

Business
生意



关系



La culture Chinoise

Les Chinois sont extrêmement fiers d'être...Chinois. Ils considèrent leur civilisation comme infiniment supérieure aux autres. Ils sont néanmoins des hôtes accueillants et les étrangers y sont généralement considérés comme des invités.

Les valeurs fondamentales de la culture chinoise tirent leur fondement (plus de 2000 ans) des valeurs du Confucianisme.

Concepts clés:

- Rituels et relationnel en Chine sont plus importants que la règle ou la loi.
- Renqing: concept de réciprocité sociale de « faveurs ».
- Guanxi: Notion fondamentale en Chine et qui représente le réseau personnel. Un système complexe qui peut se décrire par le lien entre les individus au travers d'obligations et faveurs mutuels et réciproques.
- Mianzi, la Face: Sauver la Face, garder la Face et permettre aux autres de maintenir la leur est essentiel en Chine. Il ne s'agit pas seulement de préserver sa dignité mais la dignité et la réputation des autres.

Mots clés:

Famille/ piété filiale (respect des parents et ancêtres) / Réciprocité et continuité/Confiance et défiance/ Guangxi / La face / Hiérarchie/ Harmonie/Adaptabilité et pragmatisme/ Long terme

Dates clés:

- 221-206 BC: Dynastie Qin, unification politique, construction de la grande muraille
- 206 BC-220 AD: Dynastie Han, établissement d'un état moderne Chinois
- 618-1279 AD: Dynastie Tang & Song dynastie Song, période de prospérité et d'avancement culturel
- 1279-1368 AD: Dynastie Yuan, arrivée de Marco Polo: "Route de la Soie" prospérité et ouverture économique
- 1368-1644 AD: Dynastie Ming, la centralisation du pouvoir migre de la bureaucratie à l'empereur
- 1644-1911: Dynastie Qing, dernière dynastie impériale
- 1949: République Populaire de Chine
- 1966-1976: La révolution culturelle

Evènements:

Nouvel an Chinois, La Lantern Festival, QingMing, Dragon Boat Festival (Duanwu Jie), Festival de Qi Xi Jie (St Valentin), Moon Festival (Mid-Autumn Festival).



Quelques repères

La Communication

- La communication en Chine est indirecte, interprétative.
- Un "Yes" ne veut pas nécessairement dire "Oui". La politesse prévaut sur une prise de position ou un feedback claire et honnête.
- De même que le « Non » ou refus jugé confrontant, sera rarement exprimé par des mots, mais par des silences, des regards fuyants, des réponses évasives.
- Les Chinois sont à l'aise avec la contradiction: tandis que notre culture s'attache au « pourquoi », c'est le « Quoi » qui revêt toute son importance.
- La carte de visite reflète son propriétaire : traitez la avec le même respect.
- Respectez les silences et évitez les contacts physiques source de gêne.

Le temps

- La culture Chinoise est basée sur le long terme.
- Soyez patient, prenez le temps de construire la relation.
- Posez des questions ouvertes, soyez curieux et intéressé par votre interlocuteur sans être pressant.
- Un manager Chinois se préoccupe d'un business plan sur plusieurs années.

La Négociation

- La culture Chinoise est pragmatique. Ils peuvent facilement changer et adapter leurs tactiques ou styles de négociation.
- De même ils ont tendance à ré-ouvrir les négociations, car rien n'est jamais totalement fixe.
- La personne la plus hiérarchique sera généralement assise au centre de la table des négociations. Il sera celui que chacun regardera furtivement.
- Ne montrez pas vos émotions: non seulement cela serait une perte de la « Face » mais cela serait aussi considéré comme une faiblesse.
- Assurez vous d'avoir établi une relation de confiance avec un intermédiaire. Si un différend survenait, utilisez celui-ci pour comprendre ce qu'il se passe ou s'est passé.

Maintenir La relation

- Essayez de maintenir dans vos équipes le même intervenant afin qu'il puisse construire une relation de confiance et de réciprocité.
- Manifestez-vous, envoyez des cartes de voeux, pour les dates importantes de votre interlocuteur.
- Sachez que si vous offrez un cadeau, il ne sera pas déballé devant vous. Faites de même.
- Respectez les superstitions: évitez les numéros 7 et 4 de même que la couleur blanche (associée à la mort).