



Le Club Chine est très heureux de vous partager ses projets et ses entreprises, d'aborder l'innovation et l'entrepreneuriat à travers ses articles et s'applique, au possible, cet état d'esprit.

Le Club Chine fait un pas vers les étudiants avec la création d'un avatar lui donnant accès à la communication étudiante de l'EMLYON. Axelle Zhang (étudiante PGE 1^{ère}) sera l'interface avec ce jeune public désireux de s'insérer dans les activités du Club auprès des diplômés et de personnes déjà en poste.

Au sommaire de ce numéro, nous avons dans Le choix de la Rédac la 1^{ère} série d'interviews exceptionnels de **Sandrine Zerbib** portant sur **Les entrepreneurs chinois face à l'incertitude**, tirée de son livre [Dragon Tactics](#) co-écrit en 2022 avec Aldo Spaanjaars. **Camille Verchery**, dirigeant fondateur de VVR aborde, dans son dernier volet, **La capacité d'innovation en Chine**. Tout aussi fondamental est le secteur de l'éducation. **Joel Bellassen**, une autre grande signature, académique cette fois, nous décrit dans ce 1^{er} article, la longue marche de la langue chinoise en France ou **l'émergence d'une discipline**, sous le patronage de PRAMEX, InvestHK nous partage à son tour un sujet d'entrepreneuriat et d'innovation sur **Hong Kong, un Hub mondial aux infrastructures de pointe**. Dans son Baromètre de l'emploi, DRAGONFLY GROUP à travers **Philippe Comolet-Tirman** fait un **parallèle entre les législations sur le travail chinois et français relatives au contrat de travail**. **Noel Garino**, notre spécialiste du cinéma chinois, rapporte la **Spectaculaire reprise du marché [chinois] en 2023**. Quant à la rubrique Expatrié, **Vincent Dewaguet** (diplômé de l'école en 2021) prolonge le sujet Emploi en faisant état du **chômage en Chine : l'ombre au tableau de la croissance dorée**. Enfin, l'Agenda / Actualités / Services du Club Chine nous donne un **aperçu en photos des dernières festivités de février à Lyon et Paris**. Au titre des services, le Club Chine rappelle les possibilités d'enseignement du chinois et du FLE par Mme SONG et d'accompagnement sur la base du fengshui par Mme SENDEL.

Comme à chaque parution, nous renouvelons notre invitation à tout lecteur désireux de contribuer aux lettres et aux actions du club d'y apporter ses idées, de vouloir participer à son contenu ou contribuer à développer ses services et plus globalement à se manifester grâce aux coordonnées communiquées en dernière page.

A tous, je souhaite une très bonne lecture.

Jean-Christophe Vautrin, Président du Club Chine (diplômé MS Ingénierie financière 1999)

Sommaire

Edito.....	...p. 1
Le choix de la Rédaction....	...p. 2
Actualités / Société.....	...p. 3
Découverte d'un secteur.....	...p. 4
Investissements à et depuis Hong Kong.....	...p. 5
Baromètre Emploi	...p. 6
Cinéma, Spectacles, BD...	...p. 7
Parole d'expatrié.....	...p. 8
Agenda / Actualité / Services.....	...p. 9

“Innovation, entrepreneuriat, éducation et emploi : tels sont nos sujets mis en avant avec des contributeurs toujours exceptionnels.”

Le choix
de la
Rédac'

编辑选择

Dragon Tactics : les entrepreneurs chinois face à l'incertitude



Sandrine Zerbib compte presque 30 ans d'expérience dans le secteur de la consommation en Chine. Présidente d'Adidas-Chine dans les années 90, elle a créé et propulsé la marque pour en faire un leader du marché. Elle a ensuite dirigé le groupe chinois Dongxiang avant de fonder sa propre entreprise de commerce électronique, qui a été rachetée par Baozun en début d'année 2021. Grâce à son parcours professionnel à la tête d'entreprises occidentales, chinoises et mixtes en Chine, Sandrine Zerbib a eu l'opportunité d'analyser les avantages et les inconvénients des approches occidentales et chinoises des affaires, et en tirer des enseignements précieux qu'elle expose dans son livre [Dragon Tactics](#) co-écrit en 2022 avec Aldo Spaanjaars.

Vous avez une connaissance inestimable de la Chine. Comment vous est venue l'idée d'écrire ce livre ?

Ce projet m'a habité très tôt lors de mon long séjour en Chine, car au fur et à mesure que je découvrais de nouvelles choses, j'avais envie de les partager. Ma réflexion évoluait rapidement et je voulais capturer ces changements. Lors d'un déjeuner avec Aldo, nous avons partagé notre vision pour ce livre que nous avons tous les deux imaginé depuis longtemps. Nous avons décidé de nous lancer ensemble dans ce projet.

Pourquoi avez-vous nommé votre livre « Dragon Tactics » ?

C'est l'association de deux mots qui nous semblent essentiels. Les entrepreneurs chinois sont connus pour avoir une vision à très long terme, parfois même au-delà de leur temps de vie, et ils utilisent des tactiques à court terme pour y parvenir. Il n'y a pas vraiment de stratégie de moyen terme. En Chine, le dragon est un symbole d'énergie et de force, tandis qu'en Occident où il est considéré comme un ennemi à vaincre.

Comment avez-vous établi la trame de l'ouvrage ?

Initialement, le processus d'écriture était chaotique car il y avait trop d'idées à rassembler. Cependant, nous avons déterminé cinq thèmes qui ont été choisis en raison de leur capacité à couvrir toutes les faits observés chez les entrepreneurs chinois, depuis la culture du loup, et son rôle important dans le développement des entreprises en Chine, jusqu'à l'utilisation de la data à l'avant-garde du développement moderne.

Pouvez-vous nous décrire succinctement les cinq thèmes de l'ouvrage ?

Dans le premier thème, la culture du loup, il y a un aspect chronologique fondamental car c'est ce qui a marqué la période initiale de développement des entreprises en Chine. La concurrence était vive et l'environnement réglementaire instable, ce qui a créé une atmosphère de survie pour les entreprises. Ren Zhengfei (PDG d'Huawei, ndr) a théorisé ce comportement de survie. Huawei a grandi dans un environnement difficile en Chine, où des traits tels que l'agressivité, le travail acharné et la demande de travail sans relâche de l'équipe ont porté leurs fruits. Certains de ces traits ne sont plus considérés comme pertinents aujourd'hui, mais d'autres aspects de la culture du loup, tels que le flair pour observer l'environnement et détecter les opportunités, restent présents chez les entrepreneurs chinois.

Le deuxième thème revêt une importance considérable et qui est tout à fait exportable. Il s'agit de la capacité à s'adapter en permanence au changement. La constante transformation de notre environnement est une réalité incontournable, que l'on retrouve également chez les philosophes chinois. Cette notion s'ancre dans l'immanence, contrairement à la culture judéo-chrétienne ou gréco-romaine qui valorise la transcendance. Cette capacité s'accompagne d'une grande flexibilité et d'un opportunisme qui n'est pas considéré comme négatif. Pour un entrepreneur chinois, ne pas saisir une opportunité serait considéré comme une erreur monumentale. La crise de la COVID-19 a obligé de nombreuses entreprises occidentales à repenser leur approche, face à des pertes de revenus allant jusqu'à 30 ou 40 %. Certaines d'entre elles ont adopté des pratiques de brainstorming, souvent spontanées où l'accent est mis sur la résolution de problèmes pratiques d'exécution à tous les niveaux hiérarchiques, très proches des pratiques chinoises.

Le troisième thème aborde le paradoxe entre la verticalité et l'agilité dans la culture chinoise. Historiquement, les empereurs chinois avaient un pouvoir absolu. De même, la figure du dirigeant dans les entreprises requiert une grande obéissance, créant une structure verticale. Toutefois, cette verticalité est combinée à une certaine horizontalité, avec une structure en râteau plus agile, plutôt qu'une structure pyramidale. Cette structure est souvent caractérisée par des équipes concurrentes travaillant sur des projets similaires, le meilleur groupe l'emportant.

Le quatrième thème reflète la dialectique chinoise qui encourage à la fois la loyauté et la recherche constante d'opportunités pour évoluer. Les emplois ne sont pas considérés comme étant garantis à vie. Malgré un turn-over important, il y a une forte loyauté envers le groupe et le chef. J'explique aussi dans le livre que la culture du clan prospère en Chine en grande partie en raison du faible niveau de confiance qui existe dans la société chinoise. Dans ce contexte, les Chinois ont tendance à se tourner vers des relations interpersonnelles étroites et durables, telles que celles que l'on trouve dans les clans familiaux ou professionnels, pour établir un sentiment de sécurité et de fiabilité.

Enfin le dernier thème concerne l'innovation par la data. Il est typique de la Chine de se développer très rapidement, passant du boulier à l'usage intensif de données concentrées sur quelques plateformes. Cela a été rendu possible par l'utilisation massive du téléphone portable, notamment pour les paiements, et le désir du gouvernement de conclure des alliances avec les entreprises de la tech pour accélérer le développement du pays. Les innovations technologiques ont toujours été perçues très positivement en Chine, car elles ont permis de résoudre de nombreux problèmes, tels que l'amélioration du système médical et l'accès aux produits dans les zones reculées.

”

“Pour un entrepreneur chinois, ne pas saisir une opportunité serait considéré comme une erreur monumentale.”



ACTUALITÉS / SOCIÉTÉ

VVR International : la capacité d'innovation en Chine

Camille Verchery nous présente dans un dernier article les secteurs stratégiques et innovants à scruter en Chine et comment les entreprises françaises peuvent se positionner pour gagner des parts de marché.



Dirigé par Camille Verchery, son président fondateur depuis plus de 21 ans, VVR International est un des leaders de l'accompagnement industriel et commercial des sociétés européennes en Chine. Il a géré plus de 850 projets en Chine dans une vingtaine de secteurs d'activités. Sa filiale VVR Medical propose un panel complet de services d'accès au marché chinois aux innovateurs européens du monde de la santé. Pour en savoir plus : <https://www.vvrinternational.com/> et contact@vvrinternational.com

Quels sont selon vous les secteurs stratégiques dans lesquels la Chine tire son épingle du jeu ?

Quand je suis arrivé en Chine, je ne connaissais pas bien tous les marchés : l'automobile, la chimie, l'aéronautique, l'agro-alimentaire, l'énergie, etc. Avec plus de 900 projets de développement en l'espace de 23 ans, je suis allé dans le fond de beaucoup de sujets. Et je m'aperçois aujourd'hui que l'énergie est sur le devant de la scène, car le pétrole devient une énergie chère et polluante. La Chine – qui n'a que peu de pétrole et de gaz – a anticipé cela, et a su développer un vrai savoir-faire dans l'énergie, aussi bien au niveau des solutions que des matières premières. Elle est devenue l'acteur incontournable de l'énergie. C'est le plus gros acteur dans le photovoltaïque et l'éolien, en production et en installation, très performant aussi sur le nucléaire et l'hydroélectrique. Aussi, la Chine investit fortement pour essayer de dépolluer ses centrales à charbons. Et l'investissement est massif sur les deux nouvelles tendances que sont les batteries et l'hydrogène. Et donc la question n'est pas de savoir si la Chine est intéressante, on voit qu'elle est en train de devenir l'acteur mondial en production et consommation. C'est de savoir comment les sociétés spécialisées dans l'énergie en France composent avec ce marché. Notre pays est en pointe là-dessus car on est très actif dans le nucléaire, l'hydrogène, les batteries. On a des choses à faire et il faut faire avec la Chine.

Vous êtes également très actifs dans le secteur de la santé. Quelles sont les tendances de fond dans le pays ?

J'ai monté VVR médical en 2018 car j'ai senti dès 2013 qu'il y avait une évolution avec l'arrivée de Xi Jinping. Et pour cela il y a trois grandes raisons. La première, qui à mon avis est la plus importante, c'est le vieillissement de la population, mais qui va de pair avec une ascension économique fulgurante. Cette population a besoin d'être soignée et est exigeante. Elle est demandeuse de traitements à la pointe, ce qui fait que ce marché est extrêmement porteur. Le deuxième point, c'est une volonté politique d'être le numéro un. Ça c'est la vision de la Chine. Il y a quelques secteurs où elle n'y est pas arrivée malgré les investissements financiers. Le secteur médical, pharmaceutique en est un. Et donc il y a cette volonté politique de pousser les boîtes dans le médical à venir en Chine. La troisième raison est le souhait du gouvernement d'améliorer le soin de l'ensemble de la population à travers une sécurité sociale, qui sera aussi un justificateur du contrôle de l'imposition sur la population et sur les sociétés. Et donc ça c'est une opportunité énorme. On est obligé d'accélérer à travers le réglementaire, les exigences, d'accélérer la montée en compétence et l'accès à des soins de qualités avec à la clé un marché colossal, bien supérieur aux Etats-Unis et à l'Europe. La France a une opportunité historique à jouer. La Chine ne veut pas dépendre des entités américaines pour ses dispositifs médicaux et a une considération très forte pour les sociétés françaises. On a une myriade de PME qui font moins de 30 ou 40 millions d'euros de chiffres d'affaires, et qui ne grossissent pas car les marchés sont limités en France. Or j'ai des clients qui font jusqu'à 80% de leur business en Chine.

Plus généralement, quelle vision a la Chine de l'innovation ?

Il y a une dynamique forte en Chine, toujours insufflée par le gouvernement qui oblige les sociétés à évoluer au niveau réglementaire. C'est aussi la compréhension que l'innovation ne se décrète pas, et vient d'un environnement qui le demande. Il faut accepter de financer des tonnes de start-ups, de chercheurs, des opérationnels et laisser germer de nouvelles idées. Et donc la Chine est devenue l'un des plus grands incubateurs à start-ups au niveau mondial avec des financements, des incitations. Ils font même mieux qu'en Europe. L'innovation c'est essayer, se planter, avoir des opportunités pour faire des PoC (*proof of concept*, nldr). La population n'y est pas réticente. C'est là que la Chine est extraordinaire. J'ai des clients qui ont fait des PoC en Chine deux, trois fois plus vite qu'ils ne l'ont fait en France. La vitesse et le financement vont ensemble. Tout ça est valable car le gouvernement a décidé que l'innovation était essentielle. Ils ont regardé ce qui marchait ailleurs, et dupliqué. L'important ce n'est pas de considérer les grands chantiers, mais plutôt de répertorier où les sociétés françaises sont en avance par rapport au monde et à la Chine et comment avec la Chine elles vont pouvoir accélérer leur développement. Aussi des clients français vont en Chine pour acheter de l'innovation chinoise, et ce n'est qu'un début.

Comment voyez-vous les dix prochaines années à VVR ? Souhaitez-vous vous exporter autre part qu'en Chine ?

Cette réflexion, on l'a eue en 2015. Et j'ai compris vite que VVR seul n'a pas d'avenir. Pourquoi ? Il est important de pouvoir accompagner un client au niveau mondial, qui n'est pas intéressé uniquement par la Chine, mais aussi l'Inde, les Etats-Unis, la Russie, etc. Mon savoir-faire c'est la Chine. L'idée a été de créer un groupement intitulé Globalians, avec des sociétés comme nous, spécialisées dans leur pays, avec des dirigeants opérationnels qui font les projets. Nous sommes aujourd'hui dix-sept sociétés et l'idée, dans les dix prochaines années, c'est justement de monter en compétence pour offrir à nos clients des services à très forte valeur ajoutée sur la partie conseil et opérationnelle.

”

“J'ai des clients qui ont fait des PoC en Chine deux, trois fois plus vite qu'ils ne l'ont fait en France.”



DÉCOUVERTE D'UN SECTEUR

Rubrique sous le patronage de PRAMEX



Filiale du groupe BPCE, Pramex International accompagne les start-up, PME et ETI françaises dans leurs projets d'investissement à l'étranger, par création de filiale ou acquisition. Trois pôles d'expertises (création de filiale, acquisition et aides publiques) offrent un accompagnement complet et une réponse adaptée à leurs problématiques. La filiale chinoise dispose de bureaux à Hong Kong et Shanghai.

Pour en savoir plus : www.pramex.com

La langue chinoise en France : l'émergence d'une discipline¹

Secteur Education : Joël Bellassen nous présente dans ce 1^{er} article la longue marche de l'apprentissage du chinois en France.



Joel Bellassen est Inspecteur général honoraire de l'éducation nationale et ancien professeur des universités à l'Inalco.

Contact : joel.bellassen@inalco.fr

Le propos de cet article se concentre sur un évènement majeur : l'émergence de la langue chinoise en tant que discipline en France. Une discipline est un corps vivant, et s'apparente à un cours d'eau, avec sa ou ses sources, son relief, ses microclimats, ses obstacles. L'enseignement du chinois n'a pas été un long fleuve tranquille, mais il suit un cours favorable depuis un certain nombre d'années, tout particulièrement en France.

A travers leurs *Lettres édifiantes et curieuses*, les missionnaires jésuites français ont joué un rôle majeur dans la construction et la diffusion d'une représentation de la Chine, et de la langue chinoise écrite et parlée. La première appréhension rationnelle et cohérente de la langue chinoise est due à un jésuite français, le père Prémare (1666-1736), qui tente pour la première fois de ne pas analyser le chinois à travers le prisme du latin, mais d'en appréhender la singularité. C'est en France que pour la première fois se construit une représentation rudimentaire et immédiate, lorsque le jeune converti Shen Fuzong (1658-1691), Michel-Alphonse de ses prénoms chrétiens, suit le jésuite flamand Philippe Couplet en direction de la Grande-Bretagne. S'arrêtant à Paris, il y rencontre le Roi Soleil durant l'été 1684. Quelques semaines plus tard, la revue du *Mercure Galant*, d'une grande influence auprès de la société lettrée européenne, publie un article qui relate cette rencontre. Louis XIV s'y montre curieux des façons dont le jeune « Mikelh Xin » use de baguettes pour manger, ainsi que la façon d'écrire des Chinois, attirant l'attention sur « *leur Encre et leur Plume bien différentes des nôtres* » et sur une écriture « *mille fois encore davantage* »...

Le rôle de cette médiation sino-jésuite dans la diffusion du chinois en France se précise et prend un nouveau cours avec Arcade Hoang (1679-1715), également converti. Celui-ci est à l'origine de la sinologie laïque française, et fut dit interprète du roi Soleil. Deux de ses disciples, Fourmont et Fréret, deviendront les premières sources laïques de la sinologie française.

Dans le « microclimat » français et l'appétit particulier de la France pour la langue chinoise, il convient de faire état de la médiation de la littérature et de la poésie, et notamment de l'apport de Judith Gautier, fille du poète Théophile Gautier. Celle-ci avait appris le chinois, et publié *Le Livre de Jade*, premier recueil rassemblant un certain nombre de poèmes Tang de la meilleure tradition chinoise. Plusieurs hommes de lettres français, presque toujours poètes (Pierre Loti, Paul Claudel, Victor Segalen, Saint-John Perse, Henri Michaux, etc.) portent une attention à la langue, et plus particulièrement à l'écriture chinoise. Les contours de la diffusion du chinois en France et, au-delà, de la sinologie française, sont ainsi jetés, et perdurent jusqu'à aujourd'hui.

Par ailleurs, il y a exactement deux siècles, Abel-Rémusat devenait le premier titulaire au monde d'une chaire de langue et littérature chinoises, dans laquelle il s'était investi « *sans guide, sans secours et sans instruments* ». Ainsi titulaire de sa chaire au Collège de France, il est à l'origine du premier enseignement institutionnel du chinois, qui attirera des étudiants provenant de l'Europe entière.

Par la suite, le chinois est introduit à l'Institut des Langues Orientales dans le cadre d'une vision particulièrement moderne, c'est à dire dans le but de former des médiateurs, diplomates et commerçants. Lyon accueille la deuxième chaire de chinois au début du 20^e siècle, grâce au soutien de sa puissante Chambre de commerce. Maurice Courant en assura la chaire, avec une visée tout aussi moderne et pratique.

”

Une 1^{ère} médiation sino-jésuite a permis la diffusion du chinois en France puis en Grande-Bretagne dès le 17^{ème} siècle avant la médiation de la littérature et de la poésie au 19^{ème} siècle.”

¹ Article initialement paru en 2016, “La rénovation de l'enseignement des langues en France : le cas du chinois 法国语言教学的革新：汉语教学”, in *Etudes sur les politiques linguistiques en France et en Chine*, (LI Y. BELLASSEN J. (eds.) Commercial Press, p.222-232



OPPORTUNITÉS D'INVESTISSEMENT DEPUIS HONG KONG

Hong Kong, un Hub mondial aux infrastructures de pointe



La région administrative spéciale de Hong Kong est reconnue à l'international comme un hub de classe mondiale et une véritable plaque tournante pour le commerce en Asie. Cette métropole animée est renommée pour son économie dynamique et ses gratte-ciel imposants, mais elle est également connue pour son infrastructure de pointe qui soutient efficacement les activités commerciales et le déploiement des entreprises à l'international. Les avantages de la région résident dans une offre complète et avancée d'infrastructures en termes de transport de personnes (accessibilité locale et internationale) et de marchandises (logistique) mais également en termes de réseau (Information et communication).

Une accessibilité locale et internationale de premier plan

Hong Kong est d'abord un hub de transport international, facilement accessible depuis la majorité des grandes villes du monde. L'aéroport international de Hong Kong est le [deuxième plus important](#) au niveau mondial en termes de flux de passagers (pré-covid), avec plus de 75 millions de passagers transportés par an, et des vols directs vers plus de 200 destinations à travers le globe. De par sa position géographique centrale en Asie, la moitié de la population mondiale se retrouve à moins de 5h de vol, et les marchés asiatiques clés sont tous accessibles en moins de 4h (Chine, Japon, Corée...). Outre l'accessibilité internationale, la région offre également des infrastructures de transport local sans commune mesure : accessibilité, coût, rapidité, horaires, régularité et confort ; les systèmes de transport en commun hongkongais ont récemment été positionnés en première place mondiale dans une [étude de décembre 2022](#) proposée par le renommé Institute of Transportation Studies de l'Université de Californie, à Berkeley.

Des infrastructures de transport de marchandises pour une logistique internationale

Hong Kong est ensuite un hub logistique régional majeur pour l'Asie-Pacifique. Le [secteur de la logistique](#) contribue à hauteur de 3% au Produit Intérieur Brut de la région. Son statut de zone franche permet à Hong Kong une libre circulation des biens et marchandises offrant des avantages fiscaux et douaniers pour les entreprises qui y opèrent. Le transport aérien y prend notamment une place cruciale, l'aéroport international de Hong Kong étant la deuxième plate-forme de fret aérien la plus fréquentée de la région. Du côté du transport maritime, le port à conteneurs de Hong Kong se positionne en huitième place mondiale en termes de capacité de transport de marchandises.

Une infrastructure de réseau à la pointe du développement

Les entreprises à Hong Kong bénéficient enfin d'un réseau de télécommunications à très haut débit sur tout le territoire grâce aux nombreux investissements de la ville dans la fibre optique. Pour le stockage de données, Hong Kong est également devenu un choix stratégique pour les opérateurs de data centers. Grâce à son fort dynamisme dans les secteurs de l'innovation et des technologies, la ville a su attirer et développer tout un panel d'activités allant de l'intelligence artificielle à la réalité virtuelle, en passant par l'Internet of Things (IoT) et le Big Data. Ces activités, très consommatrices de données, ont incité de [grands opérateurs](#) à venir y installer des fermes pour le stockage de données.

En bonus : une équipe dédiée pour votre accompagnement

InvestHK, l'agence officielle de la Région Administrative Spéciale de Hong Kong chargée de la promotion des investissements étrangers dans la région, est dotée d'experts multisectoriels dont le rôle est d'accompagner les entreprises qui cherchent à **s'installer et à développer leurs activités** dans la ville. Tous ses services sont gratuits, confidentiels, et très complets : information, mises en relation, concernant : licences, comptes bancaires, visas, logement, et bien plus encore.

N'hésitez pas à nous contacter !

Site web : <https://www.investhk.gov.hk/fr.html>

InvestHK – Représentation en France



Laurent SANSOUCY
Consultant Principal
lsansoucy@investhk.com.hk



Marine L'HERROU
Consultante
mlherrou@investhk.com.hk



Guilhem DELON-SAUMIER
Consultant
Gdelon-saumier@investhk.com.hk



BAROMÈTRE DE L'EMPLOI EN FRANCE ET EN CHINE

Rubrique sous le patronage de DRAGONFLY GROUP



Dragonfly Group HR Consulting est le cabinet de référence pour le recrutement et le développement des talents en Chine depuis plus de 20 ans : recrutement par approche directe, évaluation de talents, coaching de dirigeants et managers, formation à l'interculturel. Contact: philippe_comolettirman@dragonflygroup.com

La législation sur le travail en Chine présente beaucoup de points communs avec la France, mais également des particularités. Le contrat de travail est un élément essentiel de la relation entre un employé et son employeur, il est donc important pour ceux qui aspirent à travailler en Chine de connaître les caractéristiques du contrat de travail chinois.

Le contrat de travail écrit est un document obligatoire en Chine. Il doit être signé par les deux parties, au plus tard dans le mois qui suit le premier jour d'embauche. Si ce n'est pas le cas, le salarié a droit au double de son salaire pour chaque mois sans contrat. Et si aucun contrat de travail n'est signé au cours de la première année, le juge considérera qu'il y a contrat de fait et que ce contrat est à durée indéterminée.

Le contrat de travail doit être rédigé en chinois. L'employeur peut prévoir une traduction du contrat, qui est souvent insérée sur le même document, rubrique par rubrique, mais c'est la version chinoise qui fait référence en cas de litige.

Les mentions obligatoires. Le contrat doit impérativement comporter les informations suivantes :

- Nom et adresse de l'entreprise, et nom du représentant légal ou d'un cadre senior
- Nom, adresse et numéro d'identité de l'employé (carte d'identité pour les Chinois, passeport pour les Étrangers)
- Date de début du contrat et durée de celui-ci
- Description du poste et précision du lieu de travail
- Horaires de travail, temps de repos, et jours de congés octroyés en plus des jours fériés officiels
- Rémunération détaillée (salaire fixe brut mensuel x nombre de mois). Le cas échéant, peuvent être indiqués aussi bonus, commissions, et allocations éventuelles.
- Une mention confirmant que les avantages sociaux de l'employé seront financés par les cotisations des deux parties, conformément à la loi.
- L'engagement de l'entreprise de s'assurer de la sécurité et de l'hygiène du cadre de travail

D'autres clauses non-obligatoires peuvent figurer, relatives par exemple à la confidentialité, à la non-concurrence ou à certains avantages (ex : assurance privée).

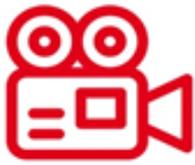
Le contrat de travail en deux exemplaires doit être formellement accepté par les deux parties, par l'apposition de la signature de l'employé et du tampon de l'entreprise. Chacun doit garder un original.

Durée des contrats. En Chine, les contrats de travail peuvent être à durée déterminée ou indéterminée. Comme en France, la différence entre les 2 types de contrat est simple : à l'issue d'un CDD la relation de travail peut s'arrêter très facilement, tandis que mettre fin à un CDI nécessite pour l'employeur une cause valide et justifiée. L'usage du contrat à durée déterminée (CDD) est majoritaire en Chine, le plus souvent pour une durée inférieure ou égale à 3 ans. Chez Dragonfly Group, nous recommandons à nos clients de proposer un minimum de 3 ans afin de mieux attirer les candidats. Nous constatons en effet que les candidats expérimentés recherchent un engagement dans la durée, contrairement à l'image du candidat « papillon » que les entreprises peuvent avoir des candidats chinois. Un CDD peut être renouvelé, mais une fois seulement, car le troisième contrat consécutif devra être à durée indéterminée.

Période d'essai. Le contrat de travail prévoit généralement une période d'essai durant laquelle l'employeur peut plus facilement mettre fin au contrat. Réciproquement, pendant cette période l'employé peut décider de quitter l'entreprise avec un simple préavis de 3 jours. La durée maximale de cette période d'essai dépend de la durée du contrat lui-même : 1 mois pour un CDD de 3 mois à un an, 2 mois pour un CDD de 1 à 3 ans, 6 mois pour un CDD de plus de 3 ans ou un CDI.

”

“En Chine aussi, le contrat de travail est un élément essentiel de la relation entre l'employé et l'entreprise.”



CINÉMA, SPECTACLES, BANDE DESSINÉE

电影, 戏剧, 漫画



Ancien responsable Export Finance Chine au sein d'une grande banque internationale, Noel Garino a été longtemps en poste en Chine. Il est passé du financement de centrales nucléaires chinoises et autres grands projets d'infrastructure à l'économie de l'industrie cinématographique moderne. Il est en outre Délégué Artistique du Festival du Cinéma Chinois en France et conseille de nombreuses sociétés de distribution de films dans les deux pays.

Spectaculaire reprise du marché en 2023

2022 fut une année compliquée. La période du Nouvel An en Février ainsi que l'été furent globalement bénéfiques pour le box-office. Mais les restrictions ajoutées aux confinements multiples de mégapoles entières au cours du printemps (Shanghai, Guangzhou, Province du Jilin, etc) dans le cadre de la politique zéro Covid ont mis un pourcentage conséquent de cinémas à l'arrêt. L'automne fut très morose et la levée des restrictions en Décembre a entraîné un regain de l'épidémie éloignant de nouveau les spectateurs des salles (d'où le relatif flop de «Avatar 2»). Par conséquent de nombreux producteurs et distributeurs n'ont pas sorti leurs films, dans l'attente d'une période plus propice. Moins de films sur le marché signifient que les films sont restés globalement plus longtemps sur les écrans qu'à l'accoutumée. A la fin Octobre, 263 nouveaux films avaient été distribués soit 38% de moins qu'en 2021. Seulement 38 de ces films étaient étrangers contre 123 en 2019.

Dans ce contexte morose, le box office de l'année s'est élevé à 30,07 milliards RMB (4,4 milliards USD) avec un ratio films étrangers/ films locaux d'environ 85/15. La baisse par rapport à l'année précédente fut d'environ 36% (47,3 milliards RMB en 2021)

Les grands succès de l'année furent :

- The Battle of Lake Changjin II (4,07 milliards)
- Moon Man (3 milliards)
- Lighting up the Stars (1,8 milliards)
- Home Coming (1,7 milliards)
- Nice View (1,5 milliards)
- Avatar 2 (1,5 milliards)

Le marché est reparti de façon spectaculaire en Janvier, notamment à l'occasion des congés du Nouvel An (21 au 27 Janvier) avec six nouveaux films à l'affiche dont la très attendue suite du blockbuster de science-fiction «The Wandering Earth» de 2019. Au cours de ces sept jours, le box-office s'est élevé à 6,76 milliards RMB (le double du box-office américain à la même date) pour 129 millions de tickets vendus. Le record absolu fut le Nouvel An 2021 où le BO atteignit 7,82 milliards, année où les cinémas avaient alors une activité normale mais où les voyages inter-provinciaux étaient limités.

A la surprise générale, ce ne fut pas «Wandering Earth 2» qui prit la tête du BO mais le thriller historique «Full River Red» réalisé par Zhang Yimou. Le box-office de cette période (chiffres à ce jour) :

- Full River Red (4,64 milliards): le succès commercial le plus important de Zhang Yimou à ce jour. Conséquence économique indirecte: depuis la sortie du film, les touristes déferlent au village de Taiyuan (Shanxi) où le film a été tourné
- The Wandering Earth 2 (4,11 milliards): le prequel du célèbre blockbuster de science-fiction. Pendant la semaine, le merchandising autour de ce film s'est élevé à 122 millions ce qui est une première en Chine où le merchandising cinéma est encore peu développé
- Boonie Bears: Guardian Code (1,52 milliards): film d'animation
- Hidden Blade (1,2 milliards): thriller d'espionnage avec Tony Leung et Zhou Xun donc l'action se situe à Shanghai pendant les années de guerre. En 2017, «The Wasted Times», le précédent film de ce réalisateur (Cheng Er) avait été très remarqué
- Deep Sea (937 millions): film d'animation



A ce jour, le total du BO depuis le début de l'année s'élève à environ 2,50 milliards RMB (près de 14 % de plus par rapport à la même période l'année dernière). Concernant les films étrangers, le seul véritable succès non chinois depuis le début de l'année est le film d'animation japonais «Suzume» (de Shinkai Makoto) avec un box office d'environ 600 M RMB pendant les dix jours qui ont suivi sa date de sortie (24 Mars). Immense succès au Japon l'an passé, ce film est très populaire dans les pays asiatiques où il est distribué. Il est actuellement également en tête du box-office en Corée du Sud.



Le chômage des jeunes en Chine : l'ombre au tableau de la croissance dorée



Vincent Dewaguet est diplômé d'Emlyon business school. Très attiré par le monde chinois, il maîtrise le mandarin traditionnel et simplifié. De retour en France après un séjour à Taïwan, il est notre rédacteur en chef et correspondant « expatriés ».

La reprise économique de la Chine semble suivre son cours, alors qu'elle émerge progressivement d'une politique stricte de "zéro-Covid" qui a duré trois ans. Cependant, l'augmentation du taux de chômage chez les jeunes souligne les défis difficiles auxquels le nouveau gouvernement devra faire face pour atteindre ses objectifs économiques tout en maintenant la stabilité sociale. A cet égard, le [Bureau national des statistiques chinois](#) (國家統計局) a publié en mars dernier les principaux indicateurs économiques pour les mois de janvier et février combinés, une pratique courante pour éviter toute distorsion due au long congé du Nouvel An lunaire, qui tombe généralement à des dates différentes chaque année. Pékin vise un taux de croissance plus modéré de 5 % en 2023.

Au moment de la réouverture du pays, le taux de chômage, qui avait atteint un sommet de 6,2 % pendant la première année de la pandémie et à nouveau en mai dernier (6,1 %), est en train de diminuer (environ à 5,6% aujourd'hui). Cependant, les experts suggèrent que la reprise de l'emploi pourrait être inégale, car les différents secteurs de la deuxième économie mondiale se rétablissent à des rythmes différents.

Le [chômage des jeunes](#) demeure un sujet de préoccupation majeur pour le gouvernement chinois. Avant l'apparition du virus, il était déjà considéré comme élevé selon les normes internationales, avoisinant les 13 %, et avait atteint son niveau record en juillet dernier, lorsqu'un jeune sur cinq âgé de 15 à 24 ans était sans emploi. Plus récemment, le taux de chômage des jeunes entre 16 et 24 ans est passé de 16,7 % en décembre à 18,1 % en février.

Vingt années d'une croissance sans précédent en Chine ont engendré un nombre considérable d'emplois. Toutefois, lors de la transition du pays d'une industrie manufacturière à bas coût vers une économie de services dominée par des exportations de haute technologie, le taux de chômage des jeunes a augmenté à un rythme bien plus élevé que celui des autres groupes démographiques. De plus, les mesures anti-Covid ont mis à mal les secteurs porteurs (technologie, éducation, divertissement, immobilier), entraînant ainsi des licenciements massifs. Les grands employeurs de jeunes Chinois, tels que le géant des jeux Tencent, le détaillant en ligne Alibaba et l'entreprise de médias sociaux Weibo, ont tous annoncé des suppressions d'emplois ces derniers mois. Quant au ralentissement de l'immobilier qui a suivi le scandale de la dette de Evergrande Group, le promoteur immobilier a licencié 90% de son personnel l'année dernière, ne faisant qu'empirer la situation.

En 2021, environ [44 millions d'étudiants](#) de premier cycle étaient inscrits à des programmes diplômants dans des collèges et universités publics en Chine. Des salons de l'emploi en physique se sont organisés, une première depuis trois ans, un signe que la politique "zéro-Covid" du président Xi Jinping appartient désormais au passé. Ces derniers ont été très fréquentés, le marché de l'emploi étant extrêmement tendu depuis des années. Les candidats doivent faire face à une concurrence féroce pour obtenir un emploi. Le gouvernement chinois a récemment énoncé des mesures incitant les entreprises à recruter des travailleurs jeunes, notamment par l'octroi de subventions à la formation ainsi que des programmes d'apprentissage. Les jeunes diplômés quant à eux pourront bénéficier de financements pour créer leur propre entreprise.

Cependant, durant les périodes de fermeture imposées par la pandémie, de nombreux jeunes se sont progressivement détournés de la perspective d'une carrière en entreprise, mettant de côté la course effrénée aux salaires pour des emplois moins rémunérateurs, mais plus gratifiants sur le plan personnel. Ce mouvement social est désigné sous le nom de "tang ping" (平躺) ou "lying flat". Ce dernier marque un revirement par rapport à l'époque où les jeunes travailleurs migrants venus des zones rurales de Chine affluaient vers les grandes villes, poussés par la seule nécessité de subvenir aux besoins de leur famille. Nombreux sont ceux qui recherchent désormais davantage de temps libre et moins de stress.

Si le marché de l'emploi en Chine ne se rétablit pas dans un futur proche, plusieurs millions de jeunes âgés de 16 à 24 ans, y compris ceux qui sont les plus instruits, risquent de se retrouver sans emploi. Il est intéressant de noter que l'expression "[sans école, pas de travail](#)" (毕业即失业) a suscité l'attention des médias chinois et des réseaux sociaux au cours des derniers mois.

Par ailleurs, un fait social abondamment discuté sur les applications chinoises telles que Xiaohongshu suscite de plus en plus d'attention en Chine : celui des jeunes qui échangent des emplois exigeants dits de « cols blancs » contre des emplois manuels. Bien que l'ampleur de cette [tendance](#) soit difficile à mesurer, des publications largement partagées sur les réseaux sociaux ravivent ces débats : on peut citer par exemple une [femme chinoise](#), diplômée d'un établissement prestigieux et ayant mené une carrière réussie dans le monde des affaires, qui a décidé de quitter ce secteur pour devenir productrice de melons. Cette situation a relancé la discussion sur l'importance accrue accordée par les jeunes à l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée.

”

“Si le marché de l'emploi en Chine ne se rétablit pas dans un futur proche, plusieurs millions de jeunes âgés de 16 à 24 ans risquent de se retrouver sans emploi.”



AGENDA / ACTUALITE / SERVICES DU CLUB

Nous vous présentons un aperçu de nos dernières activités festives

Le 05/02 à Lyon



Le 25/02 au restaurant Tête à Tête à Paris



Retrouvez-nous sur :

LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/club-chine-emlyon>

Plateforme : <https://www.emlyonforever.com/topics/214/feed>

Vous pouvez également à tout moment nous contacter par e-mail : clubchine.emlyon@gmail.com

Rubrique Services :

您呢, 您的汉语怎么样 ? Et vous, comment est votre chinois et votre FLE ?

The **emlyon alumni China Club** can put you in touch with partners who give Mandarin or Cantonese courses, French as a Foreign Language, (FLE) help you **improve your skills or prepare** for the **HSK, DELF and DCL** exams recognised by the EU in the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR), thus improving your employability in the European Union Courses eligible for the DIF / CPF. **Teachers working in the largest high schools, in preparatory courses and in business schools.**

Pour en savoir plus : songwendy@icloud.com

Isabelle Sengel

Inspiratrice d'équilibres

Diplômée d'emlyon (PGE 1988), experte en Feng Shui Classique Chinois et en BaZi (Four Pillars).

Ma mission, c'est de vous accompagner,

pour vos lieux de vie (individus, particuliers)

et vos lieux d'activité (entreprises, thérapeutes, entrepreneurs...),

vers un Habitat Holistique

Pour en savoir plus : isabelle@isabelle-sengel.com ; www.isabelle-sengel.com ; +33(0)6 71 65 51 05

