



**U**n an déjà que la 1<sup>ère</sup> édition de la lettre du Club Chine a été lancée, à raison d'une lettre par trimestre, nous débutons la 2<sup>ème</sup> année. L'année universitaire a repris ses bonnes habitudes et les campus se sont réouverts, même si les événements cette année resteront en partie à distance.

En ces temps incertains, VVR aborde la révolution en cours de l'**assurance-santé en Chine** tandis que PRAMEX nous fait découvrir à travers **VATEL**, leader mondial de l'enseignement du management de l'hôtellerie et du tourisme, les **perspectives d'internationalisation** – notamment en Chine - des écoles et universités. InvestHK nous présente les opportunités possibles de la **Greater Bay Area**. Du côté de l'emploi, Dragonfly Group aborde, dans sa deuxième partie, **comment piloter sa carrière en Chine** alors que Vincent Dewaguet interroge, également dans une suite, l'Académie de Bernadac sur le business florissant des **cours d'étiquette européenne et de services de luxe** en Chine. Noel Garino, notre spécialiste du cinéma chinois, nous fait un point sur le **marché cinématographique après l'été**.

Cette 4<sup>ème</sup> lettre est l'occasion d'une nouveauté avec la création de la rubrique **Actualités du campus de Shanghai**. Nous clôturons comme à chaque fois sur l'**Agenda des événements et la rubrique Services**.

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.

Jean-Christophe Vautrin, Président du Club Chine

”

“重新開放。歡迎大家回來  
Chóngxīn kāifàng. Huānyíng dàjiā huílái ”  
Réouverture. Bon retour”

## Sommaire

<b>Edito.....</b>	<b>...p. 1</b>
<b>Actualités / Société.....</b>	<b>...p. 2</b>
<b>Découverte d'un secteur</b>	<b>...p. 3</b>
<b>Investissements à et depuis Hong Kong.....</b>	<b>...p. 4</b>
<b>Baromètre Emploi.....</b>	<b>...p. 5</b>
<b>Cinéma, Spectacles, BD</b>	<b>...p. 6</b>
<b>Parole d'expatrié.....</b>	<b>...p. 7</b>
<b>Actualités du campus de Shanghai</b>	<b>...p. 8</b>
<b>Agenda / Actualité.....</b>	<b>...p. 9</b>

## Comité Newsletter

**Jean-Christophe Vautrin**  
(directeur de la publication)

**Vincent Dewaguet**  
(rédacteur en chef ; mobilité – expatriés)

**VVR - Camille Verchery**  
(actualité – société)

**Pramex - Catherine Song**  
(découverte d'un secteur)

**InvestHK – Marine L'Herrou**  
(investissements depuis Hong Kong)

**Philippe Comolet-Tirman**  
(RH - emploi)

**Noel Garino**  
(cinéma, spectacles, bande dessinée)

**Asian campus**  
(Actualités à Shanghai)

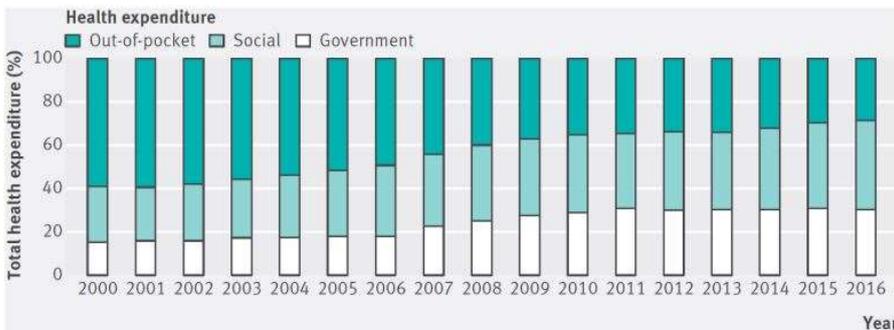


## Assurance santé en Chine : révolution en cours



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](mailto:contact@vvrinternational.com)

En 2021, la Chine atteint des niveaux de développement similaire aux pays européens ; pourtant, les problématiques de santé restent un défi pour les années à venir. Jusque récemment, le pays était en retard sur les questions de couverture des dépenses de santé : en particulier, le **reste à charge (OOP, out-of-pocket expenses)** pour les patients restait particulièrement élevé. Le mandat du Professeur **CHEN Zhu**, ministre de la Santé de 2007 à 2013, a été marqué par un grand nombre de réformes visant à réduire ce reste à charge, incluant notamment l'extension de la **National Drug Reimbursement List (NDRL)** et l'augmentation des taux de remboursement pour les médicaments et actes médicaux inscrits à cette liste.



Depuis 2015, le **taux d'OOP stagne aux environs de 30 %**, ce qui génère de grandes difficultés d'accès aux soins pour la tranche la moins aisée de la population en cas d'affection de longue durée et de maladie grave - et ce, en dépit de l'accession de la Chine à l'ICH en 2018 qui a notablement amélioré la disponibilité des meilleurs traitements occidentaux sur le territoire.

## UNE APPROCHE "PUBLIC + PRIVE" DE LA COUVERTURE SANTE

La Chine a, depuis l'origine, fait le **choix d'une approche mixte** de la couverture des dépenses de santé, plutôt que d'un État-providence illimité qui, compte tenu notamment de la démographie du pays, n'aurait que peu de chances d'être pérenne au-delà de 2030-2035. Traditionnellement, les Chinois considèrent l'épargne comme la protection la plus naturelle face aux aléas de la vie. L'assurance de certains risques "à fonds perdus" n'est pas entièrement entrée dans les mœurs. **La population reste donc réticente à l'idée de souscrire une assurance complémentaire santé.** S'additionne à cela le relatif retard des assureurs chinois en matière actuarielle, faute justement d'assurés et de recul historique sur leurs portefeuilles.

## UNE SOLUTION INNOVANTE « A LA CHINOISE »

Face aux difficultés décrites précédemment, et afin de démocratiser enfin l'assurance complémentaire santé, certaines provinces et municipalités du pays ont pris la question à bras-le-corps :

- Depuis fin avril 2021, tous les utilisateurs WeChat de Shanghai se sont vu proposer une nouvelle option (**WeChat Insurance**) **offrant une assurance complémentaire santé couvrant les maladies graves, à hauteur de 2,3 millions de CNY** (près de 300.000 €) par an, pour une prime d'assurance annuelle de seulement 0,05%, sans questionnaire médical ni conditions particulières à la souscription.
- Le **coût modique**, les **facilités de souscription et de paiement de la prime**, combinés à une promotion massive sur WeChat, ont assuré le **succès immédiat du produit**, qui a enregistré en quelques jours des millions de souscriptions, notamment de personnes jeunes (moins de 40 ans), pourtant peu susceptibles de contracter à brève échéance une maladie grave – ce qui est de bon augure quant à la rentabilité actuarielle, donc à la pérennité de ce produit.
- À travers un produit d'assurance grand public, bon marché, à risque maîtrisé, la succursale shanghaienne de l'assureur concerné, avec le soutien du gouvernement local, vise à se constituer un **portefeuille "sain" d'assurés**. Le but à long terme est de pérenniser un système d'assurance maladie complet et accessible au plus grand nombre, et ainsi de contribuer à sortir la population chinoise d'une certaine précarité médicale.

”

*“Depuis 2015, le taux du reste à charge dans la santé stagne aux environs de 30 %.”*



# DÉCOUVERTE D'UN SECTEUR

## Vatel : les projets d'internationalisation d'une école hôtelière ambitieuse

*Aline Renard-Wang, directrice du développement international de l'école Vatel, leader mondial de l'enseignement du management de l'hôtellerie et du tourisme, nous décrit l'actualité de son entreprise.*

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.



Catherine Aline Renard-Wang, spécialiste du développement à l'international des PME et ETI, a travaillé quinze ans pour Pramex International en Chine et dirigé le bureau de Pramex à Shanghai. Elle œuvre désormais à l'internationalisation de l'école Vatel qui compte 9000 étudiants en cours de formation et 35000 alumni.

### **Quelles étaient vos motivations d'embrasser conjointement le monde de la pédagogie et de l'hôtellerie ?**

Ce n'était pas forcément un objectif. Rentrée en France courant 2017-2018, je souhaitais être basée à Lyon, avoir toujours un lien avec l'international, élargir mes horizons après une longue période chinoise. Je recherchais exclusivement dans le secteur des services. Bien qu'ayant eu des clients dans l'industrie à l'époque Pramex, je n'avais pas cette appétence pour le monde de l'ingénierie. Vatel cherchait un nouveau directeur international et j'ai donc postulé avec succès pour ce poste.

### **Quelle est l'actualité de Vatel ? Comment est rythmé votre quotidien professionnel aujourd'hui ?**

Vatel, c'est aujourd'hui 55 écoles dans 30 pays. Je m'occupe de la concrétisation de partenariats et de la mise en œuvre de campus qui sont franchisés. Nous y déposons la marque Vatel en ciblant toutes les parties du monde. Vis-à-vis de la Chine, nous disposons de trois campus : Huangshan, Kunming, Suzhou. Les nouveaux projets sont aujourd'hui en stand-by, faute de pouvoir rencontrer les interlocuteurs. Mais il y a encore un grand potentiel d'expansion. Pour le continent africain, nous avons une petite dizaine d'école en Afrique Australe et Afrique du Nord, et plusieurs projets en Afrique subsaharienne. Nous pensons que c'est le bon moment, grâce au degré de maturité du tourisme, de l'intérêt stratégique pour les pays de diversifier les piliers de croissance. La jeunesse est très importante ; ce qui en fait un objectif en termes d'employabilité. Nous nous penchons également sur l'Europe de l'Est.

### **Comment votre longue expertise dans le conseil en Chine vous aide dans ce nouveau challenge ?**

L'expertise pays est un atout indéniable, ainsi que la connaissance des réseaux entrepreneurs et institutionnels. Le fait de travailler dans le conseil a été enrichissant pour voir des cas différents, notamment dans l'éducation, la formation supérieure. Aujourd'hui, l'aspect corporate me permet d'être de l'autre côté de la barrière, de constater les fruits d'une implémentation au long terme.

### **Comment faites-vous pour estimer la pertinence et limiter le risque inhérent à l'ouverture de campus internationaux ?**

Il s'agit de trouver et valider un partenaire, soit une business school ou université. Cela peut aussi être un acteur de l'hôtellerie, une agence de voyage souhaitant développer une formation hôtelière. Vatel est une marque forte qui fournit un support, une réputation et des outils de communication. Ensuite, le groupe n'investit pas à l'étranger, l'infrastructure est déjà existante. Cela peut être l'étage d'un hôtel par exemple. Un contrôle qualité régulier est effectué par une personne de nos équipes. Nous sommes en contact avec les filières du tourisme, parfois les ambassades, les représentations politiques des pays basées en France qui nous contactent dans une optique de stratégie de développement du tourisme. Nous avons par exemple intégré la première promotion de l'Accélérateur Afrique de Bpifrance regroupant une vingtaine d'entreprises.

### **Quelle est l'ambition de Vatel dans le fait de poursuivre l'ouverture de nouveaux campus à l'international ?**

Cette année, Vatel fête ses 40 ans. Nous avons depuis les années 2000 instauré un modèle innovant pour le développement de l'enseignement supérieur, exporter nos programmes pour former les jeunes dans leurs pays, afin qu'ils puissent davantage en épouser les problématiques locales. Ce modèle a fait ses preuves en période COVID. Nous proposons le même diplôme dans chacun des campus. L'année universitaire est toujours structurée par un module académique et un module pratique. Un programme d'échange inter-campus est préconisé en deuxième année. Les environnements diffèrent, comme les restaurants/hôtels à proximité du campus et les partenariats locaux, ce qui est à prendre en compte pour les stages professionnalisants. Nous encourageons nos étudiants à apprendre le français. Les cours sont optionnels mais nos étudiants sont en général demandeurs. Nous assumons une dimension « francophonie ».

### **Que pouvez-vous nous dire de cette seconde rentrée impactée par le COVID ?**

La rentrée s'est bien passée, il n'y a pas eu de baisse significative de nouveaux entrants. Le tourisme est un secteur résilient. Les étudiants se projettent à un horizon de 3/5 ans. Et nous constatons cela également dans les pays très impactés par l'épidémie.

”

*“Nous avons depuis les années 2000 instauré un modèle innovant pour le développement de l'enseignement supérieur.”*



# OPPORTUNITÉS D'INVESTISSEMENT DEPUIS HONG KONG

## Hong Kong, une localisation stratégique au cœur de la "Greater Bay Area"



*Hong Kong est une ville connue des entreprises internationales comme étant une localisation idéale pour y établir un Quartier Général Asie-Pacifique. Hong Kong est aussi une porte d'entrée sur la Chine continentale et cette position est aujourd'hui renforcée par un projet de coopération lancé en 2016, la « Greater Bay Area ». Cette initiative qui regroupe plusieurs villes du sud-est de la Chine vise à doper leur développement économique et technologique ainsi que leur attractivité ; elle place ainsi Hong Kong dans une position hautement stratégique.*

### Qu'est-ce que la Greater Bay Area, et comment Hong Kong en tire parti ?

La Greater Bay Area (GBA), aussi appelée la « Grande Baie de Guangdong-Hong Kong-Macao » est une zone économique comprenant les deux régions administratives spéciales de Hong Kong et de Macao, ainsi que neuf villes de la Province du Guangdong (voir carte ci-dessous). La population totale de cette zone dépasse les 86 millions d'habitants, avec un PIB de plus de 1 668 milliards dollars en 2020 (soit environ 2/3 du PIB français pour une superficie équivalente à 8,5% de la France) et une projection de 4 600 milliards pour 2030.

Cette initiative, dont le but est de renforcer la coopération entre les territoires, a permis de mettre en place une planification stratégique majeure pour le développement de la Chine, axée sur l'innovation et l'ouverture, et faisant de la GBA un territoire attractif pour vivre, travailler et voyager. La GBA est la région économiquement la plus dynamique de la Chine continentale et la plus grande concentration manufacturière au monde. C'est également un regroupement de territoires d'excellence dans de multiples domaines : le transport et l'industrie à Guangzhou, le tourisme à Macao, l'électronique à Shenzhen, ainsi que les services financiers, la logistique et les technologies de l'information et de la communication avec Hong Kong.

Hong Kong tire pleinement son épingle du jeu de par son positionnement géographique ; une entreprise localisée dans la Perle de l'Orient peut se déplacer sur l'ensemble du territoire de la GBA en moins d'une heure de train à grande vitesse. Cette position apparaît stratégique car elle permet de consolider le statut de Hong Kong comme hub international pour le commerce, la logistique, mais également les transactions financières ou encore l'arbitrage.

Les entreprises peuvent également se positionner à Hong Kong pour trouver facilement des partenaires commerciaux dans la GBA et faire jouer la complémentarité de ses territoires ; installer ses activités industrielles à Zhongshan, développer des partenariats technologiques à Shenzhen et profiter de Hong Kong pour assurer l'interface internationale des activités dans la région, et s'appuyer sur l'excellence de ses services professionnels et financiers...

A ses avantages historiques, à cela s'ajoutent les initiatives récentes lancées par le gouvernement hongkongais pour renforcer l'écosystème local de l'innovation, et créer les conditions les plus avantageuses possibles pour les investisseurs : des infrastructures technologiques de pointe, une politique d'attraction des talents, un système juridique fiable, ainsi que d'importantes aides financières et fiscales à l'innovation et à la R&D.



Géographie de la « GBA »

Source : Investhk.gov.hk

#### En bonus : une équipe dédiée à votre accompagnement

**InvestHK**, l'agence officielle de la Région Administrative Spéciale de Hong Kong chargée de la promotion des investissements étrangers dans la région, compte des bureaux de représentation dans le monde (en France, à Paris) et des experts multisectoriels à son siège dont le rôle est d'accompagner les entreprises qui cherchent à **s'installer et à développer leurs activités** dans la ville. Ses services sont gratuits, confidentiels et très complets : information, mise en relation, concernant : licences, compte bancaire, visas, logement, choix de la meilleure localisation, 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](mailto:lsansoucy@investhk.com.hk)



**Marine L'HERROU**  
Consultante  
[mlherrou@investhk.com.hk](mailto:mlherrou@investhk.com.hk)



**Guilhem DELON-SAUMIER**  
Consultant  
[gdelon-saumier@investhk.com.hk](mailto:gdelon-saumier@investhk.com.hk)



# BAROMÈTRE DE L'EMPLOI EN FRANCE ET EN CHINE

## Piloter sa carrière dans un contexte franco-chinois (2<sup>ème</sup> partie)



Philippe Comolet-Tirman habite depuis 13 ans en Chine (Pékin, Shanghai) où il dirige le bureau de Shanghai de Dragonfly Group HR Consulting, cabinet de référence pour le recrutement et le développement des talents en Chine.

Pour en savoir plus : [philippe\\_comolettirman@dragonflygroup.com](mailto:philippe_comolettirman@dragonflygroup.com)

*Après avoir abordé dans le numéro précédent le pilotage de début de carrière, nous évoquons ici le cas des professionnels plus expérimentés, tant du côté français que du côté chinois.*

Vers 8 ou 10 ans d'expérience professionnelle, il est déjà bon de prendre le temps de se poser, de **réfléchir à ses aspirations**, à ses rêves, et aux chemins possibles pour y parvenir. Souhaitez-vous atteindre des postes de direction au sein d'un grand groupe ou d'une PME, ou bien vous sentez-vous davantage une âme de spécialiste dans une industrie en particulier, dans un domaine technique (finance, marketing R&D, ...) ou sur une zone géographique ? Ou bien encore rêvez-vous de fonder votre propre entreprise ? Souvent ce genre d'introspection est repoussé plus tard dans la carrière, à un moment où les choix et les possibilités de changement d'orientation sont moindres. En réalité, il est très souhaitable de **prendre ce recul régulièrement** au cours de la vie professionnelle (pourquoi pas tous les huit ans, pour prendre un chiffre symbolique !) car les aspirations et les situations personnelles changent, et le marché aussi.

Il est important d'essayer de diversifier vos responsabilités pour **accroître votre champ d'expérience** (technique/commercial/finance, encadrement d'équipe, gestion de projets, etc.) et vous ouvrir davantage de possibilités par la suite. Certaines entreprises ont une démarche active d'évolution interne, il faut en profiter. En revanche il faut savoir exprimer vos attentes dans les entreprises qui n'anticipent pas ce besoin d'évolution. Il faut parfois insister, mais l'absence totale de perspectives est le signal qu'il faut chercher ailleurs.

Avoir une ou deux **personnes de référence (mentors)**, souvent des professionnels plus seniors que vous, parfois au sein de l'entreprise où vous travaillez si elle est assez grande, et au moins un mentor extérieur, vous aidera dans le pilotage de votre carrière. Ils vous permettront de garder un certain recul et pourront vous donner des conseils ou des pistes de réflexions.

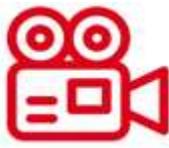
En tant que chinois ayant étudié en France ou travaillé dans un environnement français, vous aurez toujours pour les entreprises françaises une plus-value supérieure à vos compatriotes, en particulier au moment de changer d'entreprise, car la connaissance de la culture française voire du français est rassurante pour les entreprises d'origine hexagonale. Mais la diversité est appréciée et travailler dans des entreprises internationales de cultures différentes ne doit pas être exclu.

Pour les français installés en Chine, il faut attirer l'attention sur deux ou trois points de vigilance : si vous avez été envoyés en Chine par votre employeur, la durée du contrat est souvent de 3 ou 5 ans, et on constate souvent qu'il est long et difficile pour ceux qui sont tombés amoureux de ce pays de trouver une solution professionnelle pour y rester avec un autre employeur. Il faut donc fortement anticiper cette question. Pour ceux qui ont démarré leur carrière en Chine, et connaissent les usages et la langue, des opportunités sont toujours possibles auprès des PME françaises qui ont des besoins d'encadrement interculturel franco-chinois. Il vous faudra néanmoins réfléchir à des questions fondamentales telles que : souhaitez-vous vous réinstaller en France dans le futur et à quelle échéance ? Dans ce cas, le retour devra être préparé en amont, y compris sur le plan de la carrière, en vous posant par exemple régulièrement la question : les fonctions que j'occupe maintenant vont-elles m'aider pour trouver ma place sur le marché français ?

Entre 15 et 20 ans de parcours professionnel, il n'est pas rare de ressentir le **besoin d'approfondir la réflexion** sur son passé et son avenir professionnel, ce que certains cabinets comme le nôtre peuvent faciliter en guidant la réflexion sur vos compétences, vos valeurs, vos aspirations, et en vous aidant à mettre en place un plan d'actions adéquat pour atteindre vos nouveaux objectifs. Cette démarche est davantage connue des Français, mais convient aussi parfaitement aux professionnels chinois.

”

*“ Prendre régulièrement du recul sur sa carrière et ses aspirations est essentiel.”*



## Le marché cinématographique après l'été



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.

Pour en savoir plus : [noel.garino@gmail.com](mailto:noel.garino@gmail.com)

*En raison de la résurgence de cas de Covid au cours de l'été, de nombreux cinémas ont été fermés pendant cette période.*

Bien que ces nouveaux cas soient peu nombreux en comparaison avec d'autres pays, la Chine appliquant une politique « zéro Covid », les cinémas ont été systématiquement fermés dans les zones concernées dès l'apparition d'un nouveau cas. Ce fut notamment le cas à Guangzhou en juin puis à Nanjing. Dans les zones sans risques, une capacité de 75% dans les cinémas a été systématiquement appliquée. Dans les zones à risque (même modéré), les cinémas ont été fermés. Globalement, cette fermeture a touché environ 30% du parc selon les régions. Par conséquent le box-office estival s'en est ressenti et sa baisse par rapport à celui de l'été 2019 (avant la pandémie) s'est globalement élevée à environ 25%.



Par conséquent des blockbusters chinois très attendus ont vu leur sortie repoussée. C'est le cas notamment de « **The Battle at Lake Changjin** » méga production historique co-réalisée par Chen Kaige, Tsui Hark et Dante Lam avec une équipe de tournage comptant 7 000 personnes. Le film qui selon ses producteurs « devrait marquer l'histoire du cinéma chinois », sortira pour les congés de la Fête Nationale (1<sup>er</sup> octobre) après avoir fait l'ouverture du Festival de Beijing le 21 Septembre.

Les grands succès de l'été furent :

-en Juillet : « **Chinese Doctors** » (le sujet étant la lutte contre l'épidémie en 2020) avec 1,32 milliards RMB de box-office suivi du film d'animation « **White Snake 2 : Green Snake** » (sequel de « **White Snake** » sorti en 2019)

-en Août : « **Raging Fire** » (film d'action avec Donnie Yen qui a dominé le BO pendant tout le mois avec 1 260 milliards RMB) suivi de l'excellente surprise que fut « **Upcoming Summer** » de Leste Chen.

Le premier film américain à avoir obtenu une autorisation de sortie fut « **Luca** » de Disney Pixar à la fin du mois d'août avec un box-office très décevant. Ensuite « **Free Guy** » (autre film Disney) a pris la tête du BO avec des résultats mitigés. Lors d'une prochaine newsletter, il serait opportun de revenir sur le désamour actuel entre Hollywood et le marché chinois. Les raisons ne sont pas seulement politiques. Le public chinois est moins attiré par les blockbusters américains qu'il ne l'était il y a encore peu de temps. Les raisons sont multiples. Hollywood commence à s'en inquiéter sachant que de nombreux films produits outre-Atlantique ont besoin du marché chinois pour être rentables. A mi-août, le pourcentage de films américains projetés depuis le début de l'année était inférieur à 9%.

Le box-office devrait rebondir de façon significative avec les congés de la Fête Nationale où comme d'habitude les blockbusters locaux seront mis en avant. Plus tard deux importants blockbusters américains sont d'ores et déjà programmés, à savoir « **Dune** » le 22 octobre suivi de « **No Time to Die** », le nouveau James Bond une semaine plus tard, ce qui est plutôt une bonne nouvelle pour Hollywood. Les spectateurs chinois ayant toujours apprécié les aventures de l'agent 007, Il sera intéressant d'observer les résultats du nouvel opus.

Au 11/09 le BO s'élevait à environ 35 milliards RMB. Pour mémoire, le total au 31/12/2020 était de 20,4 milliards. Le cabinet spécialisé londonien Gower Street a anticipé dans ses prévisions un BO global de fin d'année d'environ 44 milliards RMB, en augmentation de 120% par rapport à l'année compliquée que fut 2020 mais cependant en baisse de 35% par rapport à 2019 (avant la pandémie). A suivre par conséquent sachant qu'il ne s'agit que d'une prévision émanant d'un cabinet extérieur ! La Chine devrait conserver sans aucune difficulté sa place de numéro un mondial, la reprise aux Etats Unis demeurant compliquée.

La star Zhang Ziyi (très connue en France) est passée à la réalisation. Depuis déjà deux ans, l'un des grands succès des congés de la Fête Nationale est un film à épisodes. Après « **My People, My Country** » en 2019 puis « **My People, My Homeland** » en 2020, le nouveau volet de la trilogie devrait s'intituler « **My Fathers and Me** ». Zhang Ziyi en a réalisé l'un des épisodes. « **Poem** » (son titre) se déroule en 1969 autour d'une famille impliquée dans le développement de la fusée qui lancera le tout premier satellite chinois. Les deux premiers volets de cette trilogie ont remporté un succès considérable au box-office (environ 3 milliards RMB chacun).



”

*“Le public chinois est moins attiré par les blockbusters américains qu'il ne l'était il y a encore peu de temps.”*



## Le business du savoir-vivre en Chine (2<sup>ème</sup> partie)



Vincent Dewaguet est diplômé de **emlyon business school**. Très attiré par le monde chinois, Vincent vit actuellement à Taiwan. Proche du milieu étudiant et expatrié, il est notre correspondant « expatriés » à l'étranger.

*Guillaume Rué de Bernadac est originaire d'Agen. Résidant à Shanghai, Il a lancé en 2014 une académie dispensant des cours d'étiquette européenne et de services de luxe (arts de la table, démarche, attitude, salutations, habillement, etc.) à destination d'une clientèle chinoise plutôt aisée, côtière et rivée vers l'international. Décidé à créer les femmes et les hommes distingués du XXI<sup>e</sup> siècle, Guillaume m'a cordialement accordé un entretien divisé en deux parties afin d'expliquer le succès florissant de son entreprise en Chine. Pour en savoir plus : [www.acdebernadac.com](http://www.acdebernadac.com)*



### Comment faites-vous pour captiver l'attention de vos clients durant les formations professionnelles ?

Nous voulions à tout prix éviter l'idée d'un cours magistral, passif, sans engagement réel des clients. Le contenu des formations doit être ludique et divertissant. Je me réfère à Nietzsche qui écrivait que *l'Homo Ludens* précède *l'Homo Sapiens*. L'Homme qui joue préfigure l'Homme qui apprend. Ainsi je sollicite les clients sur chaque point de la formation via des jeux et des exercices. Il y a des QCM, des débats, des compétitions, des points. Je pense que c'est plus agréable tant pour eux que pour nous.

### Dans quels lieux prennent place vos formations ? Avez-vous des partenaires ?

La plupart du temps en B2B c'est la société qui choisit. Nous avons engagé des partenariats avec des hôtels pour le B2C à Shanghai, Pékin, Shenzhen, etc. Il y a des espaces pour cela. Puis, nous avons des sponsors pour disposer d'un matériel adéquat plus spécifique. A titre d'exemple, nous avons fait appel avec Ercuis, grande marque de coutellerie française.

### Comment avez-vous bâti votre visibilité sur le marché du luxe en Chine et quels sont aujourd'hui les moyens les plus efficaces pour promouvoir et faire fructifier vos services ?

Sans grandes surprises, la visibilité sur les réseaux sociaux joue un rôle essentiel. C'est peu ou prou l'ensemble de notre budget marketing. A noter que WeChat a perdu de son lustre ces dernières années. L'application est toujours optimale pour la messagerie instantanée, mais d'autres sites web sont plus efficaces pour le référencement de notre compte officiel. Il faut aujourd'hui composer avec Douyin 抖音 (l'équivalent de TikTok en Chine, ndr), Xiaohongshu 小红书 qui est une forme d'Instagram plus informative, et Weibo 微博 le twitter chinois. L'écosystème numérique s'est diversifié. Par ailleurs, puisqu'il n'est pas de bon ton de démarcher dans le luxe, le bouche à oreilles est tout aussi important. J'œuvre en permanence pour assurer une visibilité physique dans le cadre d'événements, partenariats, notamment avec la Chambre de commerce française.

### Au-delà des mégapoles côtières à l'image de Shanghai, parvenez-vous à étendre votre potentiel de marché dans des villes où l'ouverture à la culture occidentale est plus modeste ?

Les sièges sociaux des entreprises sont toujours dans les villes côtières. La décision se passe là. En B2B, sur le terrain, on a fait toutes les villes inimaginables : capitales de provinces et même petites villes, excepté le grand ouest. Pour le B2C, les villes du tiers 1 restent très différentes. J'y inclus Shanghai, Pékin et Shenzhen qui a beaucoup changé. Les habitants qui y vivent sont cultivés, aisés, voyageurs, ont souvent des postes à hautes responsabilités et l'expérience de la vie en Occident. Le hiatus est très fort avec les autres villes qui sont davantage tournées vers leur régionalité.

### Dans le cadre d'offre marchande destinée à une clientèle chinoise, quelles sont selon vous les particularités culturelles à prendre en compte ?

La négociation marchande est un invariant culturel en Chine. Le rabais y est fortement ancré. Le terme de *Guānxi* 关系 est à ce titre important à assimiler. Cela peut vouloir signifier « réseau » ou « clientélisme » en fonction de l'interprétation qu'on en a. Faire faveur à des connaissances, le fameux prix d'ami, ici on s'y attend. Des phrases comme « mon petit frère » ou « tu fais partie de la famille » reviennent constamment. D'ailleurs certains concurrents n'hésitent pas à proposer des remises de 70%.

### Qu'en est-il de la concurrence d'ailleurs ? à Shanghai et en Chine continentale ?

Chaque semaine de nouveaux concurrents éclosent sur le marché, essentiellement des chinois. C'est un signe de vitalité de l'industrie. Le marché était encore balbutiant en 2014 lorsque j'ai créé l'entreprise.

### Faites-vous le choix d'associer à cette 'importation' ou 'imitation' de raffinement culturel européen des composantes d'un savoir-vivre chinois plus traditionnel et peut-être oublié ?

Cette thématique est un véritable serpent de mer. Je dirai que les personnes qui s'y frottent s'y piquent. Pourquoi ? Car il n'y a pas de consensus sur l'étiquette chinoise. Les désaccords sont nombreux, entre les us et coutumes des différentes dynasties à travers le temps, entre le nord, le sud, ou bien les différentes villes aux traditions bien distinctes... C'est un sujet épineux à appréhender.

### Envisagez-vous d'ouvrir l'Académie de Bernadac à d'autres pays asiatiques ?

C'est déjà le cas. Nous travaillons sur un projet au Vietnam. En tant qu'entrepreneur j'étudie toutes opportunités sérieuses.

”

*“L'Homme qui joue préfigure l'Homme qui apprend.”*



# ACTUALITÉS DU CAMPUS DE SHANGHAI



Depuis 2007, **emlyon** business school s'est associée à East China Normal University pour y installer son campus en plein cœur de Shanghai. Aujourd'hui, le **campus asiatique**, c'est :

- 5 000 m<sup>2</sup> à Minhang District education park (ouverture d'un 2<sup>nd</sup> campus en 2016 à Shanghai)
- 500 apprenants dans les programmes executive et 200 étudiants au sein du Global BBA et des programmes post-graduates – 23 nationalités
- Plus de 850 étudiants européens et africains suivant 1 semestre d'études ou de voyage apprenant sur le campus chaque année

Pour en savoir plus : [wang@em-lyon.com](mailto:wang@em-lyon.com) / [xu@em-lyon.com](mailto:xu@em-lyon.com)

**上海外国语大学**  
上外里昂金融MBA双学位项目名师体验课

## 普通人的投资心理偏差

卢骏 教授  
法国里昂商学院金融学副教授  
美国宾夕法尼亚大学沃顿商学院博士

14:00-14:45  
**卢骏**

14:45-15:15  
校友分享

15:15-15:40  
项目介绍

分享时间 09.19 14:00  
分享方式 线上分享

立即扫码报名

在波谲云诡的金融市场中，普通人往往会因各种各样的心理因素导致在投资中出现偏差，轻则偏离自身的投资目标，重则遭受惨痛损失。我们在此探讨金融市场中普通人常出现的投资心理偏差，以及一些简单的处理方法。

## Masterclass | MBA Finance | 19-09-21 | Shanghai

Lu Jun : Biases de la psychologie d'investissement des gens ordinaires

Le seul programme de double MBA en finance de Shanghai – un programme conjoint entre l'Université des études internationales de Shanghai (SISU) et **emlyon** business school – a débuté avec succès en septembre. Il intègre les meilleures ressources d'enseignement et de recherche des deux universités, et se consacre à la formation de talents en gestion financière.

Durant les vacances du Festival de la mi-automne, le 19 septembre, **Lu Jun** professeur associé en finance, et **Huang Zheng**, responsable de l'incubation et de la coopération des entreprises innovantes de Cathay Capital et ancien élève du PGE d'**emlyon**, promotion 2015, respectivement, ont donné une conférence sur les biais psychologiques de l'investissement. Les intervenants ont explicité certaines des erreurs psychologiques les plus courantes commises sur les marchés financiers, ainsi que des moyens simples pour y remédier.

## Forum mondial sur la transformation numérique de la santé pharmaceutique | EMBA | 22-09-21 | Pékin

Digital Intelligence Empowerment, Leading Transformation

**emlyon** business school via son programme EMBA – le seul en Chine axé sur la transformation numérique – a organisé un "Global Pharma Digital Transformation Development Forum" à Pékin le 22 septembre. Le forum a convié des dirigeants de plateformes digitales, ainsi que des experts et universitaires à partager leurs recherches dans le domaine de la santé numérique.

## 数智赋能 创领转型

### 全球医药大健康数字化转型发展论坛

2021.09.22 下午13:30  
北京香格里拉酒店三层宴会厅

主办单位：媒体支持：  
MBA China MSA China 中企视讯

协办单位：  
MBA China MSA China 中企视讯

演讲嘉宾：  
Patrick Nowlin (美国国家大学系统执行副总裁)  
彭维 (腾讯医疗)  
陈尔文 (腾讯医疗)  
刘海特 (腾讯医疗)  
魏晓静 (腾讯医疗)  
毕卓星 (腾讯医疗)  
朱杜娟 (腾讯医疗)

L'épidémie de COVID-19 a non seulement modifié la façon traditionnelle dont les médecins et les patients recourent à des services médicaux, mais elle a aussi donné l'occasion de résoudre par internet la contradiction entre l'offre et la demande dans le domaine de la médecine et de la santé. La principale cible du marketing pharmaceutique a toujours été les cliniciens, sans que l'on accorde beaucoup d'attention aux véritables patients, utilisateurs finaux.

Le forum a donné lieu à des discussions approfondies et des conseils professionnels sur la stratégie de développement numérique adaptée à au portefeuille de produits, la mise sur le marché, le marketing digital, les paiements innovants, le changement de canal, etc.

Pour suivre les dernières actualités :





## AGENDA / ACTUALITÉ DU CLUB

**Le 19/11/21**

**16h – 17h**

### **Différences culturelles Chine/France au quotidien et bien être**

Cette conférence s'inscrit dans le cadre de l'accueil des étudiants organisé par le BDI qui se déroulera du 15 au 20/11 sur le campus d'Ecully.

Isabelle Sengel, diplômée **emlyon** business school et consultante en management par l'espace, présentera les aspects culturels chinois et les différences fondamentales avec notre culture, puis nous sensibilisera sur les questions de bien-être selon les valeurs chinoises.

Cette manifestation sera retransmise via zoom.

**Les inscriptions** se feront via le BDI et sur la plateforme du **Club Chine emlyon alumni**. **L'évènement est gratuit.**

**A venir...**

**Conférences**

### **Emploi : IBD & Financial Market Sharing Event**

Une présentation sera faite aux personnes intéressées par un stage ou un emploi en **Investment Banking** et en **Financial Market** à **Paris** ou **Londres**. Cette présentation sera réalisée par un banquier d'affaire « M&A » (Londres), un broker (Paris) et un ancien Deputy CEO d'une grande institution anglo-saxonne.

Elle concerne tous les métiers de la finance (juridiques, data, informatiques, financiers...).

**Les inscriptions** se feront sur la plateforme du **Club Chine emlyon alumni**. **L'évènement est gratuit.**

### **Secteur : Logistique, flux entre la Chine et l'Europe**

En collaboration avec la **CCI Grand est** et la **CCIFC** et **BEO Consulting**

Un tableau général sera dressé sur les flux, les grandes routes logistiques et les types de transports les plus usités avec les grandes tendances avant et depuis la sortie de crise.

**Retrouvez-nous sur :**

WeChat : [ClubChine\\_emlyon](#)

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

Facebook : <https://www.facebook.com/Club-Chine-emlyon-100117951746874>

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

Vous pouvez également à tout moment nous contacter par :

E-mail : [clubchine.emlyon@gmail.com](mailto:clubchine.emlyon@gmail.com)

**Rubrique Services :**

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

Le Club Chine **emlyon** alumni peut vous mettre en relation si besoin avec des partenaires qui donnent des cours de mandarin ou de cantonnais, de Français Langue Etrangère, vous aident à vous perfectionner ou à préparer les examens HSK, DELF et le diplôme DCL reconnu par l'UE dans le Cadre européen commun de référence pour les langues (CECRL) permettant d'améliorer ainsi l'employabilité dans l'Union européenne. Enseignements éligibles au DIF / CPF. *Professeurs intervenant dans les plus grands lycées, en prépas et en écoles de commerce.*

Pour en savoir plus : [songwendy@icloud.com](mailto:songwendy@icloud.com)