

## FICHE DE LA REPUBLIQUE POPULAIRE DE CHINE



Juillet 2018

## 1. GÉNÉRALITÉS SUR LA REPUBLIQUE POPULAIRE DE CHINE



La République Populaire de Chine est le deuxième plus grand pays du monde avec une superficie de de 9 millions de km<sup>2</sup>.

<b>Population (milliard, 2017)</b>	1,38
<b>Capitale</b>	Pékin
<b>Distance avec le Burkina Faso</b>	10 591 km
<b>Langues principales</b>	Chinois
<b>Fuseau horaire</b>	UTC+8
<b>Climat</b>	Continental
<b>Monnaie</b>	Yuan
<b>PIB en 2017</b>	
<b>PIB/habitant (2017)</b>	16 700 USD
<b>Croissance annuelle du PIB (2017)</b>	6,9%

*Source: World Factbook (décembre 2018)*

## 2. COMMERCE EXTERIEUR

- **Échanges de marchandises (2017, Mds USD, évolution sur 2016) :**  
 Export : 2 263, 370 (+ 8 %)
   
Import : 1 843,793 (+ 16 %)
  - **Cinq premiers fournisseurs hors provinces spéciales (avec part de marché) :**
    - 1 - Corée du sud 9,6 %
    - 2 - Japon 9 %
    - 3 - Taïwan 8,5 %
    - 4 - États-Unis 8,4 %
    - 5 - Allemagne 5,39 %
  - **Cinq premiers clients (avec part de marché) :**
    - 1- Etats Unis d'Amérique (19%)
    - 2- Japon (6,1%)
    - 3-République de Corée (4,5%)
    - 4- Viet Nam (3,2%)
    - 5- Allemagne (3,1%)
- 152 Burkina Faso**

Position de l'économie dans le monde (USD)



Rang Mondial de la Chine

2<sup>ème</sup> /193

Commerce bilatéral



Position du Burkina Faso aux exportations vers Chine

152/233

Exportations du Burkina Faso vers la Chine



Croissance 2015-2017

## 2.1 L'accord commercial entre le Burkina Faso et La République Populaire de Chine.

Le Burkina Faso et la République Populaire de Chine sont tous membres de l'OMC, de ce fait sont régis par ses différents accords. Par ailleurs depuis le rétablissement des relations diplomatiques, la Chine a convenu d'un accord de tarif douanier zéro à 97% des produits d'origine burkinabé exporté vers la Chine.

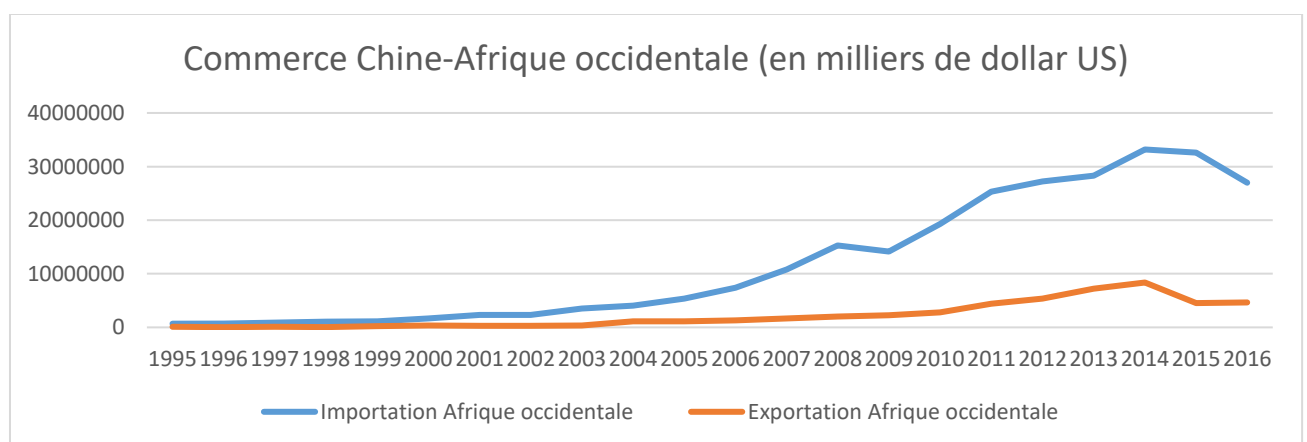
## 2.2 Pratiques économiques de la Chine en Afrique

L'année 1978 a marqué le point de départ de l'ouverture commerciale de la Chine au reste du monde (Guillaumont et Ping, 2013). Ainsi, en libérant les initiatives paysannes et capitalisant sur les bas salaires, la Chine a pu percer le marché mondial et remonter les filières industrielles. Pour cela, elle a commencé à diversifier ses exportations. Cette stratégie a favorisé l'économie chinoise à travers une croissance forte de 9,74%<sup>1</sup> par an en moyenne sur la période 1978-2015. Pour garantir la pérennité de son approvisionnement en matière première, elle s'est alors tournée vers l'Afrique plus précisément après le premier Forum de coopération Chine-Afrique en 2000.

C'est à partir de cette date que le commerce entre la Chine et les pays de l'Afrique subsaharienne connut véritablement des évolutions importantes. L'intensification du commerce entre la Chine et l'Afrique s'est réalisée dans un contexte de change se matérialisant par une dépréciation du taux de change effectif réel au profit de la Chine (Guillaumont et Ping, 2013).

Le graphique suivant retrace l'évolution des importations et des exportations entre la Chine et 17 pays de l'Afrique Occidentale.

**Graphique 4 : Echanges Chine-Afrique Occidentale entre 1995 et 2016**



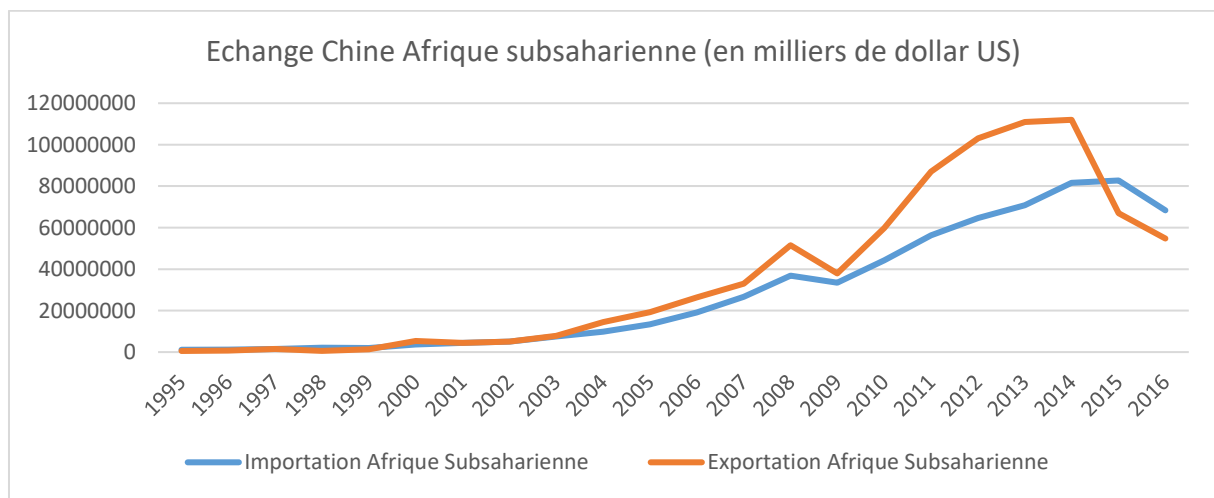
Source : Construit à partir des données de la CNUCED.

<sup>1</sup> Source : Données de la Banque mondiale, 2017.

Cependant, ces échanges semblent plus profitables à la Chine qu’aux différents pays africains même si quelques pays affichent des performances égales, voire supérieures, à celles de la Chine du fait notamment de l’essor du cours des matières premières provoqué par la demande chinoise. En prenant alors en compte le reste des pays de l’Afrique au Sud du Sahara les gagnants semblent désigner quelques pays africains exportateurs de pétrole et de produits miniers.

Le graphique ci-après montre l’évolution des échanges entre la Chine et l’Afrique au sud du Sahara sur la période 1995-2016.

**Graphique 5 : Echanges commerciaux entre la Chine et l’Afrique subsaharienne**



**Source : Construit à partir des données de la CNUCED.**

### 2.3 Analyse de la situation des relations économiques actuelles entre la Chine et le Burkina Faso

Une analyse des statistiques du commerce extérieur burkinabè présente l’Asie comme le 2<sup>e</sup> partenaire commercial du Burkina Faso en 2016 (24,9%) après l’Europe (46,8%). L’Afrique se place comme la troisième région partenaire commerciale du Burkina Faso avec 20,8% du volume total des échanges. La région Asie est à la fois la 2<sup>e</sup> destination des exportations burkinabè et le 2<sup>e</sup> fournisseur du Burkina Faso. En Asie, la Chine est le 3<sup>e</sup> client du Burkina Faso absorbant 9,10% des exportations totale du pays vers cette région, juste après Singapour (49,9%) et l’Inde (28,2%).

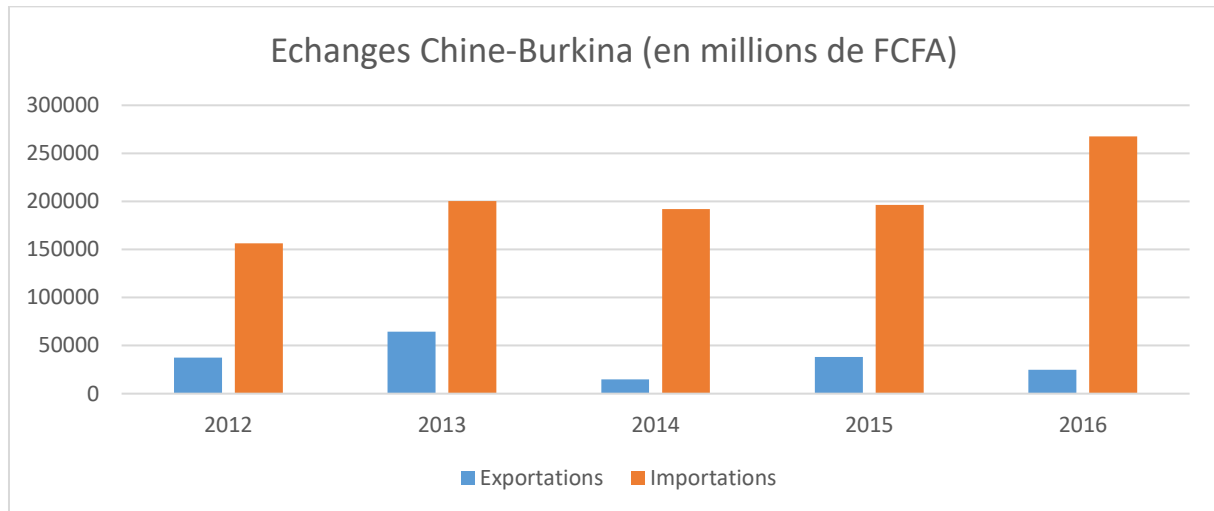
Quant aux importants burkinabè en provenance de la région Asie, la Chine se hisse à la 1<sup>ère</sup> place des fournisseurs asiatiques (45,8%) du Burkina Faso. Elle est suivie de l’Inde (15,6%).

De façon globale, la Chine se positionne comme la 9<sup>e</sup> destination des produits burkinabè en ayant acheté 1,7% des exportations totales de notre pays en 2016. Dans le même temps, elle

occupe la 1<sup>ère</sup> place des fournisseurs du Burkina Faso en représentant pas moins de 17% des importations totales du pays.

Le graphique suivant indique l'évolution des échanges commerciaux entre la Chine et le Burkina Faso sur la période 2012-2016.

**Graphique 6 : Echange commercial entre la Chine et le Burkina Faso**



Source : Construit à partir des données de la DGC, 2017.

A l'instar de nombreux pays africains, la balance commerciale du Burkina Faso avec la Chine reste largement déficitaire sur la période étudiée. Ce déficit se creuse au fil des années et est passé de 118,9 milliards de FCFA en 2012 à 242,5 milliards de FCFA en 2016, soit une accentuation du déficit de l'ordre de 19,5% en moyenne par an.

### **2.3.1 Détails des exportations burkinabè vers la Chine**

En termes d'exportation, la République Populaire de Chine est un partenaire de choix pour le Burkina Faso. En 2016, la Chine a constitué la 9<sup>e</sup> destination des produits burkinabè avec des exportations dont la valeur s'est établie à près de 25 milliards de F CFA, soit 1,7% des exportations totales du pays. Il convient de préciser que la valeur des exportations vers la Chine est assez fluctuante d'une année à l'autre. Elles ont atteint 64,5 milliards de F CFA en 2013, soit leur niveau le plus élevé.

Selon les données de la Balance Commerciale 2017, les principaux produits burkinabè exportés vers la Chine en 2016 concernent le sésame (89% des exportations totales vers la Chine) ; les noix de cajou (2,8% des exportations vers la Chine) et les cuirs et peaux (environ 0,4% vers la Chine).

Les données du Centre du Commerce International, indiquent également que les graines de sésame constituaient le principal produit d'exportation burkinabé vers la Chine pendant la

période 2012-2016. Non seulement les exportations de graines de sésame (même concassées) sont plus importantes mais également elles n'ont pas connu de rupture sur la période sous revue.

En 2016 les quatre principaux produits exportés vers la Chine ont été :

- le fils en fer ou en aciers non alliés, enroulés, zingués (fil machine non compris) ;
- les noix de cajou, fraîches ou sèches, sans coques ;
- les sacs et sachets d'emballage obtenus à partir de lames ou formes similaires, de polyéthylène ;
- les cuirs et peaux bruts, frais, ou salés, séchés, chaulés, picklés ou autrement conservés.

Sur la période passée en revue, les quantités exportées ont évolué en dent de scie. Après un record enregistré en 2013 avec 79 260, 58 tonnes de marchandises exportées, on a assisté en 2014 à une chute drastique de 76,32%. La reprise a été constatée en 2015, mais la tendance ne s'est pas poursuivie en 2016.

**Tableau 1 : Dix (10) principaux produits exportés vers la Chine entre 2012 et 2016**

Libellé produit	Années				2016	
	2012	2013	2014	2015	milliers USD	Part en 2016 (%)
<b>Graines de sésame, même concassées</b>	<b>13405</b>	<b>10624</b>	<b>23683</b>	<b>58404</b>	<b>37467</b>	<b>89,25</b>
Sacs, sachets, pochettes et cornets, en matières plastiques (autres que les polymères)	0	1167	1102	0	1593	3,79
Fils en fer ou en aciers non alliés, enroulés, zingués (fil machine non compris)	0	791	518	0	1300	3,10
Noix de cajou, fraîches ou sèches, sans coques	0	112	0	0	1210	2,88
Sacs et sachets d'emballage obtenus à partir de lames ou formes similaires, de polyéthylène	0	107	172	0	107	0,25
Cuirs et peaux bruts, frais, ou salés, séchés, chaulés, picklés ou autrement conservés	0	0	0	44	74	0,18
Cuirs et peaux bruts entiers de bovins (y.c. les buffles) ou d'équidés, même épilés, non refendus)	0	0	0	17	56	0,13
Croupions, demi-croupions, flancs et cuirs et peaux refendus, bruts, de bovins (y.c. les buffles)	0	0	0	233	39	0,09
Articles de transport ou d'emballage, en matières plastiques (non compris les boîtes, caisses, ...)	0	0	65	0	39	0,09
Tissus imprégnés, enduits ou recouverts de matières plastiques autres que poly[chlorure de ...	0	0	0	0	30	0,07
<b>Total</b>	<b>68814</b>	<b>129522</b>	<b>28730</b>	<b>64696</b>	<b>41978</b>	<b>9,98%</b>

**Source** : Construit à partir des données du Centre de Commerce International (CCI)

On a dénombré 57 exportateurs réguliers et occasionnels au cours de la période 2012-2016.

Dans le contexte de la reprise des relations diplomatiques entre le Burkina Faso et la Chine, il existe la perspective d'accroissement des exportations vers la Chine. En effet, nos exportateurs seront en mesure d'éliminer un certain nombre d'intermédiaires en établissant des contacts directs avec le marché chinois. Les structures d'appui au secteur privé pourraient développer un paquet de services d'accompagnement de proximité pour accompagner ce processus. Les perspectives sont particulièrement intéressantes pour le sésame burkinabè qui pourrait désormais être exporté en Chine en franchise de douane dans le cadre du système généralisé de préférences. Ainsi, on n'assistera plus au détournement de l'origine du sésame burkinabè afin de pouvoir l'exporter facilement en Chine. On peut également espérer que des contacts directs soient établis avec des importateurs de coton chinois.

### 2.3.2 Des importations de la Chine

En matière d'approvisionnement, la reprise des relations diplomatiques offre l'occasion de développer un ensemble de services d'appui aux entreprises pour rendre leurs opérations de sourcing en Chine plus efficaces. En effet, selon une étude de la CCI-BF, la Chine constitue la première source d'approvisionnement du Burkina Faso depuis 2013. Selon la Balance commerciale 2017, la valeur des importations du Burkina Faso en provenance de la Chine s'est établie à 267,5 milliards de F CFA en 2016, soit 17% des importations totales du pays. De nombreuses entreprises importent de la Chine dont la majorité est constituée de petits acteurs qui importent en moyenne 15 tonnes de marchandises par an.

**Tableau 3 : Liste des dix principaux produits importés de la Chine selon l'importance de la valeur des importations (milliers de USD) en 2016 (en gras).**

Années Libellé produit	2012	2013	2014	2015	2016	
					milliers USD	Part en 2016 (%)
Motocycles à moteur à piston alternatif, cylindrée > 50 cm <sup>3</sup> mais <= 250 cm <sup>3</sup>	60749	58797	45489	50577	<b>53382</b>	<b>11,05</b>
Fil machine en fer ou aciers non alliés, enroulé en couronnes irrégulières, de section circulaire	1746	17405	61866	35693	<b>34539</b>	<b>7,15</b>
Dispositifs photosensibles à semi-conducteur, y.c. les cellules photovoltaïques même assemblées	1218	5361	20156	16434	<b>27348</b>	<b>5,66</b>
Tubes, tuyaux et profilés creux, en fonte	4489	1032	55	5207	<b>23465</b>	<b>4,86</b>
Médicaments constitués par des produits mélangés ou non, préparés à des fins thérapeutiques	4528	9799	6593	9609	<b>19615</b>	<b>4,06</b>
Produits laminés plats, en fer ou en aciers non alliés, d'une largeur >= 600 mm, non	478	210	3490	13260	<b>15392</b>	<b>3,19</b>

plaqués						
Accumulateurs électriques (sauf hors d'usage et autres que les accumulateurs au plomb, au nickel-cadmium)	2739	1671	4340	4012	<b>11993</b>	<b>2,48</b>
Véhicules pour le transport de marchandises, à moteur à piston à allumage par étincelles	4022	6974	6650	8874	<b>11511</b>	<b>2,38</b>
Herbicides, inhibiteurs de germination et régulateurs de croissance pour plantes	9174	12046	13774	8890	<b>9991</b>	<b>2,07</b>
Pelles mécaniques, autopropulsées, dont la superstructure peut effectuer une rotation de 360°	338	530	957	0	<b>7979</b>	<b>1,65</b>
Total	298375	406084	423146	374091	<b>482978</b>	<b>4,455</b>

**Source** : Construit à partir des données du Centre de Commerce International (CCI)

En 2016, les cinq principaux produits importés par le Burkina en provenance de la Chine étaient les suivants par ordre décroissant :

- Motocycles à moteur à piston alternatif, cylindrée > 50 cm<sup>3</sup> mais ≤ 250 cm<sup>3</sup> ;
- Fil machine en fer ou aciers non alliés, enroulé en couronnes irrégulières, de section circulaire ;
- Dispositifs photosensibles à semi-conducteur, y compris les cellules photovoltaïques même assemblées ;
- Tubes, tuyaux et profilés creux, en fonte ;
- Médicaments constitués par des produits mélangés ou non, préparés à des fins thérapeutiques.

L'analyse des quantités annuelles importées montre également une tendance à la hausse, exceptée en 2015 où elles ont connu un fléchissement.

Sur la période passée en revue, ce sont au total 2 870 entités (entreprises, ONG, administrations publiques, etc.) qui ont importé de la Chine. Ces organisations sont en majorité (plus de 61,57%) constitués de petits acteurs ayant importé en moyenne par an moins de 15 tonnes de marchandises.

L'acheminement des marchandises vers le Burkina Faso se fait essentiellement par voie maritime jusqu'à l'un des ports d'attache du pays (Tema, Cotonou, Lomé, Abidjan). Tous les produits manufacturés conteneurisés parviennent en conteneur à destination.

Les importateurs de quantités et de volumes modestes font généralement recours au groupage maritime pour acheminer leurs marchandises au Burkina Faso.

Cette photographie du profil des importateurs de la Chine interpelle les structures d'appui au secteur privé sur la nécessité de développer une offre de services pour accompagner ces entreprises à améliorer leurs connaissances du commerce internationale et à s'organiser pour s'approvisionner dans les meilleures conditions. Une des actions prioritaires devrait être de



sensibiliser les PME importatrices sur les vertus du groupage afin de contribuer à réduire les coûts d'approvisionnement du pays.

### 3. LA CULTURE DES AFFAIRES EN CHINE

#### 3.1- Les relations d'affaires

✓ **Les principes fondamentaux de la culture des affaires**

La ponctualité est primordiale car être en retard est perçu comme une impolitesse. La recherche de la confiance et de la fidélité est la pierre angulaire de l'organisation sociale chinoise.

Un des concepts fondamentaux des relations d'affaires est le « **guanxi** », ce qui signifie « réseau relationnel » ou « connections ». Ce réseau fonctionne sur la solidarité, le soutien et l'entraide. Dans le monde des affaires, posséder un bon « guanxi » est important pour assurer la minimisation des difficultés et frustrations qui peuvent être rencontrées.

Un autre concept important est le « **mianzi** » (« face »), qui renvoie à la marque personnelle de fierté et constitue la base d'une réputation individuelle et du statut social. « Sauver la face » et « donner la face » sont des éléments clés dans la réussite des affaires. « Perdre la face » n'est pas seulement avoir honte mais être vraiment touché au plus profond de son être.

Le « **keqi** » est une notion basée sur la combinaison de deux mots chinois, « ke » signifiant « invité » et « qi » signifiant « comportement ». Elle préconise un comportement courtois, prévenant et raffiné. En termes de relations d'affaires, il est important de démontrer de l'humilité et de la modestie car manifester des prétentions exagérées sera vu avec suspicion.

Enfin, le confucianisme modèle les relations sociales et politiques, dans la vie quotidienne comme dans les affaires. Cette école de pensée met en avant l'importance des traditions et du respect de la hiérarchie. Le respect de l'ordre, la sagesse, la connaissance sont donc des valeurs indissociables de la culture chinoise.

✓ **Le premier contact**

Le moyen le plus efficace de développer ses relations est de faire appel à un intermédiaire chinois. Celui-ci permettra d'être accepté plus rapidement, pour commencer à construire son « guanxi » plus efficacement ; d'obtenir des informations plus complètes et plus précises sur les associés potentiels et sur leurs intentions ; et d'éviter les faux pas en matière de coutumes locales. Passer par un intermédiaire contribuera à mettre également son interlocuteur chinois plus à l'aise.

✓ **Les salutations**

Les réunions commencent par une poignée de main et un léger salut de la tête. La poignée de main ne doit pas être trop vigoureuse, car les Chinois l'interpréteraient comme un signe d'agressivité. De nombreux Chinois regardent vers le sol quand ils saluent quelqu'un. La proximité physique est à éviter avec la plupart de ses interlocuteurs, et à proscrire entre personnes de sexe différent. Pour s'adresser à quelqu'un, il convient d'utiliser un titre suivi du nom. Si notre interlocuteur ne possède pas de titre professionnel, il faut utiliser les termes « monsieur », « madame » ou « mademoiselle » suivi du nom. En Chine, le nom de famille précède le prénom. Beaucoup de Chinois adoptent un prénom anglais pour faciliter les échanges avec les Américains ou les Européens.

✓ **La manière de se présenter**

Lors des salutations, il convient de se présenter en énonçant son nom et en présentant sa carte de visite. Prononcer quelques mots en chinois sera apprécié.

✓ **Les relations d'affaires**

En général, les relations d'affaires avec les Chinois sont complexes. Les Chinois négocient des relations plutôt que des contrats. Les tentatives d'établir des contacts solides échouent fréquemment, parce que les étrangers ne se préoccupent pas assez de nouer des liens personnels, permettant une confiance mutuelle. Il faut garder à l'esprit les différences hiérarchiques lorsque l'on communique, et ne jamais perdre de vue le but de la négociation, que la relation soit formelle ou informelle.

✓ **Les cadeaux**

L'échange d'un cadeau fait partie des rituels et constitue un geste symbolisant le début d'une relation. Lorsque l'on reçoit un cadeau, il convient de le refuser deux ou trois fois avant de l'accepter. Il est poli de ne pas l'ouvrir en public à moins que l'interlocuteur chinois n'insiste.

✓ **La communication des affaires**

Au sein d'une équipe, seul le membre de rang hiérarchique supérieur prend la parole durant les négociations. Il convient donc de désigner un chef de groupe qui servira de porte-parole, au moins au début des négociations. Les négociations sont lentes, caractérisées par un tempo de « stop and go ». Les décisions prennent du temps, car elles requièrent une analyse prudente et de la circonspection. Les négociations suivent un processus orienté, visant à déterminer si des relations peuvent être avancées à un stade où les deux parties sont à l'aise pour faire affaire ensemble.

Les Chinois n'aiment pas la confrontation. Ils ne diront jamais « non » ouvertement, et diront à la place qu' « ils verront » ou qu' « ils y réfléchiront ». Il ne faut en aucun cas perdre son sang-froid, car cela nuirait irrévocablement à la relation. Il faut également bannir toute tactique de pression car cela pourrait être perçu comme de la manipulation. La notion d'intérêt constitue la colonne vertébrale de la société chinoise, comme l'illustre le proverbe « Là où tu ne trouves pas d'intérêt je ne trouverai pas le mien ».

### 3.2- Le code vestimentaire

Les costumes et les cravates de couleur discrète pour les hommes et tailleurs pour les femmes sont de rigueur et restent la norme. Les couleurs vives sont à bannir. La discrétion participe aussi aux notions de respect et de modestie.

### 3.3- Les cartes de visites

Les cartes de visite professionnelles ou personnelles sont omniprésentes dans les affaires chinoises et seront presque toujours échangées lors de la rencontre avec un étranger. Elles doivent être imprimées en anglais et en chinois. Pour s'assurer d'une traduction correcte, il convient de faire appel à un traducteur chinois. Lorsque l'on présente sa carte de visite, il faut s'assurer que le côté imprimé en chinois soit tourné vers son interlocuteur, et tenir les coins supérieurs de la carte entre le pouce et l'index de ses deux mains. Il faut saisir celle de son interlocuteur chinois des deux mains, la lire avec attention, et la ranger soigneusement.

### 3.4- Les horaires

Les jours et les horaires d'ouverture

**Banques: du Lundi au Vendredi, de 8h30 à 17h00 et de 8h00 à 13h00 le Samedi.**

#### Les jours fériés

<b>Nouvel An</b>	<b>1<sup>er</sup> Janvier</b>
<b>Nouvel An Lunaire</b>	<b>En Février</b>
<b>Fête des Femmes</b>	<b>8 Mars</b>
<b>Festival Qing Ming</b>	<b>Avril</b>
<b>Fête du Travail</b>	<b>1<sup>er</sup> Mai</b>
<b>Fête de la Jeunesse</b>	<b>4 Mai</b>
<b>Fêtes des enfants</b>	<b>1<sup>er</sup> Juin</b>
<b>Festival du dragon</b>	<b>Juin</b>
<b>Fête de l'armée</b>	<b>1<sup>er</sup> Aout</b>
<b>Fête des professeurs</b>	<b>9 Septembre</b>
<b>Fête Nationale</b>	<b>1-2 Octobre</b>

#### Les périodes pendant lesquelles les entreprises sont généralement fermées

Fête du travail	du 1 <sup>er</sup> au 7 mai.
Fête du printemps	Fermeture une semaine.

#### **4. LES SERVICES DE L'APEX-BURKINA AUX EXPORTATEURS**

Dans son ambition de promouvoir les produits made in Burkina Faso sur les marchés extérieurs, l'APEX-Burkina offre à ses partenaires exportateurs les services suivants :

- Intelligence économique et commerciale;
- Appui technique et financier;
- Promotion commerciale;
- Environnement export et facilitation;
- Formation;
- Assistance et conseil à l'export.

Pour de plus amples informations vous attendent sur [www.apexb.bf](http://www.apexb.bf)