

# UNE INTRODUCTION AU Commerce électronique en Chine

Partout où vous faites des affaires

**Le Service des délégués  
commerciaux du Canada**

[deleguescommerciaux.gc.ca](http://deleguescommerciaux.gc.ca)



Affaires mondiales  
Canada

Service des  
délégués commerciaux

Global Affairs  
Canada

Trade Commissioner  
Service

Canada 



UNE INTRODUCTION AU  
Commerce électronique en Chine

SDC/OCES

À titre de ministre du Commerce international, j'ai l'honneur de présenter l'édition 2017 du guide *Une introduction au commerce électronique en Chine*. J'espère qu'il sera utile à toutes les entreprises canadiennes qui désirent comprendre de manière approfondie le fonctionnement du commerce électronique en Chine et les occasions que représente cette place de marché en ligne.

Le maintien d'une relation dynamique avec la Chine constitue une priorité pour le gouvernement du Canada : le renforcement des liens entre nos deux pays libérera le potentiel inexploité de nos relations commerciales, accroîtra la prospérité de notre classe moyenne et offrira de nouvelles possibilités aux entreprises canadiennes de toutes les tailles.

En tant que « directeur du marketing » du Canada, je suis impatient d'apporter mon appui à ces efforts. J'ai récemment eu le plaisir de me rendre en Chine pour une visite de six jours et avoir eu la chance de constater de première main les formidables possibilités offertes par le commerce électronique en Chine a été l'un des points forts de mon voyage. L'environnement numérique est un important tremplin pour les petites et moyennes entreprises (PME) canadiennes désirant faire leur entrée sur le marché chinois. Grâce à sa grande connaissance du marché, à ses contacts locaux et au réseau de 15 points de service établis sur place, le Service des délégués commerciaux du Canada est impatient d'aider nos PME à se frayer un chemin dans cette place de marché et à prendre des décisions d'affaires éclairées.

Ce guide mise sur de nombreuses initiatives de commerce électronique du Service des délégués commerciaux en Chine comme les tournées et les missions d'acheteurs au Canada; de plus, il introduit d'importantes initiatives comme le Pavillon du Canada sur Tmall Global et le Pavillon des aliments frais sur JD.com. L'édition de cette année aborde de manière exhaustive des thèmes comme la gestion des risques associés au commerce en ligne et la protection de la propriété intellectuelle. De nouveaux chapitres sur l'utilisation des médias sociaux pour le renforcement de la notoriété de la marque ainsi que des solutions commerciales adaptées aux PME canadiennes sur la plateforme Alibaba y sont aussi proposés.

J'encourage les entreprises canadiennes de toutes les tailles à explorer les possibilités d'exportation en Chine et à considérer l'immense potentiel que représente le commerce électronique sur le marché chinois. Je suis convaincu que les entreprises canadiennes trouveront dans ce guide les renseignements et les ressources nécessaires pour se lancer avec confiance.

Cordialement,



L'honorable François-Philippe Champagne  
Ministre du Commerce international

# Table des matières

<b>Le Service des délégués commerciaux du Canada</b>	<b>7</b>
<b>Introduction</b>	<b>9</b>
<b>Êtes-vous prêt pour les marchés étrangers?</b>	<b>11</b>
Approcher les marchés étrangers	
Les ressources internes nécessaires	
<b>La Chine est-elle un marché viable pour vous?</b>	<b>15</b>
La situation du marché	
Les places de marché	
Les principaux clients	
Les principaux acteurs	
<b>Comment pouvez-vous pénétrer le marché chinois?</b>	<b>28</b>
Les canaux traditionnels d'entrée sur le marché	
Les places de marché électroniques intérieures	
Cross-Border E-commerce	
<b>Comment s'effectuent les paiements?</b>	<b>54</b>
Se faire payer lorsqu'on exploite une entreprise en Chine	
Se faire payer lorsqu'on effectue du commerce électronique transfrontalier	
<b>Comment protéger votre PI?</b>	<b>56</b>
Protection de la propriété intellectuelle en Chine	
Les marques de commerce	
Repérer les infractions	
<b>Les médias sociaux en Chine</b>	<b>63</b>
WeChat	
Weibo	
Médias sociaux de commerce électronique	
<b>Approches suggérées pour s'insérer dans le marché chinois</b>	<b>72</b>
Faire son entrée en ligne en Chine	
Problèmes rencontrés en ligne	
Accroître la présence de votre marque	
<b>Solutions Alibaba pour les entreprises</b>	<b>80</b>
<b>Conclusions</b>	<b>86</b>
Les principales considérations pour approcher le marché	
Conseils généraux pour les transactions commerciales en Chine	
<b>Annexe</b>	<b>90</b>

Le Service des délégués commerciaux du Canada

## Le réseau en Chine



★ **Ambassade du Canada en Chine : Pékin**

○ **Consulats généraux : Shanghai, Guangzhou, Chongqing, Hong Kong**

▲ **Bureaux commerciaux canadiens : Shenyang, Qingdao, Nanjing, Wuhan, Chengdu, Shenzhen, Xi'an, Xiamen, Hangzhou and Tianjin**

# Comment le Service des délégués commerciaux peut vous aider

Avec une présence sur le terrain dans plus de 160 villes à travers le monde, le Service des délégués commerciaux (SDC) du Canada fait la promotion des intérêts économiques du Canada sur les marchés mondiaux et peut aider votre entreprise à surmonter les défis complexes que présente une expansion internationale. SDC offre une expertise spécifique à chaque secteur et des renseignements sur l'art de faire des affaires en Chine pour établir une présence commerciale ainsi que des renseignements sur la protection de la propriété intellectuelle, l'exécution d'une diligence raisonnable, les options de financement et toute autre question commerciale.

Avec un réseau de bureaux régionaux partout au Canada, un réseau de 15 bureaux commerciaux à travers la Chine, des colocations avec des partenaires provinciaux ainsi qu'une collaboration avec d'autres ministères, SDC offre des services pour vous aider à :

- ✓ Préparer votre entrée sur les marchés internationaux
- ✓ Évaluer le potentiel commercial de votre entreprise
- ✓ Fournir des contacts qualifiés
- ✓ Résoudre des problèmes

## Réseau de l'équipe commerce électronique en Chine

Le Service des délégués commerciaux a une équipe dévouée en Chine qui se concentre sur le commerce électronique. Dirigée par notre consulat général à Shanghai, l'équipe de commerce électronique est déterminée à s'adapter aux derniers changements sur le plan des tendances, des politiques et des autres développements de l'environnement en constante évolution du commerce électronique en Chine pour vous aider à conserver une longueur d'avance. À titre de responsable du projet d'élaboration de ce guide sur le commerce électronique, le Consulat Général du Canada à Shanghai aimerait remercier Agriculture et Agroalimentaire Canada, les délégués commerciaux à l'ambassade de Beijing ainsi que les consulats à Guangzhou et à Chongqing pour leurs contributions aux éditions de 2016 et de 2017.

Si vous avez des questions en lien avec le commerce électronique ou nécessitez plus d'informations au sujet du commerce électronique en Chine, veuillez

- visiter le **Portail du commerce électronique en Chine** (<http://deleguescommerciaux.gc.ca/chine/e-commerce>) ou
- communiquez avec nous par courriel : [infocentrechina@international.gc.ca](mailto:infocentrechina@international.gc.ca).

Pour les PME canadiennes intéressées à faire des affaires en Chine, SDC vous encourage à visiter le portail des PME canadiennes qui offre du contenu, notamment :

- ✓ Des entrevues avec des spécialistes du marché
- ✓ Des séminaires Web
- ✓ Des ressources et des articles en ligne



<http://tradecommissioner.gc.ca/smegateway>



@CanadaChina

@CanadaChine



Canadian SME Gateway to China YouTube Channel

Chaîne YouTube du Portail des PME canadiennes en Chine



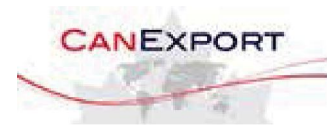
Doing Business in China LinkedIn Group

Compte LinkedIn Faire des affaires en Chine



Canada's International Trade-Global Affairs Canada Facebook page

Page Facebook :Le commerce international du Canada-Affaires mondiales Canada



## Programme CanExport

Les entreprises canadiennes visant à obtenir un soutien dans le cadre de leurs activités d'exportation sont aussi encouragées à se pencher sur le programme CanExport. Mis en œuvre par les Services des délégués commerciaux (SDC) d'Affaires mondiales Canada en collaboration avec le Programme d'aide à la recherche industrielle du Conseil national de recherches du Canada (PARI-CNRC), CanExport est un des piliers de la stratégie d'exportation du gouvernement.

Le programme CanExport est un programme du gouvernement du Canada d'une durée de cinq ans et représentant un investissement de 50 M\$; il a été lancé en janvier 2016 et fournit une aide financière directe aux petites et moyennes entreprises (PME) inscrites au Canada visant à exploiter de nouvelles possibilités d'exportation et de nouveaux marchés, notamment les marchés émergents en forte croissance.

CanExport s'adresse, à quelques exceptions près, à tous les secteurs de l'industrie. Les entreprises agricoles ou d'agroalimentaire recherchant un soutien pour leurs activités d'exportation peuvent appliquer par le biais du Programme Agri-marketing d'Agriculture et Agroalimentaire Canada (<http://www.agr.gc.ca/fra/?id=1357941192614>).

Pour plus de détails concernant le programme, veuillez visiter <http://international.gc.ca/trade-commerce/funding-financement/canexport/index.aspx?lang=fra>

## Le commerce électronique à Hong Kong

Pour ceux qui sont intéressés à explorer les possibilités du commerce électronique transfrontalier via Hong Kong ou qui sont intéressés par la vente de produits à Hong Kong par le biais du commerce électronique, veuillez noter qu'un guide séparé sur le commerce électronique à Hong Kong est également disponible. Pour obtenir une copie de ce document et pour plus d'informations à propos de Hong Kong, veuillez communiquer avec le Service des délégués commerciaux au Consulat général du Canada à Hong Kong et à Macao à l'adresse suivante : [canadatrade.hkong@international.gc.ca](mailto:canadatrade.hkong@international.gc.ca)

Le SDC recommande vivement aux lecteurs d'obtenir des conseils juridiques et financiers professionnels et indépendants et d'autres conseils professionnels connexes avant de prendre des décisions en se fondant sur les renseignements contenus dans le présent rapport. De plus, le SDC décline toute responsabilité à l'égard de toute entreprise, tout produit ou tout service mentionnés dans le présent rapport, ainsi que pour tout acte ou toute omission de toute entreprise liée à ces produits et services.



# Introduction

L'expansion rapide du commerce électronique en Chine a fait les gros titres partout dans le monde et remodelé le paysage des affaires, à la fois pour les entreprises étrangères et nationales. Déjà le plus important au monde, le marché du commerce électronique en Chine s'est accru de 50 % par an depuis 2011, et on suppose qu'il atteindra une valeur de 1 billion de dollars en 2019. Les entreprises canadiennes qui cherchent à exporter vers la Chine doivent tenir compte des opportunités que le secteur du commerce en ligne du pays présente.

Dans un pays où les canaux traditionnels de commerce sont sous-développés et souvent peu soucieux des consommateurs, le commerce électronique offre aux clients une abondance de choix, l'accessibilité, des retours facilement pris en charge (pas répandus en Chine) ainsi qu'une confiance à l'égard des vendeurs à un niveau de prix qui n'a pas à être marchandé. Des millions de Chinois achètent désormais des produits étrangers authentiques, y compris dans les nombreuses régions en développement du pays, qui n'étaient pas disponibles il y a seulement quelques années.

Les biens et services de haute qualité en provenance du Canada sont en demande. Malgré les défis économiques à l'échelle nationale, les consommateurs chinois, en particulier la grande classe moyenne émergente, dépensent plus que jamais sur les marchés en ligne. Le commerce électronique transfrontalier peut aider les exportateurs canadiens à répondre aux aspirations de millions de Chinois qui recherchent des produits étrangers haut de gamme. Des problèmes de confiance entourant la sécurité des produits nationaux ont poussé les consommateurs à se tourner vers l'étranger pour trouver des marques avec une longue tradition axées sur la sécurité. La demande est la plus forte dans les domaines où le Canada excelle, comme les aliments et les suppléments de haute qualité, les alternatives naturelles aux produits artificiels, les produits cosmétiques et une foule de produits liés aux soins de santé.

Pour l'exportateur canadien, vendre en ligne en Chine peut être aussi simple qu'expédier directement du Canada

au consommateur ou via l'un des nombreux fournisseurs de services tiers qui peuvent faciliter l'ensemble du processus logistique, notamment les douanes, l'image de marque, le marketing et les paiements. Dans ce qui a traditionnellement été un marché difficile d'accès pour les petites entreprises canadiennes, le commerce électronique offre un chemin relativement simple pour s'implanter en Chine.

Bien que l'attraction soit évidente, la décision de se lancer dans le commerce électronique en Chine s'accompagne de ses propres défis et risques. Les politiques du gouvernement réglementant le marché sont denses, compliquées et sujettes à des modifications sans préavis. Les inquiétudes sur la protection de la propriété intellectuelle sont réelles et doivent être gérées de manière appropriée. Peut-être plus que toutes les autres, les entreprises canadiennes doivent reconnaître que le marché du commerce électronique en Chine est extrêmement concurrentiel. Une simple présence sur un marché chinois n'est pas une recette pour le succès. Réussir son entrée sur le marché nécessite un modèle d'affaires bien pensé et l'engagement continu de ressources, tant financières que de gestion, afin de garantir que les produits représentent bien la marque et qu'ils soient commercialisés efficacement à l'intention du public chinois, et vendus à un prix qui peut être rentable.

Ce guide est conçu pour vous accompagner à travers les différents points de décision nécessaires pour entrer en Chine par l'intermédiaire de canaux de commerce électronique et pour mettre à votre disposition certains outils pour commencer à prendre une décision éclairée à l'égard d'une telle entreprise risquée.

Le Service des délégués commerciaux du Canada (" SDC " [www.delegatescommerciaux.gc.ca](http://www.delegatescommerciaux.gc.ca)) avec son réseau de ressources en Chine, incluant une équipe dévouée qui se concentre sur le commerce électronique, est à la disposition des entreprises canadiennes intéressées à en apprendre davantage sur les thèmes abordés dans ce guide. Pour des questions précises, le SDC en Chine peut être contacté à **InfocentreChina@international.gc.ca**.