

## Faire des affaires en Chine : conseils d'avocate

**Pour l'avocate québécoise Caroline Bérubé, dans l'Empire du Milieu depuis six ans, les affaires chinoises ont de moins en moins de secrets!**

par Astrid Morchoine

publié dans *L'actualité.com*, le 4 avril 2008

Établie en Chine depuis six ans, la Québécoise Caroline Bérubé est aux premières loges pour voir évoluer les affaires dans ce pays. Avocate spécialisée en droit commercial et corporatif, elle est associée à un cabinet de Canton. Plus de la moitié de sa clientèle est constituée de Québécois qui brassent des affaires dans l'Empire du Milieu. *L'actualité* a rencontré l'avocate de 32 ans, native de la ville de Québec, à Hongkong.

\*\*\*

### ***De manière générale, quelle est l'attitude des Québécois qui viennent faire des affaires en Chine ?***

— Ils sont trop pressés ! Avec l'appréciation du dollar canadien par rapport à la devise américaine, les Québécois arrivent avec un sentiment d'urgence. Ils veulent devenir très compétitifs, très vite. Ils ont l'impression que faire des affaires avec la Chine représente désormais leur unique chance de survie. Les partenaires chinois, de leur côté, exercent souvent beaucoup de pression, parce qu'ils veulent obtenir des rentrées d'argent rapidement. Les Québécois ne devraient pas oublier les principes de base des affaires. Ils auraient même intérêt à redoubler de précautions en raison des différences légales et culturelles. Je leur dis toujours que le marché sera encore là dans un mois !

### ***Quelles difficultés les Québécois rencontrent-ils avec leurs partenaires chinois ?***

— Un bon audit, légal et financier, permet de déceler la plupart des problèmes du partenaire potentiel. Une vérification financière permet notamment de révéler si l'entreprise chinoise est au bord de la faillite. Beaucoup de Québécois ne pensent pas que ce genre de recherche soit possible en Chine, ou alors ils choisissent de ne pas en faire. Certains vont jusqu'à signer une coentreprise sans même avoir visité l'usine de leur partenaire ! Ils rêvent au marché de 1,3 milliard de personnes et à la croissance de la classe moyenne... Certains sont prêts à investir 200 000 dollars américains dans l'aventure, mais pas à faire des vérifications de base qui leur coûteraient en moyenne 850 dollars américains. Ils me disent : « Je connais bien mon partenaire, on s'est déjà rencontré lors d'une foire en Allemagne. » Les Québécois peuvent parfois être tellement naïfs !

### ***Une fois le contrat signé, comment les entreprises québécoises s'impliquent-elles ?***

— Bien souvent, elles font très peu de suivi. Parmi mes clients québécois, seuls 10 % ont délégué un employé sur place — ne serait-ce qu'un seul. Alors que les Français et les Allemands, par exemple, le font systématiquement. Les Québécois n'en envoient pas pour des questions de coût, évidemment, mais aussi parce qu'ils pensent que les Chinois vont faire du bon travail ! Selon moi, il doit y avoir un employé québécois basé en Chine en permanence. Ou, à tout le moins, quelqu'un qui s'y rend le plus souvent possible, surtout pendant les trois premiers mois. Si une entreprise n'a pas les moyens de le faire, c'est qu'elle n'a pas les moyens de faire des affaires en Chine, tout simplement.

### ***Y a-t-il des problèmes spécifiques aux Québécois ?***

— Les problèmes liés aux marques de commerces et aux noms de domaines [identifiant le site Internet]. Le client québécois commence souvent à distribuer ses produits en Chine sans entente formelle. Puis il se rend compte que le fournisseur chinois, lui, a déjà fait enregistrer la marque et le domaine, devenant ainsi propriétaire de la marque. Il est alors trop tard. Pourtant, la prévention est facile et ne coûte pas si cher : entre 3 000 et 3 500 dollars américains pour une marque de commerce, 150 dollars pour un nom de domaine. Mais les Québécois ont tendance à penser que leur partenaire ne peut pas être malhonnête à ce point.

[Page suivante](#) 

Fermer la fenêtre

## Faire des affaires en Chine : conseils d'avocate

**Pour l'avocate québécoise Caroline Bérubé, dans l'Empire du Milieu depuis six ans, les affaires chinoises ont de moins en moins de secrets!**

par Astrid Morchoine

publié dans *L'actualité.com*, le 4 avril 2008

### ***Et vous, à quels sujets vous consultez-t-on principalement ?***

— Pour monter la structure légale de l'entreprise. En Chine, incorporer une société est un processus beaucoup plus compliqué qu'au Québec. Le gouvernement chinois exige une quantité considérable d'informations. Le défi est de trouver la structure qui va donner le maximum de droits dans les contraintes imposées par le code des affaires. Par exemple, si une entreprise obtient une licence pour commercialiser un meuble, elle n'est pas autorisée à commercialiser une peinture. Il faut donc établir une stratégie à long terme, anticiper la croissance pour ne pas être tenus d'amender la licence, ce qui coûte entre 3 000 et 3 500 dollars américains à chaque fois.

### ***Quels sont les traits de personnalité nécessaires pour réussir en affaires en Chine ?***

— Il faut être patient et ouvert d'esprit pour accepter les différences. Aussi, il est important de savoir s'adapter. Il ne faut pas vouloir tout contrôler. Une personnalité autoritaire ou qui aime imposer sa façon de voir aura du mal.

### ***Quelles y sont les occasions d'affaires pour les PME québécoises ?***

— Les PME québécoises pourraient avantageusement sous-traiter et distribuer des produits de niche : systèmes de contrôle de température d'édifices, de précision d'outils, par exemple, logiciels de jeux vidéo, produits de l'agriculture, énergies renouvelables — comme l'éthanol, très en demande en Chine actuellement. Il est aussi possible d'acquérir des sociétés chinoises dans tous ces secteurs, ainsi que dans le secteur manufacturier. Les acquisitions d'entreprises chinoises par des intérêts étrangers ont augmenté de 50 % cette année. C'est une des tendances les plus importantes actuellement. Le groupe québécois Canam a d'ailleurs pris une participation de 49 % dans une société chinoise en mai 2007. C'est possible également pour une PME qui voudrait fabriquer et vendre en Chine grâce au réseau de distribution de l'entreprise acquise. Si celle-ci est déjà opérationnelle, le risque d'échec est beaucoup moins grand.

### ***Qui ferait mieux de s'abstenir ?***

— Une entreprise dont le chiffre d'affaires ne dépasse pas un million de dollars américains risque de trouver cela très difficile. Cependant, il faut y aller au cas par cas. Beaucoup de choses dépendent du chef d'entreprise et de l'énergie qu'il est prêt à consacrer à l'aventure. Je pousse souvent mes clients à s'interroger sur le temps dont ils disposent, leurs envies. S'ils ont des enfants, sont-ils prêts à ne pas les voir souvent parce qu'ils sont en voyage d'affaires en Chine ? Leurs réponses sont déterminantes sur leur chance de réussite.

[← Page précédente](#)

Fermer la fenêtre