



Stratégie

Vendre en Chine, les règles écrites... et les autres

Pour commercialiser des produits réglementés, mieux vaut être sur place pour comprendre et maîtriser.

GAËLLE FLEITOUR

Le potentiel de la Chine vous fait rêver et vous souhaiteriez y commercialiser vos produits? C'est possible, si vous êtes prêt à y investir... «Lorsqu'on souhaite vendre en Chine, il faut fabriquer en Chine, annonce d'emblée Olivier Marc, le PDG du cabinet de conseil Euro China Capital. Pour être compétitif d'une part, mais aussi pour que ses produits soient achetés par des acteurs

publics ou des entreprises privées, qui peuvent subir des pressions.» Reste à savoir si son secteur d'activité est le bienvenu en Chine et à quelles contraintes il est soumis.

[1] AVEZ-VOUS UN PRODUIT STRATÉGIQUE ?

Premier filtre en Chine, chaque projet d'investissement étranger reçoit un avis officiel et il peut être encouragé, restreint ou interdit. Ces catégories sont définies par le gouvernement via des textes d'orientation de l'investissement étranger, afin de garder le contrôle des secteurs qu'il juge stratégiques ou sensibles. En fonction de cette segmentation, un étranger sait si son projet peut être approuvé, par quelle autorité décisionnaire, le niveau de participation capitalistique auquel il est autorisé et les éventuels régimes de faveur dont il peut bénéficier. Impossible ainsi pour un non-Chinois de se lancer dans la médecine traditionnelle locale, l'industrie de l'armement ou le contrôle aérien. Les secteurs en surcapacité sont restreints. Idem pour la construction de centrales et la production d'équipements, où la part des capitaux étrangers ne doit pas dépasser 49 %, une contrainte à laquelle sont aussi soumis les constructeurs - mais pas les équipementiers - de véhicules automobiles, obligés de s'allier à un Chinois. «Mais mieux vaut choisir un partenaire qui n'a pas la même activité première, ou scinder les activités de fabrication et de commercialisation, conseille Olivier Marc. Car le danger est immense de se faire copier!»

[2] QU'ATTENDENT LES AUTORITÉS ?

Si le secteur d'activité est réglementé, il est indispensable de comprendre rapidement les attentes des autorités. Mais il n'est pas toujours facile de s'y retrouver. «L'industrie pharmaceutique, par exemple, figure dans les trois catégories d'investissements», témoigne-t-on au laboratoire Ipsen. Pour des médicaments anticancéreux ou de nouveaux traitements contre le diabète, un simple permis de production auprès du bureau de supervision au niveau provincial suffira. Pour la production de vitamines E ou de dérivés du sang, il est nécessaire de demander une autorisation nationale et de monter un joint-venture contrôlé par un Chinois. Quant à l'utilisation de plantes médicinales chinoises protégées, elle est strictement interdite. «Même lorsque le projet n'est pas interdit, il est encore très difficile de faire approuver un médicament auprès de l'agence chinoise du médicament, la State food and drug administration», observe Marion Lespine, la chef du pôle Intelligence marché pour la Chine chez Ubifrance. «Obtenir ce sésame nécessite de très bien connaître les autorités et

usinouvelle.com/ressources

e-BRIEFING

EXCLUSIF

La note d'un expert à télécharger



Marc Meynard,
fondateur
de la société
Marc Meynard
International

Partenariat



➤ Les abonnés peuvent télécharger gratuitement, ce document sur notre site usinouvelle.com/ressources



Pour vendre des produits pharmaceutiques ou paramédicaux, il faut les produire dans le pays.

de passer la barrière de la culture et de la langue, précise Olivier Depardieu, le manager Asie-Pacifique du cabinet Oxo Pharma. Il faut aussi s'assurer de la compatibilité des études cliniques entre l'Europe et la Chine. » Un processus qui peut se révéler long et coûteux. C'est alors qu'un allié local, qui respecte déjà les contraintes du pays ou de la province, devient irremplaçable. Pour s'implanter dans les secteurs restreints des prothèses orthopédiques et des équipements de blocs opératoires, une société a dû constituer un joint-venture avec un partenaire chinois. « Pour réussir son implantation, il ne suffit pas d'avoir la bonne technologie : il faut être "le plus chinois possible" », estime un dirigeant français récemment implanté en Chine.

[3] QUELLES SONT LES RÈGLES OFFICIEUSES ?

La barrière des réglementations officielles franchie, une entreprise peut être confrontée à d'autres règles officielles, même dans des secteurs autorisés ! « Lorsqu'on essaie de pénétrer le secteur des compteurs électriques, on découvre qu'il y a cinq à sept organismes réglementaires nationaux, qui imposent entre autres des contraintes d'homologation, de certification pour s'intégrer dans le

plan smart grid national », raconte Olivier Marc. Sans compter les organismes provinciaux qui disposent d'un pouvoir croissant et dictent leurs règles liées au climat de la province par exemple. Résultat : « L'absence de règles écrites ou de procédures peut parfois déstabiliser une personne étrangère, observe Bertrand Régnier, associé du French Business Center d'Ernst & Young en Chine. Il faut apprivoiser les spécificités culturelles et économiques propres à ce marché avant de se lancer. Pour cela il est primordial de passer par des spécialistes qui connaissent bien la réglementation du business local, qui peut changer très vite, dans le domaine des règles fiscales ou comptables par exemple ». « Il est donc indispensable de se constituer un réseau - le guanxi », précise Marc Meynardi, fondateur de la société Marc Meynardi International (MMI). Enfin, recruter majoritairement des Chinois est incontournable. L'équipe chinoise de Sequans compte un seul expatrié mais de nombreux locaux ayant étudié et travaillé aux États-Unis. « La barrière culturelle n'est pas facile à franchir, justifie Georges Karam, le PDG du fabricant français de puces téléphoniques. Pour réussir, il faut trouver un Chinois qui va devenir la pierre angulaire sur laquelle vous allez construire. Cela demande un investissement. » ■