

## Préface

Jusqu'il y a peu, il suffisait de travailler à un niveau correct pour réussir sur le marché chinois. Ce temps est passé.

La Chine offre un marché potentiel immense et en croissance. Chacun l'aura compris. C'est aussi un marché complexe et hétérogène. C'est moins connu. A aucun moment de sa très longue histoire la Chine n'a constitué une civilisation homogène. A titre d'exemple, la cuisine chinoise présente au moins autant de diversité que ce que l'on n'oserait pas nommer la cuisine européenne. La Chine d'aujourd'hui est restée multiforme et à la question « Qu'est-ce qu'un Chinois ? » il faut très vite substituer la question « Qui sont les Chinois ? ». Il en est de même pour ses marchés commerciaux. On entend encore pas mal de chefs d'entreprises déclarer qu'ils sont présents sur le marché chinois alors que plus modestement, ils devraient dire qu'il ont établi une tête de pont sur quelques marchés chinois.

Je me souviens bien de la réflexion que me faisait, il y a cinq ans chez lui à Shanghai, Bruno Lemagne qui dirigeait Unilever Chine à l'époque : « *Les grandes multinationales ont très bien compris que la Chine c'est 80 à 120 marchés régionaux tous très différents. Réussir dans une ville ou une province ne garantit pas de réussir dans d'autres régions* ».

L'ouvrage de Benoît Ams vient à point nommé. Ni trop tôt, ni trop tard. Les entreprises ont bien compris l'intérêt de la Chine, ce qui est finalement assez récent. Elles commencent aussi à comprendre que ce ne sera pas une conquête facile.

L'auteur cultive depuis longtemps cette envie de construire des ponts entre les entreprises européennes et chinoises. Il a choisi délibérément d'apprendre au contact de la réalité. Il vit en Chine de manière quasi permanente depuis huit ans. Il parle couramment chinois. Il a connu des succès et quelques défaites. Et, surtout, il a tiré les leçons de ces expériences. Mieux, il les met à disposition de ceux qui veulent éviter les pièges les plus périlleux. Il sait aussi très modestement que chaque jour apportera des connaissances nouvelles et des leçons pour l'avenir. Il a appris que la modestie sied à ceux qui veulent faire de bonnes affaires en Chine.

L'ouvrage est court, instructif et pratique. Trois excellentes qualités aux yeux des responsables d'entreprises. Ils disposent malheureusement de trop peu de temps pour lire de longues théories. Ils désirent apprendre vite les choses vitales pour réussir. Ce n'est cependant pas un livre de recettes. Il contient beaucoup de réflexions fortes qui bien comprises pourront être appliquées avec succès mais aussi des leçons simples et pratiques qui éviteront bien des déboires.

Peu de personnes peuvent se targuer de bien connaître ce pays-continent qu'est la Chine. A part quelques idées reçues voire préconçues, elle reste un mystère pour beaucoup. L'Asie moderne a eu besoin des Jeux Olympiques pour prendre sa place dans l'esprit de milliards d'habitant de la planète. Le 10 octobre 1964, le monde a découvert Tokyo et le Japon moderne. Le 17 septembre 1988, ce fut au tour de Séoul et de la Corée. Le 8 août 2008 et l'ouverture des Jeux de Beijing sera considéré historiquement comme l'événement qui aura déclenché la prise de conscience mondiale de la ré-apparition de la Chine comme acteur majeur sur l'échiquier économique du monde. N'oublions pas qu'en

1870, la Chine contribuait pour un tiers au Produit National Brut Mondial et qu'aujourd'hui elle approche les 15 %. Il s'agit bien d'un retour.

Si à l'occasion des Jeux de Beijing, les média se seront efforcés de faire découvrir la Chine contemporaine, il est patent, que les informations diffusées dans l'instantanéité vers le grand public ne sont pas de nature à aider les hommes d'affaires dans leur relations avec les marchés industriels et commerciaux chinois. C'est pourquoi, il faut lire l'ouvrage de Benoit Ams qui a mis de nombreuses années à mûrir sa connaissance pratique du monde des affaires en Chine. Votre dernière chance, ce sera de le lire dans l'avion qui vous mènera vers l'un des très nombreux aéroports chinois en cours de modernisation ou de construction.

Bernhard Adriaensens

Professeur à la Solvay Business School

de l'Université Libre de Bruxelles