



Association des Anciens Auditeurs
INSTITUT DE COMMERCE INTERNATIONAL



CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE PARIS

" *Une stratégie européenne pour la Chine* "

sous la présidence de
Jean-Pierre RAFFARIN,
ancien Premier Ministre



COLLOQUE organisé par
l'Association des Anciens Auditeurs de l'Institut de Commerce International
au Palais du Luxembourg,
le 1^{er} Octobre 2007,
Association AAA-ICI, Tel-fax : 01 45 63 66 95, E-mail : president@aaa-ici.org
Adresse postale : 82 boulevard Malesherbes, 75008 Paris Tel-Fax : 01 45 63 66 95

Le CONSTAT

La « montée inexorable et tentaculaire » de la Chine est le grand événement de ce début du XXIème siècle. Que ce soit sur le plan politique, économique ou géopolitique, l'émergence chinoise nous entraîne à penser autrement.

Parce que la croissance chinoise sera durable, l'organisation commerciale du Monde devra être régulée différemment.

Parce que ce nouvel acteur politique voudra trouver la place qu'il mérite dans le concert des Nations, un ordre mondial nouveau va peu à peu s'organiser.

Il est urgent pour la France de proposer une « stratégie européenne pour la Chine ». Européenne, parce que la taille chinoise exige cette dimension. Française, parce que la France peut insuffler des idées pertinentes dans nos relations avec la Chine.

INTERVENANTS

14H00 Allocution de bienvenue et présentation des intervenants
par Philippe SOULIÉ,
Président de l'Association des Anciens de l'Institut de Commerce International.

Tribune 1 14h15 – 15h30

- **Jean-Pierre RAFFARIN**, Sénateur, Ancien Premier Ministre
- **Qu Xing**, Ministre auprès de l'Ambassade de Chine
- **Catherine MINARD**, MEDEF / Directeur des Affaires Internationales
- **Erik IZRAELEWICKZ**, Les ECHOS / Directeur de rédaction
- **Eric ELGHOZI**, UBIFRANCE / Directeur Général délégué

Tribune 2 15h45 – 17h00

- **Vincent PERRIN**, Ministère de l'Economie et des Finances / Direction Générale du Trésor et de la Politique Economique
- **Philippe CLERC**, ACFCI / Directeur de l'Intelligence Economique, de l'Innovation et des Technologies de l'Information et de la Communication
- **Pierre LARRAT**, ESCM-ATELIS (Atelier d'Intelligence Stratégique) / Directeur
- **Jean-Paul LARÇON**, Groupe HEC / Doyen associé en charge du Développement International
- **Gilles DEBONNET**, Consultant international / Industrie - Joint Venture
- **Pierre GROS**, Société MONTAGUT / Président
- **Claude CHOLLET**, Société ACLAE / Consultant Associé, Partenaire de Shanghai Business Association (SBA)

Tribune 3 17h15 – 19h00

- **Daniel VITRY**, Ministères de l'Education Nationale, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche / Directeur de l'Evaluation, Prospective et Performance.
- **Pierre-Antoine GAILLY**, CCIP / Vice-Président
- **Pierre LARRAT**, ESCM – Tours-Poitiers / Professeur.
- **JEAN-Philippe CAUDE**, LeadersTrust International / Managing Partner

SOMMAIRE

Tribune 1 :

Stratégie politique et relations économiques internationales

- Stratégie politique et économique chinoise en Europe.
- Construire une « stratégie européenne » pour la Chine
- La Chine change le Monde : Est-elle une menace pour la France et l'Europe ?
- Vers une normalisation des relations commerciales OMC – UE – Chine ?
- Comprendre la culture chinoise et le système de gouvernance des Entreprises
- La Chine : Yin et Yang de l'économie mondiale
- Europe / Empire du Milieu : évolution des économies, atouts et vulnérabilités, équilibres et déséquilibres
- Alchimie explosive du système chinois : tensions sociales, risques financiers
- Opérations menées en Chine par UBIFRANCE.

Tribune 2 :

La Chine, l'autre hyper-puissance économique et financière

- Le rattrapage chinois : Un tremplin pour la France ?
 - .Maîtrise du Marché, Investissements, Partenariat technologique
- intelligence économique et coopération régionale en Chine.
- Intelligence stratégique et veille technologique.
- Avantages et risques d'un « méta-marché ».
- Les multinationales chinoises : Succès et échecs.
- La Chine, pays Fournisseur, mais aussi pays Client
 - . Structure des échanges
 - . Evolution de l'offre et de la demande chinoise et européenne
- Un choix : implantation industrielle ou relations commerciales.
- impact de la civilisation chinoise sur la négociation et la conduite des affaires
- Faire connaître, maintenir et développer une marque en Chine, depuis plus de 20 ans : L'expérience de la Société MONTAGUT.
- Création et développement d'une société de services, SBA, à Shanghai, en 2007.

Tribune 3 :

Accompagner et orienter la croissance des Sociétés chinoises et des Entreprises étrangères par la formation dans les différentes filières de l'Enseignement Supérieur

- Accords et partenariats en Chine
 - . des Universités
 - . des Grandes Ecoles de Commerce et d'Ingénieurs
- Coopération de formations en Intelligence Economique entre Ecoles de commerce et Universités chinoises.
- Accueil des étudiants chinois en France
 - . les classes préparatoires aux Grandes Ecoles
- Formation des dirigeants et cadres chinois des Entreprises publiques et privées
- Comment recruter et fidéliser les salariés chinois dans les Sociétés étrangères
Ce choix de l'Enseignement Supérieur contribue-t-il à constituer un vivier pour recruter des collaborateurs dans les Entreprises françaises ?

L'ORGANISATEUR

L'Institut de Commerce International a été créé en 1958 par le Ministère de l'Economie et des Finances, pour former les décideurs du Commerce Extérieur des grandes Entreprises et des Institutions, ainsi que les conseillers des missions économiques des Ambassades.

De Michel Debré à Edith Cresson, et en particulier Valéry Giscard d'Estaing, tous ont veillé à ce que l' ICI forme des dirigeants capables d'assurer la promotion à l'export des Entreprises françaises sur le Marché International.

André Chandernagor, après avoir représenté la France à l'ONU, quitta la Présidence de l' ICI, pour accepter le portefeuille des Affaires Européennes, avant de devenir le Premier Président de la Cour des Comptes.

Depuis 1987, la CCIP a pris le relais et l' ICI en 1993 a rejoint NEGOCIA, Centre International de la Vente et de la Négociation Commerciale.

Sa formation continue innovante (e.training) est un centre d'expertise pour les professionnels.

Depuis 2005, la CCIP est présente en Chine et développe avec succès de nombreux partenariats entre les Grandes Ecoles et les Universités chinoises.

De nombreux programmes MBA, MEB, AMP, en formation première ou continue, ont été dédiés à la Chine.

15 accords à ce jour ont été signés : 6 partenariats avec HEC et 4 avec NEGOCIA.

Les appels d'offres pour la formation se font le plus souvent au niveau international.

Celui pour former les Managers et dirigeants d'Entreprises publiques chinoises, au sein d'un Executive MBA, dispensé en anglais à Pékin, a été remporté en Juin 2006 sur des compétiteurs tels que Harvard.

Les accords avec les Institutions chinoises sont essentiellement à Shanghai (5), à Pékin (5) et Hong-Kong (3).

Concernant NEGOCIA, il s'agit de la Capital University of Economic & Business de la Tongji University (School of Economic & Management) à Shanghai et de la Sun Yat Sen University à Canton.

L'historique de notre Association fait que la plupart de nos 2800 Anciens sont diplômés des Grandes Ecoles de Commerce et d'Ingénieurs et beaucoup sont à ce jour les dirigeants d'Institutions, d'Entreprises internationales, voire d'anciens Ministres français et étrangers.

Colloque parrainé par le Groupe DAHER