

# À QUOI SERT

Plus de dix ans après sa rétrocession à la Chine le 1<sup>er</sup> juillet 1997, l'île reste « la meilleure base pour conquérir le marché chinois », comme le confirment les Français qui s'y sont installés. Première communauté européenne après les Britanniques, ils comptent dans leurs rangs de nombreux chefs d'entreprise, certains installés depuis plus de trente ans.

PAR PHILIPPE DOVA

# HONG KONG ?



PHOTOGRAPHY



Jacques Boissier,  
Classic Fine Food's

**L**orsque je me suis installé ici il y a trente et un ans, je pensais que c'était l'endroit où il allait se passer des choses et, à l'époque, si on ne s'appelait pas Technip ou Framatom et que l'on voulait travailler avec la Chine, on n'avait pas le choix, c'était Hong Kong! C'était l'endroit où l'on pouvait trouver les rares interfaces avec la Chine qui permettaient de pouvoir y faire des affaires. »

Arrivé à Hong Kong en 1977 via l'Australie et la Nouvelle-Zélande, Paul Clerc-Renaud et ses associés y créent leur société de commerce et vont accompagner la Chine dans son développement industriel. « Nous avons vécu trente années passionnantes. Je suis arrivé au moment où la Chine commençait à s'ouvrir aux importations de biens d'équipement avec un besoin énorme

de moderniser son appareil industriel. Nous nous sommes engouffrés dans la brèche en nous intéressant à un certain nombre de secteurs comme l'imprimerie, l'industrie du tabac, l'aluminium, l'agro-alimentaire et les télécommunications. » Fargo Group va connaître un succès rapide. L'entreprise ouvrira des bureaux à Canton en 1981, puis beaucoup plus tard à Shanghai, Pékin et Shenzhen, tout en conservant son siège social à Hong Kong. « Aujourd'hui le choix est un peu plus vaste et l'on peut décider d'aller s'installer directement en Chine. Mais grâce à son efficacité dans les domaines juridiques, légaux, fiscaux, contractuels, Hong Kong reste le meilleur choix d'implantation encore actuellement. »

### Haute gastronomie

Un sentiment largement partagé par Jacques Boissier, P.-D.G. de Classic Fine Food's, arrivé à Hong Kong en 1993 pour prendre la direction de la société Olivier, société de commerce spécialisée notamment dans la distribution de nourriture, vins et spiritueux en Asie, créée en 1847 par la famille éponyme.

En 2001, il rachète l'activité à Paribas et la développe en créant son entreprise. « Nous avons utilisé Hong Kong comme base de développement et sommes aujourd'hui quatre fois plus gros qu'il y a sept ans et présents dans quinze pays. » Multi-distributeur de produits alimentaires de haut niveau (un catalogue de 2 000 références et 400 produits en stock), Classic Fine Foods est devenu leader sur ce marché très concurrentiel à Hong Kong et Macao tout en accompagnant le succès de la gastronomie française sur place.

« Hong Kong possède un système unique qui favorise l'entrepreneuriat, la création d'entreprise et la création de valeurs même et surtout pour les P.M.E. : c'est un État de droit, il y est très facile de faire respecter les contrats. En vingt-quatre heures, on ouvre une société, on a ses comptes bancaires. C'est un lieu efficace en termes de transports, de logistique et l'on y trouve du personnel de qualité. Pour notre activité, la législation y est beaucoup plus simple qu'en Chine, il n'y a pas de taxes sur les importations des produits alimentaires et les licences d'importation sur les produits spécifiques sont faciles à obtenir. Hong Kong est, par ailleurs, un pays où l'on trouve une clientèle occidentale et chinoise, habituée à voyager à travers le monde et habituée à une gastronomie de haut niveau. Un atout qui fait que c'est l'endroit d'Asie où la gastronomie française, espagnole, italienne est la plus appréciée. Aujourd'hui on peut aisément positionner Hong Kong comme la deuxième ville d'Asie, après Tokyo, en terme de haute gastronomie. Le guide Michelin vient d'ailleurs d'éditer son premier Guide rouge consacré à Hong Kong et Macao, après le succès retentissant de l'édition de Tokyo, l'an dernier. »



Samuel Weiss,  
Orsyp Apac



## Thomas, Mayer & Associés

SOCIÉTÉ D'AVOCATS FRANÇAIS  
FONDÉE À HONG KONG

TMA EST UN CABINET D'AVOCATS FRANÇAIS ÉTABLI À HONG KONG DEPUIS PLUS DE DIX ANS, SPÉCIALISÉ DANS LES TRANSACTIONS COMMERCIALES ENTRE L'EUROPE ET L'ASIE.

HONG KONG CONSTITUE LA PLATE-FORME DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ CHINOIS PAR EXCELLENCE. LES INVESTISSEURS UTILISENT ÉGALEMENT HONG KONG POUR STRUCTURER LEURS INVESTISSEMENTS SUR TOUTE LA RÉGION ASIE-PACIFIQUE. DE CE FAIT TMA INTERVIENT AU PROFIT DE SES CLIENTS SUR UNE ZONE GÉOGRAPHIQUE TRÈS ÉTENDUE.

NOTRE EXPÉRIENCE SUR LA RÉGION NOUS PERMET DE FOURNIR UN SERVICE SUR MESURE ADAPTÉ AUX BESOINS SPÉCIFIQUES DE CHACUN DE NOS CLIENTS, QU'ILS S'AGISSENT DE GRANDS COMPTES OU DE PME DÉSIREUSES DE PÉNÉTRER LES MARCHÉS ASIATIQUES EN GÉNÉRAL, ET CHINOIS EN PARTICULIER, QUI SONT TOUJOURS SYNONYMES DE DÉVELOPPEMENT ET DE CROISSANCE.

FORT DE SON EXPÉRIENCE ET DE SES RÉSEAUX, TMA MAÎTRISE PARFAITEMENT LES RÉGLEMENTATIONS LOCALES QUI SONT UTILISÉES AU MIEUX DES INTÉRÊTS DE SES CLIENTS. CES DERNIERS SONT ACCOMPAGNÉS TOUT AU LONG DE LEUR PROCESSUS D'IMPLANTATION DE FAÇON À PERMETTRE UNE COMPRÉHENSION ET UN CONTRÔLE DES MÉCANISMES COMPLEXES QUI PRÉSENTENT À LEUR PROJET D'INVESTISSEMENT.

### Hong Kong

2101, Tower One, Lippo Centre, 89 Queensway, HK  
Tel: (852) 3710 5000 - Fax: (852) 2905 1500

### Paris

3, Square Pétrarque, 75116 Paris  
Tel: (33) [0] 1 47 55 44 00 - Fax: (33) [0] 1 47 04 51 31

### Barcelone

Conde de Salvatierra, 10, 2º 2ª, 08006 Barcelone  
Tel: (34) 932 020 564 - Fax: (34) 933 682 251

[www.tmahk.com](http://www.tmahk.com)

[tma@tmahk.com](mailto:tma@tmahk.com)

Toucher...!



Paul Clerc-Renaud,  
Fargo group

Christophe Sorine, Addict,  
et une partie de son équipe.

### ▶▶▶ Sirènes hongkongaises

Nombre de jeunes entrepreneurs sont attirés. Dans le domaine très concurrentiel du High Tech notamment. À 31 ans, Samuel Weil a créé Orsyp Apac en février 2008 après sept ans d'expérience dans le développement de nouveaux marchés et l'encadrement commercial pour la maison mère de cet éditeur de logiciels français, spécialisé dans la gestion de l'exploitation et l'ordonnancement de traitements informatiques critiques. Pour lui, entre la Chine et Hong Kong, « Y a pas photo ! Au-delà des poncifs sur la fiscalité avantageuse, s'établir à Hong Kong nous paraissait une évidence tant en termes d'accessibilité, d'environnement professionnel que de stratégie commerciale. En premier lieu, la barrière de la langue est pratiquement inexistante et seul le fait de ne pas parler l'anglais peut s'avérer être un obstacle ! En matière d'échange professionnel, de prospection ou de tenue de rendez-vous, nous nous sentons plus à l'aise qu'en Chine. Pour avoir

vécu quelques aventures professionnelles à Shanghai, Pékin ou Canton, je peux en témoigner ! Pour un éditeur de logiciels comme nous, le vrai "plus" hongkongais, c'est un environnement de travail particulièrement propice : les informaticiens développeurs locaux disposent, à mon avis, d'une très bonne formation supérieure à celle que l'on peut avoir en Chine. Ils parlent couramment trois langues – cantonais, mandarin, anglais. Ils sont très travailleurs, curieux, volontaires pour voyager dans d'autres pays d'Asie – sans avoir de contrainte de visa – pour "aller en clientèle". Ils peuvent devenir très rapidement de bons consultants. Un autre point significatif est que nous sommes idéalement situés pour sentir le marché chinois sans être trop éloignés de Singapour, de Taïwan ou de Malaisie, qui recèlent également des opportunités intéressantes. Enfin, si la distance avec la Chine continentale est faible, beaucoup de sièges sociaux d'entreprises chinoises et occidentales sont à Hong Kong. Ce qui nous permet de pouvoir aborder directement les décideurs informatiques. »

### Tout est possible en com' !

Décideurs sur place et proximité de la Chine sont, entre autres, les raisons qui ont décidé Christophe Sorine à franchir le pas pour créer Addict, la sœur jumelle de son agence de communication parisienne, Tribal. « Nous sommes un cas un peu atypique car nous avons été attirés à Hong Kong par un client européen qui nous a demandé de nous installer pour nous occuper de la communication de sa filiale locale. Un seul client ne suffisait pas à justifier une telle installation, nous avons fait une étude de marché et nous nous sommes aperçus qu'il n'existait pas vraiment de marché de la communication comme nous le concevions en France. Même si l'on trouve un nombre incroyable de studios graphiques, la communication est plutôt faite de bric et de broc, et nos interlocuteurs hongkongais nous considéraient plus comme des gens vendant de la réclame plutôt que du concept. Nous avons l'impression de nous retrouver en France avant Bleustein Blanchet\* ! » Pas facile

au départ pour cet élegant pionnier parisien de s'imposer sur le marché local... Souvenir amer de la première expérience : « Nous avons rencontré un gros client chinois dans le domaine de l'équipement automobile qui souhaitait lancer un nouveau

\* Publicitaire français qui a créé le groupe Publicis. ▶▶▶

## DES STRUCTURES D'ACCUEIL EFFICACES

Grands « facilitateurs » d'implantation à Hong Kong, les divers services juridiques, commerciaux, bancaires, et la communauté française, qui est la plus importante d'Asie après celle du Japon, sont tous facilement accessibles.

Cette communauté d'affaires est très active, avec une chambre de Commerce comptant plus de 600 membres, 20 commissions dynamiques pour trouver très vite les contacts nécessaires à un bon

démarrage. Les services consulaires français facilitent également l'arrivée des sociétés françaises. Enfin, la section des conseillers du Commerce extérieur de Hong Kong parraine les créateurs d'entreprise et les V.I.E.

## INTERVIEW CAROLINE HUOT

# « En Asie, la confrontation n'est pas forcément le meilleur moyen de sortir par le haut d'une négociation ! »

**ChinePlus : Pourquoi avoir choisi Hong Kong pour créer le siège mondial de votre nouvelle société Gulf Oil Marine Ltd ?**

**Caroline Huot :** Parce que Hong Kong est d'abord une place internationale où l'on rencontre des personnels hautement qualifiés. Dans un domaine comme la marine, on a besoin de professionnels qui ont une double expertise en termes de lubrifiants et de transport maritime. C'est l'un des plus grands ports du monde, qui possède une économie extrêmement bien administrée, développée, mature, en termes de service, de financement, et d'infrastructure portuaire. Par ailleurs, créer une entreprise ici est beaucoup plus simple qu'en Europe : environnement économique, stimulations, environnement fiscal, simplicité des procédures d'établissement rendent la place extrêmement attractive.

**Vous auriez pu aussi le faire à Londres, siège de la société mère Gulf Oil International. Qu'elles sont les véritables raisons de cette installation ?**

Elles sont économiques. Aujourd'hui, le marché asiatique dépasse le marché européen, c'est le plus grand du monde, à l'origine de 60 % des flottes mondiales. La consommation de lubrifiants marins suit la taille des flottes, et neuf des géants mondiaux du transport maritime sont originaires d'Asie, et en particulier d'Asie du Nord.

**Pourquoi pas Singapour ou Shanghai ?**

Il est très important que le fournisseur de lubrifiants marins se trouve à proximité de sa clientèle, c'est un métier qui est extrêmement conservateur, basé sur la confiance, sur les rencontres face à face dans un secteur « B to B » où la compréhension mutuelle est importante. Les plus grands marchés du monde sont le Japon, la Corée, Taïwan, Hong Kong. Et Hong Kong se trouve à environ trois heures de vol de ces marchés.



**C'est rare de rencontrer une femme dans ce secteur d'activité très masculin, voire « macho » ?**

J'ai été la première femme à intervenir dans ce domaine il y a sept ans, en particulier en Asie; la « mode » a été lancée et il faut croire que les grands concurrents l'ont appréciée et développée. Il ne faut cependant pas que ce soit juste un effet de mode, la différence ne se fait pas uniquement sur la féminisation, mais sur la compétence et sur cette capacité qu'ont les femmes parfois de négocier dans des rapports de force un peu moins brutaux que les confrères masculins; en Asie, la confrontation n'est pas forcément le meilleur moyen de sortir par le haut d'une négociation!

**Gulf Marine et Sealub Alliance que vous avez créées regroupent des partenaires de pays dits « émergents », quelles difficultés avez-vous rencontré pour vous imposer ?**

Ce n'est pas simple, les cultures sont très différentes! Indienne de nos actionnaires, chinoise de nos grands clients, et russe de certains fournisseurs. Elle ne sont pas simi-

laire, si ce n'est qu'elles portent en elles des éléments inhabituels en tout cas pour ce qui concerne le leadership des femmes dans le métier... Il faut se battre, faire prévaloir la compétence mais aussi de temps en temps montrer que la force n'est pas forcément l'apanage des hommes tout en conciliant des hommes qui sont tous de bonne volonté.

**Votre « success story » hongkongaise a-t-elle été déterminante dans vos nouvelles fonctions ?**

C'est le succès d'une équipe, d'un engagement envers les métiers du *shipping*. C'est le support que les clients et les intervenants du monde du transport maritime m'ont apporté qui explique ce succès. Sans le soutien de nos partenaires chinois en particulier et cette capacité à avoir rassemblé des énergies asiatiques, je pense que nos actionnaires et l'ensemble de nos partenaires ne seraient pas intéressés à notre aventure.

**Cette « success story » continue de vous accompagner avec Gulf Marine ?**

L'ensemble des valeurs auxquelles je crois sincèrement et que je défends font que les nombreuses bonnes fées du *shipping* (clients, opérateurs mondiaux du secteur du lubrifiant marin...) nous ont suivis et se sont regroupées autour du berceau de Gulf Marine! Je ne voudrais pas commettre un péché d'orgueil en imaginant que le chemin sera facile; il l'est d'autant moins que la crise financière affecte l'ensemble de l'économie mondiale. Mais le *shipping* est une donnée essentielle du commerce international. C'est aussi une industrie cyclique. Le cycle était très haut durant les cinq dernières années; le secteur va se stabiliser, peut-être que le cycle va repartir un peu à la baisse, mais je crois que ces industries sont solides, animées par de grands professionnels et que, comme partout en Asie, c'est une affaire de temps...



Un lit parfaitement horizontal,  
plus confortable  
et plus privatif.

Après un délicieux repas et des heures de divertissements dans notre nouvelle Classe Affaires, peut-être souhaitez-vous vous reposer ? Appuyez sur une touche qui transformera en un clin d'œil votre fauteuil en un lit douillet, parfaitement horizontal. Votre nuit finie, nous serons à nouveau à votre disposition parce que, chez Cathay Pacific, vos désirs sont notre priorité.

10 vols Paris - Hong Kong sans escale par semaine et des correspondances vers plus de 40 destinations en Asie Pacifique\*.

Venez rencontrer notre personnel de bord lors d'une visite virtuelle de nos cabines sur [www.cathaypacific.com/fr/experience](http://www.cathaypacific.com/fr/experience)



Nos nouvelles configurations de cabines avec plus de divertissements à bord, sont progressivement introduites sur l'ensemble de notre flotte long-courrier et, au départ de Paris, à partir de novembre 2008 (CX260/261). Les appareils équipés peuvent varier selon les impératifs opérationnels.

\* Y compris les vols opérés par notre filiale Dragonair et les vols en partage de code.

## L'ancienne colonie britannique, qui jouit toujours de sa propre monnaie et de ses propres lois – « Un pays, deux systèmes » –, est aussi l'une des économies les plus riches au monde.

▶▶▶ *produit en Europe. C'était un très beau contrat, et même si notre client européen à l'origine de notre installation nous avait fortement déconseillé de travailler avec des Chinois, nous ne l'avons pas écouté. Nous avons commencé par proposer une stratégie de communication avec un développement d'outils très basiques immédiatement identifiables – logo, campagne publicitaire, films – et après avoir validé et lancé toute l'opération, à quelques semaines du lancement du produit, notre client est revenu vers nous en nous demandant de tout refaire parce que sa société avait décidé de changer le nom, le positionnement, et le logo du produit ! Outre le fait que nous n'avions plus le temps de tout repenser, nous avons du lui expliquer qu'il faudrait repayer. Ce qu'il n'a pas compris. Nous avons eu énormément de mal à nous faire payer ensuite. »*

Depuis cet incident, la jeune équipe d'Addict cible avec succès les grandes entreprises mais aussi les P.M.E. occidentales installées sur l'île pour leur apporter les services d'une agence de haut de gamme française. Le rêve de Christophe Sorine est de voir arriver d'autres concurrents français ou européens sur le marché hongkongais et, qu'un jour, Addict soit une référence française en termes de communication prestigieuse comme les grandes marques françaises le sont pour la haute couture. L'installation de sa société en Chine, il y pense mais pas avant trois ou quatre ans. Des regrets, il n'en a pas et il s'accroche : « *Dans nos métiers conceptuels, Hong Kong est une étape évidente et nécessaire, ce n'est pas uniquement la porte d'entrée en Chine, c'est avant tout une ville dirigée par l'argent dans laquelle tout est possible en communication. C'est un marché très difficile, très, très dynamique. Si on supporte Hong Kong, cela ne veut pas dire que l'on supportera la Chine, mais si l'on ne supporte pas Hong Kong, ce n'est même pas la peine de tenter l'aventure chinoise ! »*

### Une ville sans pitié

Petit nuage sur l'image d'Épinal hongkongaise ? « *Ce n'est pas un conte de fées* » témoigne Renaud Litré.



Arrivé il y a quinze ans comme V.S.N.E. pour Cartier, ce marseillais âgé de 39 ans a successivement été directeur de l'export, puis directeur général de Lancel Asie Pacifique, puis directeur régional du réseau des boutiques Cartier. Après dix-huit mois en France à la tête du marketing de Lancel, en 2004, il revient à Hong Kong où il est président Asie Pacifique de la marque de bijoux Agatha. « *C'est un endroit qui a ses propres règles de fonctionnement, simples, claires, mais qui peuvent conduire à des problèmes très rapidement si on les ignore. C'est une ville où l'on n'a pas le droit à l'erreur. Une ville sans pitié dès qu'on fait une faute. Ici, si l'on s'arrête de courir, tout le monde vous passe devant et au passage vous pousse à terre! C'est vraiment l'endroit où il faut être constamment en mouvement, constamment bouger, innover parce que le challenge y est perpétuel, on est obligé d'aller de l'avant en permanence.* »

Cette règle d'acier n'est cependant pas un handicap pour lui « *l'attraction et la fascination de cette ville, c'est justement ce dynamisme commercial que l'on y trouve. Professionnellement, c'est une ville grisante qui nous pousse à vouloir aller plus loin, toujours faire plus et monter plus haut. C'est un centre économique qui permet de se créer des opportunités et ensuite de pouvoir les exploiter. Sur un plan personnel, mon parcours est à l'image de ce qu'elle offre, un enchaînement d'opportunités : sortant de l'école, pouvoir travailler pour une grande marque de luxe française dans une ville aussi extraordinaire était une opportunité incroyable. Je pensais y rester deux années, j'y suis depuis quinze ans! À chaque fois que je me posais la question sur mon retour, quelque chose de plus intéressant s'offrait à moi. Par ailleurs, être ici longtemps m'a permis de tisser un réseau de connaissances locales qui, toutes, ont la passion d'entreprendre. Lorsque nous avons envisagé de racheter Agatha, ces personnes ont tout de suite vu l'intérêt du projet et ont décidé de s'engager avec nous dans l'entreprise.* »

Le président Asie Pacifique d'Agatha reste cependant lucide : « *Le vrai problème de Hong Kong est structurel. Toute l'économie de la ville est basée sur l'immobilier qui, s'il est l'une des clés de son succès et de son essor économique depuis trente ans, a aussi généré l'instabilité des dix dernières années. La ville a, au cours de la décennie, traversé plusieurs crises majeures dues à diverses raisons : crise régionale comme celle de 1997, crise locale comme l'épidémie de S.R.A.S. en 2003 ou crise importée comme celle que nous vivons actuellement. À chaque fois, ce sont les mêmes mécanismes de réaction et les mêmes problèmes qui créent les mêmes opportunités pour le futur. Dans notre secteur d'activité, où nous sommes très régulièrement exposés à l'activité immobilière par les loyers que nous payons pour nos magasins, dépendre ainsi de l'immobilier est assez perturbant lors-*



## Un espace plus personnel que jamais.

Chez Cathay Pacific, vos désirs sont notre priorité. C'est pourquoi notre Classe Économique vous offre le confort de nouveaux sièges coques pour un espace plus personnel que jamais : leur système d'inclinaison au sein même de la structure permet d'éviter la gêne occasionnée par le siège placé devant soi, lorsque celui-ci est en mode incliné, ou encore de ressentir les mouvements du passager arrière grâce à la coque protectrice.

Notre système de divertissements Studio<sup>CX</sup> vous offre désormais un choix de programme accru : 100 films, 350 émissions de télévision, le contenu de 888 CD de musique, 22 stations de radio et des programmes audio vidéo à la demande en neuf langues, dont le français, quelle que soit votre classe de voyage.



 CATHAY PACIFIC

Nos nouvelles configurations de cabines avec plus de divertissements à bord, sont progressivement introduites sur l'ensemble de notre flotte long-courrier et, au départ de Paris, à partir de novembre 2008 (CX260/261). Les appareils équipés peuvent varier selon les impératifs opérationnels.



# Du bon usage de Hong Kong

Une décennie après sa rétrocession à la Chine, Hong Kong apparaît plus que jamais comme la porte d'entrée dans l'empire du Milieu : de janvier à août 2008, 44 % du total des investissements directs étrangers en Chine sont passés par Hong Kong, selon les chiffres du ministère chinois du Commerce (MOFCOM). Le temps est révolu où les spéculations allaient bon train sur le devenir de Hong Kong et où l'on prédisait la relégation de l'ancienne colonie au profit de ses rivales chinoises. Aujourd'hui chacune a trouvé sa place et tire avantage de sa spécificité. Celle de Hong Kong est bien sûr d'être le centre financier et logistique de la Chine. Cela dit, la ville est un redoutable lieu de compétition et il n'est pas inutile d'y arriver muni de quelques conseils. En voici quelques-uns, qui devraient permettre aux investisseurs de mieux tirer leur épingle du jeu.

## RÈGLE 1 Pas d'improvisation

Il est nécessaire de préparer son projet en amont dans les moindres détails, en particulier en négociant avec son partenaire local. Connaître les différentes modalités d'implantation est essentiel pour savoir proposer la structure la plus adaptée sur le plan commercial, juridique et fiscal.

## RÈGLE 2 Créer une structure relais sur place

Qu'il s'agisse de production, de *trading* ou de *sourcing*, il est vivement déconseillé de travailler en direct depuis la France. Quelles que soient les précautions qui sont prises, le commerce avec la Chine n'est pas exempt de



Éric-Jean Thomas  
Avocat-Conseil du consulat  
général de France à Hong  
Kong, Senior Partner  
THOMAS, MAYER & ASSOCIÉS  
[ericjeanthomas@tmahk.com](mailto:ericjeanthomas@tmahk.com)

risques et d'incertitudes. L'entreprise française ne doit pas risquer de se trouver en première ligne et de voir sa responsabilité juridique ou commerciale engagée. Créer une structure relais à Hong Kong, c'est mettre en place un fusible efficace entre la France et la Chine.

## RÈGLE 3 Localiser à Hong Kong l'association avec son partenaire local

Il est préférable de s'associer à Hong Kong avec son partenaire chinois au sein d'une Limited Company puis, le cas échéant, créer une filiale de cette société en Chine (une Wholly Foreign Owned Enterprise) plutôt que de localiser l'association directement en Chine. En cas de conflits, il est beaucoup plus facile de faire valoir ses droits devant les tribunaux de Hong Kong que devant les juridictions de la République populaire de Chine.

## RÈGLE 4 Facilité ne rime pas avec laisser-aller

S'il est rapide et peu onéreux de constituer une société à Hong Kong, il n'en demeure pas moins que le droit des sociétés et les règles fiscales doivent être strictement respectés. Les auditeurs remplissent le même rôle que les commissaires aux comptes en France, et ils refuseront de valider toute comptabilité empreinte d'irrégularités. Par ailleurs, la simplicité des règles juridiques est telle qu'il est indispensable de les compléter par des conventions, comme les Shareholders Agreements, qui régleront souvent de façon très sophistiquée, les relations entre associés.

## RÈGLE 5 Ne pas sous-estimer son partenaire

Sun Zi (孫子) a écrit *l'Art de la Guerre*, ou comment s'informer, et estimer, diviser, détourner, tromper, et vaincre sans coup férir son adversaire. Ce qui est valable en Chine l'est également à Hong Kong. L'excès de confiance en soi, additionné d'un doigt d'ethnocentrisme, est l'une des sources principales d'échec ou, à tout le moins, de complications et de malentendus dans les négociations.



►►► que l'on veut s'installer dans le long terme. Le problème vient de son gouvernement qui ne vit que des revenus de l'immobilier. Il faudrait passer à une source de revenus un peu plus stable, une sorte de T.V.A. par exemple... On en parle à chaque crise et lorsque tout redémarre et que les coffres se remplissent à la vitesse de la lumière, on a tendance à l'oublier! »

### Et Pékin créa le CEPA

Les périodes de crise à Hong Kong peuvent aussi être des occasions pour les entreprises de trouver de nouveaux marchés grâce à l'aide discrète mais efficace du gouvernement chinois. En 1998 par exemple, lors de la crise asiatique ou plus récemment, lors de l'épidémie de S.R.A.S. « En 2003 la Chine a mis en place un certain nombre de mesures favorables à Hong Kong » souligne Paul Clerc-Renaud, « une sorte d'accord de libre-échange avec Hong Kong qui dispose d'un territoire douanier indépendant. Cet accord, le CEPA permet aux produits fabriqués à Hong Kong avec un certificat d'origine – assez généreusement distribué – un accès en franchise de droit de douane sur tout le territoire chinois. C'est intéressant pour des produits qui exigent des investissements importants en termes d'équipements qui, s'il fallait les importer en Chine, entraîneraient une T.V.A. et des droits de douane importants. Tout un volet du CEPA concerne également les services (ce que l'on appelle le Trade Facilitation Arrangement) et donne aux sociétés et aux individus dans certains cas, la possibilité d'offrir des services en Chine dans des conditions plus avantageuses que pour des tiers. »

Pour Paul Clerc-Renaud, également président d'honneur de la chambre de Commerce et d'Industrie française et président honoraire des conseillers du Commerce extérieur, à Hong Kong, la crise actuelle, après une période de flottement sera une nouvelle opportunité pour les entreprises françaises « le gouvernement de Hong Kong va relancer les infrastructures en pratiquant une politique keynésienne de grands travaux. Dix grands projets ont déjà été annoncés parmi



PHILIPPE DOVA

lesquels la construction d'un pont gigantesque reliant Hong Kong à Macao, un train rapide entre Hong Kong et Canton et entre l'aéroport de Hong Kong et celui de Shenzhen, une zone culturelle avec des musées, un port de croisière immense... Les entreprises françaises pourront forcément trouver leur place dans la réalisation de ces projets. Avec des réserves fiscales de 500 milliards de HK\$ (50 milliards d'euros), un excédent de 140 milliards l'an dernier (14 milliards d'euros), son gouvernement a largement les moyens de ses ambitions. La nouvelle crise mondiale démontre que Hong Kong va rester "très accrochée" à ce qui se passe en Chine et, encore une fois, la Chine l'aidera à sortir de cette crise. La conséquence est Hong Kong est de plus en plus dépendante de la Chine et risque de s'en rapprocher politiquement, avec des conséquences bien sûr, mais plus d'opportunités que de risques dans le paysage actuel. » ■

Renaud Litré,  
Agatha

↑ Agence de  
publicité

We are addicted to Hong Kong\*

**addict.**

• Tel. : + 852 2280 9500  
• www.addict.asia  
• contact@addict.asia