

# L'économie numérique chinoise ; un modèle économique efficace, innovant et équitable pour les pays en développement China's digital economy; an efficient, innovative and equitable economic model for developing countries

Mohamed Mouloud BELAID <sup>1</sup>, Yamina SOUDANI <sup>2</sup>

<sup>1</sup>Université Badji Mokhtar- Annaba (Algérie), [moh-mouloud.belaid@univ-annaba.dz](mailto:moh-mouloud.belaid@univ-annaba.dz)

<sup>2</sup>Université Badji Mokhtar- Annaba (Algérie), [yamina.soudani@univ.annaba.org](mailto:yamina.soudani@univ.annaba.org)

reçu: .././2022

Accepté: .././2022

Publié: .././2022

## Résumé:

L'impact de la révolution numérique en association avec l'invention phénoménale de l'internet continue à progresser et prendre une ampleur importante sur les processus de production, les processus d'achat, le comportement et les besoins des clients, les transactions financières et même sur la nature des biens et services disponibles dans l'économie nationale et internationale. Dès lors, l'ensemble de l'économie mondiale est convertie au « numérique ». Ainsi, cette recherche s'intéresse spécifiquement à l'expérience chinoise en tant que modèle économique qui ne cesse de développer ses techniques du commerce en ligne, créer des géants du Web et établir un écosystème numérique solide afin d'en tirer des enseignements empiriques et comprendre comment le numérique peut transformer les organisations, les marchés et l'économie de manière générale.

**Les mots clés:** Economie numérique; Technologies de l'information et de la communication; Chine; Réseaux sociaux; E-commerce.

## Abstract:

The impact of the digital revolution in association with the phenomenal invention of the internet continues to progress and grow significantly on production processes, purchasing processes, customer behavior and needs, financial transactions and even on the nature of goods and services available in the national and international economy. As a result, the entire global economy is converted to "digital". Thus, this research focuses specifically on the Chinese experience as an economic model that continues to develop its e-commerce techniques, creating web giants and building a strong digital ecosystem to learn from experience and understand how digital can transform organizations, markets and the economy in general.

**Keywords:** Digital Economy; Information and Communication Technologies; China; Social media; E-commerce.

*\*Auteur correspondant.*

## 1. INTRODUCTION

Depuis le boom technologique des années 2000, de nombreuses régions du monde, les pouvoirs publics, les entreprises et toute la société civile ont très rapidement compris que le développement d'aujourd'hui et de demain n'est envisageable qu'avec un capital humain qui utilise et excelle les technologies de l'information et de la communication dans son quotidien. Ainsi, il est maintenant primordiale pour les gouvernements d'intensifier leurs investissements dans les TIC et de lancer des plans d'actions en faveur de la transformation numérique afin de rejoindre le nouvel élan conçu par la « Digital Transformation ». D'où la problématique de notre recherche suivante :

**Dans quelle mesure l'investissement dans les technologies de l'information et de la communication peut contribuer à la croissance économique des pays en développement ?**

Pour répondre à cette question, nous avons opté pour une approche descriptive afin d'identifier les jalons de l'économie numérique dans son ensemble, puis l'approche analytique afin d'étudier les informations et les données récoltées sur l'économie numérique en Chine. Ce dragon asiatique est considéré comme un des leaders les plus marquants qui est sur la bonne voie pour transformer la moitié de son économie en une économie dite « numérique ». D'ailleurs, en 2017, l'économie numérique chinoise comptait pour près de 33 % du PIB national, grâce à une forte motivation, beaucoup d'initiatives et une volonté robuste du gouvernement, des citoyens et des entreprises chinoises.

## 2. Le cadre théorique de la recherche

### 2.1 Définition de l'économie numérique

L'économie numérique est une forme de dépassement de la théorie de la firme classique grâce à des entreprises servant des centaines de millions d'utilisateurs bouleversant les règles de jeux et transformant radicalement tous les secteurs de l'économie par l'intensité de leur recours aux technologies numériques, par l'amélioration en continu du design de leurs interfaces et des expériences qu'elles proposent à travers leurs applications et par le levier qu'elles font des données issues de l'activité de ses utilisateurs (Collin & Colin, 2013).

Avec la révolution numérique vécue actuellement, plusieurs expressions émergent en créant une confusion entre l'économie numérique et d'autres évolutions tels que : les TIC, les NTIC, le commerce en ligne, l'industrie 4.0 .....etc. A titre d'exemple, le secteur des TIC regroupe, selon l'OCDE et l'Insee, les entreprises qui produisent des biens et services tels que le traitement de l'information, la gestion du Big Data afin de contribuer au processus de « numérisation de l'économie », dès lors, les TIC couvrent seulement une partie de

**L'économie numérique chinoise ; un modèle économique efficace, innovant et équitable  
pour les pays en développement**

---

l'économie numérique. Et pour mieux comprendre la distinction entre ces deux vocables , il est utile de tracer les contours du secteur de l'économie numérique en passant par les trois sous-secteurs suivants : (Lemoine et al, 2011, p. 109)

- Le secteur TIC au sens de l'OCDE (matériel et composants électroniques, télécommunications, services informatiques et logiciels...).
- Les secteurs utilisateurs de TIC, qui utilisent ces technologies et gagnent en productivité grâce à elles mais dont l'activité préexiste à l'émergence des TIC (banques, tourisme, automobile...).
- Les activités dont l'existence est liée à l'émergence des TIC (services en ligne, jeux vidéo, E-commerce...).

Dans un autre ordre d'idées, la Banque Mondiale indique dans son rapport sur le développement dans le monde (2016, p.2) que l'intégration des technologies numériques dans l'économie via la recherche et le développement, l'automatisation et la coordination, les économies d'échelle et les plateformes favorise la mise en valeur d'un écosystème inclusive, efficace et innovant. Et le tableau ci-dessous explique et confirme le postulat de ce rapport :

**Tableau01: L'impact du numérique sur les activités de l'entreprise**

<b>Le numérique favorise l'inclusion</b>	<b>Le numérique favorise l'efficacité</b>	<b>Le numérique favorise l'innovation</b>
Les transactions coûteuses due aux coûts de recherche d'informations et qui entraînent un manque de confiance et de transparence, faisaient perdre des contrats aux entreprises. Ceci est atténué et facilité par les technologies numériques, qui donnent des solutions au déficit de l'information, développent des activités commerciales, créent des	Rendant les transactions plus rapides grâce au numérique, les entreprises automatisent une grande partie de leur activité, avec comme résultat un meilleur rendement du capital humain et un meilleur control des taches, et de facto de meilleurs bénéfices pour les clients et consommateurs.	L'internet favorise de nouveaux modèles de prestations de services, à l'image des plateformes de commerce électronique, qui même si leur cout de déploiement est relativement élevé, le cout d'une transaction ou de l'ajout d'un utilisateur est relativement faible, ce qui permet aux entreprises d'avoir de meilleurs rendements, en

emplois, et accroissent l'accès aux services, et favorisent l'inclusion.		rivalisant avec les concurrents conventionnels.
--	--	---

Source : Adapté de « L'impacte du marketing digital sur la performance des entreprises : cas d'un échantillon d'entreprises algériennes », par Farhane, F., 2019, Thèse de doctorat, UNIVERSITE DJILLALI LIABES DE SIDI BELABBES.

Au terme de l'analyse, l'économie numérique est un nouveau paradigme de gestion des ressources humaines et financières en faveur d'un nouveau modèle de production et de consommation des biens et services dans un élan numérique où toutes les actions et les réactions, les opportunités et les menaces, les phénomènes et événements sont traduits en données numériques via des outils informatiques, traitées et communiquées grâce à un réseau internet dans un système désigné par l'intelligence artificielle.

## 2.2 L'économie numérique d'aujourd'hui est dominée par les effets réseau

L'économie « numérique » se singularise par l'importance des phénomènes de rendements croissants : plus une entreprise a de clients, plus elle est « productive », au sens où elle peut offrir un meilleur service pour le même prix, ce qui attire de nouveaux clients, et ainsi de suite. Ce phénomène est lié aux effets de réseau<sup>1</sup>. La multiplication des activités à effets de réseau dans l'économie numérique s'explique par l'abaissement des coûts de transaction : les technologies numériques rendent plus facile l'authentification de l'autre partie d'une transaction, facilitent l'apprentissage de la réputation, permettent de communiquer aisément et de retracer les échanges – en d'autres termes, d'établir de la confiance entre des parties qui ne se connaissent pas. De là, on peut retracer cinq grandes façons par lesquelles les technologies numériques transformeront les activités économiques : (D'Souza & William, 2017, p.6)

- Collecte et analyse de données: Les entreprises seront en mesure de recueillir de grandes quantités d'information sur les préférences des clients et de s'en servir pour prévoir le comportement de ceux-ci et améliorer la prestation de services.

- Personnalisation: Les entreprises pourront fournir des produits et services conçus sur mesure. Les clients escomptent vivre une expérience simplifiée et s'attendent à ce que les commerçants possèdent les renseignements pertinents sur

---

<sup>1</sup> Une activité est caractérisée par des « effets de réseau » si la valeur (ou l'utilité) du produit ou du service qu'elle offre croît avec le nombre de ses utilisateurs.

leur historique d'achats, leurs préférences de facturation, leur adresse de livraison, etc.

- Expérimentation et amélioration continue : Les entreprises seront à même d'exploiter de grands ensembles de données et de puissants algorithmes de prévision pour automatiser leurs systèmes et éclairer leurs décisions concernant la production et l'affectation des ressources.

- Innovation en passation de contrats: Les entreprises et les clients pourront suivre, surveiller et vérifier les activités exécutées par les autres parties aux contrats, ce qui facilitera de nouveaux types de transactions économiques (par exemple, service de transport accessible par application mobile, monnaie électronique et grand livre partagé).

- Coordination et communication: Les outils de communication (par exemple, logiciels de partage de fichiers, vidéoconférence et appareils mobiles sans fil) permettront aux gens et aux ressources d'interagir avec une flexibilité accrue, peu importe où ils se trouvent. Les entreprises parviendront plus facilement à offrir leurs produits et services sur les marchés mondiaux.

### **3. Les piliers majeurs de l'expérience chinoise dans le domaine de l'économie numérique :**

#### **3.1 Origines de l'économie numérique chinoise**

Dès les années 1990, le gouvernement chinois a fait le choix de développer massivement les infrastructures et les services sur Internet, faisant de la Chine le premier pays en nombre d'internautes, avec plus de 731 millions d'internautes en janvier 2017, soit 53 % de la population (Arsène, 2017, p.36). Donc en premier lieu, l'incorporation de l'internet est la principale source du développement de l'économie numérique de la Chine, dans la mesure où elle a favorisé sa mise en œuvre pour mettre en ligne toutes les prestations publiques et/ou privée comme : les services sanitaires, les services de l'éducation, le commerce, le marketing, et la gestion du Big Data en utilisant les moteurs de recherche, les réseaux sociaux et les plateformes transactionnelles ou celles d'innovation.

#### **3.2 Etat de la connectivité**

Selon un rapport publié par le Centre d'Information du réseau Internet de Chine le 3 février 2020, le nombre d'internautes chinois a atteint 989 millions, soit une augmentation de 85,4 millions par rapport à mars 2020, et le taux de pénétration d'Internet a atteint 70,4%, soit une augmentation de 5,9% de plus par rapport à mars 2020 (Yishuang, 2021) , Il faut en outre identifier le portrait exacte

de ces internautes et leurs champs d'intérêt .

la croissance principale des internautes est passée du groupe de jeunes au groupe composé de mineurs et de personnes âgées. La Chine compte près de 260 millions d'internautes âgés de plus de 50 ans et 160 millions d'internautes de moins de 20 ans. En 2005, les utilisations principales d'internet étaient, par ordre d'importance, la consultation de nouvelles, essentiellement en matière de divertissement (notamment cinéma, musique, vedettes), les moteurs de recherche, les conversations en temps réel, la consultation des boîtes de courrier électronique et le téléchargement (Zyw Melo, 2019). Progressivement, et principalement en 2008, la très grande majorité des internautes chinois utilisent Internet avant tout, voire exclusivement pour faire des jeux en ligne (Liang, 2008, p.2).

À partir des années 2010, les achats et les paiements en ligne ont commencé à prendre leur envol. Ils représentent aujourd'hui un très fort moteur de développement du secteur du numérique. Les autorités tablent, de fait, sur le e-commerce pour soutenir la croissance économique interne. Pour preuve, en 2017, la Chine dominait le volume mondiale de commerce en ligne avec 40% des échanges globaux.





Selon une étude réalisée par Oracle (2019) la structure de l'Internet chinois ne ressemble à aucune autre, elle ressemble à un intranet gigantesque. De plus, le pays a très peu de points de connexion à l'Internet mondial, n'a pas de compagnies de téléphone étrangères opérant à l'intérieur de ses frontières, et le trafic Internet Chine-Chine ne quitte jamais le pays.

### **3.3 Utilisation des réseaux sociaux**

Pour des raisons économiques et politiques, on ne peut pas parler de Facebook, Twitter, instagramme, Skype ou Google quand il s'agit de réseaux sociaux utilisés en Chine étant donné que cette dernière a décidé de créer sa propre communauté virtuelle et protéger la moindre donnée sociale, économique ou autre du monde extérieur en particulier les Etats-Unis. Ainsi, le tableau ci-dessus présente les quatre réseaux sociaux les plus populaires en Chine et dont l'impact a pu bouleverser l'histoire de l'économie chinoise :

## L'économie numérique chinoise ; un modèle économique efficace, innovant et équitable pour les pays en développement

**Tableau02 : Les principaux réseaux sociaux chinois**

WeChat	<p>Lancée en 2011 par le numéro deux du Web en Chine, Tencent, l'application WeChat et après seulement trois ans d'existence, elle revendique plus de 300 millions d'utilisateurs actifs, ce qui la hisse sur le podium des services de messagerie instantanée les plus utilisés au monde. Comme WhatsApp, WeChat est téléchargeable gratuitement. Mais ses utilisateurs sont partout poussés à la dépense. Plus qu'une messagerie instantanée et qu'un réseau social, WeChat est une plateforme multiservice. On l'utilise aussi pour jouer aux jeux vidéo (qui représentent plus de 80 % des revenus de WeChat), gérer son compte bancaire, s'envoyer des étrennes pour le Nouvel An ou même cotiser pour son assurance-santé (Ronfaut, 2014).</p>
	
Weibo	<p>Le service de microblog Weibo lancé par le portail Sina a connu un succès fulgurant dès son lancement en 2008. La réactivité de ce service de publication instantanée a démultiplié les espaces de conversation en ligne. Rassemblant aujourd'hui plusieurs centaines de millions d'utilisateurs, cette plateforme a amené de nouvelles pratiques de la discussion au sein d'un environnement médiatique chinois traditionnellement très contrôlé. La valorisation importante sur les marchés d'affaires du titre Sina témoigne du succès économique et commercial de l'entreprise (Renaud, 2014).</p>
	
QQ	<p>Tencent QQ est considéré comme l'un des logiciels de messagerie instantanée (IM) les plus populaires en Chine qui compte 899 millions d'utilisateurs actifs mensuels au deuxième trimestre de 2016. Elle intègre les communautés de réseau social, les sites web personnels, les microblogs, des cours en ligne, des emails, les applications d'apprentissage et peut être utilisé sur toutes les plateformes. Ainsi, nous pensons qu'il est inapproprié de le définir comme un simple logiciel de messagerie instantanée (Lei &amp; Marešová, 2018, p.102)</p>
	
Douyin	<p>Douyin et TikTok sont des entités distinctes au sein du groupe ByteDance. Les deux applications chinoises utilisent des systèmes similaires mais leur évolution est différente. Elles ne sont pas au même stade de développement et ne disposent pas des mêmes fonctionnalités ....En 2018, Douyin était l'application la plus téléchargée au monde sur Apple Store devant YouTube, WhatsApp, Messenger et Instagram. Développée en 2016, en moins de cent jours, Douyin (en français : "le son qui secoue") a atteint en dix-huit mois la barre du milliard de vidéos vues</p>
	

quotidiennement. Avec désormais plus de 500 millions d'utilisateurs, Douyin, rebaptisée TikTok à l'international depuis juillet, cartonne déjà au Japon, en Thaïlande et aux États-Unis (Grasset, 2018).

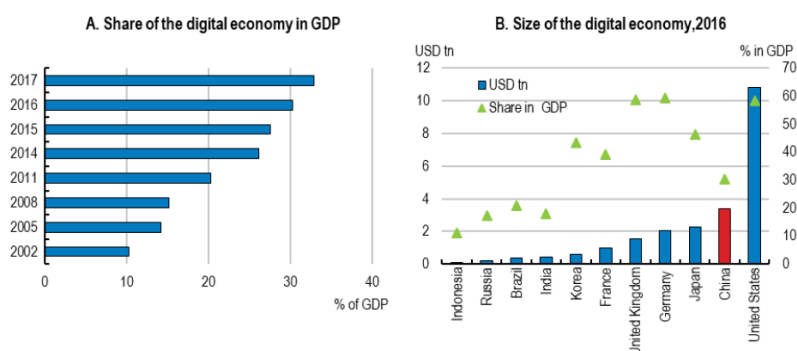
**Source:** Elaboré par nos soins

En somme, les réseaux sociaux décrits ci-dessus sont des logiciels qui ont changé l'algorithme de l'économie chinoise, faisant de cette dernière une puissance mondiale et un concurrent compétant en e-commerce. De surcroît, l'Indice Mondial de l'Innovation fait apparaître que s'il est souvent difficile pour les économies émergentes d'améliorer leurs systèmes d'innovation à un rythme constant, quelques économies à revenu intermédiaire parviennent néanmoins à faire aussi bien que les pays développés dans ce domaine, tel est le cas de la Chine qui reste la seule économie à revenu intermédiaire parmi les 30 premières économies d'innovation, ainsi, elle représente un exemple à suivre et un modèle économique fortement motivant pour les pays en développement.

### 3.4 La transformation numérique : une opportunité exceptionnelle pour les entreprises chinoises

La transformation numérique offre des opportunités d'évolution que les entreprises et les décideurs chinois ont été prompts à saisir. Selon la mesure couramment utilisée en Chine<sup>2</sup>, l'économie numérique représente désormais environ un tiers du PIB de la Chine et un cinquième des emplois, et progresse rapidement comme l'illustre la figure suivante :

**Figure01: La taille de l'économie numérique de la Chine (Valeur ajoutée de l'économie numérique en milliards USD et en pourcentage du PIB)**



<sup>2</sup> La mesure de l'économie numérique correspond à la somme de la valeur ajoutée directe et indirecte du secteur des TIC. La valeur ajoutée directe équivaut à la somme de la valeur ajoutée des activités manufacturières liées aux TIC et des services TIC, tandis que la valeur ajoutée indirecte est obtenue en calculant l'intensité d'utilisation des intrants TIC dans d'autres secteurs.

## L'économie numérique chinoise ; un modèle économique efficace, innovant et équitable pour les pays en développement

---

Source : Reproduite à partir de « Etude économique de la Chine 2019 », OCDE, (2019), repéré à : <https://www.oecd.org/fr/economie/etudes/Chine-2019-OCDE-etude-economique-synthese.pdf>

En 2020, le chiffre d'affaires du commerce en ligne global atteignait 1 249 milliards d'euros, L'ampleur de l'économie numérique chinoise au regard de ces indicateurs s'explique par les volumes conséquents d'intrants TIC intermédiaires utilisés essentiellement et massivement dans les entreprises chinoises dont les plus marquantes sont :

- **Le Géant Alibaba** : Désormais, le groupe détient directement 10 filiales dont les domaines sont variés bien que toujours en lien avec Internet : Lazada Group, Tmall et Alibaba.com dans le e-commerce ; Youku, Alibaba Pictures, South China Morning Post dans le divertissement et les médias puis Alibaba Cloud, AutoNavi, UCWeb et AGTech Holdings Limited dans l'hébergement de sites web. De plus, l'hégémonie d'Alibaba sur les services numériques chinois est presque aussi importante que celle de Google en Occident : le groupe marque même le lancement d'une nouvelle ère digitale, dont la progression ne peut être arrêtée (CQEG, 2022, p.5) On trouve aussi à coté d'Alibaba, Baidu et Tencent qui ont pu instaurer un empire du e-commerce, pour cela, le gouvernement chinois place le secteur de l'internet, la recherche & développement et tout les investissement en matière des TIC comme une priorité afin de devenir le leader mondial dans le e-commerce.

- En second lien, on trouve d'autres marqueurs de ce succès, tels que (Ambassade de France en Chine, s. d) :

- **Pinduoduo** : fondée en septembre 2015, Pinduoduo est le numéro 3 du e-commerce en Chine. La plateforme s'est rapidement démarquée en proposant des programmes de fidélisation basés sur la gamification des achats, offrant des réductions aux personnes partageant des mini-jeux et activités promotionnelles avec leurs contacts.
- **Xiaohongshu** : fondée en 2013, Xiaohongshu s'est positionné dès sa création comme une plateforme de e-commerce intégrée à un réseau social. L'entreprise compte 100 M d'utilisateurs actifs par mois, dont la plupart appartiennent à la génération des « millenials » (72%) et sont des femmes (85%). Xiaohongsu héberge les boutiques officielles de grandes marques mais dispose également de ses

propres référencements « fulishe», « xiaohongdian » et REDelight. Depuis 2018, des liens vers Xiaohongshu a été directement incorporés dans la section « commentaires » de Taobao (Alibaba)

- **JD.com** : concurrent principal de Tmall, il s'agit d'un site qui était initialement spécialisé dans les produits électroniques. Aujourd'hui, sa gamme s'est considérablement développée et JD.com vend absolument de tout. Son point fort ? L'optimisation de l'expérience client. D'ailleurs, son service de livraison couvre la totalité du territoire chinois, ce qui est encore extrêmement rare (Sansonetti, s. d).

#### 4. CONCLUSION

L'influence majeure de l'économie numérique sur la croissance économique est désormais flagrante, en s'appuyant sur les TIC, cette nouvelle économie ne cesse de faire évoluer et changer les pratiques managériales dans les organisations publiques et privées. Il en va de même pour le quotidien des individus, partie prenante d'une révolution numérique qui est sans doute le moteur principal des mutations intervenues dans les besoins de la génération actuelle.

En dernière analyse, on peut constater que l'internet a fait du monde un petit village planétaire où l'adoption de l'économie numérique n'est plus une opportunité à saisir mais plutôt une nécessité urgente pour les pays en développement afin de mieux répondre aux attentes des populations et à la concurrence mondiale en matière d'innovation. A ce propos, les gouvernements qui entendent construire une nouvelle structure de leur économie grâce aux TIC doivent absolument prendre en considération les recommandations suivantes :

- Mettre en place une politique publique dont le but de moderniser le secteur des technologies de l'information et de la communication en faveur des PME et des Startups qui désirent rivaliser avec les dernières inventions, augmenter leur productivité et développer de nouveaux marchés à l'intérieur du pays comme à l'extérieur.
- Encourager et attirer les jeunes entreprises innovantes et numériques en offrant des avantages fiscaux, des dispositifs de soutien, une flexibilité dans les démarches administratives et juridiques et notamment un cadre réglementaire propice au développement des infrastructures numériques.
- Faire connaître et apprécier le nouveau statut de l'« Entrepreneur Numérique » en mettant en valeurs la multitude de métiers créés par le secteur du numérique tels que : les architectes de système d'informations,

les web designers, les ingénieurs d'intégration, les entreprises de conseil en technologies, ...etc.

- Recourir aux services en ligne via les différentes plateformes, par exemple : les entreprises plateformes, les plateformes digitales, les plateformes IT, les plateformes business et les réseaux sociaux afin de compléter le plan de relance économique national par une économie numérique solide et prospère adaptée au nouvel écosystème mondial.
- Développer un capital humain et une main d'œuvre adaptés aux évolutions numériques en collaboration avec les chercheurs académiques, les spécialistes et notamment les entreprises numériques afin de mieux vulgariser la culture entrepreneuriale, numérique et technologique.
- Impulser les efforts des différentes entreprises vers l'investissement dans le secteur des TIC et d'innovation en utilisant des outils tels que : l'open source, le cloud computing, les machines learning afin d'améliorer la gestion de leur ressources (coût, efficacité, qualité) grâce à la collecte et au traitement de volumineux données abondantes.
- Mener des analyses comparatives ou du « Benchmarking » avec des pays reconnus comme leaders dans l'économie numérique plus particulièrement : la Suisse, la Suède, les États-Unis d'Amérique, le Royaume-Uni et la République de Corée et la Chine qui se rapprochent du top 10 des pays les plus innovants.

## **5. Liste bibliographique:**

### **1-Thèses:**

Farhane F (2019), L'impacte du marketing digital sur la performance des entreprises : cas d'un échantillon d'entreprises algériennes, UNIVERSITE DJILLALI LIABES DE SIDI BELABBES.

Renaud C (2014), Conception d'un outil d'analyse et de visualisation des mèmes Internet. Le cas du réseau social chinois Sina Weibo, TELECOM ParisTech.

### **2-Articles de revue:**

Arsène S, (2017), L'opinion publique en ligne et la mise en ordre du régime chinois. Participations, 1(17), pp.35-58.

D'Souza C., & William D, (2017), L'économie numérique, Revue de la Banque du Canada.

Lei Y & Marešová H, (2018), The use of QQ in EFL teaching and learning : a literature review, ResearchGate, pp.101-113.

Lemoine N., Lavigne B., & Zajak M, (2011), L'impacte de l'économie numérique, ENTREPRISE.

### **3-Articles du séminaire:**

Liang G, (2008), Opinion publique en Chine, Séminaire du Programme Chine du Centre Asie de l'Ifri. Bruxelles, 23 septembre, France, Repéré à : [https://www.ifri.org/sites/default/files/atoms/files/comptendu\\_internet\\_guoLiang.pdf](https://www.ifri.org/sites/default/files/atoms/files/comptendu_internet_guoLiang.pdf)

### **4-Documents divers:**

Ambassade de France en Chine (s. d.), Réseaux sociaux et e-commerce: la Chine à l'avant-garde des nouvelles tendances de consommation. Repéré à : <https://www.tresor.economie.gouv.fr/Articles/8849ef99-8557-4dbc-850b-92c8e79c655b/files/a2639794-23f6-4449-a13cd790193f5fa3#:~:text=La%20Chine%20est%20le%20premier,transformation%20des%20habitudes%20de%20consommation>.

Collin P., & Colin , (2013), Mission d'expertise sur la fiscalité de l'économie numérique.

CQEG, (2022), Jack Ma, Pilier d'Alibaba ou Homme d'affaire remplaçable ? Une analyse des stratégies commerciales et politiques du Groupe.

La Banque Mondiale, (2016), Rapport sur le développement dans le monde.

OCDE, (2019), Etude économique de la Chine 2019, Repéré à : <https://www.oecd.org/fr/economie/etudes/Chine-2019-OCDE-etude-economique-synthese.pdf>

### **5-Sites Internet:**

Clmpanu C, (2019, 23 juillet), Oracle: China's internet is designed more like an intranet, ZDNET, Repéré à : <https://www.zdnet.com/article/engineering-management-degree/> (consulté: 15/05/2022)

Grasset L, (2018, 12 novembre), Douyin, la nouvelle application chinoise qui fait un carton, Le journal de dimanche, Repéré à : <https://www.lejdd.fr/Economie/douyin-la-nouvelle-application-chinoise-qui-fait-un-carton-3789365> (consulté le :19/05/2022)

Ronfaut L,(2014, 18 mars), WeChat, l'appli chinoise qui rivalise avec WhatsApp. Figaro/ Tech ans Web, Repéré à : <https://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/2014/03/18/32001-20140318ARTFIG00028-wechat-l-appli-chinoise-qui-rivalise-avec-whatsapp.php> (consulté le: 19/05/2022)

**L'économie numérique chinoise ; un modèle économique efficace, innovant et équitable  
pour les pays en développement**

---

Sansonetti J, (s. d.), E-commerce en Chine : Tout comprendre du marché et des tendances pour vous exporter, Repéré à : <https://www.wizishop.fr/blog/la-chine-et-le-e-commerce.html> (15/05/2022)

Yishuang L, (2021, 08 février), La Chine compte près d'un milliard d'internautes, mais pourquoi plus de 400 millions de Chinois ne surfent-ils pas sur Internet ?, Le Quotidien du Peuple, Repéré à : <http://french.peopledaily.com.cn/VieSociale/n3/2021/0208/c31360-9817434.html> (consulté le : 13/05/2022)

Zyw Melo A, (2019, 07 mars), Le prodigieux développement d'Internet en Chine, La revue des médias, Repéré à : <https://larevuedesmedias.ina.fr/le-prodigieux-developpement-dinternet-en-chine> (consulté: 13/05/2022)