

Le nouvel eldorado chinois

La France s'est réveillée : la Chine n'est plus seulement considérée comme une simple «option» mais comme un marché incontournable. Tandis qu'une délégation de professionnels du tourisme de la région Centre revient de Chine, les actions de communication invitant les chefs d'entreprise à y investir se multiplient. Pierre Dhomps, PDG d'Énergie 7 International a présenté à Blois l'importance de la négociation interculturelle avec les Chinois.



Pierre Dhomps fait du business avec la Chine depuis de longues années. Son entreprise, Énergie 7 International, accompagne et suit les entreprises françaises et européennes qui désirent investir dans ce pays. Outre un réseau d'agents-relais dans les principales villes chinoises et des experts par grands secteurs d'activité, il possède des bureaux permanents à Paris, Beijing (Pékin) et Nanjing (Nankin.) Entre autres activités, Énergie 7 est le représentant de la Fédération des industries mécaniques et organisera à ce titre du 25 au 30 avril, à l'intention des sous-traitants français, des visites des usines chinoises de Dongfeng Motors (partenaire de PSA), SAIC (partenaire de Volkswagen et General Motors), General Motors, Faurecia et Delphi et du Salon automobile de Shanghai. Auparavant, plusieurs missions collectives ont été confiées à Pierre Dhomps dans les domaines de la santé en 1998 et de l'habitat en 2000. Invité par l'Iseme, l'école de commerce de la Chambre de commerce et d'industrie de Loir-et-Cher, à l'occasion d'une animation sur le thème de la Chine, Pierre Dhomps est venu donner une conférence le 11 mars à Blois : «Négocier avec les Chinois : l'importance du culturel.» Le conférencier plante les enjeux : «Finissons-en avec les préjugés, la Chine est déjà une puissance économique de première importance.» Nous sommes face au 4^e exportateur mondial, au 3^e importateur (la Chine est le premier acheteur mondial d'avions civils et de téléphones portables) et un PIB 2004 de 1,4 milliard de dollars, à peine inférieur à celui de la France ! 7 % des Chinois, c'est-à-dire 90 millions d'habitants, ont un revenu comparable à celui des européens les plus aisés, tandis que les classes «moyennes» représentent déjà 250 millions de personnes. Le pouvoir d'achat des Chinois va exploser dans les prochaines années puisque, avec des taux de croissance situés entre 8 et 10 % (+ 9,3 % en 2004), en 2039, le PIB de la Chine, ramené au rang de la population, sera identique à celui des États-Unis ! Le but du gouvernement chinois est de passer de 850 dollars de revenus par habitant aujourd'hui, à 3 500 dollars en 2020, «un objectif réaliste», appuie Pierre Dhomps. Loin de nous de nous moquer des ambitions européennes, mais «l'économie sociale de marché» à la chinoise ça marche : 60 % du PIB est réalisé par des sociétés privées...» «Peu importe que le chat soit blanc ou noir, l'important c'est d'attraper la souris» ironisait, face aux critiques sur l'économie socialiste, Deng Xiaoping «le petit timonier.»

Les grandes entreprises françaises sont conscientes des enjeux représentés par le marché chinois. PSA est très présente, Renault a un projet de construction d'usine qui produira 400 000 véhicules Nissan, Carrefour avec 50 hypermarchés est le premier distributeur alimentaire en Chine (le gouvernement lui a donné autorisation de construire un nouvel hyper par mois !), Air France conclut un partenariat avec China Southern... Actuellement, environ 500 entreprises françaises sont implantées en Chine où elles emploient 150 000 personnes ; mais une centaine de PME seulement : c'est peu au regard du marché à conquérir.

La négociation interculturelle en Chine

«Comment y aller ? L'outil de réussite dans la négociation en Chine passe par l'intégration d'une approche culturelle» poursuit Pierre Dhomps. Traitant uniquement de l'aspect interculturel à l'occasion de cette soirée, le chef d'entreprise a émaillé son discours de quelques conseils et anecdotes à destination des investisseurs potentiels. «Les Chinois sont un peuple intuitif qui aime jouer. À l'instar du jeu de Go, le plus vieux jeu du monde, vous chercherez à vous implanter, réaliser et conclure : il faut encercler, sans se découvrir.» La Chine est un peuple adepte de la religion taoïste qui cultive les paradoxes du Yin et du Yang : Ils n'opposent pas les valeurs antinomiques comme : le bien, le mal aux États-Unis ; le vrai, le faux en Europe. En cultivant les contraires et les complémentaires, il faut aborder les Chinois

avec un esprit de conciliation... Tout défi est voué à l'échec. En outre, la sagesse de Confucius développe l'harmonie sociale dans un concept hiérarchisé. Le Chinois prendra comme une offense de ne pas négocier avec le «grand patron», celui qui a les responsabilités. Dans le même esprit, il importe de bien interpréter le «non verbal.» Sachez vous entourer d'un excellent traducteur. Trois mots de Français sont traduits par trente mots en Chinois, car s'adresser à son interlocuteur avec trois mots est une offense. «Ici, le temps a une autre valeur qu'en Occident. Quand on négocie avec les Chinois il faut toujours tourner autour du pot («Seuls les démons se déplacent en ligne droite», proverbe chinois) ne jamais perdre son contrôle et ne jamais chercher à enfoncer la partie adverse. Le Chinois se voit dans votre visage. L'éternel sourire ne représente pas l'hypocrisie mais l'embarras. Faites perdre la face à un Chinois et il deviendra votre pire ennemi.»

Ainsi, le négociateur privilégiera l'art de la stratégie en se faisant passer pour «un roi mage apporteur de tribut. Un businessman européen calcule combien il va gagner, le Chinois estime toujours, combien vous allez gagner ! Ils ont toujours peur d'être roulés par l'occidental. Pour un Chinois, la contrefaçon est une revanche face à l'occident colonisateur ; c'est une fierté, le triomphe de leur habileté...»

Pour le Chinois, le businessman français est souvent vu comme un «arrogant utopiste qui compte comme un paysan.» Et pourtant, ils aiment notre culture ancestrale, comme la leur, notre singularité et vouent une admiration sans bornes pour De Gaulle le premier chef d'État occidental qui a reconnu la Chine communiste. Pour Pierre Dhomps, toutes les bases sont jetées pour que la France dépasse cette peu enviable 11e place des partenaires économiques avec la Chine (talonnée par le Portugal.) Mais il est optimiste : «Depuis l'année de la Chine en France, le nombre de dossiers de renseignements d'entreprise s'intéressant au marché chinois s'est multiplié par 4 !»

*Didier Morazin
L'Epicentre de votre actualité - Edition du Loir et Cher
Novembre 2009*