

Lettre de Chine



Maquette prospective de Shanghai en 2020.

10,2%

c'est le taux de croissance du PIB de la Chine en 2010 selon les dernières prévisions de l'OCDE.

(source : OCDE)

314

milliards de dollars, c'est le total des 400 plus grosses fortunes en Chine (contre 173 milliards en 2008), dont 79 milliardaires.

(source : Forbes)

Événement

La crise est-elle passée... ou à venir ?

Ouf de soulagement mondial, la croissance chinoise est revenue. Dans le même temps, une sourde inquiétude monte quant à sa durabilité et à sa robustesse.

Retour sur l'année écoulée pour comprendre cet apparent paradoxe. Automne 2008, la crise financière commence à frapper les pays riches et, selon la théorie du « découplage », les pays émergents, dont la Chine, vont y échapper, leurs systèmes financiers étant peu intégrés internationalement. Fin 2008, la crise devient économique, la Chine est alors touchée. Premier trimestre 2009, plongeon de la bourse, des marchés de l'immobilier et de l'automobile sans parler des exportations, base de la croissance du pays. La consommation intérieure, elle, demeure atone. Le gouvernement réagit immédiatement avec un plan de relance de 486 milliards de dollars comprenant incitations fiscales, baisse de taxes, ouverture large du crédit et développement des infrastructures. Fin juin 2009, les signes de reprise se multiplient. Automne 2009, on reparle d'une croissance de 8 % et plus. Bref, les voyants semblent être passés au vert et la Chine devrait profiter de 2010 pour devenir la deuxième puissance économique mondiale devant le Japon. Toutefois, Pékin a bien conscience de la fragilité de cette reprise : dans un contexte mondial incertain, le moteur du commerce extérieur mettra du temps avant de tourner à nouveau à plein régime. Aussi le gouvernement entend poursuivre son plan de relance en 2010 pour soutenir la consommation intérieure et s'attellera à résoudre l'accroissement des inégalités, notamment avec la mise en place annoncée d'un système de sécurité sociale. Du résultat de ces actions volontaristes dépendra la pérennité du modèle chinois. ■



Au sommaire

Brevets et marques

Une protection renforcée
page 2

Industrie

L'implantation réussie de MANE en Chine
page 3

Environnement

La Chine s'éveille au capitalisme vert
page 4

Édito

..... L'Afrique, partenaire privilégié de la Chine

Les chiffres parlent d'eux-mêmes. Aujourd'hui, 27 % des exportations africaines sont destinées à l'Asie, soit le double d'il y a une décennie. La Chine a promis de doubler son aide à l'Afrique et d'augmenter le commerce bilatéral à 100 milliards de dollars en 2010. Plus de 80 000 ouvriers chinois travailleraient ainsi actuellement en Afrique.

Trois raisons sous-tendent le renforcement de ces relations qui sont une des priorités du gouvernement de Pékin. D'une part, les besoins grandissants en énergie générés par la croissance du pays incitent la Chine à s'approvisionner auprès des nations africaines, qui disposent d'importantes ressources en matières premières. D'autre part, l'Afrique représente un marché prometteur pour les produits bas de gamme, qui représentent encore, à l'heure actuelle, la grosse majorité des exportations chinoises. Enfin, la Chine souhaite renforcer sa place géostratégique et ainsi ses partenariats dans le monde avec les pays où l'influence américaine n'est pas prédominante. Du côté des pays africains, il s'agit d'une véritable opportunité de développement. À eux de la saisir pour favoriser leur décollage économique et en faire profiter leur population.

虎年

« l'année du tigre »

Le 14 février prochain, la Chine célébrera son entrée dans l'année du tigre, année traditionnellement marquée par une grande activité et également fertile en changements et propice à l'émergence de grandes idées. Une année qui pourrait donc voir un retour à la croissance et un nouvel ordre mondial, outre une très grande exposition universelle à Shanghai.

Brevets et marques

Une protection renforcée



La nouvelle loi sur les brevets offre un cadre légal plus sûr aux entreprises, avec une protection accrue de leurs droits et des sanctions plus lourdes pour les contrefaçons. Une avancée souhaitée depuis longtemps par les industriels et les investisseurs étrangers.

Entrée en vigueur le 1^{er} octobre 2009, la nouvelle loi sur les brevets* remplace les versions antérieures de 1992 et 2000, et apporte d'importantes nouveautés.

La loi chinoise exigeait auparavant qu'un dépôt de brevet pour une invention ou un modèle développé en Chine par une entité ou une personne chinoise soit d'abord effectué en Chine: cette obligation est annulée. En revanche, toute entreprise ou toute personne, sans distinction de nationalité, ayant mis au point une nouvelle invention ou un nouveau modèle en Chine doit désormais soumettre une demande d'« examen confidentiel » au Bureau national de la Propriété intellectuelle avant de pouvoir déposer un brevet à l'étranger, faute de quoi le dépôt de ce brevet en Chine sera refusé.

Par ailleurs, pour la première fois, la loi chinoise précise les modalités d'exercice de la copropriété d'un brevet. En l'absence d'accord passé entre copropriétaires, chacun d'entre eux peut seul utiliser le brevet ou octroyer librement une licence d'utilisation non exclusive sur ce brevet à des tiers (les redevances sont alors partagées entre copropriétaires).

La modification du critère de nouveauté pour les dessins et les modèles est également abordée. Un critère de « nouveauté absolue » est mis en place (le dessin ou le modèle ne doit avoir été ni révélé ni publié en Chine et à l'étranger). Auparavant, il s'agissait d'un critère de « nouveauté relative », selon lequel un dessin ou un modèle restait considéré comme nouveau même après avoir été montré à l'étranger pourvu qu'il n'ait pas fait l'objet d'une publication.

Enfin, les sanctions administratives et les dommages et intérêts encourus sont largement augmentés, accentuant leur effet dissuasif.

Marques notoires

Le statut de marque notoire est octroyé aux marques « largement reconnues » en Chine, ou qui ont une « réputation établie au sein d'un public donné ». En avril 2009, 1 624 marques étaient reconnues en Chine comme « notoires » et 98 d'entre elles étaient étrangères.

La reconnaissance d'une marque notoire se fait soit auprès de l'Administration de l'Industrie et du Commerce (AIC), soit



devant les tribunaux. La reconnaissance par l'AIC lie les juridictions. En revanche, la reconnaissance par un tribunal ne lie ni l'AIC, ni les autres tribunaux. Il faudra apporter à nouveau la preuve du caractère notoire de la marque.

La réglementation chinoise précise que la vérification du caractère notoire d'une marque s'effectue en fonction du niveau de connaissance de la marque par le public, de la période d'utilisation de la marque en Chine, de la période et de la couverture géographique des publicités pour la marque en Chine le cas échéant, et de toute preuve écrite concourant à établir le caractère notoire de la marque. D'autres critères sont utilisés par les autorités: volume des ventes, parts de marché, bénéfices réalisés et durée d'utilisation continue de la marque.

Les marques notoires bénéficient d'une protection renforcée. Ainsi, la procédure devant l'AIC pour dénoncer une atteinte au droit de marque est simplifiée. Par ailleurs, la reconnaissance comme notoire d'une marque enregistrée sous certaines catégories de produits, protège son propriétaire des atteintes portées par l'apposition frauduleuse de la marque par des tiers sur des produits non protégés par le dépôt effectué par le propriétaire de la marque. ■

* La notion de « brevet » en Chine inclut aussi bien les inventions que les dessins et les modèles.

L'implantation réussie de MANE en Chine



Denis Raffaud, Managing Director de la filiale chinoise d'un des leaders mondiaux de la parfumerie et des arômes alimentaires, explique comment son entreprise s'est installée avec succès dans l'Empire du Milieu.

Pourquoi la Chine ?

Faisant partie des leaders mondiaux dans nos secteurs d'activité, nous étions obligés d'être présents en Chine. D'abord parce que tous nos gros clients (Procter & Gamble, Danone, L'Oréal, etc.) y sont, mais aussi par la taille du marché intérieur chinois et ses perspectives de développement.

Comment s'est passée votre implantation ?

Après une première tentative d'implantation dans les années 1980 via Hong Kong, nous sommes revenus dix ans plus tard, à la fin des années 1990, en ouvrant un bureau de représentation à Pékin. Après avoir étudié le marché, nous avons décidé de construire une usine et un centre de R&D ainsi qu'un réseau commercial.

Notre implantation a pris du temps car nous avons fait un gros travail d'expertise, notamment en R&D et en « sourcing » de matières premières locales. Nous devions comprendre non seulement la « Chinese touch », les goûts des Chinois, mais aussi la structure des prix du « made in China ». Le challenge a été d'obtenir le juste prix pour l'achat des



matières premières dont nous avons besoin pour être compétitifs une fois pris en compte le budget des consommateurs locaux.

Quelle est l'activité de votre bureau chinois ?

Cela fait dix ans que nous sommes en Chine et nous avons passé les cinq premières années à structurer notre implantation pour partir à la conquête du marché chinois. Le ticket d'entrée pour nos activités est très élevé et on ne peut s'implanter à moitié. Il faut débiter son activité avec tout ce qu'il faut, notamment un niveau de service que fournissent déjà nos concurrents. Il faut posséder une usine sur place, un laboratoire de R&D, un réseau commercial bien structuré avec

des effectifs suffisants et une intendance adéquate. De même, il faut pouvoir supporter trois ou quatre années de pertes.

Quels sont vos rapports avec les autorités ?

En sept ans de présence en Chine, les contacts avec les autorités concernent essentiellement l'acquisition de terrains pour l'implantation de notre usine. Bien sûr, notre activité n'est pas dans un secteur stratégique fortement contrôlé par l'État. Du coup, nous avons pu, une fois ces difficultés surmontées, monter facilement notre entreprise tout en respectant évidemment les règles locales.

Quels conseils donneriez-vous à des entreprises qui veulent venir en Chine ?

Pour s'établir en Chine, il faut adapter sa culture d'entreprise occidentale afin d'avoir une très grande flexibilité et une dévotion pour le client. Ici, il faut être prêt à prendre l'avion pour traverser tout le pays afin de remettre en main propre des échantillons et repartir dans la foulée ! De même, nous avons décidé d'aller en Chine seuls en créant notre propre filiale et non une co-entreprise, car nous préférons être dans nos murs. En 130 ans d'existence, nous savons ce qu'est un mariage raté et cela nous incite à ne compter que sur nous. « Aide-toi en Chine, le ciel t'y aidera ! ». ■

MANE EN CHINE



..... MANE en Chine, ce sont deux usines, dont une unité ultramoderne à Shanghai, totalement opérationnelle depuis fin 2007, un gros centre de R&D à Shanghai, deux « satellites » d'application (Pékin, Canton) et un réseau commercial à trois têtes (Shanghai, Canton, Pékin). L'entreprise originaire de Bar-sur-Loup dans les Alpes-Maritimes, emploie 190 personnes en Chine dont sept cadres européens.

Environnement



La Chine s'éveille au capitalisme vert

Capitalisme vert et développement durable ont fait leur entrée en Chine ces dernières années. Vus au départ, plus comme des opportunités, ils s'imposent désormais comme condition sine qua non de la pérennité de sa croissance.

Si la Chine devait immédiatement respecter les normes internationales en matière de pollution, gageons que sa croissance serait en péril. Les autorités le savent, tout comme elles savent que si elles ne font rien en matière d'environnement, la situation risque rapidement d'empirer. Ce dilemme devient un véritable casse-tête pour les Chinois qui essaient, tant bien que mal, de combiner développement durable et croissance durable. La Chine sait que le marché vert représente également une formidable opportunité économique, d'où le lancement de plans publics ambitieux en matière de voiture électrique, d'énergies propres (solaire, éolienne, nucléaire, à base de charbon « propre ») et de construction de villes ou de quartiers écologiques. De même, les montagnes de déchets qui s'accumulent à la périphérie des villes chinoises et la pollution des eaux doivent être traitées sans délai, ainsi que l'air vicié des mégapoles. Voilà certainement de véritables opportunités pour les entreprises étrangères.

Reste qu'il faudra que celles-ci avancent prudemment. D'une part, parce que la mise en place des projets de villes propres, très coûteux, prendra beaucoup de temps. D'autre part, parce qu'il faudra s'assurer que certaines technologies étrangères ne seront pas copiées puis développées par des concurrents chinois à moindres frais. ■

Création d'une bourse secondaire à Shenzhen sur le modèle du Nasdaq américain

Shenzhen, mégapole du Guangdong, province du Sud de la Chine, vient d'ouvrir une bourse secondaire. Baptisée Chinext, elle est réservée aux start-up à forte croissance ou de haute technologie. Les conditions nécessaires pour être coté sont de réaliser un bénéfice net de 1,5 millions de dollars sur les deux dernières années et d'avoir des actifs d'au moins 3 millions de dollars. 29 entreprises ont déjà été autorisées à s'introduire sur ce nouveau marché.



Le Yuan entame sa longue marche

Les déclarations du G20 de Londres au printemps dernier annonçant l'émergence du yuan au côté du dollar comme monnaie de référence mondiale ont été suivies d'effet. Beijing cherche à populariser l'usage de sa devise pour les échanges dans le cadre de l'accord de libre-échange avec l'Asean. Pour l'heure ces opérations en yuan restent modestes et ne concernent qu'un nombre limité d'entreprises chinoises autorisées. Seuls le Laos et le Vietnam ont accepté des accords de coopération globaux permettant des opérations en yuan. Mais aussi petit qu'il soit, ce premier pas est bien concret.

CONTACTS À SHANGHAI

Emmanuel Meril
emmanuel.meril@cms-bfl.com

Jonathan Salvadoray
jonathan.salvadoray@shanghai.cmslegal.com

00 86 21 62 89 63 63
info@shanghai.cmslegal.com

CMS Bureau Francis Lefebvre

1-3, villa Émile-Bergerat – 92522 Neuilly-sur-Seine CEDEX – France
Tél. : +33 1 47 38 55 00 – Fax : +33 1 47 38 55 55 – info@cms-bfl.com – www.cms-bfl.com

CMS Bureau Francis Lefebvre est membre de CMS, regroupement de 9 grands cabinets d'avocats européens indépendants offrant aux entreprises un éventail complet de services juridiques et fiscaux en Europe et dans le reste du monde. Fort de plus de 4600 collaborateurs, dont plus de 2400 avocats et 600 associés, CMS s'appuie sur 47 implantations dans le monde.

Implantations mondiales principales et secondaires des cabinets membres de CMS: Amsterdam, Berlin, Bruxelles, Londres, Madrid, Paris, Rome, Vienne, Zurich, Aberdeen, Alger, Anvers, Arnhem, Belgrade, Bratislava, Bristol, Bucarest, Budapest, Buenos Aires, Casablanca, Cologne, Dresde, Düsseldorf, Édimbourg, Francfort, Hambourg, Kiev, Leipzig, Ljubljana, Lyon, Marbella, Milan, Montevideo, Moscou, Munich, Pékin, Prague, Sao Paulo, Sarajevo, Séville, Shanghai, Sofia, Strasbourg, Stuttgart, Utrecht, Varsovie et Zagreb.

Les cabinets membres de CMS, en association avec The Levant Lawyers, sont présents à Beyrouth, Abu Dhabi, Dubaï et Koweït.

Lettre de Chine • Newsletter publiée par CMS Bureau Francis Lefebvre • Directeur de la rédaction : Florence Jouffroy • Rédacteur en chef : Emmanuel Meril • Conception-rédaction : ENTRECOM • www.entrecom.com • Tél. : +33 (0)1 53 09 39 00 • Photos : p. 1 : Stucks in Customs-Shanghai 2020, p. 2 : DR, p. 3 : DR, p. 4 : myuibe, David Dennis • ISSN : 1770-0019.