

Masterclass du 19 novembre 2025

Garder le cap du marché chinois par gros temps : le cas de la filière Cognac

- *Camille Paineau, doctorante au laboratoire LEMNA et à l'IAE de Nantes*
- *Lionel Lalagüe, du Bureau interprofessionnel du Cognac*

Les recommandations stratégiques de La Fabrique de l'Exportation

RÉSEAU 01 Cultivez le guanxi sur le temps long Construisez des relations interpersonnelles durables avec vos partenaires, agents et distributeurs chinois, même en période de crise.	EQUILIBRE 02 Recherchez des partenaires à taille comparable Privilégiez des relations d'égal à égal avec des opérateurs chinois dont la taille permet un rapport de force équilibré.
VIGILANCE 03 Surveillez les signaux faibles réglementaires Dans un cadre institutionnel flou, appuyez-vous sur vos réseaux de confiance locaux pour anticiper l'interprétation des règles.	FIDELISATION 04 Investissez dans la relation avant le contrat Prenez le temps, parfois plusieurs années, d'identifier des partenaires loyaux avant de formaliser un accord.
RÉCIT 05 Valorisez votre histoire familiale et votre transmission Mettez en avant la continuité générationnelle de votre entreprise, un atout très apprécié des partenaires chinois.	COOPÉRATION 06 Mutualisez la lutte contre le marché parallèle Rejoignez les initiatives collectives de traçabilité (marquages, étiquettes inviolables, GPS) portées par votre filière.
FÉDÉRATION 07 Appuyez-vous sur votre organisation interprofessionnelle Faites remonter vos difficultés à votre interprofession pour bénéficier d'une réponse coordonnée face aux enquêtes commerciales.	LOBBYING 08 Mobilisez tous les niveaux d'influence disponibles Activez les relais français, européens et chinois pour porter votre message auprès des autorités concernées.
CONFORMITÉ 09 Anticipez la charge administrative des enquêtes Préparez vos équipes à documenter rigoureusement votre savoir-faire et votre structure de coûts en cas de contrôle.	RÉSILIENCE 10 Diversifiez marchés et qualités pour limiter les chocs Réduisez votre dépendance à un seul marché en élargissant vos débouchés géographiques et vos gammes de produits.