peuvent être exportés vers ces ZLE en étant faiblement ou pas du tout taxés.

Sept nouvelles zones de libre-échange ont été autorisées pour 2016, ce qui favorisera le développement des transactions commerciales.



03

Comprendre la réalité chinoise

Que vous vendiez dans votre pays ou à l'étranger, vos clients potentiels se sentent en général plus à l'aise et plus confiants s'agissant de conclure un contrat de ventes avec vous s'ils réalisent que vous les comprenez, voire que vous vous comportez comme eux. C'est pourquoi, il est sage de prendre le temps de vous renseigner sur la manière dont votre client chinois potentiel opère et, plus important encore, sur la culture chinoise des affaires.

Dans le monde des affaires chinois, les formalités et le respect de la hiérarchie sont des notions essentielles. Le fait de sauver ou perdre la face est un élément clé de la culture chinoise: c'est une combinaison d'actions et de perceptions qui peut faciliter ou entraver les relations commerciales. Par exemple, une entreprise étrangère gagnera en prestige si son directeur général, au cours des entretiens d'affaires, montre qu'il connaît la culture chinoise et fait preuve de sensibilité à son égard; en revanche, elle peut perdre la face si ses représentants se comportent de manière inappropriée, du point de vue des Chinois, lors des réunions.

Il est essentiel de prendre rendez-vous très tôt pour les réunions d'affaires: un mois et même jusqu'à deux mois à l'avance. Il est souhaitable de vous faire introduire par un intermédiaire et de venir à la réunion accompagné d'un interprète. Auparavant, faites toujours parvenir une introduction écrite (en chinois simplifié) sur votre entreprise et sur le but que vous espérez atteindre, et veillez à arriver à l'heure à la réunion. Les participants doivent être conduits à leur siège et placés par ordre hiérarchique décroissant, les homologues de rang supérieur se faisant face.

La présentation des cartes de visite est une formalité importante qui a lieu au début d'une réunion d'affaires. Vos cartes doivent être imprimées sur les deux faces, l'une dans votre langue et l'autre en chinois. Présentez votre carte en la tenant à deux mains, le côté en chinois vers le haut.

Assurez-vous que toute la documentation que vous apportez à une réunion d'affaires (toujours en chinois simplifié et en anglais ou dans votre langue) soit précise, de sorte qu'elle ne puisse pas être mal interprétée. Si vous avez l'intention d'utiliser des supports visuels, veillez à ce qu'ils soient simples – en noir sur un fond blanc – car en Chine les couleurs ont une signification spéciale et pourraient être ressenties comme agressives.

Surtout, soyez patient. En Chine, les négociations prennent du temps et votre homologue chinois peut recourir à des expressions comme: "Nous allons y réfléchir" plutôt que de répondre franchement par "oui" ou par "non". Les décisions peuvent se faire attendre longtemps, car votre client potentiel veut être sûr que la relation d'affaires pourra se développer de manière profitable.

Il y a beaucoup à apprendre en matière de culture chinoise des affaires, mais l'effort en vaut la peine.



04

Respectez la législation chinoise sur la concurrence

Quelle que soit la législation nationale choisie pour stipuler le contrat de vente, tout accord concernant la vente de biens ou de services en Chine est soumis au droit chinois de la concurrence, qui contient essentiellement des règles interdisant les monopoles, la concurrence déloyale, le dumping et les mesures compensatoires (contre les subventions).

Comme dans beaucoup de pays, il est interdit aux concurrents de conclure des ententes pour fixer des prix, limiter les volumes de production et de ventes, se répartir les marchés, limiter l'achat ou le développement de nouvelles technologies, ou boycotter des fournisseurs.

Dans les relations verticales entre fournisseurs et acheteurs, il est interdit aux Parties de convenir de prix de revente minimum ou fixes. Dans le cadre d'activités de commerce extérieur, il est interdit aux entreprises de se livrer à des pratiques de concurrence déloyale, comme la publicité mensongère, la collusion dans le cadre d'appels d'offres, la corruption commerciale ou les politiques tarifaires d'éviction.

En outre, les autorités peuvent prendre – et prennent – des mesures compensatoires ou anti-dumping pour protéger les industries domestiques.

À partir du début de 2015, le ministère du commerce (MOFCOM) a légiféré sur ce qu'il considère comme du dumping de divers matériaux importés, notamment le papier d'emballage non blanchi, le méthacrylate de méthyle (un composé utilisé dans la fabrication des résines et des plastiques) et l'acier plat magnétique; d'où l'instauration de droits de douane supplémentaires sur ces produits au titre de mesure compensatoire.

Pour plus d'informations (en anglais) sur les politiques et décisions du MOFCOM, visiter le site: <http://french.mofcom.gov.cn>

Principales origines d'importation

(2015, % du total)



Principaux marchés d'exportation

(2015, % du total)





Prévisions de performances sectorielles

Agriculture



Excellent

Automobile/
Transport



Correct

Chimie/
Pharmacie



Correct

Construction



Sombre

Matériaux de
Construction



Sombre



05

Protégez vos droits de propriété intellectuelle (PI)

Historiquement, la Chine a une fâcheuse réputation de pays où la fabrication de produits piratés et contrefaits est largement répandue. Mais ces dernières années la Chine a pris des mesures importantes pour changer cette perception et, en tant que membre de l'Organisation mondiale du commerce et signataire de la convention de Paris, de la convention de Berne, du protocole de Madrid et du traité de coopération en matière de brevets, elle a effectivement promulgué des lois visant à protéger les PI.

Les PI concernent les droits d'auteur, les brevets, les dessins et les marques commerciales.

- Les droits d'auteur concernent les œuvres écrites ou publiées: livres, chansons, films, sites internet et œuvres d'art. Un titulaire de droits n'est pas tenu d'enregistrer ses droits d'auteur en Chine; toutefois, il est souhaitable de le faire dans le cas où il lui faudrait prouver sa propriété. La durée de la protection couvre la vie de l'auteur et persiste pendant 50 ans après son décès.
- La PI des brevets concerne les inventions commerciales, comme un nouveau produit ou procédé industriel. La PI des dessins protège des actifs tels que des modèles informatiques ou des dessins architecturaux. La protection accordée a une durée de 20 ans pour les brevets d'invention, de 10 ans pour les modèles d'utilité et elle est sujette au paiement d'une redevance annuelle. La législation chinoise en matière de brevets est basée sur le principe du "premier inscrit": si deux personnes sollicitent un brevet pour des inventions identiques, le brevet est accordé à la première à l'avoir demandé.
- La PI des marques commerciales concerne les logos, symboles, mots – et même les sons – qui distinguent un produit ou service de ceux de ses concurrents. Comme pour les brevets, les marques sont protégées sur la base du premier inscrit.

Outre l'enregistrement d'un brevet, d'un dessin ou d'une marque, le titulaire de droits peut demander l'inscription de son dossier aux fins de la protection de ses droits auprès

des autorités douanières chinoises; celles-ci peuvent alors intercepter les produits contrefaits, que ce soit à l'importation ou à l'exportation. Le titulaire de droits peut aider les autorités douanières en partageant avec elles ses informations sur les contrefacteurs et leurs voies d'accès au marché.

En premier lieu, faites enregistrer vos droits. L'étape suivante consistera à les faire respecter, le cas échéant. Comme pour tout autre litige commercial, les Chinois préfèrent recourir à la médiation plutôt qu'à la confrontation. Tout d'abord, avant d'en appeler aux autorités, un titulaire de droits peut opter pour l'envoi d'une lettre d'avocat exigeant du contrevenant de s'abstenir sous peine de poursuites.

Même lorsque les autorités ont été saisies, beaucoup de litiges de PI sont résolus avant qu'une procédure judiciaire ne soit lancée. Si cette méthode échoue, une action administrative peut alors s'avérer nécessaire. Les procédures judiciaires concernant des contrefaçons de marques sont généralement rapides, mais il est toujours utile de rassembler des éléments de preuves tangibles pour appuyer les faits.

Outre l'enregistrement de vos droits de PI, il existe plusieurs autres moyens de les protéger. Évaluation régulière des risques, conseils d'agents locaux ou autres opérant déjà en Chine et clauses relatives aux PI dans vos contrats de travail: toutes ces mesures peuvent être utiles.

Un jugement historique concernant une affaire d'infraction au droit de la PI en Chine montre à quel point la Chine a évolué s'agissant de la protection de la PI. En janvier 2016, la société française Moncler s'est vu accorder le montant maximum de dommages-intérêts prévus en vertu de la nouvelle législation chinoise sur les marques (RMB 3 millions, soit environ EUR 408.000) pour la contrefaçon de sa marque par la société pékinoise Nuoyakate. Cette décision discrétionnaire du tribunal montre que la Chine est désormais prête à adopter une ligne beaucoup plus stricte que dans le passé, même lorsque le contrevenant est une société chinoise.



06

Choisissez la mode de paiement adéquate

Selon un proverbe bien connu, surtout dans les milieux financiers, “Tant qu’une vente n’est pas payée, c’est un cadeau”. Cela est vrai chaque fois qu’une vente est conclue, mais il n’y a pas de raison de s’attendre à un risque plus élevé simplement parce que vous fournissez des biens ou des services à un client en Chine.

Toutefois, dans son numéro d’avril 2016 du Market Monitor faisant rapport sur les biens de consommation durables et le secteur de la distribution en Chine, Atradius soulignait la possibilité d’une augmentation des retards de paiement en raison du ralentissement de l’économie et du fait que les petites entreprises, en particulier, avaient recours à des canaux de financement officieux tels que le système bancaire “parallèle”. Le commerce électronique (un sujet que nous traitons ci-dessous) pourrait également exercer une pression sur le financement – et même précipiter une hausse des faillites – des entreprises qui investissent lourdement dans leur présence en ligne.

Sachant cela, il convient d’examiner les différents modes de paiement – et leurs différents niveaux de sécurité – qu’un fournisseur étranger peut envisager: il faut noter que tous ne seront pas appropriés à toute circonstance.

Paiement d’avance: cette forme de sécurisation suppose que le client chinois doit avoir pleinement confiance dans le fait que le fournisseur étranger remplira ses obligations contractuelles. Dans le cas des biens dont la durée de production est longue, il est souhaitable d’établir un calendrier de paiements intermédiaires.

Lettre de crédit (LC): si une LC – surtout une LC confirmée et irrévocable – peut offrir un bon niveau de sécurité, elle présente aussi des inconvénients. Le premier est qu’elle transfère la responsabilité du paiement du client à la banque du client. La banque ne sera aucunement concernée par l’assurance-qualité des produits ou services fournis mais elle exigera que chaque détail figurant dans la LC corresponde exactement à ceux indiqués dans les documents contractuels et de livraison. Toute divergence entre ces détails invalidera la LC et libèrera la banque de son obligation de payer. En outre,

une LC peut s’avérer onéreuse à établir, tant pour l’acheteur que pour le vendeur; elle peut donc être inappropriée pour les contrats de valeur modeste.

Encaissement documentaire: selon cette formule, le vendeur est payé par l’acheteur quand les documents confirmant l’expédition ont été reçus. Les titres de propriété (comme le connaissance) ne seront délivrés à l’acheteur que lorsqu’il aura payé (paiement contre livraison) ou accepté de payer (documents contre acceptation). Cette forme de sécurisation peut convenir dans certains cas, par exemple si les marchandises sont vitales pour les opérations du client chinois; mais elle pourrait présenter un risque pour le vendeur étranger dans le cas où les marchandises sont périssables, l’acheteur pouvant alors profiter de ce fait pour renégocier le prix.

Si vous avez confiance dans le fait que votre client paiera, ou si le degré de concurrence sur le marché l’exige, alors la vente à crédit offre un minimum de sécurité et représente le mode de paiement le plus attrayant pour votre client.

Comme dans tout contrat, tout est une question de confiance et de choix d’un mode de paiement qui convienne aux deux Parties. Mais comme nous le verrons plus loin, il est possible d’obtenir davantage de sécurité, même dans le cas de la vente à crédit.



07

Etudiez l'intérêt d'avoir un représentant sur place

Disposer d'une présence physique en Chine peut représenter un réel avantage pour les fournisseurs étrangers: cela peut les aider à acquérir une connaissance approfondie du marché et leur donner davantage d'occasions de contact en tête-à-tête avec des clients existants et potentiels.

Cependant, une entreprise étrangère doit se poser deux questions: "Quel type d'affaires la Chine souhaite-t-elle faire?" et "Où devons-nous nous localiser?"

La réponse à la première question peut être trouvée dans le plan quinquennal du gouvernement chinois, qui décrit le type d'affaires qu'il veut encourager.

Quant à la réponse à la deuxième, elle dépend de la nature de votre activité. Pour une entreprise hi-tech, par exemple, Pékin pourrait être le lieu le plus approprié. En fonction de votre type d'activité, la proximité d'un port peut être intéressante, ou inversement un lieu à l'intérieur du pays conviendra peut être mieux à votre entreprise.

Pour vous aider à résoudre ce problème, vous pouvez demander conseil à une chambre de commerce, à une association professionnelle ou à d'autres entreprises qui ont déjà une "vitrine" en Chine.

Quant à la forme juridique que prendra votre représentation, vous avez le choix entre plusieurs options:

- une entreprise sous contrôle étranger: une société de capitaux 100% étrangers (wholly foreign owned enterprise - WFOE);
- une coentreprise de capitaux: une société de capitaux constituée par des Parties étrangères et chinoises (equity joint venture - EJV);
- une coentreprise coopérative: une coentreprise constituée par des investisseurs étrangers et chinois (cooperative joint venture - CJV);
- ou simplement un bureau de représentation ou une représentation locale assurée par un tiers.

Naturellement, chacune de ces options a ses avantages et ses inconvénients. Par exemple, un bureau de représentation est une option minimale qui limite la portée de ce que vous

êtes autorisé à faire en Chine: ce n'est qu'un simple véhicule permettant de faire connaître votre marque.

Si une WFOE est la forme de société la plus complexe à constituer, en revanche elle permet à une entreprise étrangère de contrôler entièrement les opérations: technologie, savoir-faire et, ce qui est très important, la confidentialité commerciale.

Les coentreprises se situent entre ces deux extrêmes. C'est une option avantageuse pour les fournisseurs étrangers ayant une connaissance limitée de la culture des affaires et du marché chinois, car leur partenaire local aura plus facilement accès aux clients locaux et pourra faciliter l'expansion des ventes en Chine.

La participation d'un fournisseur étranger dans une EJV doit être d'au moins 25%. Les bénéfices sont distribués au prorata de la contribution de chaque Partie au capital social. Une CJV offre davantage de flexibilité, car les Parties peuvent convenir que le partage des bénéfices n'est pas basé sur le principe du prorata. Cette souplesse peut être importante pour une entreprise qui aura un meilleur accès au marché si elle est contrôlée par le partenaire chinois, tandis que les biens et services sont fournis principalement par le fournisseur étranger.

Il n'est pas nécessaire de constituer une CJV en tant que personne morale indépendante, ce qui permet une forme de gestion très flexible. Toutefois, les autorités chinoises sont devenues réticentes s'agissant d'approuver l'établissement de CJV, justement en raison de la "flexibilité" de cette structure. En particulier, aucune approbation de CJV non constituée en société n'a été signalée ces dernières années, à cause des défis fiscaux/comptables et opérationnels liés à cette forme juridique.

Les autres points à étudier sont l'ampleur des affaires locales et la complexité des exigences administratives et en matière de main-d'œuvre et de fiscalité. Toutefois, malgré le surcroît de charge administrative, un nombre croissant de fournisseurs étrangers estiment qu'une présence en Chine renforce la valeur de leur marque en facilitant leur accès direct aux clients locaux, en leur permettant un meilleur contrôle des canaux de distribution et en leur offrant davantage d'opportunités de fournir des services après-vente et de maintenance localement au lieu d'avoir à gérer ces tâches depuis l'étranger ou par l'intermédiaire d'agents locaux.



Chiffres clés

PIB (milliards d'euros)

€7.065,85 (euros réels 2010)

Taux de croissance du PIB (estimation 2016)

6,6%

Industries

Depuis son ouverture au commerce et aux investissements étrangers en 1979, la Chine connaît une des croissances économiques les plus rapides au monde, s'affirmant comme une puissance économique et commerciale majeure. Elle occupe le premier rang mondial en termes de production agricole et industrielle. L'industrie manufacturière – le secteur le plus important – couvre la métallurgie, la sidérurgie, l'habillement, les produits chimiques, l'électronique, les télécommunications, la construction navale et de nombreux autres produits. Le secteur agricole est spécialisé dans la production de riz, tabac et poisson ainsi que dans l'élevage, entre autres.

Taux de croissance annuel
des exportations (estimation 2016)

7,5%

Taux de croissance annuel
des importations

6,1%

Prévisions de performances sectorielles

Biens de
Consommation
Durables



Correct

Électronique/TIC



Correct

Services
Financiers



Excellent

Agroalimentaire



Correct

Machines/
Ingénierie



Correct

08

Etudiez la possibilité de vendre en ligne

La Chine est le plus grand marché de commerce électronique du monde; les ventes en ligne B2C affichent une croissance annuelle de 25%. Il y a même une journée annuelle du shopping en ligne – le “Singles Day” – qui a généré, rien qu’en 2015, un chiffre d’affaires de EUR 12 milliards. Les entreprises étrangères sont donc tentées de profiter de cette opportunité alléchante et de pénétrer le marché chinois.

Mais attention: Même si vous avez déjà une expérience de la vente en ligne dans votre pays et sur le marché occidental, vous réaliserez que le marché numérique chinois est une toute autre affaire. Alors que vous connaissez bien les réseaux sociaux comme Facebook et Twitter, les consommateurs chinois fréquentent Renren, Sina Weibo, Tencent, Tudou et Youku. Si Paypal est l’application de paiement sécurisé la plus utilisée en Occident, en Chine on utilise Alipay. Et si les consommateurs occidentaux achètent souvent directement sur le site web d’un détaillant, en Chine la préférence va à de grands sites de commerce électronique comme Tmall.

Pour autant qu’elles acceptent d’investir du temps et de l’argent dans la compréhension du marché chinois, les entreprises étrangères pourraient y trouver leur compte: en effet, si les consommateurs chinois surfent sur l’internet dans l’intention de faire des économies, surtout quand il s’agit d’articles comme les appareils électroniques grand public, pour les produits étrangers ayant un certain cachet - comme les vêtements de marque - les acheteurs chinois sont prêts à payer le prix fort en ligne.

En avril 2016, le gouvernement chinois a établi de nouvelles règles fiscales applicables au commerce électronique transfrontalier, afin de réguler le secteur et d’améliorer la sécurité des consommateurs. Un résumé utile de ces changements est disponible auprès de KPMG à l’adresse <http://www.kpmg.com/CN/en>

Une grande partie de l’investissement d’un vendeur étranger sera consacrée à assurer la logistique, le stockage et l’assistance technique, ce qui signifie qu’il lui faudra disposer d’une certaine présence sur le terrain. Et il va de soi que votre présence en ligne devra toucher la sensibilité chinoise: il ne vous suffira donc pas de simplement traduire votre site web.



09

Choix de la juridiction de résolution des litiges

À quelques rares exceptions près, les Parties à un contrat transfrontalier de fourniture peuvent choisir la législation chinoise ou celle de tout autre pays pour régir leurs relations. Cependant, quel que soit le droit étranger applicable choisi par les Parties, il convient de noter que les dispositions obligatoires de la législation chinoise en matière de fiscalité, de monnaie et de concurrence seront applicables.

Avant de conclure un contrat de fourniture de biens et services à un client en Chine, un fournisseur étranger a tout intérêt à demander un avis juridique afin d'y inclure une clause de résolution des litiges. Le droit chinois prévoit en effet des restrictions quant à la manière et au lieu où les litiges commerciaux peuvent être résolus, donc il est nécessaire de rédiger soigneusement le contrat.

De nombreuses entreprises étrangères se retrouvant en situation de litige avec leur client chinois choisissent d'emblée l'arbitrage plutôt qu'une procédure judiciaire. Ce choix sera d'autant plus facile si une clause d'arbitrage est prévue au contrat. À ce propos, les coentreprises opérant en Chine (voir le point 7 ci-dessus) sont considérées comme des entités chinoises; les litiges impliquant des coentreprises seront donc généralement traités comme des litiges domestiques chinois aux fins de l'arbitrage.

Quatre types de juridiction peuvent généralement être saisies pour les litiges relatifs à des contrats de fourniture transfrontaliers: les tribunaux d'État chinois; les institutions d'arbitrage chinoises (principalement, la China International Economic and Trade Arbitration Commission - CIETAC); les tribunaux étrangers; et les tribunaux arbitraux étrangers.

Le choix de la juridiction la plus appropriée pour résoudre un litige dépend des circonstances de chaque affaire, mais il convient de tenir compte des éléments suivants:

- Le recours à une procédure judiciaire et à l'arbitrage à l'étranger n'est possible que dans le cas de contrats impliquant des éléments étrangers; donc, comme mentionné ci-dessus, cela risque de ne pas être possible si le fournisseur étranger fait partie d'une coentreprise en Chine.

- Les sentences arbitrales étrangères peuvent être – et sont fréquemment – exécutées en Chine en vertu de la convention de New York, alors que les jugements de tribunaux étrangers sont généralement inapplicables en Chine.
- Une procédure judiciaire ou un arbitrage local peut être la meilleure solution si la principale préoccupation des Parties est d'obtenir une mesure de redressement provisoire (comme une mise en demeure) en Chine. Les "injonctions de conserver" (les actifs et les preuves) existent dans le cadre des procédures judiciaires et d'arbitrage en République populaire de Chine (RPC), et des mesures conservatoires provisoires peuvent être obtenues uniquement dans le cadre de procédures judiciaires en RPC concernant des droits d'auteur, une infraction au droit des marques ou des brevets, ou une violation de secrets commerciaux.

En tout état de cause, il convient d'établir soigneusement le contrat de fourniture lorsque les Parties optent pour un droit étranger combiné à une procédure devant les tribunaux d'État chinois. La plupart des tribunaux locaux n'ont pas d'expérience de l'application de droits étrangers et, si un tribunal estime que le droit applicable ne peut être adéquatement vérifié, il est habilité à appliquer la loi chinoise en dépit du choix contractuel des Parties.



10

Sécurisez vos ventes à crédit

Au point 6 consacré aux méthodes de paiement, nous avons observé que lorsqu'une vente implique la remise des marchandises avant l'exécution du paiement, il existe un risque que le paiement puisse ne pas être reçu. Ce problème peut être dû au fait que le client ne peut ou ne veut pas payer, ou à une autre raison – indépendante de la volonté du client – comme un changement dans la politique de commerce extérieur du pays du client entraînant un blocage du paiement.

À titre de précaution, le fournisseur serait bien avisé de se protéger au moyen d'une assurance-crédit pour atténuer ces risques potentiels que la due diligence ne suffit pas à éviter.

Outre une protection, l'assurance-crédit offre d'autres avantages comme des informations rassurantes sur l'identité et la solvabilité de vos clients potentiels. C'est un point important dans un pays immense comme la Chine où l'on peut facilement confondre deux sociétés dont les noms sont similaires.

Grâce à cette combinaison de protection, de tranquillité d'esprit et d'informations sur le marché, les entreprises étrangères désireuses de positionner leurs biens et services sur le marché chinois peuvent se permettre d'offrir des conditions de paiement compétitives.

Pour conclure, les opportunités existent, mais ne tenez pas pour acquis que les techniques commerciales que vous pratiquez sur votre marché domestique fonctionneront en Chine.

Dans notre introduction, nous mentionnons que le gouvernement chinois est en train de prendre des mesures pour rééquilibrer l'économie. Le Rapport pays Chine d'Atradius (janvier 2016) jette un éclairage supplémentaire sur ces mesures et évalue leur potentiel de succès:

“Dans une certaine mesure, la croissance de la consommation privée a commencé à équilibrer le recul des investissements. Le gouvernement a augmenté les dépenses fiscales afin de soutenir l'économie depuis l'été 2015. Dans le même temps, la banque centrale, appelée Banque populaire de Chine (BPC), a plusieurs fois assoupli son taux de prêt de référence depuis novembre 2014, lequel atteint 4,35%. Compte tenu de la prévision tablant sur une inflation modeste inférieure à 2,0%, la BPC possède encore de la marge pour un assouplissement de la politique monétaire si nécessaire.”

Si cela est un bon signe pour les entreprises étrangères à la recherche de nouvelles opportunités de ventes en Chine, elles ne devraient cependant pas présumer que des techniques commerciales qui sont efficaces sur leur marché domestique le sont également en Chine.

Les Chinois ont un mot – “Guanxi” – pour décrire le lien personnel, le respect et la confiance qui doivent être établis avant qu'une relation d'affaires puisse se développer. La facilité avec laquelle une affaire pourra être conclue dépend de l'existence – ou de l'absence – de Guanxi.

Prévisions de performances sectorielles

Métallurgie



Mauvais

Papier



Sombre

Services



Bon

Sidérurgie



Mauvais

Textile



Sombre



La présente note vise à fournir des informations générales sur le cadre juridique applicable aux contrats de fourniture avec des clients chinois. Elle n'a pas pour but de fournir des conseils juridiques et ne peut remplacer l'analyse approfondie du contrat de fourniture concerné.

Si la présente note vous a été utile, nous vous invitons à visiter notre site web www.atradius.fr, où vous trouverez de nombreuses autres publications d'Atradius consacrées à l'économie mondiale, notamment d'autres Rapports pays, des analyses sectorielles, des conseils en credit management et des articles sur les grands enjeux commerciaux actuels.

Sur Twitter, suivez [@atradiusFR](https://twitter.com/atradiusFR) pour rester bien informé.

Suivez Atradius sur les réseaux sociaux



www.atradius.com

Atradius

Atradius Credit Insurance N.V.

159 rue Anatole France

CS50118

92596 Levallois-Perret Cedex

Tel : +33 (1) 41 05 84 84

E-mail : info.fr@atradius.com

