

LES APPORTS DE
L'INTELLIGENCE
ECONOMIQUE DANS LES
AFFAIRES AVEC LES
CHINOIS : **CONDENSE**



Agence d'intelligence économique de Franche Comté –
Besançon – 20 avril 2009

LES APPORTS DE L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE DANS LES AFFAIRES AVEC LES CHINOIS

DANS LE RESPECT DES BONNES PRATIQUES

- UNE CAPACITE OFFENSIVE AU TRAVERS DE
 - LA RECHERCHE D'INFORMATION : DEMARCHE FONDAMENTALE
 - DONT CELLE QUI FACILITERA LA RENCONTRE AVEC L'INTERLOCUTEUR CHINOIS (MANAGEMENT INTERCULTUREL)
 - LA STRATEGIE D'INFLUENCE (OU LOBBYING)
- UNE CAPACITE DEFENSIVE CONTRE LES PRATIQUES CHINOISES DE L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE, y compris celles du futur partenaire le cas échéant

LES APPORTS DE L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE DANS LES AFFAIRES AVE LES CHINOIS

1 - S'INFORMER

S'INFORMER SUR LE MONDE CHINOIS DES AFFAIRES

SUR QUOI S'INFORMER :

- Le marché général chinois
(connaissance de l'environnement)
- Le marché de la province visée
(important)
- Ses futurs partenaires (fondamental)

S'INFORMER SUR LE MONDE CHINOIS DES AFFAIRES

Les sources françaises en France = « prêt-à-porter »

- Documentation générale : voir bibliographie fournie
- Documentation spécifique :
 - Les travaux de la Mission économique française en Chine : ***S'implanter en Chine ; Exporter en Chine***
 - Ubifrance + librairie : 77, boulevard Saint-Jacques, 14^{ème} Paris
 - CAP export Chine :
www.insert-export.com/spip/IMG/pdf/Cap_Export_Chine.pdf
 - Les CRCI, les CCI et leurs publications
 - Les travaux des conseillers du commerce extérieur
 - Les Conseils régionaux : cf région Rhône – Alpes avec ERAI (Entreprise Rhône – Alpes International)
 - Presse : Le MOCI, Les Echos, La Tribune, Asian Wall Street Journal, Financial Times, The Economist...

S'INFORMER SUR LE MONDE CHINOIS DES AFFAIRES

Les sources chinoises en France

Les représentations économiques chinoises en France

- Mission économique chinoise :
 - Rôle : voir site internet ambassade
 - Implantations : 52, rue de Lisbonne – Paris – 8ème
 - Tel : 01 53 57 70 00 ; fax : 01 47 23 48 31 ou 01 47 20 94 71
 - Internet : www.amb-chine.fr mais peu d'info

- Les antennes françaises du Conseil Chinois pour le Développement du Commerce International (CCPIT) et de la Chambre Chinoise Commerce International (CCOIC) :
 - Immeuble les Saisons - 4 place des saisons – Paris La Défense – 92036 Cedex
 - Internet : (www.ccpit-france.org)

- La représentation commerciale de Hong Kong en France :
 - 18 rue d'Aguessau – Paris – 8ème – équipe française
 - Internet : <http://france.hktdc/contact/asp>

S'INFORMER SUR LE MONDE CHINOIS DES AFFAIRES

LES AUTRES SOURCES

- CONFERENCES ET SALONS : calendriers fournis par UBIFRANCE, le MOCI, les CCI
- LES CABINETS SPECIALISES et leurs réseaux:
 - A ne pas négliger
 - = « sur mesure »
- LES ASSOCIATIONS :
 - Nationales :
 - Amitiés franco-chinoises
 - Association France Chine
 - Régionales :
 - France Sichuan
 - France Hong Kong
 - Rennes Chine...

S'INFORMER SUR LE MONDE CHINOIS DES AFFAIRES

Les sites internet spécialisés (petit aperçu)

- Commission pour la réforme et le développement (ancienne commission du plan) : <http://en.ndrc.gov.cn>
- Ministère chinois du commerce : <http://french.mofcom.gov.cn> ; site officiel ; gratuit ; plus complet en anglais et en chinois
- Ministère chinois des sciences et de la technologie : www.most.gov.cn ; site officiel; gratuit ; anglais et chinois
- China economic net : <http://en.ce.cn/>
- Mission économique française en Chine : www.missioneco.org/chine/
- Un site suisse indépendant : <http://www.sinoptic.ch/>; gratuit
- Plusieurs sites français privés mais plus politico – stratégiques
 - www.questionchine.net
 - www.objectif-chine.com
 - www.centreasia.org/fr/

S'INFORMER SUR LE MONDE CHINOIS DES AFFAIRES

Les sources d'information en Chine

Foires et expositions en 2009

voir le programme 2009 publié par
UBIFRANCE (www.ubifrance.fr)

S'INFORMER SUR LE MONDE CHINOIS DES AFFAIRES

Les sources d'information en Chine

- Foires et expositions

- les plus célèbres : Canton (biens de consommation), Xiamen (investissements et échanges commerciaux), Zhuhai (aéronautique), exposition universelle de Shanghai en 2010
- se référer au Moci et aux représentations françaises en Chine et chinoises en France
- Les missions d'accompagnement des entreprises organisées dans et hors ce cadre spécifique

- La présence française en Chine :

- Les missions économiques françaises : Pékin, Shanghai et Canton (www.missioneco.org/chine)
- Les chambres françaises de commerce et d'industrie :
 - Pékin : ccifc-beijing@ccifc.org
 - Shanghai : ccifc-shanghai@ccifc.org
 - Canton : ccifc-guangzhou@ccifc.org
- Les sociétés françaises implantées en Chine : voir l'annuaire des CCIFC

S'INFORMER SUR LE MONDE CHINOIS DES AFFAIRES

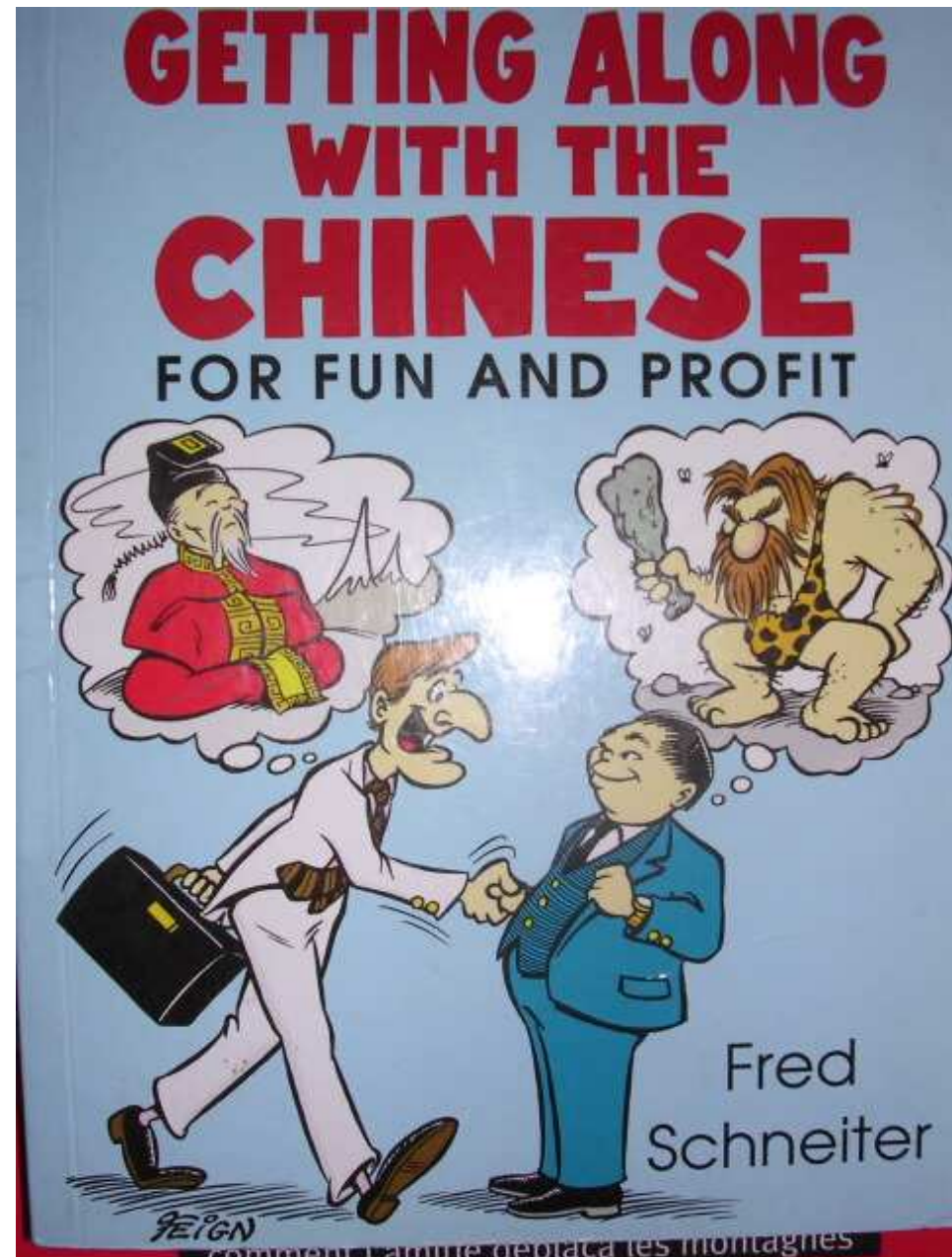
CONCLUSION DE CETTE PARTIE

- DE MULTIPLES SOURCES D'INFORMATION A DISPOSITION
- INUTILE DE SORTIR DE LA DEONTOLOGIE DES BONNES PRATIQUES DE L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE
- INUTILE DE RECOURIR AUX PRATIQUES HORS ETHIQUE TELLES QUE L'ESPIONNAGE ECONOMIQUE, LA CORRUPTION...
- MEME SI D'AUTRES S'Y LAISSENT ALLER = SOURCE GARANTIE DE PROBLEMES POUR EUX

2 – SE FORMER A L'APPROCHE CULTURELLE DE L'INTERLOCUTEUR CHINOIS

NEGOCIER ET
TRAVAILLER AVEC
LES CHINOIS

LE MANAGEMENT
INTERCULTUREL



SE FORMER A L'APPROCHE CULTURELLE DE L'INTERLOCUTEUR CHINOIS

Objet du propos

Essayer de faire comprendre ce que la culture nationale a imprégné dans le mental du négociateur et du partenaire chinois pour :

- Gagner dans les affaires en Chine, dans l'intérêt primordial de sa société
 - Sans spolier son partenaire
- Créer une harmonie partenariale la plus durable possible

L'APPROCHE CULTURELLE DU PARTENAIRE CHINOIS : PLAN DETAILLE

- Une civilisation totalement différente de la nôtre
- Réussir à dialoguer avec elle
- Comprendre ce que la culture nationale a imprégné dans le mental du partenaire chinois
- Les avantages apportés par l'effort de compréhension de l'autre
- Comment réussir son approche culturelle :
 - La connaissance de nos propres défauts : liste et analyse
 - La connaissance de ce qui contribue aux fondements du mental chinois :
 - Environnement géographique
 - Histoire

L'APPROCHE CULTURELLE DU PARTENAIRE CHINOIS : **PLAN DETAILLE (suite 1)**

- L'environnement géographique :
 - La Chine au Centre du Monde
 - Induction de cette position sur le mental du partenaire chinois

- L'influence de l'histoire et ses conséquences sur le mental du partenaire chinois:
 - Le syndrome de l'Empire du Milieu et ses conséquences
 - Les empreintes : confucéennes, taoïstes, légistes / communistes
 - Quelques autres aspects de l'influence de l'histoire :
 - Le Yin et le Yang
 - La face
 - L'écriture et son interprétation

L'APPROCHE CULTURELLE DU PARTENAIRE CHINOIS :

PLAN DETAILLE (suite 2)

- La conciliation des différences
 - Faire face au perfectionnisme chinois (héritage confucéen) dans l'organisation
 - Gérer les pesanteurs héritées du communisme
 - L'horreur de la surprise chez le Chinois : la perte de face

- La conduite pratique des relations
 - La préparation du voyage
 - L'arrivée en Chine
 - Le déroulement des négociations
 - Les stratégies chinoises de conduite des négociations / relations :
 - La stratégie du phénix
 - La stratégie de la lamproie
 - Le barbare contre le barbare
 - L'usure, l'insistance, la pression
 - La stratégie de l'encerclement
 - L'exploitation des vulnérabilités occidentales, notamment françaises
 - L'adaptation positive aux stratégies chinoises pour gagner

L'APPROCHE CULTURELLE DU PARTENAIRE CHINOIS : PLAN DETAILLE (suite 3)

- L'exécution du contrat
 - La signature du contrat
 - L'exécution : rien n'est jamais acquis
 - Les risques de renégociation
 - Les risques de dévoiement du contrat
 - Comment assurer la moins mauvaise protection de sa propriété intellectuelle et industrielle
 - Le règlement des litiges
 - Les cabinets d'avocats présents en Chine
 - L'importance fondamentale du choix du partenaire chinois

EN CONCLUSION DE LA PARTIE 2

UN MARCHÉ PROMETTEUR MAIS DIFFICILE À ABORDER

- DES PARTENAIRES DURS EN NÉGOCIATION
- NE FONT PAS PLACE AU SENTIMENT
- À NE PAS SOUS – ESTIMER
- À ABORDER SANS ARROGANCE, MAIS AUSSI SANS NAIVÉTÉ
- MAIS PRÉSENTENT DES FAIBLESSES CULTURELLES ET TECHNIQUES EXPLOITABLES DANS LA STRATÉGIE DE RELATION
- NOTRE FORCE :
 - LA COMPRÉHENSION DU FUTUR PARTENAIRE ET LA CONNAISSANCE DE SES ATAVISMES CULTURELS
 - LA CONFIANCE QUE L'ON AURA SU SUSCITER CHEZ LUI ET RÉCIPROQUEMENT

3 - LA DEFENSE CONTRE LES PRATIQUES CHINOISES DE L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE

(Plan détaillé)

- LORSQU'ELLE S'APPLIQUE DANS LE CADRE DES BONNES PRATIQUES :
action légale, non répréhensible,
respectueuse de l'éthique
- LORSQUE L'ETHIQUE N'EST PAS RESPECTEE : actes illégaux,
répréhensibles

EN CONSEQUENCE : OBJET DU PROPOS

- Prétend présenter un tableau de bord au profit des entreprises qui veulent s'engager en Chine :
 - Pas anti-chinois mais pro-européen, pro-français ;
 - Qu'est-ce qu'un tableau de bord ?
 - Qu'est-ce qu'un contrat de mariage ?
- Il ne s'agit pas de dissuader les entreprises françaises de s'engager en Chine
- Mais seulement d'installer des balises, des systèmes d'alerte
- Il s'agit aussi de :
 - faire disparaître les candeurs résiduelles (la « sinobéatitude »)
 - ramener les enthousiasmes à des niveaux raisonnables
- Problème : trouver la juste voie entre « sinophobie » et « sinolâtrie »
- Présentation surtout focalisée sur la démarche chinoise d'IE en vue de l'acquisition des technologies de pointe

PRESENTATION GENERALE DE L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE CHINOISE (Plan détaillé)

- Le contexte général de la pratique chinoise de l'intelligence économique
- L'esprit de la pratique chinoise de l'intelligence économique : éthique et déviations
- L'organisation de l'IE en Chine
- L'affichage des ambitions liées aux enjeux technologiques : les 4 dates fondamentales
 - 1979 : les 4 modernisations
 - Mars 1986 : le temps des initiatives
 - La décision du 6 mai 1995
 - La 4^{ème} conférence sur les sciences et la technologie

PRESENTATION GENERALE DE L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE CHINOISE (Plan détaillé – suite 1)

- Les directives pour les sciences et la technologie et les programmes subséquents
 - Le programme 863
 - Le programme Torch
 - Les zones de développement industriel des hautes technologies (ZDIHT)
- Les opérateurs chinois de l'intelligence économique
 - Les deux principes de base
 - Les décideurs
 - Les acteurs
 - Les acteurs scientifiques
- Le recours à toute la palette des moyens dans l'éthique de l'IE, et les entorses à l'éthique

TOUTE LA PALETTE DANS ET HORS ETHIQUE (TABLEAU DE BORD)

	Voies et moyens de l'acquisition de l'information
Information blanche (légale)	<ul style="list-style-type: none"> • L'acquisition du renseignement ouvert • La coopération éducative • Les « retours d'Occident » • La coopération scientifique (scientifiques étrangers en Chine ; communication entre chercheurs ; coopération bi et multilatérale) • La coopération économique (IDE en Chine et réciproquement ; acquisitions commerciales)
Information grise (légale avec forts risques de dérives)	<ul style="list-style-type: none"> • Les expatriés chinois et la fibre nationale ; • La pratique du lobbying (stratégies de négociation ; exploitation des complaisances politiques et économiques ; exploitation des tropismes).
Information noire (illégal)	<ul style="list-style-type: none"> • Les demandes « innocentes » d'information • Les recherches factices d'emploi • Investissements « vertueux » et « sociétés écran » • Les affaires douteuses • Les violations des propriétés intellectuelle et industrielle • Les détournements de technologie • Le contournement des embargos • Le hacking • L'espionnage

TOUTE LA PALETTE DANS ET HORS ETHIQUE (**TABLEAU DE BORD**)

- A PARTIR DE CE TABLEAU, **UNE DECLINAISON DETAILLEE** DES PRATIQUES CHINOISES DE L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE ET DES PRATIQUES HORS ETHIQUE DE L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE, **CAS CONCRETS ET PARLANTS A L'APPUI**
- **OBJECTIF** : CONVAINCRE LES SOCIETES DE SE PROTEGER SERIEUSEMENT AVANT D'ABORDER LE MARCHE CHINOIS

BIBLIOGRAPHIE

- Marie-Chantal PICQUES, *Les miroirs de la négociation en Chine, voyage dans l'univers mental et social chinois*, 2002
- Anne FAURE BOUTEILLER, *La Chine, clés pour s'implanter sur le dernier grand marché*, Vuibert, 2003
- Jean – Claude PETER, *Comment échouer en Chine ; vingt-sept conseils infallibles pour échouer en Chine*, Points sur l'Asie, L'Harmattan, Paris, 2000
- Asie 21 – Futuribles – Groupe d'étude prospective sur l'Asie, *La Chine à l'horizon 2020*, L'Harmattan, Paris, 2006
- Jean-Marc et Yidir PLANTADE, *La face cachée de la Chine*, BE Bourin Editeur, Paris, 2006
- Philippe COHEN et Luc RICHARD, *La Chine sera-t-elle notre cauchemar?*, Mille et une nuits, Arthème Fayard, 2005
- André CHIENG, *La Pratique de la Chine*, Grasset et Fasquelle, Paris, 2006
- Roger FALIGOT, *Les services secrets chinois de Mao aux JO*, Nouveaux Monde éditions, 2008
- John Fox & Francois Godement, *Power Audit of EU China Relations*, http://ecfr.eu/page/-/documents/A_Power_Audit_of_EU_China_Relations.pdf, 17 avril 2009

Quelques sites internet

- www.questionchine.net
- www.inter-focus.com
- www.diploweb.com
- www.objectif-chine.com
- www.missioneco.org
- www.ncix.gov/publications/reports/fecie_all/index_fecie.html

CONCLUSION DES CONCLUSIONS

- S'engager sur le marché chinois représente un risque :
 - Qui peut rapporter
 - Mais qui peut parfois aller jusqu'à coûter la vie de son entreprise si l'on ne s'est pas sérieusement préparé à l'aborder
- Prendre des mesures pour pallier à priori le risque négatif :
 - Par une formation préalable appropriée
 - Coûtera moins cher à l'entreprise que la réparation des dégâts conséquents à une aventure engagée sans précautions réellement sérieuses

Si vous souhaitez la présentation
complète ou plus d'informations sur le
marché chinois,

Contactez :

Général (2s) Daniel Schaeffer

Conseil en stratégie d'entreprise à l'international (Chine –
Asie du Sud-Est)

Email : danielschaeffer@yahoo.fr

Portable : 33 (0)6 07 39 81 67