

André Chieng, président de l'Asiatique Européenne de Commerce

« Ma pratique de la Chine »

André Chieng a reçu une éducation familiale chinoise et suivi une formation scolaire française. Il est l'auteur de *La Pratique de la Chine* publié en 2006 aux éditions Grasset.

Connexions : Pourquoi avez-vous choisi précisément le mot « pratique » dans votre titre ?

A. C. : Mon premier livre était un guide destiné aux hommes d'affaires. En le rédigeant, je me suis rendu compte que tous ces types d'ouvrages donnaient des conseils sans en expliquer les raisons. On écrivait : les Chinois sont polis ; ils ne disent jamais « non ». Rien de plus. Les personnes qui voulaient aller plus loin devaient se tourner vers des livres de sinologues traitant de poésie Tang ou de philosophie taoïste, des livres très savants mais sans relation avec le quotidien d'homme d'affaires. J'ai voulu faire un pont entre la pensée chinoise et la vie des commerçants car que je suis

persuadé que l'on ne peut réussir en affaires sans bien comprendre les personnes autour de soi.

Il y a un piège dans les relations entre Occidentaux et Chinois. L'incompréhension s'explique de façon trop évidente par le barrage de la langue. Cela masque la distance parfois plus grande entre les cultures. Mon objectif finalement était de faire comprendre aux Occidentaux que, même s'ils parlaient chinois, ils ne comprenaient pas nécessairement les Chinois. Quant au mot « pratique » dans le titre, il faut le comprendre dans le sens grec de praxis, l'action, et pas seulement la théorie. D'autant plus qu'en Chine, on ne conçoit pas de théorie sans mise en pratique.

C. : Pourquoi vous appuyez-vous sur la pensée d'un philosophe français contemporain, François Jullien ?

A. C. : François Jullien propose une boîte à

outils conceptuelle originale qui lui permet de revisiter la pensée occidentale après un détour par la pensée chinoise. Moi, ce qui m'intéresse dans ces outils, c'est de les utiliser pour comprendre pourquoi certaines choses ne fonctionnent pas en Chine comme en Occident, pourquoi une chose évidente dans un pays, ne l'est pas dans un autre. Je vous donne deux exemples. Le premier porte sur les chemins de fer. Voulant aller à Pingyao, je m'étais renseigné sur la gare de départ à Pékin. Le renseignement qu'on m'avait donné n'était valable que pour un seul horaire. En changeant d'horaire, il fallait aussi changer de gare. Pour un Français, la première réaction dans un tel cas est de penser : « mais c'est idiot ! », car en France il est inconcevable que deux trains allant au même endroit à partir d'une même ville, partent de deux gares différentes. Pourtant, du point de vue de l'utilisateur pékinois, cela peut s'avérer plus efficace car il peut alors réduire son temps de transport en choisissant ses horaires. Les deux logiques sont donc légitimes. Autre exemple : les Chinois ont coutume de venir chez un ami sans prévenir, ce qui, aux yeux des Français, est malpoli et équivaut à entrer chez quelqu'un sans frapper. Mais en Chine prévenir quelqu'un de sa visite équivaut à lui demander de préparer un banquet pour l'honorer. Mon objectif est donc d'amener mon lecteur à se poser des questions, ce qui lui permet de découvrir un autre univers.

C. : Dans votre livre vous mettez en vis-à-vis des notions comme vérité/détour, création/transformation, héros/stratège, et des visions de l'efficacité différentes selon les cultures : d'un côté, l'action, la communication directe, le conflit frontal, la vision d'ensemble systématique et rigoureuse ; de l'autre, le détour, l'obliquité, la communication indirecte, la capacité d'adaptation à la réalité. La réalité est-elle aussi tranchée ? Pourriez-vous nous donner des exemples de ces oppositions sur le terrain ?

A. C. : Parlons du héros et du stratège. J'estime, avec François Jullien, que le héros n'est pas une figure chinoise. La figure chinoise est celle du stratège. Cependant, aujourd'hui, les choses sont plus complexes. Sous l'influence américaine, des figures de héros apparaissent : le coureur Liu Xiang, est un véritable héros grec donc tragique. Reste que la Chine l'a emporté lors

Les dernières publications chinoises sur l'interculturel

Ouvrages écrits par les auteurs chinois *Communication interculturelle du business*, éd. de l'Enseignement et la Recherche en Langues étrangères, Weng Weibo, Che Lijuan, 2008

Communication interculturelle dans le commerce, éd. de l'Université de la Technologie de Dalian, Wang Chunyang, Pao Pingping, 2008

Analyses de cas dans la communication interculturelle commerciale, éd. de l'Université de l'Economie et du Commerce internationaux, Dou Weilin, 2007

Gestion interculturelle sur les ressources humaines, éd. de l'Université de Wuhan, Yu Jiannian, 2007

Compréhension complète sur la pensée stratégique interculturelle de l'entreprise chinoise, éd. de l'Economie et de la Gestion, Ge Cungen, 2006

Management interculturel, Bibliothèque de direction pour la globalisation, éd. de l'Université de Tsinghua, Chen Xiaoping, 2005

Management interculturel des entreprises transnationales, éd. de l'Université de

l'Economie et du Commerce, Ma Chunguang, 07/2004

8. *Psychologie du Management interculturel des entreprises*, éd. de l'Université des Finances et de l'Economie du Nord-Est, Yan Wenhua, 2000

Titres traduits de l'anglais en chinois

Business Cross-cultures, éd. de l'Economie et de la Gestion, (auteurs brit) Fons Trompenaars et Peter Woolliams, 2007

Cross-cultural Business Behaviour : Marketing, Negotiating, Sourcing and Managing Across Cultures, Editions de la Gestion des Entreprises, (auteurs danois) R., Gesteland, Richard R., traduit par Li Dong, 2004

Managing Across Cultures : Issues and Perspectives Warner, Editions de l'Industrie mécanique, (auteurs britanniques) Malcolm, Joynt, traduit par Hao Jitao, 2004

Titre traduit du français en chinois

Management interculturel, Editions de Shangwu, Franck Gauthey, Dominique Xardel, 2005



中法两国都是以农业为本。

« La Chine et la France, les deux peuples sont paysans. »

des derniers JO grâce à ses stratèges qui lui ont permis de gagner systématiquement dans des disciplines moins prestigieuses. On n'élève pas de statue au stratège. Il remporte la victoire sans avoir à mener la bataille car il a su transformer une situation. Au contraire en France, les héros célébrés sont souvent des vaincus : Vercingétorix, Jeanne d'Arc ou Napoléon. En matière de communication, je reviendrais sur le « non » chinois. Si l'on s'arrête à l'explication de la politesse, on rate l'essentiel. Les Chinois ne disent pas « non » car, pensant que la situation peut évoluer, ils ne veulent pas fermer de porte. Encore une fois, c'est une vision stratégique qui se nourrit de la conviction intime que le monde évolue sans cesse et que des conditions nouvelles peuvent appeler des réponses différentes.

C. : Pensez-vous que la vision française et américaine soient si proches l'une de l'autre et si distantes de la chinoise ? Voyez-vous dans votre pratique des points communs entre Français et Chinois ?

A.C. : Je crois qu'ont coexisté dans l'Histoire deux grands courants de civilisation qui se sont développés de façon indépendante : d'une part, la culture occidentale, basée sur

le judéo-christianisme et la pensée grecque et, d'autre part, la civilisation chinoise, ignorant la notion d'un Dieu créateur. Mais il y a des points communs particuliers entre la Chine et la France. Les deux peuples sont paysans. De là, la création de cuisines variées issues de l'accommodement des restes et la coutume de traiter d'affaires à table. Enfin, j'ai constaté que les Français et les Chinois partageaient certaines formes d'individualisme. Par exemple, les deux peuples n'aiment pas faire la queue de façon disciplinée. Mais je n'ai pas d'explication définitive.

C. : Vous êtes dans les affaires entre la France et la Chine depuis plus de vingt ans. Avez-vous observé une amélioration de la connaissance réciproque ? Observez-vous, avec la mondialisation, une évolution de la façon de faire des affaires ?

A. C. : Je ne crois pas que les choses ont tellement changé. J'observe, comme avant, des Français ouverts, prêts à se mettre en question, et d'autres fermés. Savez-vous qui a écrit ces lignes : « Il n'y a pas de principes, il n'y a que des événements ; il n'y a pas de lois, il n'y a que des circonstances. L'homme supérieur épouse les événements et les cir-

constances pour les conduire. » ? Ce n'est pas Confucius, mais Balzac. Tout est là, dans chaque culture. En Chine, il y a eu Mozi partisan de l'amour universel ; en Grèce antique, Héraclite qui disait qu'on ne se baigne jamais deux fois dans le même fleuve. Mais les pays choisissent des courants majoritaires. D'autre part, je me méfie des pièges que tend la mondialisation. Quand Walt Disney tourne *Mulan*, il choisit une héroïne tirée de l'histoire chinoise mais il lui prête des pensées purement américaines. Reste que la crise financière actuelle marque peut-être un tournant. Depuis un certain temps, pour les Anglo-Saxons, le bien absolu était représenté par le marché et la démocratie. La tactique était d'imposer l'économie de marché et d'attendre dans son sillage l'arrivée de la démocratie. Mais les intégristes du marché ont du se rendre à l'évidence : le marché ne permet pas d'autorégulation du système. Nous sommes donc face à une panne idéologique, dont on ne sait pas encore ce qui sortira. ●

PROPOS RECUEILLIS
PAR ANNE GARRIGUE