



CHINE

*Les nouveaux moyens de paiement,
outils et enjeux de stratégie nationale
en Chine.*

Brice ALBERT, Jeremy BAOT, Mathilde HUE, Franz JIOFACK TANGOUSTOP,
Manon LEMERCIER, Anne L'YVONNET, Kévin NOYERIE, Lucas ROCHE-POGGI

SOMMAIRE

SOMMAIRE	1
INTRODUCTION	2
TITRE I – Les acteurs de la révolution des moyens de paiement en Chine	5
CHAPITRE I - Les enjeux de la régulation monétaire chinoise.....	5
CHAPITRE II – Les acteurs traditionnels	6
CHAPITRE III – Les nouveaux acteurs des moyens de paiement.....	7
Les protagonistes de la FinTech.....	7
Les enjeux des monnaies virtuelles	9
Une concurrence domestique exacerbée.....	10
TITRE II – Enjeux de la donnée	12
CHAPITRE I – Une stratégie nationale au service d’une spécificité locale	12
Le QR code, moyen de paiement privilégié par le consommateur chinois	12
Le NFC (Near Field communication), une technologie concurrente à l’impact limité.....	13
Un marché local impénétrable	13
Une stratégie de monnaie virtuelle	14
Collecte et sécurisation des données : la Chine à l’heure de la révolution <i>data</i>	17
CHAPITRE II - Les moyens de paiement comme nouveaux outils de puissance	22
China UnionPay : un acteur international de premier plan.....	22
L’Asie Centrale et Pacifique : des zones de rayonnement majeures	23
La conquête du marché africain	26
L’Inde, cible privilégiée	28
La maîtrise des données mise en cause : le cas russe	30
La mainmise américaine sur le système de paiement européen : l’impossible pénétration de l’Occident	31
CONCLUSION	33
BIBLIOGRAPHIE.....	35
GLOSSAIRE.....	45
ANNEXES	47

INTRODUCTION

« *La capacité des moins vulnérables à manipuler ou à échapper aux contraintes d'une relation d'interdépendance est une source importante de pouvoir* »¹ (Robert Keohane et Joseph Nye). Si leur vision initiale (*Power and interdependence*, 1977) négligeait l'analyse des rapports de force et de domination entre les puissances, l'article de 1988 pose en substance la question de ces rapports de force internationaux à l'aune de la dépendance entre les économies mondiales. En dépit d'une mondialisation croissante des flux de personnes, biens, capitaux et informations, d'une gouvernance et d'une législation toujours plus supranationales, la scène internationale reste, demeure, dirigée par des intérêts et des stratégies bien nationales.

« *Les flux d'échanges de biens et de services, les mouvements de capitaux, les développements scientifiques et techniques, toutes les caractéristiques des évolutions matérielles liées à la mondialisation procèdent en dernière analyse de choix politiques, déterminés, soutenus ou acceptés par les États, et par les grandes puissances en particulier* » disait Pierre de Senaens².

À l'ère d'une numérisation exponentielle de l'économie, on pourrait croire que les États voient plus que jamais le contrôle de leur souveraineté leur échapper. Dopés par les développements technologiques (notamment les nouvelles technologies de l'information et de la communication – NTIC), les systèmes économiques parallèles qui se développaient autrefois à leurs périphéries agissent désormais en leur sein, au travers de chacun de leurs concitoyens, et viennent impacter en profondeur chacun des segments sociétaux.

Le système bancaire n'est pas épargné par ces développements. Désormais acteurs « d'un monde qui bouge » les acteurs historiques des moyens monétaires, bancaires et de paiement sont désormais directement concurrencés par les nouveaux arrivants de la « Fintech ». De facto, de nombreux enjeux sont soulevés : au-delà de l'atteinte directe à la souveraineté en matière de paiements³, *quid* de la gestion et de la sécurisation des données bancaires et personnelles des utilisateurs ?

Pourrait-on concevoir que dans un monde d'« interdépendance complexe », des acteurs étatiques pourraient reprendre à leur compte ces nouveaux moyens, comme des outils de puissance, accentuant la dépendance d'autres États à leur égard ? Acteur de proue des moyens de paiement mobile, la République Populaire de Chine fait figure d'exemple à cet égard.

¹ KEOHANE Robert O., & NYE Joseph, "Power and Interdependence in the Information Age", *Foreign Affairs*, Sept/Oct.1988, Vol 77, N°5, p.86

² DE SENARCLENS Pierre, « Théories et pratiques des relations internationales depuis la fin de la guerre froide », *Politique Etrangère*, 2006/4, pp.747-759

³ Ardemment défendue par SITRUK Hervé, « Les nouveaux enjeux européens des paiements », *ClubSEPA.eu*, 17 mai 2017, p.1

Usine du monde, la Chine demeurait grevée jusqu'à peu d'un retard technologique patent en comparaison des autres superpuissances mondiales.

Evoluant d'abord à l'ombre de l'Union des Républiques Socialistes Soviétiques (URSS), dans le cadre d'un partenariat stratégique signé entre Mao Tsé-Toung et Staline, la République Populaire de Chine s'est progressivement émancipée de son grand voisin. En effet pour Mao dès 1933, l'édification économique était non pas le but, mais le préalable, à l'assurance des conditions matérielles nécessaires à la poursuite de la guerre révolutionnaire⁴.

Ainsi la destalinisation de l'Union soviétique, débutant une ère de coexistence pacifique entre l'URSS et les Etats-Unis, ainsi que le refus de doter la RPC de l'arme atomique, a entériné la volonté de distanciation de Beijing vis-à-vis de Moscou. Contemplant l'échec du « grand bon en avant » (1958-1961), l'URSS soutiendra l'Inde dans le conflit frontalier qui l'oppose à la RPC en 1962.

Devant l'échec de la crise des missiles de Cuba, la Chine dénoncera plus avant la position de superpuissance de l'Union soviétique, « s'efforçant de régler, de connivence avec les Etat-Unis, les problèmes mondiaux au mieux de ses intérêts »⁵. La distanciation progressive des relations entre URSS et RPC verra son acmé dans la lettre chinoise dite « des 25 points » de 1963 et dans un conflit frontalier de basse-intensité entre les deux puissances en 1969.

La RPC profitera de cette nouvelle position internationale afin de se rapprocher des « nations opprimées du Tiers-monde »⁶ et des républiques socialistes en désaccord avec les positions moscovites (ainsi de la République populaire socialiste d'Albanie), dans le cadre plus général de sa « révolution culturelle » initiée en 1966.

Suite à la mort de Mao en 1976, les efforts d'ouverture du régime, via le développement d'une « économie socialiste de marché » chère à Deng Xiaoping, ont entraîné un afflux croissant d'investissements étrangers (IDE) dans le pays. Parallèlement, les autorités ont su développer l'ensemble des ingrédients requis à la constitution d'un système national d'innovation⁷, via leurs universités et centres de recherches publics dans un premier temps, via des parcs scientifiques et techniques dans un second temps.

Désormais, la Chine a rattrapé son retard technologique, et tend à surpasser les puissances occidentales en de nombreux domaines : en moins de dix ans, les dépenses de Recherche&Développement (R&D) se sont accrues de 900%, et devraient atteindre les 400 milliards de dollars US en 2020⁸. Par son Plan China 2025, la République populaire tend même

⁴ TSETOUNG Mao, « Apporter de l'attention au travail économique », Août 1933, in *Œuvres choisies de Mao Tsetoung*, Editions en Langues Etrangères, Pékin, 1967, Tome I, p.144

⁵ VERNANT Jacques, « La politique étrangère de la Chine en perspective », *Politique Etrangère*, 1974, 39-2, p.169

⁶ Position déjà affirmée à la conférence de Bandung en 1955 et réaffirmée dans la lettre des 25 points de 1963

⁷ JOLLY Dominique, « La Chine, nouvel acteur de création technologique », *Le Temps*, 01 octobre 2017, p.1

⁸ ROBERT Philippine, « Chine : son incroyable percée dans les technologies d'avenir », *Capital*, 25 juin 2018, p.1

à devenir la première puissance manufacturière mondiale⁹, en misant sur les hautes technologies, notamment l'Intelligence Artificielle (IA)¹⁰.

Ayant connu une croissance économique à deux chiffres sur la dernière décennie, la Chine a réussi à développer une solide et nombreuse classe moyenne (« une Allemagne tous les sept ans »¹¹) sur laquelle viennent s'appuyer ses fleurons technologiques nationaux. Cette classe moyenne est en effet grandement demandeuse de produits de consommation et de distractions diverses. À titre d'exemple, la Chine compte déjà 731 millions d'internautes, en comparaison des 412 millions d'internautes européens et 290 millions d'internautes aux États-Unis¹².

Cette affirmation d'indépendance passe en premier lieu par le développement de moyens de paiement nationaux, nouveaux outils de contrôle économique-social des données utilisateur.

Ainsi, l'arrivée des nouveaux acteurs des moyens de paiement chinois a révolutionné le système national (Titre I). Ils sont également des vecteurs d'influence, outils de puissance au service de la vision internationale du Parti Communiste Chinois. Néanmoins, ces outils aux technologies sophistiquées posent la question des enjeux liés aux données (Titre II).

⁹ Conseil des Affaires d'État de la Chine, « Made In China 2025 plan issued », *Communiqué de presse*, 19 mai 2015.

¹⁰ « La stratégie "Made in China 2025" va permettre de revitaliser l'industrie manufacturière chinoise », *French.China.org.cn*, 22 mai 2016

¹¹ FARINE Mathilde, « La classe moyenne en Chine, c'est une nouvelle Allemagne tous les sept ans », *Le Temps*, mis à jour le 02 août 16

¹² PAQUETTE Emmanuel, « Alibaba, Baidu... Les géants chinois du Net à l'assaut du monde », *L'Express*, 30 mai 2017

TITRE I – Les acteurs de la révolution des moyens de paiement en Chine

CHAPITRE I - Les enjeux de la régulation monétaire chinoise

Avec la création en 2014 de sa Banque asiatique pour l'investissement dans les infrastructures (BAII), concurrençant directement le système commercial international régi par le Fonds Monétaire International (FMI) et la Banque Mondiale, la Chine a choisi d'affirmer sa monnaie, le *yuan*, comme étalon des échanges internationaux. Elle souhaite ainsi renforcer son influence, notamment sur le continent africain¹³ et diminuer l'importance du dollar US dans les échanges globaux de capitaux. D'ici 2020, la Chine espère que la moitié de ses échanges internationaux s'effectueront en *yuan*.

La République Populaire de Chine (RPC) est rejointe dans sa dynamique par la Fédération de Russie, qui souhaite également sortir de la dépendance au système financier interbancaire SWIFT (*Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication*) d'obédience américaine, et *in fine* de l'emprise extraterritoriale du droit américain.

Néanmoins, l'importance que la Chine accorde à sa monnaie va bien au-delà de la simple guerre économique qui l'oppose désormais à la superpuissance américaine. Il est vrai que les récentes dévaluations du *yuan* s'inscrivent en réponse aux rétorsions des États-Unis à l'encontre de l'Empire du Milieu, constituant ainsi un outil monétaire protectionniste¹⁴. En effet, un *yuan* dévalué par rapport au dollar US, entraîne une baisse globale de 10% du taux de change, et permet à terme une progression des exportations chinoises¹⁵. La politique monétaire est ainsi centrale dans la capacité du régime à maintenir sa croissance.

Afin de dévaluer sa monnaie, la Chine joue sur l'équilibre de son stock de devises, en vendant une partie de la dette d'État américaine qu'elle possède, puis en vendant ses dollars US contre d'autres devises, euro ou même *yuan*.

De fait, depuis 2008, la *People's Bank of China* (PBoC) et le *State Administration of Foreign Exchange* (SAFE) régulent la capacité des citoyens chinois à effectuer des paiements ou des retraits de *renminbi* (RMB) depuis/vers l'étranger. Le 30 décembre 2016, la PBoC a développé ses *Mesures pour l'administration des déclarations aux institutions financières, des transactions de grande valeur et des transactions suspectes*.

¹³ LE BELZIC Sébastien, « Le yuan chinois, un nouveau dollar pour l'Afrique ? », *Le Monde.fr*, 20 avril 2015

¹⁴ THIN Gabrielle, « Le yuan faible, "meilleure arme protectionniste" de la Chine face à Trump », *La Tribune*, 20 juillet 2018

¹⁵ AIT-KACIMI Nessim, « La "main invisible" de la Chine derrière la chute du yuan », *Les Echos*, 27 juin 2018

Complétées depuis par une circulaire du SAFE¹⁶, elle empêchent à un individu chinois présent à l'étranger de retirer plus de 100 000 RMB (soit environ 15 400 dollars US) par compte bancaire individuel et par année¹⁷. A partir de juillet 2017, la banque centrale a imposé que les autres banques et organisations financières déclarent toutes les transactions en espèces de plus de 50 000 *yuans* (7 200 dollars US environ) en Chine et à l'étranger¹⁸. Les autorités chinoises allèguent via ces mesures souhaiter contrer le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme. En réalité, celles-ci sont inquiètes des sorties de capitaux, perturbant les réserves de change, déstabilisant ainsi la monnaie.

Néanmoins, la politique chinoise de dévaluation monétaire ne fonctionne que « *si les autres intervenants chinois (assureurs, entreprises, banques...) sont négatifs sur cette devise et donc plutôt vendeurs* »¹⁹. C'est là que le bât blesse : avec le développement de nouveaux moyens de paiement en RMB sur son sol, tels qu'Alipay et WeChat Pay qui permettent des paiements et transferts transfrontières, ces intervenants viennent parasiter l'équilibre des devises si cher au régime.

CHAPITRE II – Les acteurs traditionnels

Le système bancaire chinois fait figure de système à part, du fait de la spécificité du régime politique. En effet, le Parti Communiste Chinois (PCC), via le Ministère des Finances, régit directement l'organisation générale du système, via trois organisations clés : la *China Banking Regulatory Commission* (CBRC), le *State Administration of Foreign Exchange* (SAFE), et la *People's Bank of China* (PBoC). Si la CBRC est en charge de l'édiction et de l'application des normes bancaires sur le territoire national, le SAFE s'adresse aux citoyens chinois présents à l'étranger. Pour sa part, la PBoC fait figure d'organe bancaire central pour l'État²⁰, aux côtés de l'*Agricultural Development Bank of China*, la *China Development Bank* et de l'*Exim Bank of China*.

Ces banques, aux premières desquelles la PBoC, sont gestionnaires de banques commerciales régies au niveau fédéral comme local (e.g la *Shenzhen City Commercial Bank*, la *Shanghai Pudong Development Bank*)²¹. En ce qui concerne les banques commerciales fédérales, quatre

¹⁶ SAFE, *Circular on Regulating Large Overseas Cash Withdrawals on Bank Cards*, SAFE Circular, 30 décembre 2017

¹⁷ CLOVER Charles, MITCHELL Tom, « China steps up capital controls with overseas withdrawal cap », *Financial Times*, 31 décembre 2017

¹⁸ AIZHU Chen, « China's new rules on yuan transfers are not capital controls: Xinhua », *Reuters*, 02 janvier 2017

¹⁹ Ibid.

²⁰ Cette centralité trouve son origine lors de la proclamation de la République Populaire de Chine, où le Trésor et les divers organismes bancaires ont fusionné. La Banque de Chine est depuis filiale de la Banque Populaire de Chine (PBoC). Cf. ZHU Jie, *L'évolution du système bancaire chinois depuis la réforme et l'ouverture*, Paris, HEC, 2011, p.8

²¹ Cf. ANNEXES, Annexe N°1, Cartographie des acteurs traditionnels en Chine

d'entre elles remportent le titre de plus importantes banques mondiales²² : *Industrial and Commercial Bank of China, China Construction Bank, Bank of China* et *l'Agricultural Bank of China*. *L'Industrial and Commercial Bank of China* est aujourd'hui la plus grande banque à l'échelle mondiale²³ avec 26 087 043 millions RMB d'actifs financiers en 2017²⁴.

Ces banques inébranlables en apparence subissent l'arrivée de nouveaux entrants prêts à défier le système bancaire établi.

CHAPITRE III – Les nouveaux acteurs des moyens de paiement

Les fournisseurs de services financiers traversent une période difficile : ralentissement de la croissance économique, prêts à faible valeur-ajoutée, etc. Cette situation est aggravée par une clientèle favorisant les paiements mobiles au détriment du paiement en espèces²⁵. En outre, les cartes de paiement, déjà peu utilisées par cette clientèle, privaient déjà les banques en place d'importantes sources de revenus.

En 2015, la croissance du revenu net des banques commerciales chinoises s'est réduite à 3,5 %²⁶, les plus grandes banques chinoises enregistrant, alors, leur plus faible croissance depuis des années.

Les protagonistes de la FinTech

Au cours des dernières années en Chine, une véritable émergence de nouveaux acteurs bancaires avec l'«*Industry Internet Finance*» ou les *FinTechs* ont vu le jour. La Chine est aujourd'hui leader sur le marché des *FinTech* et depuis 2018, 30 *FinTechs* « licornes »²⁷, des entreprises évaluées à plus d'un milliard de dollars US par les investisseurs.

Alors que Londres, New York et la Silicon Valley rivalisent pour se positionner comme le « *hub FinTech* » mondial, la Chine a fait un bond en avant pour devenir le centre incontesté de l'innovation et de l'adoption mondiale de *FinTech*, grâce aux développements de multiples hubs, tels que Shanghai, Hangzhou, Beijing et Shenzhen. La vitesse, la sophistication et l'ampleur du développement de l'écosystème *FinTech* en Chine ont atteint un niveau inégalé. Alors que les banques et les institutions de services financiers en Occident cherchent des moyens d'innover progressivement, les leaders technologiques chinois révolutionnent de nombreux aspects des services financiers.

²² BEUTH Marie-Catherine, « Il y a désormais 2 banques françaises dans le top 10 des banques mondiales », 17 mai 2018

²³ Inconnu, « Et le chinois ICBC devient la première banque du monde », 10 janvier 2018

²⁴ INDUSTRIAL AND COMMERCIAL BANK OF CHINA LIMITED, « 2017 Annual Results Announcement », mars 2018

²⁵ Source : Survey of 1,000 urban consumers conducted by FT Confidential Research, *Financial Times*, mai 2016

²⁶ LOUBIÈRE Paul, « Pourquoi les banques chinoises rasant la mise sur la finance mondiale », 30 juin 2016

²⁷ CB INSIGHTS, « The Global Unicorn Club – Current Private Companies Valued at \$1B+ », août 2018

La révolution *FinTech* en Chine est la conséquence de multiples facteurs, notamment l'ampleur des besoins non-satisfaits auxquels répondent les leaders technologiques dominants, combinée à une réglementation simple et à un accès facile à des capitaux financiers. Mal desservis par le système bancaire chinois en place, les consommateurs et les petites et moyennes entreprises (PME) se tournent de plus en plus vers d'autres fournisseurs pour accéder aux paiements, au crédit, aux investissements, aux assurances et même à d'autres services non-financiers.

Pour répondre à ces besoins, les géants chinois de la technologie (souvent désignés par l'abréviation « BATX », en référence aux acteurs dominants Baidu Inc., Alibaba Group Holdings Ltd., Tencent Holdings Ltd., et Xiaomi Inc.²⁸) créent des plateformes globales dans le but d'intégrer leurs services (solutions financières et non-financières). Ils investissent également massivement dans les technologies émergentes pour soutenir les services financiers de la prochaine génération, tels que les solutions d'intelligence artificielle et de blockchain.

Pour mieux connaître les acteurs chinois²⁹

***Alipay** est créé en 2004 par Jack Ma et est l'une des sociétés du groupe Alibaba qui est la plus grande plateforme de commerce électronique en Chine. L'objectif de la société est d'utiliser l'e-paiement pour rendre les affaires partout plus faciles. Si depuis 2014, Alipay était considérée comme la plus grande plateforme de paiement en ligne et mobile au monde, elle a désormais été détrônée par la plateforme WeChat Pay³⁰.*

***WeChat Pay** est une nouvelle solution de paiement en ligne sous l'application WeChat qui est l'application de réseau social la plus populaire en Chine. Il appartient au groupe Tencent, fondée par Pony Ma en 1998. Sur WeChat Pay, l'utilisateur peut transférer de l'argent entre les utilisateurs de WeChat, effectuer des paiements en ligne ainsi que d'autres fonctionnalités. Mise en place il y a seulement cinq ans, la solution de paiement WeChat est déjà leader devant sa rivale Alipay. Afin de renforcer et d'attirer plus d'utilisateurs, WeChat a également adopté une stratégie offensive en interdisant dans toutes ses applications les services qui se rapportent à Alibaba, incluant une interdiction d'utilisation d'Alipay sur leurs plateformes.*

Alipay et Wechat Pay utilisent tout deux la technologie du porte-monnaie électronique ou e-Wallet en anglais. Cette technologie permet de stocker de la monnaie sur un compte électronique (qui ne nécessite pas forcément une connection à un compte en banque) et d'effectuer directement des paiements sur des terminaux de paiement ou via le site Internet du commerçant. D'autres acteurs de la Fintech utilisent cette technologie, telles que Baidu Pay,

²⁸ Ci-après référencés comme Baidu, Alibaba, Tencent et Xiaomi.

²⁹ Cf. ANNEXES, Annexe N°2, Les acteurs par rapport aux nouveaux moyens de paiement en Chine

³⁰ Statista, « Number of users of leading mobile payment platforms worldwide as of August 2017 », août 2017.

LianLian Pay ou encore JD.com. À la différence de Wechat Pay et d'Alipay, ces sociétés ne proposent pas le paiement dématérialisé via un QR code.

***JD.com**, créée en 1998, est une entreprise chinoise de commerce en ligne. Initialement spécialisée dans la vente d'appareils électroniques, elle propose aujourd'hui aux consommateurs un très large choix de produits. JD.com est la deuxième plateforme en ligne de commerce en ligne en Chine.*

***Baidu**, créé par Li Yanhong en 2000, est le Google chinois. Ce moteur de recherche est le site le plus visité en Chine, bien plus que son cousin américain du fait de son moteur de recherche qui lie les caractères chinois.*

***China UnionPay**, établi depuis 2002 et supervisé par le gouvernement chinois, est un service interbancaire de paiements. L'innovation de China UnionPay est de proposer de multiples services bancaires pour leurs clients : paiements avec débits immédiats ou différés, ou sous forme de crédits dédiés. L'entreprise gestionnaire du système a également mis en place (septembre 2018) un mode de paiement par QR Code³¹.*

Les enjeux des monnaies virtuelles

La cryptomonnaie, au travers de la *blockchain*, ouvre de nouvelles possibilités aux États sur le plan monétaire. Ce sujet est néanmoins discuté en Chine. L'image de la cryptomonnaie pâtit souvent d'une association aux organisations criminelles. Cependant, la cryptomonnaie, du moins celle issue d'une *blockchain* publique, est particulièrement contrôlée.

La Chine est considérée comme « l'usine à *Bitcoin* ». Elle dispose de près de 80% de l'industrie de minage³². Les entreprises de minages sont des rassemblements de plusieurs centaines d'ordinateurs avec une forte consommation en électricité. Plus le nombre d'ordinateurs augmente, plus le rendement est élevé. Ceci amène donc les mineurs à se rassembler en coopératives. Sur les dix plus grandes fermes, huit sont chinoises³³.

Pour vendre leurs productions, les mineurs utilisent des plateformes d'échanges, des *brokers*. Une fois de plus, la Chine est une des premières nations avec la quatrième plateforme

³¹ MILLER Heather, "China's UnionPay plans global expansion of QR code e-payments in battle with Alipay and Tenpay", *NAPCP*, 24 September 2018.

³² GUYONNET-DUPERAT Franck & PONSAN Maxime, « En Chine ou en France, comment régule-t-on les cryptomonnaies ? » *Asialyst*, France, 23 avril 2018.

³³ Service Economique Regional de Pekin, *Essor des monnaies virtuelles en Chine : les autorités entre défiance et accompagnement*, Direction Général du Trésor, Pékin, 26 octobre 2017.

d'échange, Huobi, mais aussi la deuxième basée à Hong Kong, Binance³⁴. Enfin, l'une des monnaies plébiscitées actuellement est le NEO, conçue en Chine. Parallèlement à cela, la Chine développe de manière très prononcée, la constitution d'une monnaie virtuelle basée sur la *blockchain*, le *Digital Currency Electronic Payment* (DCEP).

La dynamique gouvernementale d'impulsion du DCEP va impacter la politique monétaire dans la continuité de la culture chinoise de paiement actuelle (WeChat Pay, Alipay).

Une concurrence domestique exacerbée

Si la Chine est traditionnellement un pays de liquidités, la situation a radicalement changé ces deux dernières années. Détenteur du monopole des cartes bancaires et des systèmes de paiement depuis sa création en 2002,³⁵ China UnionPay (CUP) est depuis 2015 et une décision de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) soumis à la concurrence des acteurs étrangers, mais aussi à l'indépendance de ses concurrents locaux. Les trois grands acteurs du paiement chinois, d'ores et déjà en concurrence ouverte sur leur marché, doivent désormais répondre aux objectifs d'expansion internationale du PCC. Cependant, parmi ces différentes entreprises, avec leurs différentes solutions technologiques, les consommateurs ont désormais le choix : le modèle occidental de la carte bancaire ou le modèle chinois du paiement mobile.

Les moyens de paiement de substitution au liquide font partie des services stratégiques d'un État, car ils permettent une traçabilité des paiements et donc d'un suivi du consommateur ou du citoyen et de leurs habitudes. Le PCC a donc fait en sorte de construire un monopole pour ses services, dont il est propriétaire.³⁶ Il s'agissait à l'époque de contrer la diffusion, assez restreinte jusqu'alors, des cartes de paiement américaines en Chine.³⁷ La création en 2002 de UnionPay a ainsi permis la diffusion progressive des cartes bancaires aux populations chinoises, validant les progrès économiques et permettant aux touristes chinois de dépenser leur argent à l'étranger avec beaucoup plus de facilité.

Mis en place par les sept plus grandes banques chinoises et adopté par tous les instituts bancaires du pays, CUP s'est retrouvé jusqu'en 2015 en situation de monopole. Si seuls les chinois les plus aisés utilisaient une carte de crédit ou de débit jusqu'au début des années

³⁴ *Exchange War*, consulté le 18 décembre 2018.

³⁵ Inconnu, « Les paiements chinois UnionPay acceptés en France, une manne pour le commerce », *Ladépêche.fr*, 12 Octobre 2018.

³⁶ XIA Bin & ZHANG Chenghui & LEI Wei. "Growth of China's Credit Card Market: Major Issues and Countermeasures", Research Institute of Finance of Development Research Center of the State Council, 30 août 2011.

³⁷ Inconnu, "One Belt and One Road" strategy drives rapid expansion of UnionPay card services", *UnionPay International*, 2 Février 2015.

2010, la majorité de ceux vivants en zones urbaines et développées est à ce moment-là passée directement de l'utilisation de liquidités au paiement via les smartphones.³⁸

Les deux acteurs dominants de ce marché dit des « *wallets* », Alipay et WeChat sont désormais largement adoptés par les chinois. Face à la croissance exponentielle de ces nouveaux acteurs, CUP a tardé à anticiper le changement d'habitude des citoyens et a eu du mal à sortir de sa position dominante après que le marché du paiement se soit ouvert à la concurrence.³⁹

Auparavant dépendant de CUP pour sa partie paiement, Alipay est désormais WeChat Pay sont à présent indépendants de la grande union bancaire de paiement chinoise.⁴⁰

Si les applications de paiement mobiles des deux géants technologiques chinois basent leur succès sur la même technologie des QR codes, leur affrontement porte sur les spécificités de chacun. Ainsi, Alipay propose même des services bancaires sur son application, concurrençant directement les banques nationales. Cela lui a permis d'être précurseur sur les paiements en ligne via le site d'achat Alibaba.⁴¹ Il a depuis sa création en 2004 remporté l'adhésion de la population chinoise en rémunérant l'épargne au-dessus des taux classiques, ce qui le place aujourd'hui à la tête des applications de paiements mobiles.

WeChat Pay, quant à lui, est directement accessible sur le principal réseau social chinois : WeChat. Utilisé par la grande majorité des internautes chinois, le système de paiement de Tencent prend peu à peu des parts de marché à Alipay. Si ce dernier reste leader au niveau du montant des transactions, le nombre d'utilisateurs de WeChat Pay dépasse aujourd'hui celui d'Alipay.

Désormais, CUP représente 11 % des paiements en Chine, alors qu'Alipay et WeChat Pay possèdent respectivement 48% et 19% des parts du paiement chinois hors liquidités, le reste étant partagé par des services chinois et étrangers⁴². Certes, UnionPay a répondu en 2017 en lançant sa propre application mobile avec QR code et système sans contact, mais il ne représente que 2 à 3% du marché, prenant un avantage important sur ses jeunes concurrents.⁴³

Ces moyens de paiement novateurs, révolutionnant le système à la base des opérateurs classiques, posent néanmoins, à raison de leur caractère numérique, la question sensible des enjeux liés à la maîtrise des données.

³⁸ MILLER Heather, "China's UnionPay plans global expansion of QR code e-payments in battle with Alipay and Tenpay", art.cit.

³⁹ STUENKEL Oliver, "Can China Union Pay challenge Visa and Mastercard?", *Post-Western World*, 13 mai 2017.

⁴⁰ YIP Amy & YAO Yihong. *Will china UnionPay expand from a domestic monopoly to a global player?* (Memoire Universitaire), Centennial College Hong Kong publications. 23 April 2015.

⁴¹ Inconnu, "China UnionPay's strategy for mobile payments and Android Pay", *Kapron Asia*

⁴² Ibid.

⁴³ CUNY Delphine, « Le chinois Alipay passe au "déploiement massif" en France », *Latribune.fr*, 27 mars 2018.

TITRE II – Enjeux de la donnée

CHAPITRE I – Une stratégie nationale au service d'une spécificité locale

Le QR code, moyen de paiement privilégié par le consommateur chinois

La technologie QR code fonctionne via un porte-monnaie électronique directement connecté à une application de paiement ou connecté à un compte en banque. Sur ce porte-monnaie électronique, deux types de revenus peuvent être disponibles : soit de l'argent directement viré d'un compte en banque ; soit de l'argent versé par un autre utilisateur utilisant lui aussi l'application.

Suivant cette deuxième option, il faut noter que la connexion à une banque n'est pas nécessaire. En effet, il est possible de recevoir de l'argent d'autres personnes, et ce sans même posséder de compte en banque, il faut simplement posséder l'application et le porte-monnaie électronique associé. Les biens de consommation courants peuvent ainsi être payés via cet argent « stocké » sur le porte-monnaie électronique de l'application. Le fait de pouvoir se passer d'un compte en banque et dans une autre mesure, du système bancaire, est déjà une révolution en soi pour ce moyen de paiement.

« Mais ce que ces acteurs n'ont pas su voir dans le succès du WeChat wallet, est sa capacité à atteindre des populations qui n'avaient jamais eu accès à un compte bancaire. Alors que la plupart des applications vous demandent de synchroniser votre carte de débit ou de crédit, le WeChat wallet vous permet de recevoir de l'argent sans être inscrit dans une banque »⁴⁴.

Pour payer via le QR code, le consommateur a deux solutions :

- Il peut scanner le QR code du magasin dans lequel il achète ses produits et dans ce cas ouvre la page « profil » du magasin ou du vendeur, sur laquelle il peut effectuer le paiement après avoir composé son code d'accès.
- Soit le personnel du magasin scanne le code-barre correspondant au compte du client qui sera débité de fait.

Dans ces deux cas, l'accès aux données (ou profil) des clients se fait via la connexion à l'application choisie pour utiliser le paiement QR code. La traçabilité des données permet de savoir quelles sont les habitudes de paiement des consommateurs et quels sont leurs types de consommation. Il faut aussi noter que cette technologie peut s'avérer dangereuse quant à la sécurisation des données ou pour les transactions.

⁴⁴ PLURIEN Margaux, « WeChat Pay, Android Pay, Grab ... La prochaine révolution monétaire est asiatique et mobile », *LinkedIn*, 11 mars 2018.

En effet, il est possible de remplacer n'importe quel QR code par un « faux » pour récolter le revenu lié au paiement. En outre, il suffit d'un simple code d'accès pour disposer du profil de l'acheteur et donc de son porte-monnaie.

Le NFC (Near Field communication), une technologie concurrente à l'impact limité

Il existe un autre moyen que la technologie QR code pour dématérialiser son paiement via son smartphone : la technologie NFC (*Near Field Communication*). Cette dernière est utilisée par Apple Pay, Android Pay ou encore Samsung Pay. Cette technologie permet d'enregistrer une carte de crédit sur un smartphone (qui est donc directement reliée à un compte bancaire) et via une interface et de valider les paiements avec cette même carte dématérialisée. En France, cette technologie est aussi utilisée avec le « sans contact » directement en passant la carte de crédit sur le connecteur approprié. L'usage de ce moyen de paiement nécessite de posséder un compte en banque puisqu'il faut enregistrer votre carte de crédit pour réaliser les paiements.

Bien que cette technologie soit présente en Chine, elle reste bien moins utilisée que la technologie QR code, et ce pour deux raisons. Tout d'abord, cette technologie nécessite la possession des appareils permettant de valider le passage des cartes dématérialisées. Si la plupart des grands magasins chinois possèdent ces appareils, les plus petits commerces et les commerçants de rue ne les possèdent pas. Pour eux, il est bien plus simple d'utiliser un smartphone avec un profil sur l'application de paiement choisie plutôt que de posséder de tels appareils.

Aussi, et c'est là la deuxième raison, cette technologie NFC nécessite de posséder des smartphones de dernière génération, chose que n'ont pas les consommateurs ou les commerçants les moins aisés. Il est aussi important de noter que la technologie QR code ne nécessite pas de modèle particulier de smartphone, contrairement à l'utilisation d'Apple Pay pour laquelle vous devrez posséder un appareil Apple ou un *Android* pour Android Pay. Cela n'est pas négligeable en Asie où changer de téléphone est monnaie courante. Dès lors, la technologie QR code, s'impose en Chine face à la NFC.

Un marché local impénétrable

GlobalData société de recherche prédit qu'en 2019, la Chine dépassera les États-Unis comme plus grand marché de cartes bancaires dans le monde. Avec un marché de consommation en plein essor et une classe moyenne qui explose, la Chine offre des possibilités de revenus énormes pour les sociétés américaines. Mais sur ce marché, les

banques américaines n'arrivent pas à s'imposer. Visa, MasterCard et American Express⁴⁵, tentent de s'implanter en Chine depuis de nombreuses années. Aujourd'hui cette tentative de pénétration du marché chinois semble perdue. Bien que Beijing ait confirmé qu'il ouvrirait l'accès aux étrangers à son marché des cartes de crédit (suite aux pressions de l'OMC) ce même marché reste largement dominé par les banques et entreprises chinoises. Ce dernier est totalement dominé par China UnionPay, entreprise sous contrôle gouvernemental, qui rappelons-le, possédait le monopole jusqu'en 2015. Par ailleurs, la guerre commerciale qui oppose les États-Unis à la Chine depuis la prise de pouvoir de Donald Trump ne favorise en rien l'accès des banques américaines au marché chinois.

Aussi, nous l'avons vu le système de paiement en Chine se dématérialise et utilise la technologie QR code. Une technologie non prise en charge par les banques américaines qui ne peuvent rivaliser avec les puissantes rivales que sont Tencent et Alibaba. Un moyen pour les sociétés américaines de pénétrer le marché chinois est de s'associer aux entreprises nationales. Ainsi, des cartes de crédit américaines peuvent être émises en Chine mais seulement si elles sont « co-marquées » avec des banques chinoises (généralement UnionPay). American Express a aussi créé un partenariat avec la société chinoise Lianlian Pay (société de service de paiement) dans le but d'acquérir une licence pour offrir ses services en Chine. Visa quant à elle propose un partenariat avec la PBoC et une collaboration avec le gouvernement chinois.

Malgré ces partenariats, l'influence des banques américaines sur ce marché est très limitée. La Chine veut se prémunir de l'intrusion d'acteurs étrangers et favorisera toujours ses entreprises nationales. À l'image de ce que peuvent faire les États-Unis sur leur territoire, elle accepte l'arrivée d'acteurs étrangers que si ces derniers sont en relation avec des entreprises nationales (*joint-ventures*) et peuvent apporter une technologie novatrice. C'est une politique permettant un contrôle des technologies et une sécurisation des données liées aux services proposés. Aussi, il faut le rappeler, la spécificité du paiement chinois, basé sur la technologie QR code, ne facilite en rien l'accès au marché pour les entreprises américaines ou européennes. La carte magnétique ou carte à puce électronique étant le modèle de paiement des occidentaux, cette technologie ne semble pas prête de remplacer le paiement mobile en Chine.

Une stratégie de monnaie virtuelle

En Chine, le minage est légal. Il est donc possible de développer son entreprise de minage pour produire des cryptomonnaies. Ce domaine est majoritairement surveillé par la PBoC, mais aussi le Ministère de l'Industrie et des Technologies de l'Information (MIIT).

⁴⁵ Cf. ANNEXES, Annexe N°3 : Partage des parts de marché du secteur des cartes de crédit en 2016 à l'échelle mondiale.

Si la Chine est le premier fournisseur de cryptomonnaies et une des places d'échanges majeures – *via* Hong-Kong – elle n'est pas favorable au développement de cette dernière⁴⁶.

En effet, la Chine ne dispose pas de moyens de réguler ces monnaies. Il est possible, à travers ces dernières, de dépasser la limite d'envoi d'argent vers l'étranger qui est de 50 000 dollars US par personne et par an. Cependant, la Chine souhaite utiliser cet engouement pour la cryptomonnaie à son avantage. Le MIIT fournit tous les mois depuis mai 2018 un classement des différentes cryptomonnaies⁴⁷.

Le domaine de la cryptomonnaie est intimement lié à celui de la *blockchain*. Le 30 mai 2018, le dirigeant chinois Xi Jinping lui-même a considéré la *blockchain* comme un procédé « révolutionnaire »⁴⁸. Des subventions avaient été accordées à la ville de Hangzhou en avril 2018 aux différentes *startups* de la *blockchain* pour les inviter au *Blockchain Industrial Park* (BIP). Avec des subventions pour la R&D, le développement fiscal ou énergétique, le gouvernement chinois investit lourdement dans ce domaine⁴⁹. Un des points culminants est l'élaboration d'un fascicule pour les cadres du PCC sur la *blockchain*⁵⁰.

Afin de contrôler au maximum les cryptomonnaies, la Chine a fortement restreint ces dernières. Le 4 septembre 2017, le gouvernement chinois interdit le financement participatif des cryptomonnaies, les *Initial Coin Offering* (ICO)⁵¹. Il s'agit du principal moyen de financement des différentes cryptomonnaies. Cette mesure est associée peu de temps après à la fin des échanges entre le *Bitcoin* et le *yuan* le 31 octobre⁵². Ces différentes mesures prises à l'encontre des cryptomonnaies incitent les plateformes à migrer vers l'étranger⁵³. A partir du mois de janvier 2018 les gouverneurs locaux sont en mesure, en examinant les consommations d'électricité, de trouver et de fermer les mines illégales⁵⁴. Mais le point d'exergue est le 22 et 23 août quand l'administration chinoise oblige les applications sociales, *WeChat* et *Alipay* à bannir les groupes d'influences sur la cryptomonnaies, les publicités et ferme près de 124 bureaux de change de cryptomonnaies.

⁴⁶ Service Economique Regional de Pekin, *Essor des monnaies virtuelles en Chine : les autorités entre défiance et accompagnement*, Direction Général du Trésor, Pékin, 26 octobre 2017.

⁴⁷ P. Stanislas, « La Chine a publié un classement crypto et préfère Ethereum à Bitcoin », *Cryptonaute*, France, 17 mai 2018.

⁴⁸ P. Stanislas, « Le président de la Chine approuve la technologie blockchain », *Cryptonaute*, France, 30 mai 2018.

⁴⁹ P. Stanislas, « Chine : des millions d'euros de subventions pour attirer les startups blockchain à Hangzhou », *Cryptonaute*, France, 28 mai 2018.

⁵⁰ HUANG Zephing, « China is suddenly full of nice things to say about blockchain technology », *Quartz*, 6 juin 2018.

⁵¹ BOHIC Clément, « Drapeau rouge en Chine pour les ICO », *Itespresso*, 4 septembre 2017.

⁵² OLIVIER Christian, « L'ordre de fermeture des plateformes d'échange de bitcoins confirmée en Chine : Début de l'éclatement de la bulle ou opportunité d'achat », *Devellopez.com*, France, 16 septembre 2017.

⁵³ "Statement on regulatory framework for virtual asset portfolios managers, fund distributors and trading platform operators", *Securities and Futures Commission*, Hong-Kong, Chine, 1 novembre 2018.

⁵⁴ HUANG Zephin, « China wants an "orderly exit" from bitcoin mining », *Quartz*, Chine, 8 janvier 2018.

Si la Chine restreint très fortement l'accès aux cryptomonnaies, elle n'en interdit pas la détention, tout comme elle autorise les entreprises de minages légales. De même, les restrictions entourant les plateformes d'échanges de cryptomonnaies ne cherchent pas à détruire le commerce, mais plutôt à le contrôler afin d'éviter l'évasion fiscale. Ces plateformes restent malgré tout associées au gouvernement chinois. Ainsi, la plateforme Huobi interdit aux ressortissants américains d'utiliser ses services⁵⁵. On retrouve ainsi son protectionnisme larvé.

Parallèlement à cela, la Chine développe de manière très prononcée, la constitution d'une monnaie virtuelle basée sur la *blockchain*, le DCEP. Ces recherches ont été officialisées en 2016 par l'ancien directeur de la PBoC, le gouverneur Xiaochuan Zhou. « *Quand on parle de blockchain, beaucoup de gens parlent de "décentralisation". J'aimerais apporter un petit changement au mot. Je pense que l'essence de la blockchain est "la désintermédiation". Il n'y a aucun moyen de se débarrasser du centre* » d'après Hao Xu, membre du gouvernement de Ganzhou⁵⁶.

Enfin, Huawei met en place avec la société Bitmain, des pré-installations de portefeuilles de cryptomonnaies sur ses *smartphones*, les BTC.COM⁵⁷. Si l'application de cette monnaie est virtuelle, son réseau de distribution est lui classique, puisqu'il va passer par les quatre principales banques sous la direction de la PBoC, d'après le directeur de l'Institut de la monnaie numérique de la Banque Populaire de Chine, Yao Qian⁵⁸. L'un des enjeux est de ne pas déstabiliser les banques chinoises tout en indexant le cours de cette monnaie sur le *yuan*⁵⁹. Les investissements chinois sont importants avec plusieurs laboratoires ouverts⁶⁰ pour les tests dans les villes de Nanjing et de Shenzhen⁶¹. Les laboratoires de recherche dirigés par Yao Qian ont déposé près de « *quarante demandes de brevets relatives à la création d'une monnaie numérique pour la banque centrale* »⁶².

La constitution d'une monnaie virtuelle sous le contrôle direct de la Chine à travers une *blockchain* privée permet de restreindre l'accès à la monnaie, de contrôler les fluctuations de

⁵⁵ « Use of the service by persons located in the United States of America is prohibited », *Huobi Global, User Agreement*, consulté le 18 décembre 2018.

⁵⁶ HUANG Zeping, « China is suddenly full of nice to say about blockchain technology » Quartz, 6 juin 2018.

⁵⁷ C. Vivien, « Huawei lance officiellement son service de création d'applications blockchain », *Cryptonaute*, France, 3 décembre 2018.

⁵⁸ QIAN Yao, « 央行数字货币的技术考量 » (« *Considérations techniques sur la monnaie numérique de la banque centrale* »), *Yicai*, Chine, 6 mars 2018.

⁵⁹ GARRATT Rod, *Will cryptocurrencies disintermediate banks ?*, Séoul, Corée du Sud, G20 Global Financial Stability Conference, 14 juin 2018.

⁶⁰ WOLFIE Zhao, « PBoC's Digital Currency Lab Launches New Research Center », *CoinDesk*, 5 septembre 2018,.

⁶¹ Cette dernière aurait un capital initial de 300 000 dollars US. WOLFIE Zhao, « PBoC's Digital Currency Lab Launches New Research Center », *CoinDesk*, 5 septembre 2018.

⁶² SUN Zhong, « 央行数字货币研究所多地布局科创中心 » (« *L'Institut de la monnaie numérique de la Banque centrale dispose d'un centre scientifique et technologique multi-distribué* »), *Shanghai Securities News*, Shanghai, Chine, 5 septembre 2018.

la monnaie mais surtout d'avoir accès à l'ensemble des données qui transitent. L'utilisation de cette monnaie ne devant pas déstabiliser le système monétaire chinois⁶³, les applications WeChat et Alipay vont continuer à être utilisées par les populations chinoises pour leurs achats.

Collecte et sécurisation des données : la Chine à l'heure de la révolution *data*

La législation nationale chinoise

Le 1er juin 2017, la *Cybersecurity Law*⁶⁴ entre en vigueur, marquant une étape importante pour la Chine, elle a pour finalité de créer des directives strictes sur la cybergouvernance. Malgré l'adoption et la promulgation de cette loi, des incertitudes pèsent encore sur son application. En effet, certaines entreprises s'inquiètent de l'impact potentiel de la loi sur leurs activités en Chine, tandis que d'autres craignent qu'elle ne crée des barrières commerciales pour les entreprises étrangères sur le marché chinois.

La *Cyberspace Administration of China* (CAC) a publié par la suite des directives officielles visant à améliorer l'interprétation de la loi sur la cybersécurité. Par exemple, le 11 avril 2018, la Commission a publié le projet de mesures d'évaluation de la sécurité pour le transfert transfrontalier de renseignements privés et de données importantes⁶⁵. Cette dernière fournit des renseignements supplémentaires à la *Cybersecurity Law*, indiquant les modalités de gestion de ces données par le gouvernement. Le 1er mai 2018, la Chine a mis en œuvre une norme nationale sur la protection des données personnelles : « *Information security technology - information security specification* »⁶⁶ (TC260). La norme fournit des directives détaillées à l'intention des sociétés sur l'établissement et le maintien de systèmes de gouvernance de l'information.

Cette nouvelle réglementation va permettre de contrôler davantage le transfert transfrontalier de renseignements personnels et de données, mais aussi de fournir un cadre clair sur la façon dont les entreprises devraient se conformer aux nouvelles règles de protection des données établies par la CSL (*Cybersecurity Law*). En principe, les normes nationales sont des recommandations et ne devraient pas être directement contraignantes, car la conformité de ces normes est simplement encouragée par le gouvernement chinois⁶⁷.

⁶³ QIAN Yao, « 央行数字货币的技术考量 », art.cit.

⁶⁴ 中华人民共和国网络安全法 (*Cybersecurity Law China*)

⁶⁵ Cyberspace Administration of China, "Draft Security Assessment Measures for Cross-Border Transfer of Private Information and Important Data" (traduit du chinois)

⁶⁶ « 信息安全技术 个人信息安全规范 » ("*Information security technology - Personal information security specification*")

⁶⁷ Le numéro de norme de la spécification est GB/T 35273-2017, qui est donc une norme nationale recommandée et, en principe, volontaire.

En tant que telle, elle doit être considérée comme une ligne directrice pour les entreprises, elle est destinée à servir d'élément d'appui pour la rédaction des textes réglementaires exécutoires et contraignants. Premièrement, la norme devrait servir à interpréter plus précisément les dispositions de la *Cybersecurity Law*. Au-delà de la CSL, cette précision vise également à appuyer les règlements administratifs publiés par les autorités compétentes, comme la CAC, avec la publication des mesures d'évaluation de la sécurité pour le transfert transfrontalier de renseignements privés et de données importantes⁶⁸.

Si une information clé doit être tirée de cette norme, il s'agit de l'extension du concept de renseignements personnels de la CSL, au moyen d'une liste non exhaustive de tous les types de renseignements qui peuvent être considérés comme des renseignements personnels de la spécification.

Il existe au total 13 catégories de renseignements personnels :

1. Informations personnelles de base, comme le prénom, la date de naissance...
2. Informations personnelles d'identité, telles qu'un numéro de passeport...
3. Informations biométriques, telles que les empreintes digitales.
4. Informations d'identité du réseau, c'est-à-dire une adresse mail, une adresse IP...
5. Informations personnelles sur la santé et la physiologie, comme les dossiers médicaux.
6. Renseignements académiques personnels, tels que le diplôme le plus élevé détenu.
7. Informations personnelles sur les biens, comme le numéro de compte bancaire.
8. Informations personnelles sur les communications, comme l'adresse postale.
9. Coordonnées personnelles, telles que la liste d'amis de la personne concernée.
10. Informations personnelles en ligne, telles que les opérations de l'utilisateur enregistrées dans un journal de réseau.
11. Informations personnelles sur l'équipement personnel, comme l'adresse MAC d'un appareil...
12. Informations personnelles de localisation, comme les coordonnées GPD d'une personne.
13. Autres informations, comme l'histoire du mariage, les croyances religieuses, l'orientation sexuelle...

Un second point essentiel à retenir de la spécification est la définition des renseignements personnels sensibles (article 3.2). À savoir des renseignements personnels qui, s'ils faisaient l'objet d'une fuite, d'une divulgation illégale ou d'une mauvaise utilisation, pourraient mettre en danger la sécurité d'une personne et de ses biens, ainsi que la réputation ou la santé physique ou mentale d'une personne ou être une source de discrimination. La définition est étayée par une vaste liste de renseignements personnels considérés comme des

⁶⁸ Cette norme, intitulée « *Information Security Technology - Guidelines for Data Cross-Border Transfer Security Assessment* », a été publiée le 25 août 2017 et intégrée au TC260.

renseignements personnels de nature délicate (annexe B du TC260). La liste comprend six grandes catégories, les données personnelles d'identité (2⁶⁹), biométriques (3), de réseau (4), de santé (5), des biens (7), ainsi que les autres informations qui n'ont pas de catégorie bien définie (13).

Au-delà d'un concept plus élaboré de renseignements personnels, la spécification fournit d'autres directives sur de multiples domaines de protection des données, y compris les trois domaines notables suivants :

- Elle crée officiellement un cadre de consentement spécifique pour la collecte et l'utilisation de renseignements personnels sensibles (article 5.5).
- L'article 5.6 dresse une liste claire des renseignements qui doivent figurer dans l'avis de confidentialité pour former un consentement éclairé.
- L'article 7.7, confère aux personnes concernées le droit de retirer leur consentement et réaffirme l'obligation d'obtenir le consentement préalable et explicite de la personne concernée lorsque des informations personnelles sont utilisées à des fins de prospection directe.

Toute tentative des entreprises de se conformer au cadre juridique chinois en matière de protection des données et de cybersécurité ne peut être réalisée en omettant la spécification ou toute autre norme nationale recommandée par une loi telle que la CSL ou une réglementation administrative telle que les mesures.

En septembre 2017, le CAC, le MIIT, le Ministère de la Sécurité publique (MPS) et la *Standardization Administration of China* (SAC) ont examiné conjointement les conditions de confidentialité de dix plateformes de biens et services, tels que WeChat, Taobao, Alipay et JD.com. Les régulateurs ont conclu que les conditions de confidentialité des produits et services s'étaient améliorés en ce qui concerne la protection des données.

Les entreprises dont les conditions de confidentialité ont été examinées ont également signé un manifeste sur la protection des renseignements personnels⁷⁰. En vertu de cet engagement, ils se sont engagés à respecter le droit des utilisateurs de connaître la collecte et l'utilisation des renseignements personnels, et à les contrôler. Aussi, à respecter les autorisations des utilisateurs, à garantir la sécurité de leurs renseignements personnels et à s'assurer que leurs produits et services sont sûrs et dignes de confiance.

En décembre 2017, le Comité de protection des consommateurs de la province du Jiangsu a intenté une action d'intérêt public contre Baidu pour motif : « le navigateur mobile Baidu

⁶⁹ Référence à l'énumération des données personnelles, p.18.

⁷⁰ LUO Yan, « Chinese Agencies Announce Plan to Audit Privacy Policies of Ten Popular Online Services », Covington, 01 août 2018

recueille illégalement des renseignements personnels sans informer les utilisateurs de l'objet de la collecte ou obtenir leurs consentements »⁷¹.

En janvier 2018, Alipay et son affilié Sesame Credit ont également provoqué une controverse. Les utilisateurs souhaitant vérifier leur rapport de dépenses de 2017 sur Alipay devaient consentir aux conditions de service de Sesame Credit en cochant une case sur la page de l'application Alipay. Cependant, la case était incluse dans une ligne en petits caractères et cochée par défaut.

Alipay prétend que l'intention était d'obtenir l'autorisation des utilisateurs pour permettre au rapport de dépenses d'afficher certains renseignements personnels de crédits enregistrés par Sesame Credit. En acceptant cette autorisation, Alipay a pu fournir et analyser les informations de crédit des clients de la plateforme pour ensuite les partager avec des institutions chinoises. En effet, Sesame Credit est directement lié au *Credit Scoring system*⁷².

Cependant, l'incident a donné lieu à une réaction négative sur les réseaux sociaux chinois. Alipay a dû faire une déclaration publique pour reconnaître sa faute et s'en excuser. Il est intéressant de noter que Baidu et Alipay ont tous deux signé le manifeste sur la protection des renseignements personnels en septembre 2017 et ont été félicités par les autorités pour leurs améliorations en matière de protection des renseignements personnels. Il semble que le respect des lois sur la protection des données s'avère être un défi, même pour les grandes sociétés du numérique telles que les BATX.

Note sociale

L'enjeu stratégique majeur du développement du paiement dématérialisé par téléphone via les applications de paiement est l'accès et le traitement des données des consommateurs qui les utilisent. Plus de 800 millions de Chinois possèdent un compte WeChat et plus de 900 millions réalisent des achats sur Alibaba. Dès lors, les données des utilisateurs disponibles par le biais de ces applications offrent des exploitations infinies. La question reste de savoir comment la Chine peut procéder pour sécuriser ces données et à quelle fin.

En juillet 2015, la Chine a émis un grand plan technologique pour devenir l'acteur numéro un de l'économie digitale, donc de la *data*, appelé « Internet Plus ». Ce plan a pour objectif d'intégrer la *data* dans l'industrie, d'encourager le développement du e-commerce et la banque sur Internet et de favoriser le développement des sociétés chinoises à l'internationale. Aussi, le gouvernement chinois affiche clairement sa volonté de rester maître de sa *data*.

⁷¹ WEI Han, « Baidu Sued Over Claim It Illegally Obtained Users' Data », *Caixin*, 09 janvier 2018

⁷² SOO Zen, « Alibaba's payments affiliate apologises for opting in users for credit scoring system », *Big Tech*, 04 janvier 2018

La Chine veut construire son *cloud* pour contrer une potentielle dépendance américaine et devenir une alternative à celui des États-Unis.

Il faut dire qu'au niveau des offres *cloud*, les entreprises chinoises ont su contrer l'arrivée des entreprises étrangères. Une étude du cabinet *Synergy Research Group* révèle que le marché chinois du *data center* et du *cloud* est largement dominé par les entreprises chinoises. Que ce soit au niveau des matériels et logiciels pour *data center* ou pour les services *cloud*, la Chine domine son marché contrairement au reste des marchés mondiaux où les sociétés américaines dominent. De plus, pour affirmer son engagement dans la sécurisation de sa *data*, la Chine en juin 2016, créa une loi de protection des données et de cybersécurité qui impose à tout acteur national ou étranger, à stocker les données du marché chinois en Chine. Apple a dû se contraindre à cette loi et transférer l'ensemble des données utilisateurs de l'iCloud chinois à un partenaire local : photos, documents, messages des utilisateurs chinois d'Apple sont donc désormais stockés dans un *data center* spécialement créé pour cela et géré par une entreprise chinoise.

Un des objectifs de ce plan « *Internet Plus* » est de créer une société numérique de crédits sociaux basée sur le *big data*. Le gouvernement chinois veut renforcer le contrôle d'Internet et veut pouvoir surveiller les données privées de ses citoyens. Il envisage en outre de créer une « note citoyenne » attribuée à chacun en fonction de leurs propres données récupérées via leurs applications mobiles ou moyens de paiements mobiles mais aussi via un contrôle de l'espace public.

Plus la note attribuée est élevée, plus le citoyen est un « bon citoyen ». S'il paie ses factures sans retard, s'il se comporte bien au travail la note sera élevée. En revanche, si son comportement est jugé inapproprié, s'il dit du mal du gouvernement sur les réseaux sociaux, s'il fume dans un espace public, s'il ne gare pas bien son vélo, la note se dégrade et le gouvernement peut le sanctionner. Des sanctions qui peuvent s'avérer très contraignantes : interdiction de voyager, interdiction de louer une voiture ou pire encore, interdiction d'emprunter de l'argent. Le but du PCC est de créer une société chinoise basée sur la « sincérité » et de rendre les citoyens « meilleurs ».

CHAPITRE II - Les moyens de paiement comme nouveaux outils de puissance

China UnionPay : un acteur international de premier plan

Désormais, les marques (et donc l'État chinois) poursuivent deux objectifs dans leur développement économique international.

Le premier concerne leurs réseaux. Les Chinois sont en effet de plus en plus nombreux à avoir les moyens de voyager hors de leurs frontières et ont donc besoin de payer leurs achats sans avoir à retirer constamment de l'argent liquide. Il y a donc un fort besoin pour le réseau chinois de faire accepter ses cartes par les réseaux nationaux, les banques et les commerces Européens et Américains, principaux hôtes du tourisme chinois. C'est la raison pour laquelle CUP a signé des partenariats avec différents réseaux étrangers et institutions bancaires, qui en échange accélèrent leur ouverture au tourisme chinois, et augmentent ainsi leurs revenus. Parmi ces partenariats, on peut compter BNP Paribas en France, ou AIC aux États-Unis.⁷³ Aujourd'hui, UnionPay est accepté dans plus de 140 pays.

Dans ces marchés, CUP possède un avantage stratégique sur ses concurrents chinois leaders du mobile : les pays occidentaux fonctionnent presque exclusivement par carte bancaire et via la technologie NFC, très peu au QR code pour les paiements⁷⁴. Si Alipay et WeChat Pay possèdent en soi toutes ces technologies, leur cœur de métier reste le QR code, les bornes sans contact étant très peu pratiques pour les petits commerçants chinois. Malgré les tentatives des deux géants technologiques chinois pour faire adopter le QR code dans le monde occidental, surtout WeChat Pay à travers la diaspora utilisant les réseaux sociaux chinois, les réseaux de cartes bancaires y restent des moyens de paiement privilégiés⁷⁵.

UnionPay se concentre lui aussi sur les marchés émergents, où le système bancaire à l'américaine est peu développé, mais pas seulement. Si la Thaïlande ou encore la République Démocratique du Congo sont des marchés porteurs pour la technologie QR code grâce à la présence chinoise dans leur économie, UnionPay n'oublie pas de proposer des offres de cartes bancaires dans certains pays développés.⁷⁶ Les sud-coréens utilisent désormais UnionPay de manière importante, et des partenariats sont désormais conclus entre certaines banques européennes comme la Millennium BCP au Portugal, qui émet à présent des cartes UnionPay. L'émission de cartes hors du territoire chinois reste bien entendu difficile, et CUP ne

⁷³ Inconnu, « UnionPay International Forges Major Strategic Alliance with ACI Worldwide to Grow Global Footprint », *UnionPay International*, 21 mars 2018.

⁷⁴ Inconnu, « UnionPay "Quickpass" sets foot on first foreign market », *UnionPay International*, 22 septembre 2014.

⁷⁵ Ibid.

⁷⁶ Brannon, Ike. « Put Chinese and American Payment Companies on an Even Playing Field », *Forbes.com*, 26 juillet 2018.

représente, hors de Chine, que 0,5% des transactions mondiales.⁷⁷ Mais l'adoption progressive des solutions UnionPay par certaines banques et pays sous l'impulsion du gouvernement chinois laisse penser que la part de marché des cartes bancaires et solutions de paiement chinoises ne peut être que croissante.

L'Asie Centrale et Pacifique : des zones de rayonnement majeures

L'utilisation d'un porte-monnaie virtuel se développe largement en Chine et par-delà en Asie du Sud. Aujourd'hui, les applications Alipay et WeChat Pay s'imposent dans les pays voisins de la Chine et se livrent une bataille acharnée pour séduire un maximum de consommateurs (un marché de plus de 4 milliards de personnes). Deux mouvements d'influence peuvent être observés : le premier en direction de l'Asie Centrale, via les Routes de la soie et le second, plus régional, en Asie Pacifique.

Le *soft power* chinois a connu une forte progression en Asie Centrale depuis le lancement du projet de la Nouvelle route de la soie, aussi connu sous le nom de *One Belt, One Road* (OBOR). Ce projet, d'initiative chinoise, a débuté en 2013 lors du discours du président chinois Xi Jinping à Astana, au Kazakhstan. « *Nous devons encourager et participer au processus d'intégration économique régionale, accélérer la construction d'infrastructures [...]. Nous devons créer un nouvel ordre économique régional* » (Xi Jinping, 2013).

Ce projet de grande envergure a pour ambition de construire de nouvelles infrastructures du Pacifique jusqu'à la mer Baltique. Deux routes seraient alors exploitées, la première au Nord, qui emprunterait une partie de l'ancienne route de la Soie. La seconde, au Sud, également appelée « collier de perles »⁷⁸ aura pour but de développer les voies maritimes par l'Océan Indien jusqu'à la mer Méditerranée, en passant par la mer Rouge⁷⁹.

Selon Peter Cai, chercheur au centre de recherche australien Lowy Institute, la Chine a trois objectifs dans la construction de la nouvelle route de la Soie. Le premier objectif est de développer certaines régions en les désenclavant et donc en facilitant leurs échanges commerciaux. Le deuxième objectif est de favoriser la montée en gamme de l'industrie chinoise en promouvant ses produits et ses standards afin de s'imposer comme une référence mondiale. Enfin, le troisième objectif est de résoudre le problème de la surcapacité industrielle chinoise (acier, ciment, etc.) via l'export⁸⁰.

⁷⁷ YIHUA CHEN Camille, « Carte UnionPay, ou comment les Chinois utilisent le yuan en France », *China-info*, 18 octobre 2014

⁷⁸ ZAJEC Olivier, « Le renaissance spectaculaire de la marine chinoise », *L'Atlas – Un monde à l'envers, L'irrésistible ascension de l'Asie*, 2009, N°6, pp.206-207.

⁷⁹ Cf. ANNEXES, Annexe N°4: One Belt, One road : grâce la Route de la Soie, la Chine cherche à construire un réseau d'envergure mondiale

⁸⁰ Association Française des Entreprises Privées (AFEP), « One Belt, One Road : les Nouvelles routes de la prospérité ? », *AFEP*, 16 février 2018.

Les premier et second objectifs sont particulièrement frappants de la volonté de la Chine à exporter son modèle dans les pays dont le commerce dépend fortement du marché chinois, et *in fine* d'exporter son modèle de paiements dématérialisés.

Le lancement du projet OBOR a permis un important développement des partenariats entre les entreprises chinoises et les entreprises locales d'Asie Centrale. Les pays tels que le Tadjikistan, le Kazakhstan et l'Ouzbékistan sont particulièrement concernés.

Afin de saisir pleinement ces opportunités commerciales, les entreprises locales doivent non seulement s'accoutumer aux moyens de communication chinois (WeChat, QQ) étant donné l'impossibilité d'utiliser d'autres moyens de communication en Chine (Gmail, Whatsapp, Telegram, etc.), mais aussi s'adapter leur manière de commercer avec ce pays (transferts d'argent en RMB).

Par ailleurs, le poids de la Chine dans le tourisme global et les apports financiers que cela représente pour les pays concernés sont autant d'éléments incitant les pays à se conformer aux moyens de paiement chinois. En outre, de 2000 à 2017, la proportion annuelle de touristes chinois est passée de 10,5 millions à 145 millions d'individus⁸¹, avec une prévision de 156 millions pour l'année 2018⁸². De plus, en 2016 les dépenses de touristes chinois comptaient aussi parmi les plus élevées au monde, suivies par les États-Unis et l'Allemagne, soit 2 611 millions de dollars US⁸³.

Cet aspect concerne tout particulièrement les pays d'Asie Pacifique, à savoir les Dragons (Corée du Sud, Taïwan, Singapour), les Tigres asiatiques (Thaïlande, Malaisie, Indonésie, Viêt Nam et Philippines), le Japon, l'Australie⁸⁴ et les zones administratives spéciales d'Hong Kong⁸⁵ et de Macao. En effet, la majorité de ces pays sont privilégiés des touristes chinois⁸⁶.

Au Japon et en Corée du Sud, un déploiement massif des paiements mobiles chinois a pu être observé en 2017 et 2018, notamment au moyen de partenariats avec des plateformes présentes localement. À titre d'exemple, depuis 2018, le Japon voit arriver la concurrence des deux géants chinois Tencent et Alibaba sur son marché. Ces deux acteurs se sont récemment associés à des sociétés locales afin de permettre l'usage de leurs plateformes de paiement mobiles. Ainsi, le service Ant Financial Services Group a procédé à un partenariat

⁸¹ Cf. ANNEXES, Annexe N°5 : Visites annuelles des touristes chinois à l'étranger (en millions)

⁸² COCA Nithin, « Chinese Tourists are Beijing's Newest Economic Weapon », *Foreign Policy*, 26 septembre 2018.

⁸³ Cf. ANNEXES, Annexe N°6 : Dépenses totales des touristes par pays en 2016

⁸⁴ SMITH Olivier, « The unstoppable rise of the Chinese traveller – where are they going and what does it mean for overtourism ? », *The Telegraph*, 11 avril 2018.

⁸⁵ Depuis son rattachement à la République Populaire de Chine, le statut de zone administrative spéciale sera préféré pour Hong Kong à celui de « Dragon asiatique ».

⁸⁶ Cf. ANNEXES, Annexe N°7 : Les 10 principaux pays visités par les touristes chinois en 2017

avec le géant Yahoo Japan. Ceci permet l'utilisation d'Alipay dans différents commerces et hôtels au Japon, mais aussi l'achat de tickets de transport de la société Okinawa Monorail⁸⁷.

De la même manière, Tencent concurrence Alibaba au Japon suite au récent partenariat (2018) avec Line (Line Pay), afin de faciliter les paiements des touristes chinois au Japon. Hormis l'aspect touristique, le dirigeant de Tencent a indiqué que ce partenariat avec Line a pour but de « *significativement stimuler la pénétration de WeChat dans les petits et moyens commerces et son utilisation au quotidien, plutôt que servir les Chinois uniquement dans les zones touristiques importantes* »⁸⁸.

Les partenariats de ces géants avec les banques locales japonaises, à savoir SoftBank Corp., une société de holding japonaise et Hidashin Bank sont aussi des aspects à ne pas négliger. Eric Jing, dirigeant exécutif d'Ant Financial Services Group, a déclaré qu'un des buts de ces partenariats est de contribuer à la stabilité économique de certains commerces au Japon, notamment du fait de la diminution de la population rurale japonaise⁸⁹.

La pénétration des marchés asiatiques par les moyens de paiements Alipay et WeChat Pay peut être observée dans de nombreux pays d'Asie Pacifique. Depuis 2014, la Corée du Sud connaît une coopération d'Alipay avec plus de 400 sociétés, dont Hana Bank et Korean Air. C'est aussi le cas pour Taïwan⁹⁰ (e.g partenariat d'Alibaba Group avec Chunghwa Post, le service postal officiel de Taïwan, afin de faciliter les achats sur les sites de e-commerce chinois au moyen d'Alipay), Singapour (partenariat avec HelloPay qui fonctionne aussi en Malaisie, Indonésie et aux Philippines), la Thaïlande⁹¹ (majoritairement dans les hôtels) et le Viêt Nam (accord avec la *National Payment Corporation of Viêt Nam* et VIMO, un fournisseur de services local⁹²). L'Australie est une cible particulièrement importante des moyens de paiements chinois, notamment suite au partenariat avec la National Australia Bank (NAB)⁹³. Les régions administratives spéciales de la Chine sont aussi concernées par le développement de WeChat Pay et d'Alipay (à Macao comme à Hong Kong⁹⁴, faisant suite à un accord entre la PBoC et la *Hong Kong Monetary Authority*).

⁸⁷ KOMIYA Kantaro, « Okinawa monorail system to experiment with ticket gate Alipay payments for Chinese », *Japan Times*, 21 juin 2018.

⁸⁸ VIROL Gautier, « WeChat s'associe avec Line pour faciliter les paiements des touristes chinois au Japon », *L'Usine Digitale*, 27 novembre 2018.

⁸⁹ MESMER Philippe, « La population du Japon poursuit son inquiétant déclin », *Le Monde*, 09 janvier 2018.

⁹⁰ YiLu TongXin Ye, « 虽然在台湾不能用人民币·但支付宝·微信等支付方式已在台普及 » (« *Bien que vous ne puissiez pas utiliser le RMB à Taïwan, Alipay, WeChat et d'autres méthodes de paiement ont été popularisées à Taïwan* »), Bai Jiahao, 22 décembre 2017.

⁹¹ Cf. ANNEXES, Annexe N°8 : La stratégie mondiale de Ant Financial sur ses partenariats locaux

⁹² LY Van, « WeChat Pay e-wallet launched in Vietnam », *The Saigon Times*, 15 novembre 2017.

⁹³ SIMPKINS Sarah, « NAB launching Alipay in Australia », *Investor Daily*, 20 novembre 2018.

⁹⁴ Shuzi Weiba, « 10月起, 香港用户将可在内地使用微信支付 » (« *À partir d'octobre, les utilisateurs de Hong Kong pourront utiliser le paiement WeChat sur le continent.* »), *Sohu*, 26 septembre 2018.

Outre les moyens de paiements mobiles chinois, UnionPay est aussi un acteur important de l'Asie Pacifique et est accepté dans l'ensemble des pays de la région. Certaines banques étrangères ont aussi la possibilité de fournir des cartes UnionPay, cela est le cas de la Corée du Sud avec l'émission de 11 millions de cartes en 2015⁹⁵.

Enfin, on pourra citer un dernier acteur majeur, Lianlian International, et son service de paiement tiers Lianlian Pay, quatrième fournisseur de services de paiement tiers en Chine. Lianlian Pay est principalement spécialisé dans les transferts transfrontaliers et a des partenariats avec Samsung Pay, Apple Pay et RippleNet (avec son service de transaction Xcurrent)⁹⁶.

Le groupe Alibaba fait partie intégrante du projet de la Nouvelle route de la Soie du gouvernement chinois. En effet, l'entreprise souhaite s'intégrer de plus en plus sur le marché russe et augmenter l'accessibilité de ce dernier à ses différentes plateformes de commerce B2B et B2C (qui comportent divers moyens de paiements, en ligne (Alipay, *Wallet payment* de Taobao).

Outre cet aspect, il en ressort une volonté de Jack Ma de donner une visibilité aux commerces étrangers présents dans certaines zones reculées, notamment au sein de pays moins développés économiquement. La stratégie d'Alibaba est de séduire les plus petits *business* (PME) en les incitant à avoir recours aux technologies chinoises (en outre à ses plateformes de paiement) comme outil de développement commercial.⁹⁷

La conquête du marché africain

En Afrique, la majorité de la population n'a pas accès aux services bancaires traditionnels, et ce malgré les efforts considérables faits pour accroître la portée des banques et des institutions de microfinance. Cependant, cette « sous-bancarisation »⁹⁸ a considérablement évolué après l'arrivée de la banque mobile, aussi appelée « *M-Banking* » dans les pays anglophones. Il s'agit d'un système bancaire très répandu dans les pays africains. En effet-d'après François-Seck Fall, « *le développement d'Internet et de la téléphonie mobile dans les pays en développement a eu un impact considérable sur la fourniture de services financiers aux catégories sociales à faible revenu. Aujourd'hui, l'une des activités à la mode*

⁹⁵ UnionPay International, « 11 million UnionPay cards issued in South Korea help promote China-Korea tourism exchange », *UnionPay International*, 23 janvier 2015.

⁹⁶ Ripple France, « Comment Ripple va changer l'avenir des transferts d'argent », *Ripple France*, 07 février 2018.

⁹⁷ RT News, « Alibaba's Jack Ma sees « Belt and Road » as more inclusive globalization », *RT News*, 15 mai 2017.

⁹⁸ La non-bancarisation est « (...) une situation où des consommateurs potentiels n'ont pas accès aux services financiers de base, tels que le compte bancaire, le compte chèque ou le compte épargne et ne peuvent corrélativement accéder à un crédit à taux normal ». Cf. ASSADI Djamchid & CUDI Anaïs, « Le potentiel d'inclusion financière du "mobile banking : une étude exploratoire », *Management Prospective*, 2011/6 n° 46, p. 233

dans l'univers des transactions électroniques consiste à offrir des services bancaires et de paiement via Internet ou via le téléphone portable »⁹⁹.

De manière générale, les services *M-Banking* sont le plus souvent distribués par les opérateurs de téléphonie mobile¹⁰⁰ qui détiennent déjà la clientèle ainsi que les infrastructures nécessaires ; on parle alors ici de *mobile money* ou l'argent mobile. Safaricom en est le précurseur avec le lancement en 2007 du *mobile money*, au Kenya. Ce modèle est maintenant utilisé dans 89 pays à travers le monde. D'après la GSM Association, l'Afrique subsaharienne possède actuellement le record de pénétration du marché¹⁰¹. Cependant, ce monopole actuellement détenu par les opérateurs de téléphonie mobile et reposant essentiellement sur l'USSD (*Unstructured Supplementary Service Data*) ou le SMS¹⁰² est en train d'être contesté par l'arrivée des BATX.

Jusqu'ici dominé par les opérateurs occidentaux, le continent africain a vu arriver ces dernières années de nouveaux acteurs chinois. Profitant donc de cette montée en puissance du paiement mobile en Afrique et de l'utilisation massive du smartphone¹⁰³, la Chine a elle aussi saisi l'opportunité de se développer sur ce marché, au travers de ses entreprises. Si les opérateurs de téléphonie mobile s'appuient davantage sur le SMS et plus récemment sur des applications mobiles pour diffuser leurs services de banque en ligne, les acteurs chinois, eux, utilisent uniquement les applications mobiles. Le premier acteur chinois arrivé sur le continent est Tencent en 2013 via son application de paiement mobile WeChat Africa¹⁰⁴ qui est suivi en 2017 par Alibaba avec Alipay.

Le paiement électronique chinois s'est notamment développé en Afrique pour permettre aux touristes et aux nombreux expatriés chinois d'effectuer leurs achats par ce biais. L'entrée d'Alipay s'est notamment faite en Afrique du Sud pour permettre aux Chinois de payer avec Alipay dans des boutiques partenaires de Zapper¹⁰⁵. Du côté de WeChat Africa, la démarche a été plutôt de permettre aux utilisateurs sud-africains de réaliser aussi bien des transferts d'argent entre eux, mais également de pouvoir initier d'autres opérations telles que l'achat de crédits téléphonique, de recharges Internet, ou encore de paiement par QR code.

⁹⁹ FALL François-Seck, « Accéder par le numérique aux services financiers en Afrique », *Sms hypothèses*, 16 avril 2018.

¹⁰⁰ En Afrique on peut notamment citer, Vodafone (via la filiale bancaire mobile Safaricom) au Kenya, Orange (Orange Money) à travers ses filiales dans 11 pays africains, Airtel Money, Etisalat, MTN.

¹⁰¹ Dans la pratique, près de 146 millions de comptes mobile money enregistrés avec environ 62 millions actifs.

¹⁰² ASSADI Djamchid & CUDI Anaïs, « Le potentiel d'inclusion financière du "mobile banking : une étude exploratoire », *art. cit.* p. 230. Permet d'effectuer des transferts entre personnes, de régler des achats ou des factures par le biais d'un code SMS.

¹⁰³ Selon Le cabinet d'audit et de conseil, Deloitte, d'ici 2020, 660 millions d'africains devraient être équipés de smartphone, contre 336 millions en 2016.

¹⁰⁴ En 2013, Tencent et son partenaire le groupe de presse Naspers (la plus grande société de médias d'Afrique qui détient 34% du groupe chinois), ont formé une joint-venture et lancé WeChat Africa en Afrique du Sud.

¹⁰⁵ L'arrivée d'Alipay en Afrique du Sud s'est grâce au partenariat avec Zapper, qui est l'entreprise de paiement la plus populaire du pays.

Aujourd'hui, les deux nouveaux moyens de paiement électronique chinois intègrent le marché d'Afrique de l'Est grâce à une alliance signée en juin 2018 entre Finserve, une filiale de la banque régionale Equity Bank et Red Dot¹⁰⁶. Grâce à cet accord, Alipay et WeChat Pay sont désormais connectés à la passerelle de paiement Equity Bank et disponibles là où la banque est installée (Kenya, Ouganda, Tanzanie, République démocratique du Congo, Soudan du Sud et au Rwanda). La population visée ici comprend aussi bien les touristes chinois que les entreprises africaines commerçant avec la Chine et les Chinois expatriés. L'objectif est de proposer aux Africains d'autres méthodes de paiement électroniques et ainsi concurrencer les acteurs historiques du paiement mobile sur le continent (Orange Money, Vodafone avec Safaricom ou encore Airtel Money).

Par ailleurs, la Chine doit également composer avec l'arrivée récente d'acteurs américains sur ce marché. En avril 2018, PayPal et Safaricom ont annoncé un accord afin de faciliter les transactions financières entre PayPal et M-pesa, le service de paiement mobile de l'opérateur kenyan. De son côté, l'américain MasterCard, propose depuis 2017 en partenariat avec le groupe bancaire Ecobank – présent dans 36 pays africains – une solution de paiement mobile basée sur le QR code.

L'Inde, cible privilégiée

Aujourd'hui surpassée par la Chine, l'activité des *FinTechs* en Inde est déjà plus élevée que dans d'autres pays développés¹⁰⁷. La croissance de ce secteur mènerait le pays à avoir les services digitaux les plus développés du monde¹⁰⁸.

Le marché indien est propice au développement de cette stratégie : son secteur financier subit des bouleversements entre 2016 et 2018. Le 8 novembre 2016, le Premier Ministre Narendra Modi a annoncé que les coupures de 500 et 1000 roupies seraient retirées de la circulation. À une époque où 98% des transactions étaient effectuées en liquide, la population indienne n'a disposé que de quelques mois pour déposer leurs liquidités avant qu'elles ne deviennent invalides. Au même moment, le gouvernement impose l'ouverture de comptes bancaires : la population propriétaire d'un compte bancaire est passée de 53% en 2014 à 80% en 2017 ; c'est-à-dire que 700 millions de personnes n'avaient pas de compte bancaire avant 2017¹⁰⁹.

¹⁰⁶ Red Dot Payment (RDP) est une société de solutions de paiement en ligne qui traite des transactions pour plus de 400 marchands dans 20 pays. RDP prend en charge les modes de paiement mondiaux (Visa, Mastercard, UnionPay, WeChat Pay, Alipay, Amex, PayPal, Diners, Discover, JCB) et les modes de paiement locaux à Singapour et en Indonésie.

¹⁰⁷ FITZGERALD Kate « Data: India's mobile payments market is ready to boom », *Payments Source*, 22 mars 2018.

¹⁰⁸ Cf. ANNEXES, Annexe N°9 : Le taux de développement des *FinTechs* en 2017 (et prévision pour les années à venir) des marchés chinois, indien, britannique, brésilien et australien

¹⁰⁹ Inconnu, « Number of adult Indians with bank accounts rises to 80% », *The Economic Times – India Times*, 20 avril 2018.

Les GAFAM sont présents sur le marché indien depuis 2014. Des acteurs tels que Google Pay (anciennement connu sous sa dénomination indienne Tez) enregistrent plus de 30 millions de transactions effectuées entre août et octobre 2017. Cependant, l'activité des GAFAM a été perturbée par les modifications réglementaires indiennes sur l'hébergement des données. En effet, le 15 octobre 2018, la réglementation indienne sur la souveraineté des données est rentrée en vigueur¹¹⁰ : les données doivent désormais être obligatoirement stockées sur des serveurs en Inde, et peuvent additionnellement l'être dans un autre pays¹¹¹.

Les services de WhatsApp et Apple Pay ont été éminemment concernés par ces changements : le *National Payments Corporation of India* (NCPI) n'autorise pas l'authentification par empreinte digitale pour valider des paiements. C'est-à-dire qu'une transaction effectuée depuis un smartphone ne peut pas être validée à partir des données biométriques. Le NCPI a imposé à Apple Pay une authentification par code. L'arrivée de ce dernier sur le marché indien a donc été retardée¹¹². La plateforme de paiement WhatsApp entre également en conflit avec la législation indienne concernant l'exploitation des données par Facebook. De ce fait, aucun de ces acteurs ne figure parmi les applications de portefeuille virtuel les plus prometteuses du marché indien.

Les GAFAM se heurtent en réalité aux spécificités d'un pays en pleine démonétisation : c'est une période que la Chine a elle-même traversé. Ses *FinTechs* sont donc à même de répondre aux attentes de la clientèle indienne.

En février 2015, Ant Financial a investi 177 millions dollars US dans la *FinTech* spécialisée en paiements mobile PayTM, et en est aujourd'hui propriétaire à hauteur de 40¹¹³. L'application PayTM est basée sur le même modèle qu'Alipay : un portefeuille digital et un moyen de paiement par QR code¹¹⁴. Son succès se mesure, depuis, à sa fréquentation : entre le 08 et le 21 novembre 2017, 5 millions de nouveaux utilisateurs ont été recensés, soit 400 000 nouveaux utilisateurs par jour, avec près de 7 millions de transactions journalières.

Pour sa part, Tencent n'est propriétaire de FlipKart Online Services Pvt (plateforme B2B/B2C indienne) qu'à hauteur de 5%. Néanmoins, elle dispose du droit d'interdire la vente d'actions de FlipKart à Alipay. Tencent impose en effet d'en être notifié cinq jours à l'avance et se réserve le droit de s'y opposer. Elle peut également racheter directement les actions destinées

¹¹⁰ DEKONINK Basile, « En Inde, Visa, MasterCard et American Express sont désormais hors-la-loi », *Les Echos*, 16 octobre 2018.

¹¹¹ MATHEW George, « Data Storage In India: Visa, Mastercard among 15 payment firms yet to comply with RBI norms », *The Economic Times – India Times*, 12 novembre 2018.

¹¹² VARIYAR Mugdha, BHAKTA Pratik, « After Amazon and WhatsApp, Apple orders 'stop payment' », *The Economic Times – India Times*, 06 septembre 2018.

¹¹³ CHANCHANI Madhav, « Alibaba to hike stake in Paytm's marketplace for \$177 million », *The Economic Times – India Times*, 03 mars 2017.

¹¹⁴ MILLER Heather, « China's UnionPay plans global expansion of QR code e-payments in battle with Alipay and Tenpay », *art.cit.*

à être vendues à Alipay¹¹⁵. Le groupe se positionne donc sur le marché indien directement en concurrence avec son adversaire national.

En août 2018, Walmart, la multinationale spécialisée en grande distribution, contrôle 77 % du capital de Flipkart en investissant 2 milliards de dollars US, et projette d'acquérir 10% supplémentaires afin d'accélérer la croissance de Flipkart pour concurrencer PayTM¹¹⁶. Walmart approuve le droit de regard de Tencent au sein de Flipkart : « *Tencent a le droit de racheter toutes les actions/titres de participation émis par la société ou transférés à des actionnaires liés à Alibaba* ». Ainsi, Walmart se positionne contre le groupe Alibaba, puisqu'il est actionnaire à hauteur de 10.8% chez JD.com¹¹⁷, le deuxième géant du commerce en ligne après Alibaba. On observe donc en Inde une convergence des intérêts entre acteurs de nationalités différentes (Walmart et Tencent) contre le groupe chinois Alibaba.

Les *FinTechs* chinoises ont donc largement mieux pénétré le marché indien du paiement mobile, en dépit de leur arrivée tardive en comparaison des GAFAM, du fait de leur concordance avec la législation nationale. Les investissements des *FinTechs* chinoises reflètent une réussite : PayTM est devenue la première application de paiement mobile en Inde, avec 300 millions d'utilisateurs en juillet 2018¹¹⁸. Flipkart quant à elle est devenue la seconde application en e-commerce (43% du marché) avec 100 millions d'utilisateurs¹¹⁹.

La maîtrise des données mise en cause : le cas russe

L'expansion des nouveaux moyens de paiement chinois se heurte néanmoins à certaines contrevenues, du fait de leur gestion des données.

En mai 2017, éclate l'affaire du partage des données d'utilisateurs de WeChat entre la Chine et la Russie. Cette affaire fait suite à la demande de la Russie de pouvoir accéder aux données des utilisateurs russes de l'application WeChat, dans le cadre de son programme de surveillance de la population (*Roskomnadzor*)¹²⁰. En effet, les données d'utilisateurs WeChat sont collectées et conservées dans les *data centers* de l'entreprise Tencent, au Canada et à Hong Kong¹²¹.

¹¹⁵ BANSAL Varsha, CHANCHANI Madhav « Tencent's consent key to future Flipkart share sale », *The Economic Times – India Times*, 08 septembre 2018.

¹¹⁶ BANSAL Varsha, CHANCHANI Madhav « Walmart can invest another \$3 billion in Flipkart at the same valuation », *The Economic Times – India Times*, 12 avril 2018.

¹¹⁷ ARMENTAL Maria, OSAWA Juro, « Wal-Mart Increases Investment in JD.com, China's Second-Largest Online Retailer », *The Wall Street Journal*, 06 octobre 2016.

¹¹⁸ « These figures show the incredible growth of Paytm as payments platform », *Business Today*, 09 juillet 2018.

¹¹⁹ « Flipkart statistics in December 2018 », *DMR, Business Statistics*, 05 décembre 2018.

¹²⁰ KISELYOVA Maria, ROANTREE Anne Marie, « Russia blocks Chinese social media app WeChat », *Reuters*, 06 mai 2017.

¹²¹ WeChat Pay, *Conditions générales d'utilisation, Tencent Holdings*, 2018.

Cependant, la Russie a fait face à un refus de la Chine de partager ou de transmettre les données des utilisateurs russes. Face à ce refus, la Russie a donc décidé la restriction totale de l'accès à l'application WeChat et de toutes ses fonctionnalités aux personnes présentes sur le territoire. Malgré une utilisation encore minimale de l'application en Russie, cette sanction a non seulement été néfaste pour le tourisme chinois dans le pays, mais a aussi eu un impact sur le commerce avec la Chine, les différentes entreprises ne pouvant plus communiquer par ce moyen avec leurs partenaires.

Craignant un impact commercial à plus grande échelle ainsi qu'une dégradation des relations sino-russes, WeChat a finalement accepté de fournir les informations demandées par le gouvernement russe, permettant alors la levée de la sanction une semaine plus tard¹²².

Le cas russe nous permet d'observer l'importance du contrôle de Tencent sur les données des utilisateurs étrangers utilisant les services de WeChat, cela incluant donc le paiement mobile par WeChat Pay. Ces données de citoyens étrangers deviennent alors inaccessibles à leur propre gouvernement alors qu'elles le sont à une entité étrangère (Tencent). Ce cas possède aussi une particularité qui est la décision de Tencent de céder à la demande de la Russie. En effet, les relations sino-russes sont non seulement historiques mais aussi essentielles à l'équilibre géoéconomique de la Chine. En revanche, cela n'est pas le cas pour un certain nombre d'autres pays. En l'absence d'un moyen de négociation, il apparaît donc difficilement probable pour ces gouvernements d'avoir accès aux données de leurs propres citoyens.

La mainmise américaine sur le système de paiement européen : l'impossible pénétration de l'Occident

En plus de s'implanter massivement dans le sud de l'Asie, les applications Wechat Pay et Alipay partent à l'assaut de l'Occident afin de faire concurrence aux technologies américaines. Ils pourront ainsi suivre l'immense communauté des touristes chinois, et par conséquent avoir accès à leurs données et habitudes de consommations à l'étranger.

Aujourd'hui de très nombreux magasins, restaurants et sites touristiques acceptent de scanner les codes-barres émis par les smartphones de leurs clients chinois pour activer le paiement. Aux États-Unis, et particulièrement dans les grandes villes comme New-York ou Los Angeles les touristes chinois peuvent profiter de leurs moyens de paiement privilégiés.

En France, de grandes enseignes du luxe et autres grands magasins tels les Galeries Lafayette et Printemps à Paris, permettent à leurs clients chinois d'utiliser ces moyens de paiement mobiles.

¹²² ZHOU Xin, « Russia unblocks China social media app WeChat », *South China Morning Post*, 11 mai 2017.

Si les États-Unis ont autorisé le développement d'applications de paiement chinoises sur leur sol national c'est en premier lieu pour ne pas se priver du potentiel revenu lié au tourisme chinois. Or cela ne se fait pas sans contrôle et sans accroc. En effet le développement de Wechat Pay aux États-Unis a été permis par l'intermédiaire d'une start-up nationale : Citcon. Alipay quant à lui a récemment officialisé un partenariat avec First Data Corp, une entreprise américaine de solutions de paiement. Les États-Unis ont donc conservé un « droit de regard » sur le développement des applications chinoises, afin de contrôler leurs ambitions. Christian Harbulot, directeur de l'école de guerre économique explique « *que les États-Unis n'arrivent pas à contenir économiquement la Chine, ils cherchent donc par tous les moyens à faire en sorte que cette puissance ne les dépasse pas et que le droit américain permet, si besoin, d'écarter certains concurrents gênants* »¹²³.

Le récent blocage du rachat de l'application américaine Moneygram (spécialiste américain du paiement électronique) par le groupe Alibaba met en évidence la volonté des États-Unis de ne pas voir se développer les technologies et applications chinoises à l'étranger. En effet, au-delà de mener une politique protectionniste, les États-Unis, conscients d'être fortement concurrencés par la Chine dans le domaine du paiement mobile, ne voulaient en aucun cas voir une entreprise chinoise s'imposer sur un marché aussi capital.

En invoquant des raisons de « sécurité nationale », le Comité sur les investissements étrangers aux États-Unis (CFIUS) a bloqué la fusion entre l'entreprise chinoise et l'entreprise américaine. En effet il faut dire que la technologie américaine n'a pas réussi à percer le marché très fermé de la Chine. Si leurs technologies de paiement mobile comme Apple Pay ou Android Pay sont bien présentes dans l'Empire du Milieu, elles sont largement dominées par Wechat Pay ou Alipay. Face à une concurrence exacerbée dans un contexte local protectionniste, l'américain Apple s'est vu contraint d'intégrer à son Apple Store chinois les applications Wechat Pay et Alipay.

Si le marché chinois est verrouillé par les entreprises nationales, et le marché asiatique lui aussi grandement dominé, le marché occidental est quant à lui aux mains des technologies et entreprises américaines. En Occident, la technologie NFC est bien plus utilisée que celle du QR code, et les applications de paiement mobile chinoises n'arrivent pas encore à concurrencer le système classique dominé par Visa, Master Card ou encore Apple Pay.

¹²³ COLLOMBAT Benoît, Guerre économique, comment les États-Unis font la loi, France Culture, 19 janvier 2018.

CONCLUSION

En République Populaire de Chine, l'évolution des moyens de paiement est certainement plus remarquable que dans n'importe quelle autre nation. Inventeur du papier monnaie au Xème siècle, l'Empire du Milieu est aujourd'hui l'un des acteurs les plus avancés en matière de paiement dématérialisé et de monnaie virtuelle. Les nouveaux moyens de paiement se sont largement imposés dans le pays, les liquidités et la carte de crédit ayant laissé place au paiement mobile.

La technologie qui fait la spécificité de la Chine est celle du paiement par QR code, utilisé par tous les consommateurs du pays, du chef d'entreprise au commerçant de rue en passant par le touriste. À son origine, le développement fulgurant d'entreprises globales ayant développé le paiement mobile et le porte-monnaie électronique dans leurs offres. Elles s'appellent Baidu, Tencent ou Alibaba et sont le pendant chinois des GAFAM américaines.

L'apparition de ces acteurs novateurs ne fut pas sans conséquences pour le secteur bancaire chinois. Les acteurs traditionnels et en premier lieu les banques, obligés de faire face à la concurrence des *FinTechs*, ont pour beaucoup eu bien du mal à s'adapter à la révolution monétaire qui s'est imposée à elles. UnionPay, plus grand fournisseur de carte de crédit au monde, voit ses consommateurs se détourner de son offre pour se diriger vers le paiement via QR code, qu'elle se doit aujourd'hui de maîtriser pour ne pas perdre l'intégralité de sa puissance. En outre, sur le marché domestique, la bataille fait rage entre les divers opérateurs de moyens de paiement.

Parallèlement, la finance chinoise s'est transformée pour répondre aux exigences d'un commerce mondial transformé par ces nouvelles technologies de paiement. Principale illustration de cette évolution, l'intégration des cryptomonnaies et la création de monnaies virtuelles. La Chine ambitionne ainsi de devenir un acteur stratégique et dominant sur ce marché mondial futur.

De nombreux marchés actuels demeurent cependant. Les principaux protagonistes chinois, directement ou indirectement contrôlés par le PCC, cherchent aujourd'hui à conquérir le marché mondial. Déjà très fortement implantés en Asie du Sud-Est, ils désirent s'imposer en Asie Centrale, *via* les Nouvelles routes de la soie, en Inde ou encore en Afrique.

L'Occident pour sa part représente également un enjeu stratégique. Néanmoins, ce marché demeure à ce jour difficilement pénétrable par les acteurs chinois, se destinant pour l'instant à leurs concitoyens, du fait de la domination des produits et technologies américains. Cette domination est le fruit d'une différence de modes de paiement entre continents. Si les Chinois sont les maîtres du QR code, les Européens et Américains restent très attachés à leurs cartes de crédit et à leurs comptes bancaires. La révolution chinoise apparaît ici en creux : se passer du système bancaire et de carte de crédit devient une réalité.

Toutefois, cette évolution des moyens de paiement, si révolutionnaire soit-elle, pose la question stratégique de la maîtrise des données des utilisateurs, qu'elles soient bancaires ou personnelles. En effet, l'accessibilité et la transmission de données personnelles (comprenant identité, messages, habitudes d'achats, localisation, etc.) mises à disposition de tiers est problématique.

Pour sa part, la République Populaire a tranché la question : en conformité avec sa législation et réglementation sur les domaines de la cybersécurité, conçues dans un cadre délibérément protectionniste, celle-ci garde le contrôle sur les données hébergées sur son sol, et gérées directement ou indirectement par ses acteurs économiques nationaux. Ainsi, Tencent et Alibaba, s'ils étendent leur expansion internationale, jouissent d'une réputation de proximité bien trop évidente avec le régime.

La question, *in fine*, de l'accès futur aux données d'utilisateurs cette fois de nationalité étrangère, est éminemment sensible. À ce jour, les entreprises concernées n'ont pu que démentir ces allégations, révélant par-là même le caractère trouble de cette question.

On comprendra en creux que les nouveaux moyens de paiement développés par la République populaire de Chine s'inscrivent dans un enjeu global de captation internationale des données, pièce maîtresse de la confrontation géoéconomique mondiale à l'œuvre entre les Etats-Unis d'Amérique et la superpuissance chinoise en devenir.

Pékin a choisi de s'ériger en opposant aux géants américains sur cette question, sur son territoire national et dans sa zone d'attraction asiatique. Si elle peine à imposer ses vues en Europe, cette dernière progresse sur le continent africain : « *C'est en Afrique que la tension entre expansion des liens économiques et avenir de la non-ingérence se manifeste de la manière la plus évidente. Il est de plus en plus évident que la politique africaine de la Chine répond aussi à une logique d'influence* »¹²⁴.

¹²⁴ DUCHÂTEL Mathieu, *Géopolitique de la Chine*, Paris, Presses Universitaires de France, 2017

BIBLIOGRAPHIE

Sources de première main

Documents d'entreprises

- BNP Paribas, « Le paiement mobile a conquis la Chine », *BNP Paribas*, 08 mars 2017, consulté le 18 décembre 2018, <https://entreprises.bnpparibasfortis.be/fr/article?n=le-paiement-mobile-a-conquis-la-chine>
- BNP Paribas, « QR code payments making strides in africa », mars 2017, consulté le 18 décembre 2018, <https://atelier.bnpparibas/en/fintech/article/qr-code-payments-making-strides-africa>
- CB INSIGHTS, « The Global Unicorn Club – Current Private Companies Valued at \$1B+ », *CB Insights*, août 2018, consulté le 18 décembre 2018, <https://www.cbinsights.com/research-unicorn-companies>
- GARRATT Rod, *Will cryptocurrencies disintermediate banks ?*, Corée du Sud, G20 Global Financial Stability Conference, 14 juin 2018, consulté le 18 décembre 2018.
- Huobi Global, *User Agreement*, consulté le 18 décembre 2018, <https://www.huobi.com/en-us/about/agreement/>
- “China UnionPay’s strategy for mobile payments and Android Pay”, *Kapron Asia*. <https://www.kapronasia.com/china-payments-research-category/china-unionpay-s-strategy-for-mobile-payments-and-android-pay.html>
- « Les paiements chinois UnionPay acceptés en France, une manne pour le commerce », *Ladepêche.fr*, 12 octobre 2018, consulté le 18 décembre 2018. <https://www.ladepêche.fr/article/2018/09/12/2867344-paiements-chinois-union-pay-acceptes-france-manne-commerce.html>
- « Charts & Graphs Archive », *The Nilson Report*. Dernière publication : Novembre 2018, consulté le 18 décembre 2018, <https://nilsonreport.com/publication-chart-and-graphs-archive.php>
- Ripple France, *Comment Ripple va changer l’avenir des transferts d’argent*, Ripple France, 07 février 2018, consulté le 18 décembre 2018, <https://www.ripple-france.fr/comprendre/ripple-changer-avenir-transferts-argent/>
- RT News, « Alibaba’s Jack Ma sees « Belt and Road » as more inclusive globalization », *RT News*, 15 mai 2017, consulté le 18 décembre 2018, <https://www.rt.com/business/388404-jack-ma-belt-road-initiative/>
- STATISTA, « Number of users of leading mobile payment platforms worldwide as of August 2017 », *Statista*, août 2017, consulté le 18 décembre 2018, <https://www-statista.com/statistics/744944/mobile-payment-platforms-users/>
- TÜRKİYE CUMHURİYET MERKEZ BANKASI, *Central Bank Digital Currencies: Challenges & Opportunities (Restricted)*, Bodrum, Turquie, 15 mai 2018, consulté le 18 décembre 2018, <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/6b15b10a-ac8d-458e-a1dd->

[0a8c2700dcff/2018_May%C4%B1s_Guvern%C3%B6rler_KI%C3%BCb%C3%BC-%C4%B0D.pdf?MOD=AJPERES&CVID=](http://www.unionpayintl.com/wap/en/mediaCenter/newsCenter/companyNews/3003145.shtml)

- UnionPay International, *11 million UnionPay cards issued in South Korea help promote China-Korea tourism exchange*, UnionPay International, 23 janvier 2015, , consulté le 18 décembre 2018, <http://www.unionpayintl.com/wap/en/mediaCenter/newsCenter/companyNews/3003145.shtml>
- UnionPay International, « UnionPay “Quickpass” sets foot on first foreign market », *UnionPay International*, 22 septembre 2014, <https://unionpayintl.com/en/mediaCenter/newsCenter/companyNews/3002674.shtml>
- UnionPay International, « One Belt and One Road » strategy drives rapid expansion of UnionPay card services », *UnionPay International*, 02 février 2015, <https://unionpayintl.com/en/mediaCenter/newsCenter/companyNews/3003432.shtml>
- UnionPay, “Global role for UnionPay on the cards”, *UnionPay International Website*. 7 juillet 2015, <https://www.unionpayintl.com/en/mediaCenter/newsCenter/mediaReports/3006224.shtml>
- UnionPay International, « UnionPay International Forges Major Strategic Alliance with ACI Worldwide to Grow Global Footprint », *UnionPay International*, 21 mars 2018, <http://www.unionpayintl.com/en/mediaCenter/newsCenter/companyNews/3754.shtml>

Rapports Institutionnels

- Association Française des Entreprises Privées (AFEP), *One Belt, One Road : les Nouvelles routes de la prospérité ?*, AFEP, 16 février 2018, <http://www.afep.com/flashes-eco/one-belt-one-road-les-nouvelles-routes-de-la-prosperite/>
- Conseil des Affaires d’État de la Chine, « Made In China 2025 plan issued », *Communiqué de presse*, 19 mai 2015, http://english.gov.cn/policies/latest-releases/2015/05/19/content_281475110703534.htm
- CYBERSPACE ADMINISTRATION OF CHINA, « Draft Security Assessment Measures for Cross-Border Transfer of Private Information and Important Data: 个人信息和重要数据出境安全评估办法 », 4 novembre 2018, http://www.cac.gov.cn/2017-04/11/c_1120785691.htm
- INDUSTRIAL AND COMMERCIAL BANK OF CHINA LIMITED, « 2017 Annual Results Announcement », mars 2018, <http://v.icbc.com.cn/userfiles/Resources/ICBCLTD/download/2018/2017en20180327.pdf>
- « Information security technology - Personal information security specification: 信息安全技术 个人信息安全规范 », 24 janvier 2018, <https://www.tc260.org.cn/upload/2018-01-24/1516799764389090333.pdf>
- Service Economique Régional de Pékin, *Essor des monnaies virtuelles en Chine : les autorités entre défiance et accompagnement*, Direction Général du Trésor, Pékin, 26 octobre 2017, <https://www.tresor.economie.gouv.fr/Ressources/File/441537>

- «Statement on regulatory framework for virtual asset portfolios managers, fund distributors and trading platform operators », *Securities and Futures Commission*, Hong Kong, Chine, 1 novembre 2018, <https://www.sfc.hk/web/EN/news-and-announcements/policy-statements-and-announcements/reg-framework-virtual-asset-portfolios-managers-fund-distributors-trading-platform-operators.html>
- THE NATIONAL PEOPLE'S CONGRESS OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA , «Cybersecurity Law China : 中华人民共和国网络安全法 », 7 novembre 2016, http://www.npc.gov.cn/npc/xinwen/2016-11/07/content_2001605.htm
- XIA Bin & ZHANG Chenghui & LEI Wei. "Growth of China's Credit Card Market: Major Issues and Countermeasures", Research Institute of Finance of Development Research Center of the State Council. 30 août 2011. http://en.drc.gov.cn/2011-08/30/content_36429047.htm

Sources de seconde main

Articles de revues

- ASSADI Djamchid & CUDI Anaïs, « Le potentiel d'inclusion financière du "mobile banking : une étude exploratoire », *Management Prospective*, 2011/6 n° 46, pages 227-243.
- DE SENARCLENS Pierre, « Théories et pratiques des relations internationales depuis la fin de la guerre froide », *Politique Etrangère*, 2006/4, pp.747-759.
- KEOHANE Robert O. & NYE Joseph, "Power and Interdependence in the Information Age", *Foreign Affairs*, Sept/Oct.1988, Vol 77, N°5, p.86.
- P. Mathilde, C. Gilles, G. Céline, J. Louis, *Les enjeux stratégiques du stockage de données*, EGE, MSIE29, Décembre 2018, 99 pages
- VERNANT Jacques, « La politique étrangère de la Chine en perspective », *Politique Etrangère*, 1974, 39-2, pp.167-189

Dossiers

- BERTHOUMIEUX Vincent, Elies GUILLEMIN, Alexis HANS, Franck KIE, Nicole LUGO, Kevin NOYERIE, et Bonaventure OUEDRAOGO, « Le protectionnisme chinois », *EPGE*, 30 janvier 2019, 70 pages, <http://www.epge.fr/la-redecouverte-du-protectionnisme-chinois/>

Mémoire

- YIP Amy & YAO Yihong. *Will china UnionPay expand from a domestic monopoly to a global player?* (Memoire Universitaire), Centennial College Hong Kong publications. 23 April 2015, https://www.centennialcollege.hku.hk/f/upload/2134/Union-Pay_15_001C.pdf

Ouvrages

- DUCHÂTEL Mathieu, *Géopolitique de la Chine*, Paris, Presses Universitaires de France, 2017
- TSETOUNG Mao, « Apporter de l'attention au travail économique », Août 1933, *in Œuvres choisies de Mao Tsetoung*, Editions en Langues Etrangères, Pékin, 1967, Tome I, pp.143-144

Source audio

- COLLOMBAT Benoît, « Guerre économique, comment les États-Unis font la loi », *France Culture*, 19 janvier 2018, <https://www.franceculture.fr/economie/guerre-economique-comment-les-etats-unis-font-la-loi>

Sitographie

Articles

- AIT-KACIMI Nessim, « La “main invisible” de la Chine derrière la chute du yuan », *Les Echos*, 27 juin 2018, <https://www.lesechos.fr/27/06/2018/le-sechos.fr/0301886431433-la---main-invisible---de-la-chine-derriere-la-chute-du-yuan.htm>
- AGARWAL Surabhi, « WhatsApp payments hit office hurdle », *The Economic Times – India Times*, 01 août 2018, <https://economictimes.indiatimes.com/industry/banking/finance/banking/whatsapp-payments-hit-office-hurdle/articleshow/65221167.cms>
- AIZHU Chen, “China's new rules on yuan transfers are not capital controls: Xinhua”, *Reuters*, 02 janvier 2017, <https://www.reuters.com/article/us-china-yuan/chinas-new-rules-on-yuan-transfers-are-not-capital-controls-xinhua-idUSKBN14M032>
- ARMENTAL Maria, OSAWA Juro, « Wal-Mart Increases Investment in JD.com, China's Second-Largest Online Retailer », *The Wall Street Journal*, 06 octobre 2016, <https://www.wsj.com/articles/wal-mart-increases-investment-in-jd-com-chinas-second-largest-online-retailer-1475712309>
- BANSAL Varsha, CHANCHANI Madhav, « Walmart can invest another \$3 billion in Flipkart at the same valuation », *The Economic Times – India Times*, 12 mai 2018, <https://economictimes.indiatimes.com/markets/stocks/news/walmart-can-invest-another-3-billion-in-flipkart-at-the-same-valuation/articleshow/64134529.cms>
- BANSAL Varsha & CHANCHANI Madhav, « Tencent's consent key to future Flipkart share sale », *The Economic Times – India Times*, 08 septembre 2018, <https://economictimes.indiatimes.com/small-biz/startups/newsbuzz/tencents-consent-key-to-future-flipkart-share-sale/articleshow/65727455.cms>

- BALENIERI, Raphaël, « Le paiement mobile chinois à l'assaut des États-Unis », *Libération*, 12 mai 2017, https://www.liberation.fr/futurs/2017/05/12/le-paiement-mobile-chinois-a-l-assaut-des-etats-unis_1569089
- BEUTH Marie-Catherine, « Il y a désormais 2 banques françaises dans le top 10 des banques mondiales », *Business Insider*, 17 mai 2018, <https://www.businessinsider.fr/classement-top-10-banques-mondiales-sp-global-market-intelligence-mai-2018>
- BOHIC Clément, « Drapeau rouge en Chine pour les ICO », *l'Espresso*, 4 septembre 2017 https://www.itespresso.fr/drapeau-rouge-chine-ico-169546.html?inf_by=5c1a0e78671db848718b50bd
- BRANNON Ike, « Put Chinese and American Payment Companies on an Even Playing Field », *Forbes.com*, 26 juillet 2018, <https://www.forbes.com/sites/ikebrannon/2018/07/26/put-chinese-and-american-payment-companies-on-an-even-playing-field/#1bb765ea598b>
- CHANCHANI Madhav, « Alibaba to hike stake in Paytm's marketplace for \$177 million », *The Economic Times – India Times*, 03 mars 2017, <https://economictimes.indiatimes.com/small-biz/money/alibaba-to-hike-stake-in-paytms-marketplace-for-177-million/articleshow/57428717.cms>
- CLOVER Charles & MITCHELL Tom, « China steps up capital controls with overseas withdrawal cap », *Financial Times*, mis à jour le 31 décembre 2017, <https://www.ft.com/content/b69166fa-ee01-11e7-b220-857e26d1aca4>
- COCA Nithin, « Chinese Tourists are Beijing's Newest Economic Weapon », *Foreign Policy*, 26 septembre 2018, <https://foreignpolicy.com/2018/09/26/chinese-tourists-are-beijings-newest-economic-weapon/>
- CUNY Delphine, « Le chinois Alipay passe au "déploiement massif" en France » *Latribune.fr*, 27 mars 2018, <https://www.latribune.fr/entreprises-finance/banques-finance/le-chinois-alipay-passe-au-deploiement-massif-en-france-773071.html>
- C. Vivien, « Huawei lance officiellement son service de création d'applications blockchain », *Cryptonaute*, France, 3 décembre 2018.
- FALL François-Seck, « Accéder par le numérique aux services financiers en Afrique », *Sms hypothèses*, 16 avril 2018, <https://sms.hypotheses.org/11375>
- FANG Tianyu, « Why QR codes trump NFC in China », *Technocode.com*, 16 mars 2018. <https://technocode.com/2018/03/16/qr-codes-nfc-china/>
- FARINE Mathilde, « La classe moyenne en Chine, c'est une nouvelle Allemagne tous les sept ans », *Le Temps*, 02 août 2016, <https://www.letemps.ch/economie/classe-moyenne-chine-cest-une-nouvelle-allemande-sept-ans>
<https://cryptonaute.fr/huawei-lance-service-creation-applications-blockchain/>
- FITZGERALD Kate, « Data: India's mobile payments market is ready to boom », *PaymentsSource*, 22 mars 2018, <https://www.paymentsource.com/slideshow/data-indias-mobile-payments-market-is-ready-to-boom>

- FRASER Ian, "Chinese payment giants are lightyears ahead.", *Raconteur Business Review Website*, 25 septembre 2018, <https://www.raconteur.net/finance/alipay-wechat-china-payments>
- GUYONNET-DUPERAT Franck & PONSAN Maxime, « En Chine ou en France, comment régule-t-on les crypto-monnaies ? » *Asialyst*, France, 23 avril 2018, <https://asia-lyst.com/fr/2018/04/23/chine-france-comment-reguler-crypto-monnaies-bitcoin/>
- HUANG Zephin, « China wants an "orderly exit" from bitcoin mining » », *Quartz*, Chine, 8 janvier 2018, <https://qz.com/1174091/china-wants-an-orderly-exit-from-bitcoin-mining/>
- HUANG Zephing, « China is suddenly full of nice things to say about blockchain technology », *Quartz*, 6 juin 2018, <https://qz.com/1298221/china-is-suddenly-full-of-nice-things-to-say-about-blockchain-technology/>
- JOLLY Dominique, « La Chine, nouvel acteur de création technologique », *Le Temps*, 01 octobre 2017, <https://www.letemps.ch/opinions/chine-nouvel-acteur-creation-technologique>
- KISELYOVA Maria & ROANTREE Anne Marie, « Russia blocks Chinese social media app WeChat », *Reuters*, 06 mai 2017, <https://www.reuters.com/article/us-tecnent-wechat-russia/russia-blocks-chinese-social-media-app-wechat-idUSKBN18204J>
- KOMIYA Kantaro, "Okinawa monorail system to experiment with ticket gate Alipay payments for Chinese", *Japan Times*, 21 juin 2018, <https://www.japan-times.co.jp/news/2018/06/21/business/okinawa-monorail-system-experiment-ticket-gate-alipay-payments-chinese/#.XBopH1xKjIV>
- LE BELZIC Sébastien, « Le yuan chinois, un nouveau dollar pour l'Afrique ? », *Le Monde.fr*, 20 avril 2015, https://www.lemonde.fr/afrique/article/2015/04/20/le-yuan-chinois-un-nouveau-dollar-pour-l-afrique_4619435_3212.html
- LOUBIÈRE Paul, « Pourquoi les banques chinoises rasant la mise sur la finance mondiale », *Challenges*, 30 juin 2016, https://www.challenges.fr/challenges-soir/pourquoi-les-banques-chinoises-raflent-la-mise-de-la-finance-mondiale_14570
- LUO Yan, « Chinese Agencies Announce Plan to Audit Privacy Policies of Ten Popular Online Services », *Covington*, 1^{er} août 2018, <https://www.insideprivacy.com/international/china/chinese-agencies-announce-plan-to-audit-privacy-policies-of-ten-popular-online-services/>
- LY Van, « WeChat Pay e-wallet launched in Vietnam », *The Saigon Times*, 15 novembre 2017, <https://english.thesaigontimes.vn/57052/wechat-pay-e-wallet-launched-in-vietnam.html>
- MATHEW George, « Data Storage In India: Visa, Mastercard among 15 payment firms yet to comply with RBI norms », *The Economic Times – India Times*, 12 novembre 2018 <https://indianexpress.com/article/business/banking-and-finance/data-storage-in-india-visa-mastercard-among-15-payment-firms-yet-to-comply-with-rbi-norms-5398216/>

- MESMER Philippe, « La population du Japon poursuit son inquiétant déclin », *Le Monde*, 09 janvier 2018, https://www.lemonde.fr/asi-pacifique/article/2018/01/09/la-population-du-japon-poursuit-son-inquietant-declin_5239130_3216.html.
- MILLER Heather, « China's UnionPay plans global expansion of QR code e-payments in battle with Alipay and Tenpay », *NAPCP*, 24 septembre 2018, <https://www.napcp.org/news/419546/Chinas-UnionPay-plans-global-expansion-of-QR-code-e-payments-in-battle-with-Alipay-and-Tenpay.htm>
- OLIVIER Christian, « L'ordre de fermeture des plateformes d'échange de bitcoins confirmée en Chine : Début de l'éclatement de la bulle ou opportunité d'achat », *Developpez.com*, France, 16 septembre 2017, <https://www.developpez.com/actu/160781/L-ordre-de-fermeture-des-plateformes-d-echange-de-bitcoins-confirmee-en-Chine-debut-de-l-eclatement-de-la-bulle-ou-opportunite-d-achat/>
- PAQUETTE Emmanuel, « Alibaba, Baidu... Les géants chinois du Net à l'assaut du monde », *L'Express*, le 30 mai 2017, https://lexpansion.lexpress.fr/actualite-economique/alibaba-baidu-les-geants-chinois-du-net-a-l-assaut-du-monde_1911931.html
- PESTANA, Alexander. « The Competitors for the Crown in China's Cashless Future », *Payment Eye*, 31 juillet 2018, <https://www.paymenteye.com/2018/07/31/the-competitors-for-the-crown-in-chinas-cashless-future/>
- PLURIEN Margaux, « WeChat Pay, Android Pay, Grab ... La prochaine révolution monétaire est asiatique et mobile », *Linkedin*, 11 mars 2018, <https://www.linkedin.com/pulse/wechat-pay-android-grab-la-prochaine-r%C3%A9volution-est-et-plurien/>
- P. Stanislas, « La Chine a publié un classement crypto et préfère Ethereum à Bitcoin », *Cryptonaute*, France, 17 mai 2018, <https://cryptonaute.fr/chine-classement-indice-crypto-bitcoin/>
- P. Stanislas, « Chine : des millions d'euros de subventions pour attirer les startups blockchain à Hangzhou », *Cryptonaute*, France, 28 mai 2018, <https://cryptonaute.fr/chine-subvention-startup-blockchain-hangzhou/>
- P. Stanislas, « Le président de la Chine approuve la technologie blockchain », *Cryptonaute*, France, 30 mai 2018, <https://cryptonaute.fr/president-chinois-approuve-technologie-blockchain/>
- QIAN Yao, « 央行数字货币的技术考量 » (« Considérations techniques sur la monnaie numérique de la banque centrale »), *Yicai*, Chine, 6 mars 2018, <https://www.yicai.com/news/5404436.html>
- ROBERT Philippine, « Chine : son incroyable percée dans les technologies d'avenir », *Capital*, 25 juin 2018, <https://www.capital.fr/economie-politique/chine-son-incroyable-percee-dans-les-technologies-davenir-1294784>
- ROLFE Alex, "Millennium bcp becomes the first European bank to issue UnionPay cards", *Payments, Cards and Mobiles Website*, 07 décembre 2018.

<https://www.paymentscardsandmobile.com/millennium-bcp-becomes-the-first-european-bank-to-issue-unionpay-cards/>

- ROUOT, Madeleine, *Chine : la révolution du paiement mobile*, Les Échos, 18 juillet 2018, https://www.lesechos.fr/18/07/2018/lesechos.fr/0301990087736_chine---la-revolution-du-paiement-mobile.htm
- SEALY Phil, « EMV Payment Card Market Struggles Amidst Overstocking Issues and Near Saturation Levels in China and the U.S. » *ABI Research*, 16 février 2017, <https://www.abiresearch.com/press/emv-payment-card-market-struggles-amidst-overstock/>
- SHUZI Weiba, « 10 月起，香港用户将可在内地使用微信支付 » (« À partir d'octobre, les utilisateurs de Hong Kong pourront utiliser le paiement WeChat sur le continent. »), *Sohu*, 26 septembre 2018, http://www.sohu.com/a/256357333_465976
- SIMPKINS Sarah, « NAB launching Alipay in Australia », *Investor Daily*, 20 novembre 2018, <https://www.investordaily.com.au/technology/44003-nab-launching-alipay-in-australia>
- SITRUK Hervé, « Les nouveaux enjeux européens des paiements », *ClubSEPA.eu*, 17 mai 2017, <http://www.clubsepa.eu/nouveaux-enjeux-europeens-paiements/>
- SMITH Olivier, « The unstoppable rise of the Chinese traveller – where are they going and what does it mean for overtourism ? », *The Telegraph*, 11 avril 2018, <https://www.telegraph.co.uk/travel/comment/rise-of-the-chinese-tourist/>
- SOO Zen, « Alibaba's payments affiliate apologises for opting in users for credit scoring system », *Big Tech*, 4 janvier 2018, <https://www.scmp.com/tech/china-tech/article/2126772/chinas-ant-financial-apologises-over-alipay-user-data-gaffe>
- STUENKEL Oliver, “Can China Union Pay challenge Visa and Mastercard?”, *Post-Western World*, 13 mai 2017, <https://www.postwesternworld.com/2017/05/13/union-challenge-mastercard/>
- SUN Zhong, « 央行数字货币研究所多地布局科创中心 » (« L'Institut de la monnaie numérique de la Banque centrale dispose d'un centre scientifique et technologique multi-distribué »), *Shanghai Securities News*, Chine, 5 septembre 2018, <http://news.cnstock.com/news,yw-201809-4268560.htm>
- THIN Gabrielle, « Le yuan faible, "meilleure arme protectionniste" de la Chine face à Trump », *La Tribune*, 20 juillet 2018, <https://www.latribune.fr/entreprises-finance/banques-finance/le-yuan-faible-meilleure-arme-protectionniste-de-la-chine-face-a-trump-785787.html>
- TIC Mag, « Mobile money : PayPal, Safaricom et TransferTo annoncent une collaboration au Kenya », *Digital business – africa*, 11 avril 2018, <https://www.digitalbusiness.africa/mobile-money-paypal-safaricom-transfer-to-annoncent-collaboration-kenya/>
- TRUJILLO Elsa, « La Chine commence déjà à mettre en place son système de notation des citoyens prévu pour 2020 », *Le Figaro tech&web*, 20 mars 2018,

<http://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/2017/12/27/32001-20171227ART-FIG00197-la-chine-met-en-place-un-systeme-de-notation-de-ses-citoyens-pour-2020.php>

- VAN DYKE Dan, "Visa challenges UnionPay in China", *Business Insider*, 21 août 2017, <https://www.businessinsider.fr/us/visa-challenges-unionpay-in-china-2017-8>
- VARIYAR Mugdha & BHAKTA Pratik, « After Amazon and WhatsApp, Apple orders 'stop payment' », *The Economic Times – India Times*, 06 septembre 2018, <https://economictimes.indiatimes.com/news/economy/policy/after-amazon-whatsapp-apple-orders-stop-payment/articleshow/65694577.cms>
- VIROL Gautier, « WeChat s'associe avec Line pour faciliter les paiements des touristes chinois au Japon », *L'Usine Digitale*, 27 novembre 2018, <https://www.usine-digitale.fr/article/wechat-s-associe-avec-line-pour-faciliter-les-paiements-des-touristes-chinois-au-japon.N774999>
- WEI Han, « Baidu Sued Over Claim It Illegally Obtained Users' Data », *Caixin*, 9 janvier 2018, <https://www.caixinglobal.com/2018-01-09/baidu-sued-over-claim-it-illegally-obtained-users-data-101195257.html>
- WOLFIE Zhao, « PBoC's Digital Currency Lab Launches New Research Center », *CoinDesk*, 5 septembre 2018, <https://www.coindesk.com/pbocs-digital-currency-lab-launches-new-research-center-outside-of-beijing>
- XU Zhon & ZOU Chuanwei, « 2018 年第 4 号 区块链能做什么、不能做什么? » (« N° 4, 2018 Que peut et ne peut pas faire la blockchain ? »), *The People's Bank of China Research Bureau*, Chine, 11 novembre 2018, <http://www.pbc.gov.cn/yanjiuju/124427/133100/3487653/3658001/index.html>
- YIEFEI Fan, « 范一飞：关于央行数字货币的几点考虑 » (« Fan Yifei: Quelques considérations sur la monnaie numérique de la banque centrale »), *Yicai*, Chine, 25 janvier 2018, <https://www.yicai.com/news/5395409.html>
- YIHUA CHEN Camille, « Carte UnionPay, ou comment les Chinois utilisent le yuan en France », *China-info*, 18 octobre 2014, <http://www.chine-info.com/french/columnist/Camille-Yihua-Chen/20140918/162919.html>
- YiLu TongXin Ye, « 虽然在台湾不能用人民币，但支付宝，微信等支付方式已在台湾普及 » (« Bien que vous ne puissiez pas utiliser le RMB à Taïwan, Alipay, WeChat et d'autres méthodes de paiement ont été popularisées à Taïwan. »), *Bai Jiahao*, 22 décembre 2017, <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1587454982015189833&wfr=spider&for=pc>
- ZHOU Xin, « Russia unblocks China social media app WeChat », *South China Morning Post*, 11 mai 2017, <https://www.scmp.com/news/china/diplomacy-defence/article/2094004/russia-unblocks-china-social-media-app-wechat>

- « These figures show the incredible growth of Paytm as payments platform », *Business Today*, 09 juillet 2018, <https://www.businesstoday.in/current/corporate/paytm-transactions-wallet-firm-upi-payments-bank-50-billion/story/280040.html>
- « Flipkart statistics in December 2018 », *DMR, Business Statistics*, 05 décembre 2018, <https://expandedramblings.com/index.php/flipkart-statistics/>
- « L'industrie du paiement face au digital », *Les Échos études*, octobre 2017, https://www.lesechos-etudes.fr/media/uploads/etudes/samples/LEE_paiement_digital_HD2.pdf
- « Et le chinois ICBC devient la première banque du monde », *Les Echos*, 10 janvier 2018, https://www.lesechos.fr/10/01/2018/lesechos.fr/0301117505989_et-le-chinois-icbc-devint-la-premiere-banque-du-monde.htm
- Les Echos, « Chine : La loi sur la cybersécurité adoptée », *Les Echos*, 11 novembre 2018, https://www.lesechos.fr/08/11/2016/LesEchos/22314-059-ECH_chine---la-loi-sur-la-cybersecurite-adoptee.htm
- « Number of adult Indians with bank accounts rises to 80% », *The Economic Times – India Times*, 20 avril 2018, <https://economictimes.indiatimes.com/industry/banking/finance/banking/number-of-adult-indians-with-bank-accounts-rises-to-80/articleshow/63838930.cms>
- “China’s protectionism comes home to roost”, *Financial Times*, 03 janvier 2018, <https://www.ft.com/content/14196546-f098-11e7-ac08-07c3086a2625>
- « La stratégie “Made in China 2025” va permettre de revitaliser l’industrie manufacturière chinoise », *French. China.org.cn*, 22 mai 2016, http://french.china.org.cn/business/txt/2016-05/22/content_38508736.htm

Autres

- Exchange War, mise à jour toutes les 10 minutes. <https://exchangewar.info/>

GLOSSAIRE

- **Espèce** : Somme d'argent liquide (billets de banques et pièces de monnaies) par opposition à tout autre mode de paiement (chèque, paiement en nature, etc.).
- **Chèque** : Monnaie scripturale permettant le transfert d'argent d'un compte bancaire à un autre.
- **Cartes** :
 - Carte de débit : Carte délivrée par un établissement de crédit permettant, entre autres, d'effectuer des paiements auprès des commerçants et dont l'utilisation est adossée à un crédit renouvelable.
 - Carte de crédit : Carte en plastique comportant une bande magnétique ou une puce intégrée et servant à débiter directement d'un compte courant le prix d'un bien ou d'un service au moment de l'achat.
 - Carte prépayée : moyen de paiement dont le fonctionnement normal se limite à l'utilisation des fonds chargés par avance
 - Carte de fidélité : permet d'identifier les clients les plus fidèles et de leur attribuer des avantages sous forme de services, cadeaux ou de remises.
- **Technologie** :
 - À bande : Créée en 1971, la carte à bande magnétique est une carte comportant une bande noire à son verso. La bande magnétique sur les cartes de crédits permet donc d'écrire et de lire diverses données comme des noms, des numéros, etc.
 - À puce : Une carte à puce est une carte en matière plastique, portant au moins un circuit intégré capable de contenir de l'information.
 - NFC (sans contact) : La Near Field Communication, soit Communication en champ proche est une technique de télécommunication par radio à très courte distance, généralement quelques centimètres (< 4cm).
 - RFID : Le *Radio Frequency Identification* est une méthode utilisée pour stocker et récupérer des données à distance en utilisant des balises métalliques, les « *RFID Tags* ». Ces balises, incorporées dans les produits, sont composées d'une antenne et d'une

puce électronique, réagissant aux ondes radio et transmettant des informations à distance.

- **Transferts**

- SWIFT : diminutif de *Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication*. Il correspond à un identifiant bancaire normalisé au niveau international pour effectuer des virements grâce à l'utilisation unique d'un code attribué à chaque paiement international.
- SEPA : signifie *Single Euro Payments Area* et désigne l'espace unique de paiements en euro. C'est un projet qui vise à créer un marché européen intégré des paiements pour les organisations et les particuliers qui effectuent ou reçoivent des paiements en euros.
- TIP : il s'agit du virement, du prélèvement automatique et du titre interbancaire de paiement (TIP). Ils sont simples d'usage et très pratiques pour le règlement à distance, notamment de sommes importantes ou pour des règlements réguliers.

- **Nouveaux**

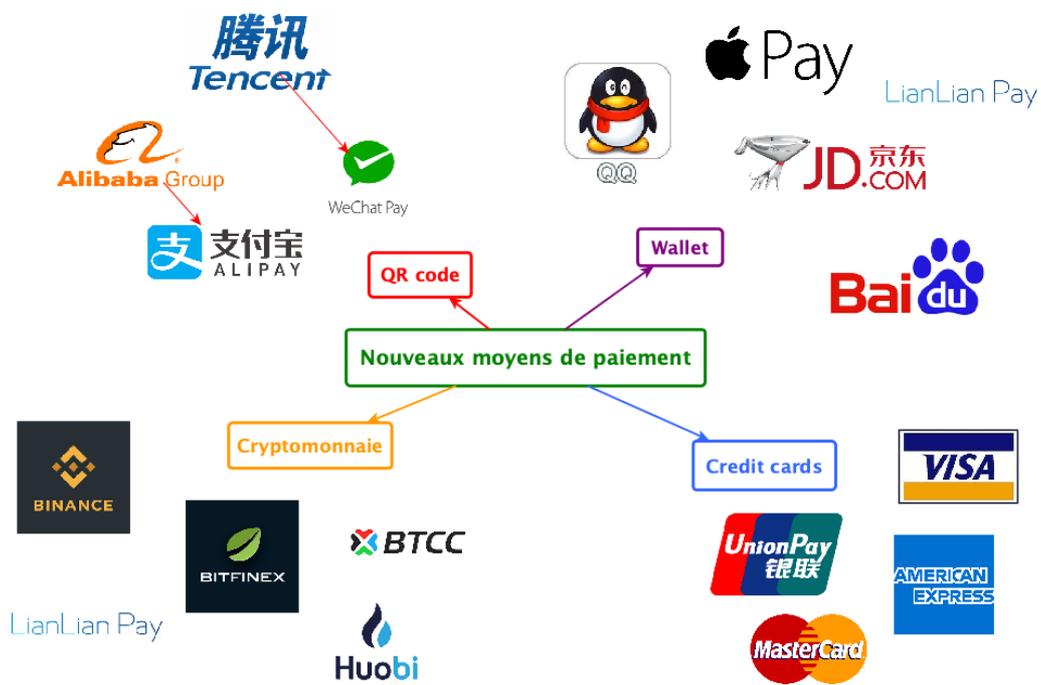
- QR-code : La technologie QR code, initialement créée au Japon, repose sur l'encodage de différents types de données à l'intérieur d'un code-barre 2D (encodage en largeur et en longueur, contrairement à un simple encodage en longueur pour un code-barre classique). Il en existe différentes versions, permettant de stocker plus ou moins de données.
- M-Banking : canal par le biais duquel le client interagit avec une banque via un dispositif mobile pour effectuer des paiements ou utiliser d'autres services financiers mobiles avec une indépendance de temps et de lieu.
- Cryptomonnaie : Une cryptomonnaie, dite aussi cryptoactif, cryptodevise ou monnaie cryptographique, est une monnaie utilisable sur un réseau informatique décentralisé, de pair à pair. Elle est fondée sur les principes de la cryptographie et intègre l'utilisateur dans les processus d'émission et de règlement des transactions.
- Via Mobile : paiement effectué depuis un mobile ou en ligne avec un débit sur carte ou sur portefeuille électronique. Ex : paiement réalisé à distance (ex : sites de commerce électronique), paiement de proximité sur une borne, ou transfert de mobile à mobile.

ANNEXES

- Annexe N°1 : Cartographie des acteurs traditionnels en Chine

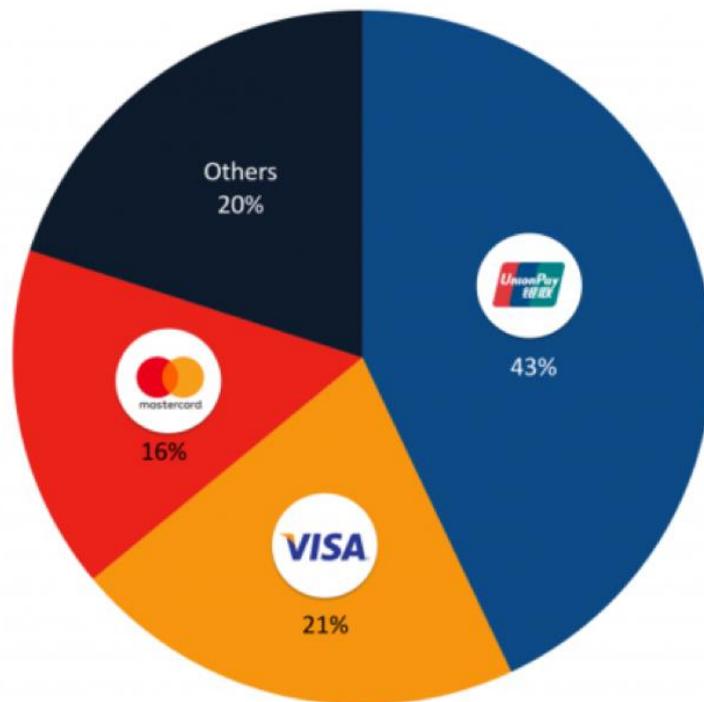


- Annexe N°2 : Les acteurs par rapport aux nouveaux moyens de paiement en Chine



- Annexe N°3: Partage des parts de marché du secteur des cartes de crédit en 2016 à l'échelle mondiale

Global Payment Card Market Share, 2016



Source: RBR

BI INTELLIGENCE

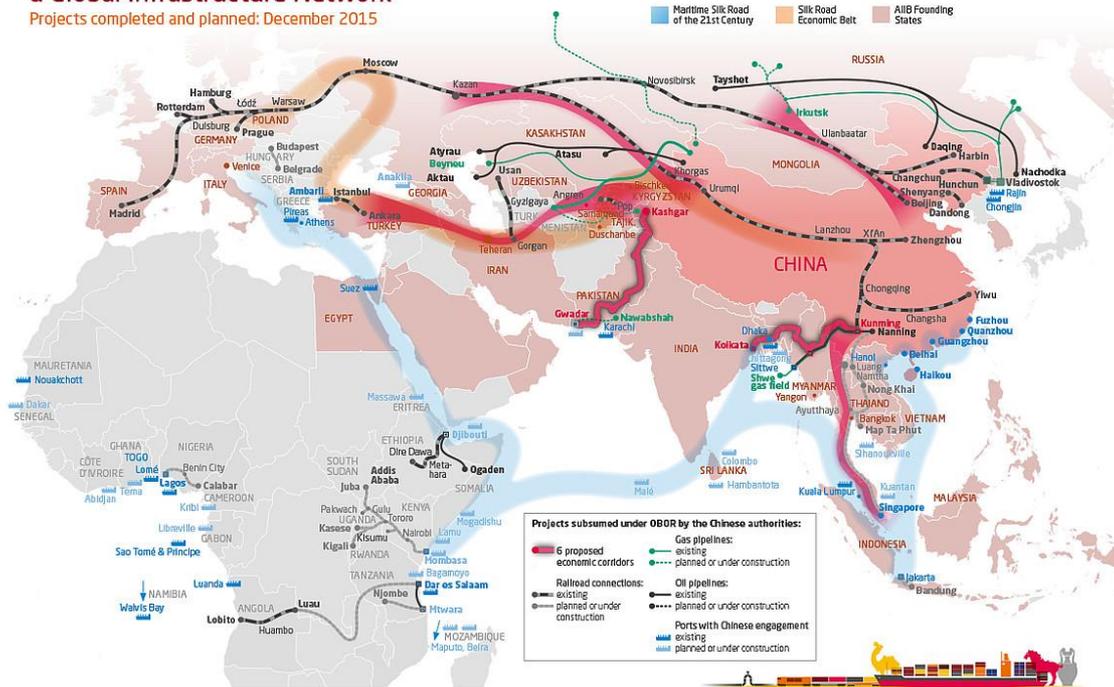
Source : TOPLIN Jaime, « UnionPay is finalizing plans to move into Europe », *Business Insider*, 18/09/2018, https://www.businessinsider.fr/us/unionpay-pursuing-europe-2018-9?fbclid=IwAR11k96qClvqE-ShTIQQDHypW7H7XIYkGZX6okkHmTu-Zorf_KU3nMB3n0

- Annexe N°4 : One Belt, One road : grâce la Route de la Soie, la Chine cherche à construire un réseau d'envergure mondiale

MERICs China Mapping

One Belt, One Road: With the Silk Road Initiative, China Aims to Build a Global Infrastructure Network

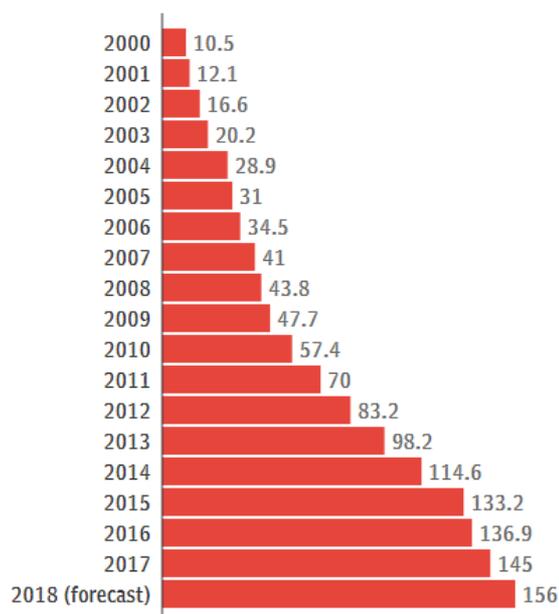
Projects completed and planned: December 2015



Source : MERICs, 2017

- Annexe N°5 : Visites annuelles des touristes chinois à l'étranger (en millions)

Annual overseas visits (millions)

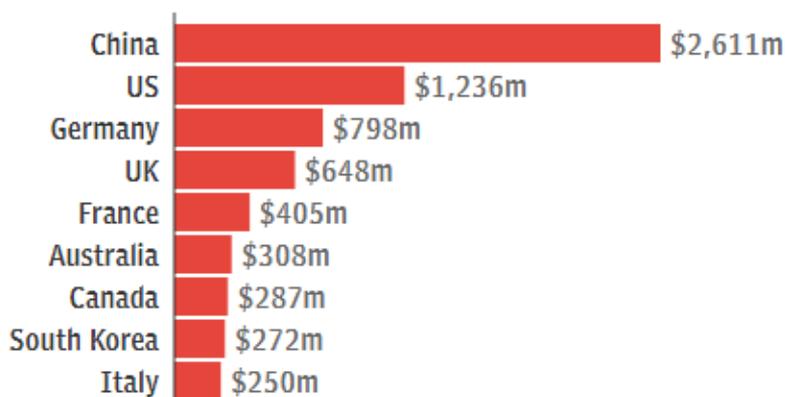


Source : China Outbound Tourism Research Institute (COTRI), 2017

COTRI (CHINA OUTBOUND TOURISM RESEARCH INSTITUTE)

- Annexe N°6 : Dépenses totales des touristes par pays en 2016

International tourism expenditure by country
Total spending by tourists in 2016



Source : China Outbound Tourism Research Institute (COTRI), 2017

- Annexe N°7 : Les 10 principaux pays visités par les touristes chinois en 2017

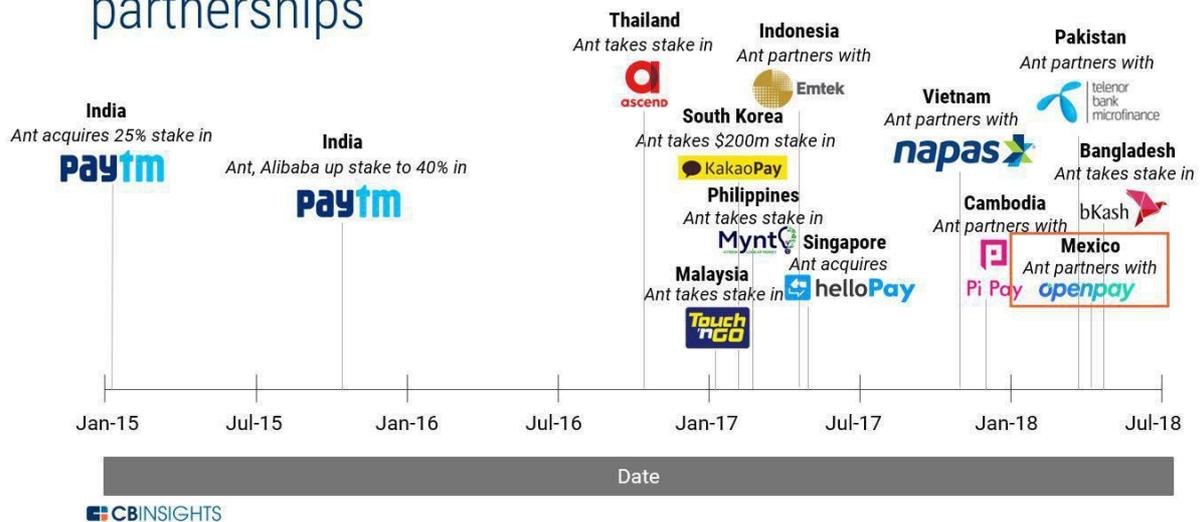
Top 10 countries visited by Chinese tourists, 2017



Source : China Outbound Tourism Research Institute (COTRI), 2017

- Annexe N°8 : La stratégie mondiale de Ant Financial sur ses partenariats locaux

Ant's globalization strategy centers on local partnerships

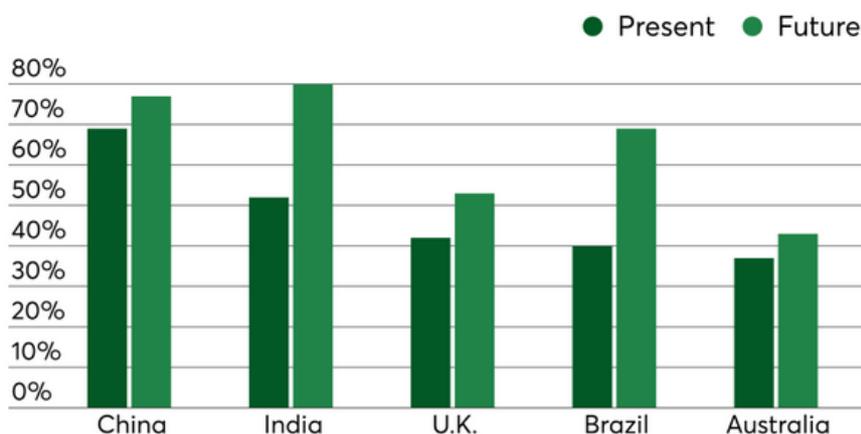


Source : «Alibaba Vs. Amazon: How The E-Commerce Giants Stack Up In The Fight To Go Global», CBInsights, Research Briefs, 02/03/3018, <https://www.cbinsights.com/research/amazon-alibaba-international-expansion/>

- Annexe N°9 : Le taux de développement des FinTechs en 2017 (et prévision pour les années à venir) des marchés chinois, indien, britannique, brésilien et australien

India ranks high in fintech adoption

The country's adoption rates are forecast to be the highest in the world



Source: EY Fintech Adoption Index 2017