



Groupe interparlementaire d'amitié
France-Asie du Sud-Est⁽¹⁾

L'ASEAN, un grand marché tourné vers l'innovation

Actes du colloque du 15 juin 2018

Sous le haut patronage de
M. Gérard LARCHER, Président du Sénat

Palais du Luxembourg
Salle Clemenceau

(1) Membres du groupe interparlementaire d'amitié France-Asie du Sud-Est : Mme Jacky Deromedi, Présidente, et Présidente déléguée pour Singapour, M. Gérard Cornu, Président délégué pour la Thaïlande, M. Marc-Philippe Daubresse, Président délégué pour Brunei, M. Jérôme Durain, Président délégué pour le Bangladesh, Mme Joëlle Garriaud-Maylam, Présidente déléguée pour la Birmanie, M. Jean-Michel Houllégatte, Président délégué pour la Malaisie, M. Simon Sutour, Président délégué pour les Philippines, M. Olivier Cadic, Vice-président, M. Pierre-Yves Collombat, Vice-président, M. Christophe-André Frassa, Vice-président, Mme Nathalie Goulet, Vice-présidente, Mme Élisabeth Lamure, Vice-présidente, M. Alain Marc, Vice-président, M. Philippe Mouiller, Vice-président, M. Alain Richard, Vice-président, Mme Catherine di Folco, Secrétaire, Mme Vivette Lopez, Secrétaire, M. Pascal Allizard, Mme Esther Benbassa, M. Édouard Courtial, Mme Catherine Dumas, M. Rémi Féraud, M. André Gattolin, M. Jacques Genest, Mme Sylvie Goy-Chavent, M. Daniel Gremillet, Mme Pascale Gruny, M. Alain Houpert, Mme Gisèle Jourda, Mme Claudine Kauffmann, M. Guy-Dominique Kennel, M. Robert Laufoaulu, M. Ronan Le Gleut, M. Jacques Le Nay, M. Hervé Maurey, Mme Marie Mercier, Mme Patricia Morhet-Richaud, Mme Catherine Morin-Desailly, M. Jackie Pierre, M. Michel Raison, M. Claude Raynal, M. René-Paul Savary.

S O M M A I R E

	<u>Pages</u>
OUVERTURE	7
<i>Message de M. Gérard LARCHER, Président du Sénat, lu par Mme Jacky DEROMEDI, Présidente du groupe interparlementaire d'amitié France-Asie du Sud-Est</i>	7
<i>M. Frédéric ROSSI, Directeur général délégué Export, Business France</i>	13
<i>S.E. M. Zainal Arif MANTAHA, Ambassadeur de la République de Singapour à Paris</i>	15
<i>S.E. M. Bertrand LORTHOLARY, Ambassadeur de France au Vietnam</i>	21
L'ASEAN : UN GRAND MARCHÉ TOURNÉ VERS L'INNOVATION	23
<i>M. Joffrey CELESTIN-URBAIN, Sous-Directeur Affaires bilatérales, Direction générale du Trésor</i>	23
<i>M. Arnaud LERETOUR, Directeur Business France ASEAN & Pacifique</i>	26
COMMENT ABORDER ET S'IMPLANTER SUR LES MARCHÉS DE LA ZONE ?	29
<i>M. Erwan BARRE, Associé, Cabinet d'avocats RHTLaw Taylor Wessing LLP</i>	29
<i>M. Vincent CARRÉ, Chef du Service du réseau international, Institut national de la propriété industrielle (INPI)</i>	33
<i>M. Sébastien GUILLO, Directeur stratégique, HSBC France</i>	35
<i>M. Gregory de SAILLY, Manager régional des ventes, FedEx</i>	37
TABLE RONDE 1 - LES ENJEUX INDUSTRIELS EN ASEAN : GRANDS PROJETS, PLATEFORMES RÉGIONALES, FACTEURS DE SUCCÈS POUR LES ENTREPRISES FRANÇAISES	41
<i>M. Rachid BOULAOUINE, Chef de pôle Industries & Cleantech, Business France Indonésie</i>	41
<i>M. Didier MARTINENT, Directeur Commercial, Metron Lab</i>	43
<i>M. Christophe des DORIDES, Vice-Président, Alliances stratégiques et partenariats, Finalcad</i>	45
<i>M. Milko PAPAZOFF, Fondateur et Directeur général, Fai Asia Pacific</i>	47
TABLE RONDE 2 - L'ANNÉE DE L'INNOVATION FRANCE-SINGAPOUR : UNE CHANCE POUR L'ASEAN	49
<i>M. Etienne RIEUNEAU, Conseiller export Tech & Services, Business France Thaïlande</i>	49
<i>M. Olivier CADIC, Vice-Président du groupe interparlementaire d'amitié France-Asie du Sud-Est et de la Délégation sénatoriale aux entreprises</i>	51
<i>M. Adrien LEMOINE, Responsable des ventes pour l'Asie, Surys</i>	53
<i>M. Pierre-Antoine DUSOULIER, Directeur général, IbanFirst</i>	54
TABLE RONDE 3 - LES ENJEUX LIÉS AU SECTEUR DE LA SANTÉ : ÉMERGENCE DES CLASSES MOYENNES, ACCÈS AUX SOINS, silver economy	57
<i>Mme Aude SIMON, Chargée de développement Santé, Business France Singapour</i>	57
<i>M. Damien PÉRIS, Directeur général, Dessillons & Dutrillaux</i>	60
<i>M. Miquel LOZANO, Président, Directeur ventes et marketing, Tesalys</i>	62
TABLE RONDE 4 - L'ASEAN, 700 MILLIONS DE PERSONNES À NOURRIR : QUELLE PLACE POUR LA FRANCE	65
<i>M. Matthieu LEFORT, Directeur Business France Vietnam</i>	65
<i>Mme Carole LY, Responsable de la Mission des affaires européennes et internationales, FranceAgrimer</i>	67
<i>M. Bernard VALLAT, Président, Fédération professionnelle représentative des industries charcutières, traiteurs et transformatrices de viandes (FICT)</i>	69
ANNEXES	75





*Mme Jacky DEROMEDI
Présidente du groupe interparlementaire d'amitié
France-Asie du Sud-Est*



*M. Frédéric ROSSI, Directeur général Délégué
Export Business France*



*S.E. M. Zainal Arif MANTAHA
Ambassadeur de la République de Singapour à
Paris*



*S.E. M. Bertrand LORTHOLARY
Ambassadeur de France au Vietnam*



De gauche à droite : MM. Etienne RIEUNEAU, Olivier CADIC, Vice-président du groupe interparlementaire d'amitié France-Asie du Sud-Est et de la Délégation sénatoriale aux entreprises, Arnaud FLEURY, Pierre-Antoine DUSOULIER et Adrien LEMOINE



Salle Clemenceau

OUVERTURE

Message de M. Gérard LARCHER, Président du Sénat

lu par Mme Jacky DEROMEDI,
Sénateur représentant les Français établis hors de France,
Présidente du groupe interparlementaire d'amitié France-Asie du Sud-Est

Le Sénat se félicite d'accueillir cette quatrième rencontre sur les pays de l'Asie du Sud-Est, qui s'inscrit dans le cadre de notre partenariat fructueux avec Business France.

Le précédent colloque, d'avril 2014, consacré à cette région, fut un réel succès, ce qui nous a conduits à organiser cette nouvelle rencontre, en privilégiant cette fois une approche centrée sur l'innovation. Ce choix n'est pas le fruit du hasard. Il s'inscrit en particulier dans le contexte de l'Année de l'Innovation France-Singapour, déclarée conjointement par le Premier ministre de Singapour et le Président de la République française en mars 2017.

Il y a un peu moins d'un mois, se tenait à Paris la troisième édition de Viva Tech, qui rassemble les grands groupes et les *start-up* autour de l'ensemble des thématiques de l'innovation. La même semaine, un colloque économique visant à développer des coopérations avec une grande *start-up nation*, Israël, a été organisé au Sénat à l'occasion de la visite en France du Président de la Knesset.

L'innovation est un moteur actif de transformation des économies et des sociétés. Elle contribue à une meilleure compétitivité de l'offre de nos entreprises. C'est ainsi que l'on pourra conquérir de nouveaux marchés, en faisant valoir notre expertise, mais aussi en prenant de vitesse nos principaux compétiteurs dans cette région du monde, tels que la Chine, l'Inde ou le Japon.

La bonne nouvelle est que les entreprises européennes sont attendues sur ces marchés, d'autant que le renoncement des États-Unis au projet d'Accord de partenariat transpacifique a laissé des séquelles, qui sont autant d'opportunités pour l'Union européenne et notre pays.

Il s'agit donc de se montrer audacieux. Avec 620 millions d'habitants, le marché de l'ASEAN est attractif : la création récente de l'*ASEAN Economic Community* devrait encore doper la production globale de la région, dont la croissance annuelle est estimée à 7 % d'ici 2025.

L'ouverture de cet espace à la libre circulation des marchandises, des services, des investissements et de la main-d'œuvre qualifiée, ainsi que la plus grande fluidité de circulation des capitaux suscitent un fort intérêt des investisseurs.

Notre Haute Assemblée souhaite relayer ce message auprès de nos entreprises, avec l'appui des groupes d'amitié qui couvrent l'ASEAN : les groupes France-Asie du Sud-Est, France-Cambodge et Laos, France-Indonésie et Timor-Est, et France-Vietnam, dont je souhaite remercier les présidents pour leur implication active.

Mes remerciements s'adressent aussi à toutes celles et tous ceux qui ont contribué à l'organisation de ce colloque, parmi lesquels nos chefs de missions économiques, les représentants de Business France et leurs partenaires.

À tous, je souhaite de fructueux travaux, en espérant que la France prenne toute sa part à l'essor économique de cette région du monde, qui offre de nouvelles opportunités, y compris pour les petites et moyennes entreprises.

Je vous remercie.

Mme Jacky DEROMEDI,
Présidente du groupe interparlementaire d'amitié France-Asie du Sud-Est,
Sénateur des Français établis hors de France

Chers Amis,

Je suis heureuse de vous accueillir ce matin, au nom des membres du groupe d'amitié France-Asie du Sud-Est que je préside, pour ce colloque économique consacré aux pays de l'Asie du Sud-Est, pays regroupés sur le plan économique au sein de l'ASEAN, l'Association des Nations du Sud-Est asiatique, et désormais organisée avec l'*ASEAN Economic Community*.

Je tiens à remercier tout spécialement nos partenaires de Business France, M. Christophe Lecourtier, Directeur Général, M. Arnaud Leretour, Directeur ASEAN et Pacifique, pour leur précieuse collaboration, mon ami Olivier CADIC, Sénateur représentant également les Français de l'étranger, que je remercie tout spécialement de sa présence parmi nous.

L'ASEAN est une zone qui nous tient particulièrement à cœur. Avec les dix pays qui la composent, la France entretient de bonnes relations, sur les plans politique, culturel et commercial.

Nous ne sommes pas les seuls à nous intéresser à cette partie du monde. Ce n'est pas un hasard si de nombreux évènements d'envergure internationale, dans des secteurs très variés, ont eu lieu ou sont programmés en Asie du Sud Est.

Nous savons tous aujourd'hui combien les pays dont il est question présentent un intérêt stratégique et économique majeur.

Cette région connaît, en effet, une dynamique exceptionnelle :

- un taux de croissance moyen de 5 % à 6 %, bientôt 7 % peut-être ;
- une démographie en plein essor avec plus de 620 millions d'habitants ;

- et, avec l'*ASEAN Economic community*, une ouverture croissante des marchés à l'international, même s'il subsiste des barrières non tarifaires aux échanges ou encore des entraves à la libre circulation des services et des travailleurs qualifiés.

L'ASEAN œuvre actuellement pour la mise en place à l'horizon 2025 d'une Communauté économique, appuyée sur « *un marché unique et une base productive intégrée* ». Elle est déjà opérationnelle à 90 %.

Ce sont donc vers ces pays que nous devons nous tourner, pour leur proposer notre expertise et y promouvoir nos innovations.

Ayant moi-même fait le choix de m'installer à Singapour il y a trente ans pour y créer mon entreprise, je ne peux que vous encourager à en faire autant ! Il n'y a que des avantages à investir et à s'installer en Asie du Sud-Est, une zone en plein essor, un marché à fort potentiel.

J'observe d'ailleurs avec intérêt affluer dans cette zone les entreprises françaises, qui y sont particulièrement bien accueillies. Les Français y trouvent une seconde patrie, leurs enfants s'y épanouissent dans un environnement bienveillant.

Depuis quelques années maintenant, nos autorités politiques ont compris qu'il n'y a pas que la Chine et le Japon en Asie ! La Communauté économique de l'ASEAN est en train de s'organiser et de devenir le marché d'avenir de ce continent.

À cet égard, je me réjouis de la prochaine venue du Premier ministre de Thaïlande en France, annoncée pour la fin juin. Il devrait rencontrer le Président de la République et signer plusieurs contrats commerciaux importants. En amont de cette visite, notre groupe d'amitié a reçu fin mai une délégation du Parlement thaïlandais qui s'est intéressée à nos industries aéronautique et aérospatiale, et à la Station F qui accueille le Campus des *start-up* et les acteurs de la *French Tech*. Le grand programme de modernisation de la Thaïlande offre de belles opportunités pour nos entreprises dans le domaine de l'agriculture et des infrastructures notamment.

En cette Année de l'Innovation France-Singapour, la visite du Premier ministre de Singapour est également annoncée pour la mi-juillet. Autant de signaux positifs et de rencontres qui devraient déboucher sur un environnement encore plus favorable à l'investissement de nos entreprises dans cette région et aux développements de nos échanges commerciaux.

Fin mai, j'ai rencontré le Ministre de la Communication et de l'Information, par ailleurs Ministre en charge des Relations Commerciales de Singapour, M. Iswaran. Voici en substance quel était son message : « *Nous avons besoin de l'Europe pour combler le vide laissé par le désengagement progressif des États-Unis. C'est donc le bon moment pour les entreprises européennes de venir en Asie du Sud-Est.* » Nous sommes attendus dans ces pays où les perspectives de croissance sont considérables et la main-d'œuvre de plus en plus qualifiée !

Votre présence nombreuse témoigne que vous avez bien perçu les belles opportunités qu'offrent ces pays. Le programme qui a été composé par Business France est très opérationnel. Vous pourrez donc glaner ce matin des informations utiles pour aborder ce marché dans les meilleures conditions.

Notre groupe d'amitié interparlementaire France-Asie du Sud-Est, très mobilisé sur le développement de nos coopérations économiques, peut également appuyer vos démarches.

Avant de conclure, permettez-moi de remercier encore une fois tous les partenaires qui nous ont aidés à organiser ce séminaire consacré à l'ASEAN.

À tous, je souhaite de fructueux travaux ce matin et le meilleur succès pour tous vos projets sur ce marché d'avenir.

Nous vous attendons tous en Asie du Sud-Est !

M. Frédéric ROSSI,
Directeur Général Délégué Export Business France

Je voudrais tout d'abord remercier M. le Président du Sénat de nous accueillir aujourd'hui,

Madame la Sénatrice, chère Jacky, merci beaucoup pour ton soutien de toujours aux actions de Business France, non seulement en Asie du Sud-Est, mais aussi partout dans le monde,

Monsieur l'Ambassadeur de Singapour en France, merci pour votre engagement au service des relations franco-singapouriennes, particulièrement dans le secteur de l'innovation,

Monsieur l'Ambassadeur de France au Vietnam, merci d'avoir fait le déplacement spécialement pour ce colloque,

Mesdames et Messieurs les chefs d'entreprises,

Je ne dirai que quelques mots, car vous êtes là pour écouter des spécialistes de l'Asie du Sud-Est, ce que je ne suis plus depuis deux ans. En effet, après avoir passé huit ans à Manille, à Singapour et autres pays de la zone, je suis maintenant en poste à Paris.

Nous vivons actuellement une période assez paradoxale marquée par de grandes incertitudes en matière d'évolutions du commerce international et du commerce mondial.

Le cercle des pays qui croissent et qui affirment leur adhésion à la liberté des échanges se resserre sensiblement, y compris à nos propres portes.

Dans un tel contexte, l'ASEAN constitue aujourd'hui une zone très ouverte aux échanges, soucieuse de conforter ses liens économiques en particulier avec l'Europe. Il faut s'en féliciter et saisir cette opportunité.

Par ailleurs, l'état d'esprit de la France a changé et s'améliore fortement. Nos entreprises ont confiance. Elles ont restauré leurs marges, redeviennent conquérantes, particulièrement sur les deux fronts de l'innovation et de l'international, qui sont devenus les deux leviers principaux de croissance.

Ces deux phénomènes créent finalement une « envie de France » aujourd'hui palpable, que Business France constate tous les jours, et sur laquelle nous devons évidemment capitaliser.

C'est pour tirer le meilleur parti de cette conjoncture exceptionnelle que le Premier ministre a approuvé, le 23 février dernier, une refonte assez fondamentale de notre service public de soutien au commerce extérieur appelée « Team France », imaginée et proposée par Business France.

Cette réforme est simple : essayer de fédérer dans chaque territoire, en France, et dans chaque pays étranger une sorte de « Team France » export qui met toutes les ressources disponibles, tous les savoir-faire, toutes les bonnes volontés au chevet de chaque PME, de chaque entreprise de taille intermédiaire, exportatrice ou qui souhaite le devenir. Ceci met aussi l'entrepreneur pour la première fois au centre du jeu et vise à lui simplifier la tâche pour qu'il se consacre à l'essentiel : développer son business.

Ce colloque peut être considéré comme l'une des premières étapes de la mise en place de cette réforme ambitieuse. La symbolique du lieu est forte, puisque le Sénat assure la représentation des collectivités territoriales de la République et que nous allons créer ces guichets uniques sous l'égide des régions au plus proche des entrepreneurs. Ils prendront la forme d'équipes communes entre les équipes des chambres de commerce et d'industrie et celles de Business France, qui vont s'installer dans chaque région de France. Ce seront bientôt plus de 300 collaborateurs qui serviront de *coach* de proximité, de référent export à chaque entreprise française exportatrice ou en phase de le devenir.

Cette Team France mobilise également tous les partenaires essentiels des entreprises à chaque étape de leur développement international, dans un schéma de complémentarité, les ministères et les opérateurs publics, comme la DG Trésor, l'INPI, FranceAgrimer, qui seront présents à ce colloque, mais aussi les partenaires privés, comme le secteur bancaire HSBC, BPIFrance, Fedex, les cabinets d'avocats et Air France, partenaires de longue date de nos événements, sans oublier les conseillers du commerce extérieur de la France (CCEF), à la fois en France et à l'étranger, partout dans la zone ASEAN. Ils interviendront au fil de cette matinée.

Enfin, cette réforme doit également mobiliser les réseaux d'entrepreneurs au service des entrepreneurs, dans ce que les Anglo-Saxons appellent le *peer to peer*.

C'est pourquoi nous avons invité une dizaine de chefs d'entreprise qui ont « expérimenté » l'ASEAN et qui la vivent au quotidien. Ils parleront de leurs réussites et, parfois, de leurs échecs et, j'en suis sûr, vous donneront envie et vous inspireront pour aller conquérir cette belle région.

Business France est donc aujourd'hui le pivot de cette « Team France » réunie pour vous faire gagner un peu partout à l'international, et particulièrement en ASEAN, cette belle zone de croissance, d'opportunités, d'innovations.

Je vous souhaite un excellent colloque, de fructueux échanges, et surtout des rendez-vous efficaces cet après-midi.

S.E. M. Zainal Arif MANTAHA,
Ambassadeur de la République de Singapour à Paris

C'est un grand plaisir pour moi d'être parmi vous. Je remercie le Sénat et Business France de m'avoir invité à prononcer quelques mots pour l'ouverture de ce colloque.

Je suis également très heureux que l'idée de ce colloque ait été inspirée par l'Année de l'Innovation France-Singapour. Je me souviens très bien, chère Jacky, du dîner auquel participait le Président de la Commission des Affaires étrangères, de la défense et des forces armées, M. Christian Cambon, au cours duquel l'idée de ce colloque a été évoquée. Je me réjouis que vos efforts pour réaliser cette manifestation aient porté.

Merci également à nos amis de Business France, et tout particulièrement à M. Frédéric Rossi, qui connaît très bien Singapour et l'ASEAN, où il a passé quelques années.

Je salue également l'action de Business France pour promouvoir les entreprises françaises à Singapour et en Asie du Sud-Est.

Je voudrais enfin saisir cette occasion pour exprimer ma gratitude profonde au Président du Sénat, M. Gérard Larcher, qui soutient les relations entre la France et l'ASEAN.

Je me souviens à cette occasion du bel échange entre le Président Larcher et les ambassadeurs des pays de l'ASEAN en France au cours d'un événement organisé par le maire de Croissy-sur-Seine, M. Jean-Roger Davin.

Le Président Larcher nous avait impressionnés par sa connaissance approfondie de l'ASEAN et de son actualité, témoignant ainsi de son soutien à cette zone. Je l'en remercie.

Ainsi que vous l'avez remarqué, les organisateurs de ce colloque ont invité de nombreux intervenants à traiter de différents thèmes. Je n'aborderai pour ma part que deux grands sujets : que représente aujourd'hui l'ASEAN pour la France ? De quelle manière Singapour constitue-t-il un tremplin vers l'ASEAN pour les entreprises françaises ?

S'agissant du premier point, je me contenterai de faire trois brèves remarques.

Tout d'abord, l'ASEAN - qui comprend le Brunei Darussalam, le Cambodge, l'Indonésie, le Laos, la Malaisie, le Myanmar, les Philippines, Singapour, la Thaïlande et le Vietnam - est aujourd'hui une région de plus de 600 millions d'habitants, à des stades variés de développement.

Elle représente un produit intérieur brut (PIB) de 2,5 milliards de dollars, faisant de l'ASEAN la sixième plus grande économie du monde.

Avec un taux de croissance projeté de 5 % à 7 % pour les prochaines années, l'ASEAN devrait devenir le quatrième plus grand marché d'ici 2050, après la Chine, les États-Unis et l'Union européenne.

Sa classe moyenne, jeune et à la croissance rapide, qui devrait être multipliée par quatre entre 2015 et 2030, représente un vivier d'opportunités pour les entreprises françaises. Il s'agit en effet d'une immense zone très en demande de technologies, de services et de biens – vins, fromages, parfums, produits de luxe, avions et trains – qui ont bâti la réputation de la France à l'étranger.

Deuxièmement, fidèle à son engagement, l'ASEAN avance résolument vers l'intégration économique, malgré les incertitudes de l'environnement commercial actuel. La Communauté économique de l'ASEAN est une vision que nous nous sommes fixée pour tendre vers une région économique homogène afin de pouvoir offrir une alternative crédible à ce que les autres grandes économies du monde, comme l'Inde ou la Chine, peuvent proposer.

Troisièmement, l'ASEAN est une région prête à s'ouvrir à de futures opportunités, en particulier dans les domaines de l'innovation et de l'économie numérique. Comme beaucoup d'entre vous le savent, Singapour occupe la présidence de l'ASEAN cette année. À cette occasion, nous avons souhaité mettre à l'honneur les thèmes « résilience » et « innovation ». Nous espérons lancer des projets visant à renforcer la résilience collective de l'ASEAN face aux menaces communes telles que le terrorisme, la cybercriminalité et le changement climatique. Nous souhaitons également promouvoir des programmes destinés à aider les économies de l'ASEAN à innover et à utiliser la technologie, afin de construire une communauté plus dynamique et connectée.

L'urbanisation rapide et les développements industriels de l'ASEAN stimulent la demande de solutions innovantes dans des domaines tels que le commerce électronique, la robotique et l'Internet des objets. Dans ce contexte, Singapour a pris plusieurs initiatives en matière de solutions innovantes pour renforcer leur capacité d'accès et de développement :

- proposition d'un accord de l'ASEAN sur le commerce électronique, visant à renforcer la connectivité numérique pour promouvoir les flux de commerce électronique dans la région ;

- création du Réseau de l'innovation de l'ASEAN pour étoffer les liens entre les écosystèmes d'innovation dans les États membres et susciter de nouvelles collaborations et solutions ;

- enfin, création d'un réseau des villes intelligentes de l'ASEAN pour mettre en synergie les efforts visant à adopter des solutions technologiques et numériques pour résoudre les problèmes de développement urbain et améliorer la qualité et l'accessibilité des services, la qualité de vie, et permettre un développement plus inclusif.

À la lumière des développements en cours au sein de l'ASEAN, les opportunités pour les entreprises françaises sont importantes. Je n'ai aucun doute sur le fait que les interventions qui vont suivre corroboreront cette observation. La France et les entreprises françaises sont déjà bien représentées dans la région. Elles jouissent également d'une bonne réputation en tant que partenaires fiables dotés d'une bonne technologie. Au vu des besoins croissants de l'ASEAN, elles peuvent cependant faire bien plus encore.

Ceci m'amène au deuxième point que je souhaite aborder ce matin : comment Singapour peut-il servir de passerelle à la France pour conquérir les marchés de l'ASEAN ? Je suis convaincu que la France et Singapour peuvent faire plus ensemble, et je vais essayer de l'illustrer en quatre points.

Premièrement, Singapour est au cœur de la croissance dynamique de l'ASEAN, ce qui en fait une excellente base pour les entreprises qui envisagent de s'étendre en Asie. Les marchés les plus intéressants de la région sont accessibles en deux heures de vol au départ de Singapour. Compte tenu de notre proximité, du lien de familiarité et de la connectivité que nous entretenons avec la région, Singapour est le carrefour idéal pour que les entreprises françaises puissent acquérir des connaissances dans la région et tester de nouvelles solutions locales avant de se lancer au niveau régional.

Le gouvernement de Singapour lui-même est le plus important demandeur et consommateur d'innovations. Nous avons, pour les start-up et les entreprises technologiques prometteuses, un programme d'accréditation qui les aidera à établir leurs références auprès du secteur public et des partenaires locaux de Singapour et de l'ASEAN, avant de s'aventurer sur les marchés régionaux en Asie.

Deuxièmement, il existe déjà de solides liens dans les domaines économique et de la recherche et du développement entre la France et Singapour. Environ 1 900 entreprises françaises se sont déjà installées à Singapour. Plusieurs ont établi leur siège régional et y mènent des activités d'innovation et de fabrication pour toute l'Asie, comme Airbus, Thales, Sanofi, Danone, Essilor, Dassault Systèmes, Engie et EDF.

Les *start-up* françaises ou singapouriennes lancées par des groupes français comme Kpler ou H3 Dynamics commencent également à développer leurs activités depuis leur base à Singapour.

En outre, les principales organisations publiques françaises de recherche, comme le CNRS, le CNES et le CEA, et plusieurs universités françaises, ont établi à Singapour de solides partenariats avec leurs homologues. Les écoles de commerce, comme l'INSEAD ou l'ESSEC, y ont également créé des campus.

Pour insuffler une nouvelle dynamique à nos échanges bilatéraux et renforcer la structure et la pérennité de la connectivité entre nos deux écosystèmes d'innovation, les gouvernements français et singapourien ont baptisé 2018 « Année de l'Innovation France-Singapour ». Les activités menées dans ce cadre permettront non seulement de conforter/renforcer les liens solides existants, mais aussi de sensibiliser à un niveau encore plus élevé sur la possibilité de développer de plus grandes collaborations dans les secteurs de l'innovation entre nos deux pays.

C'est sous l'égide de l'Année de l'Innovation que Singapour a participé pour la première fois au salon Viva Tech à Paris, le mois dernier. La délégation de Singapour était dirigée par le Ministre de la Communication et de l'Information par ailleurs Ministre en charge des Relations commerciales, M. S. Iswaran. Il était accompagné de dirigeants d'organismes publics et d'organisations chargées de promouvoir l'écosystème de *start-up* et d'innovation de Singapour.

Troisièmement, Singapour est à l'avant-garde de l'innovation dans l'ASEAN et a continué d'approfondir ses liens d'innovation avec la région et au-delà. Nous avons récemment lancé des plateformes *Global Innovation Alliance* (GIA) à Jakarta et à Bangkok en partenariat avec les acteurs locaux d'innovation, pour aider les *start-up* et les entreprises singapouriennes ainsi que d'autres fournisseurs et demandeurs d'innovation à accéder aux écosystèmes d'innovation de l'Indonésie et de la Thaïlande, et aux partenaires et clients potentiels de ces pays, tant dans le secteur public que privé. Les entreprises françaises et les centres de recherche peuvent travailler avec les partenaires de Singapour pour exploiter les liens et les connexions avec les marchés de l'ASEAN, y compris ceux établis par le biais de nos plateformes et réseaux GIA.

Quatrièmement, les entreprises européennes basées à Singapour pourront bientôt bénéficier de l'accord de libre-échange entre l'Union européenne et Singapour (EUSFTA) qui leur permettra d'exploiter le marché croissant et de plus en plus intégré de l'ASEAN.

Outre l'élimination des droits de douane et des barrières non tarifaires, l'EUSFTA ouvrira les marchés des services et des investissements de manière globale, assurera une protection de haut niveau des droits de propriété intellectuelle et permettra un meilleur accès aux marchés publics. En tant que premier accord de libre-échange conclu entre l'Union européenne et un pays de l'ASEAN, l'EUSFTA servira également de pierre angulaire à un éventuel accord entre l'Union européenne et l'ASEAN.

Nous attendons avec impatience son entrée en vigueur afin que les entreprises singapouriennes et européennes puissent profiter de ses avantages au plus vite.

J'espère que mes brèves remarques pourront susciter des discussions autour de ce que la France et l'ASEAN - et Singapour en particulier - peuvent faire ensemble, sur la base de l'intérêt et du bénéfice mutuels.

Je suis impatient d'assister à la suite des discussions.

**S.E. M. Bertrand LORTHOLARY,
Ambassadeur de France au Vietnam**

Madame la Sénatrice,
Monsieur l'Ambassadeur,
Chers Amis,

Je suis venu ce matin apporter le témoignage d'une « équipe France » de la région, en l'occurrence celle du Vietnam, pays qui comprend 95 des 620 millions d'habitants de la région, et vous délivrer quatre messages.

Premièrement, l'ASEAN, dans son ensemble, est une zone en profonde et très rapide transformation. C'est une région d'intérêt stratégique et économique majeur pour la France, avec laquelle les échanges politiques se multiplient.

Vous avez rappelé, Madame la Sénatrice, les échéances qui nous attendent avec la Thaïlande et Singapour. On peut également souligner que le numéro un du régime vietnamien, le Secrétaire général du Parti communiste du Vietnam, était à Paris au mois de mars, et que le Président de République française a annoncé à cette occasion qu'il se rendrait à son tour dans la région l'année prochaine, et plus particulièrement au Vietnam.

Cette rapide transformation, je vous la livre à travers l'exemple vietnamien, pays qui a rejoint à marche forcée le groupe des économies à revenus intermédiaires. Ce pays a été ruiné par 30 ans de guerres et a, au milieu des années 1980, décidé de changer profondément sa relation avec son environnement. Il a lancé ses réformes en 1986, a adhéré à l'ASEAN en 1995 et à l'OMC en 2007. En 2018, il fait partie des pays signataires de l'Accord de partenariat transpacifique (TPP 11). Un accord de libre-échange entre le Vietnam et l'Europe entrera bientôt en vigueur. Ce sera, après celui dont parlait M. l'Ambassadeur de Singapour en France, le deuxième accord conclu entre l'Union européenne et un pays de l'ASEAN. Cet accord sera signé avant la fin de l'année, et nous en espérons la ratification dans les plus brefs délais. Il sera l'occasion pour nos entreprises de bénéficier plus largement d'un accès au marché vietnamien.

Deuxièmement, au-delà des avantages commerciaux, l'ASEAN, dans son ensemble, est une région majeure d'investissements directs, et le Vietnam ne fait pas exception. En effet, 70 % des exportations vietnamiennes sont le fruit d'investissements étrangers.

Pour ne prendre qu'un exemple, Samsung, entreprise coréenne, représente à elle seule 25 % des exportations du Vietnam vers le reste du monde.

La France n'est pas en reste dans ce paysage. Nous avons aujourd'hui environ 300 implantations d'entreprises françaises et, au-delà de ce chiffre, un renforcement extrêmement rapide de l'intérêt et de la présence de nos entreprises sur le marché vietnamien, également considéré comme une porte d'entrée pour l'ensemble du marché de l'ASEAN.

Troisièmement, la croissance de l'économie dans la région conduit au développement de classe moyenne dans un certain nombre de pays de la zone, en particulier le Vietnam et le Cambodge. Ils seront bientôt rejoints par la Birmanie. Ceci constitue autant d'opportunités pour nos entreprises, autant de débouchés dans les infrastructures dont la région a un besoin criant - transports aériens et urbains, tourisme, santé, biens de consommation, élevage, équipements agricoles, vins et spiritueux, charcuterie, biens de luxe, services. De ce point de vue, le Vietnam se développe très rapidement dans le domaine de l'innovation.

Quatrièmement, la France, dans ce paysage, a une vraie carte à jouer dans la région. Elle y développe des partenariats d'envergure internationale avec un certain nombre de grands groupes. Pour ce qui concerne le Vietnam, je mentionnerai l'accord entre Airbus et FPT, le géant des télécommunications privées vietnamiennes.

Les plus petites entreprises y chassent en meute avec succès, et nous les aidons au maximum à travers des initiatives comme la *French Tech Viet*, premier réseau labellisé *French Tech* dans l'ensemble de l'ASEAN, ou le Club Santé Vietnam, qui a ouvert ses portes en janvier dernier.

Permettez-moi de conclure en disant que nous sommes étroitement associés et que vous pouvez compter sur l'appui de l'ensemble de l'équipe de l'Ambassade de France au Vietnam et sur moi-même.

L'ASEAN : UN GRAND MARCHÉ TOURNÉ VERS L'INNOVATION

Débat animé par M. Arnaud FLEURY, journaliste économique

Ont participé à ce débat :

**M. Joffrey CELESTIN-URBAIN, Sous-Directeur Affaires bilatérales,
Direction générale du Trésor**

M. Arnaud LERETOUR, Directeur Business France ASEAN & Pacifique

M. Arnaud FLEURY - Nous allons à présent entrer dans le vif du sujet et recueillir le sentiment de nos participants sur cette zone en pleine croissance que constitue l'ASEAN, avec ses consommateurs, ses besoins en infrastructures, ses opportunités, ses forces et ses faiblesses.

M. Joffrey CELESTIN-URBAIN - Pourquoi s'intéresser à l'ASEAN ? Les principaux chiffres ont déjà été évoqués : 9 % de la population mondiale, un ensemble extrêmement jeune - 28 ans de moyenne d'âge -, un marché de 625 millions de consommateurs, majoritairement urbains, plus de 100 villes de plus d'un million d'habitants, 90 millions d'habitants supplémentaires dans les dix ans à venir, et un niveau d'équipement numérique, notamment en termes de pénétration de services mobiles, plus élevé que la moyenne mondiale.

Le PIB s'élève par ailleurs à environ 2 500 milliards de dollars. Il évolue chaque jour. L'ASEAN représente environ 7 à 8 % du commerce mondial. La croissance du PIB est extrêmement soutenue : on attend en moyenne 5,2 % en 2018 et 2019.

M. Arnaud FLEURY - C'est variable selon les pays. Certains sont bien au-dessus, comme le Cambodge, le Laos, etc. Les perspectives pour 2019 restent bonnes pour les prochaines années.

M. Joffrey CELESTIN-URBAIN - En effet. Cela fait partie des zones dont la croissance est la plus soutenue dans le monde. M. l'Ambassadeur l'a rappelé : au cours des dix à vingt prochaines années, on anticipe une croissance potentielle autour de 5 % à 7 %. Le taux de croissance le plus bas de la région est aujourd'hui de 2,9 %. Cela résume le dynamisme de cette région au plan économique.

Autre élément : une insertion très forte dans les échanges de valeurs internationales et les perspectives ouvertes par les accords de libre-échange largement évoqués avec Singapour, dont la signature devrait avoir lieu mi-octobre, et le Vietnam, dont la conclusion remonte à décembre 2015.

Les pays de la région ont réussi à maintenir une dynamique d'ouverture, notamment après le retrait américain du TPP. Une nouvelle version du texte a été signée par onze pays en mars. Cette liste comporte Singapour, la Malaisie, le Vietnam et Brunei. La région reste profondément attachée au libre-échange, malgré un contexte international très difficile de ce point de vue.

Selon la Banque mondiale en matière de « *doing business* », certains États – mis à part Singapour, qui est un cas d'école parfait, second au rang mondial – comme la Thaïlande, Brunei, le Vietnam et l'Indonésie ont accompli des sauts substantiels entre 2017 et 2018. Globalement, l'environnement des affaires de la région est favorable et la tendance s'améliore.

Enfin, les besoins en infrastructure de base sont considérables et s'élèvent à 3 150 milliards de dollars en termes de besoins d'investissement entre 2016 et 2030, selon un rapport de la Banque asiatique de développement, soit environ 200 milliards de dollars par an, ce qui représente 5 % du PIB. Les besoins de financement des infrastructures des pays de l'ASEAN représentent environ 2 % du PIB. Il faudrait passer à 5 % du PIB pour les combler.

M. Arnaud FLEURY - A-t-on une idée de la clé de répartition ?

M. Joffrey CELESTIN-URBAIN - Les deux tiers de la croissance du PIB dans les prochaines années, soit 1 200 milliards de dollars, sont regroupés aux Philippines, en Indonésie et en Malaisie.

Le Vietnam a besoin d'infrastructures en matière de transport, d'énergie, la région devant diversifier son mix énergétique, encore largement fondé sur les énergies fossiles, afin de s'adapter au réchauffement climatique.

Quatre des pays les plus vulnérables au réchauffement climatique sont situés dans la région de l'ASEAN : la Birmanie, les Philippines, la Thaïlande et le Vietnam, en particulier s'agissant de l'élévation du niveau des mers.

On compte 17 000 îles en Indonésie, plus de 7 000 dans les Philippines, et plus de 50 villes côtières de plus de 500 00 habitants dans toute la région. C'est donc là un vrai sujet d'inquiétude un défi d'adaptation, qui va impliquer un surcroît d'investissement assez substantiel.

Ce panorama n'est objectivement pas complètement dénué de risques. Le premier, c'est la résurgence du protectionnisme dans une région très insérée dans les chaînes de valeur internationales, notamment vis-à-vis de la Chine et de l'Inde, en particulier dans les domaines de l'électronique et de l'informatique.

Tout grain de sable supplémentaire dans les échanges peut affecter de façon disproportionnée une région très ouverte. Il existe bien sûr des barrières sur lesquelles l'ASEAN doit travailler. C'est aussi l'un des enjeux de l'accord de libre-échange entre l'Union européenne et l'ASEAN.

Le Président Trump a plus spécifiquement visé certains pays de l'ASEAN, les États-Unis connaissant un déficit commercial important avec eux, comme la Thaïlande.

M. Arnaud FLEURY - Quelles sont les autres vulnérabilités ?

M. Joffrey CELESTIN-URBAIN - Le ralentissement de la croissance de la Chine, qui fait partie des principaux partenaires commerciaux de la région. Celui-ci inquiète en particulier la Birmanie et le Laos, pour qui ce pays représente entre 35 % et 40 % des exportations totales.

Le troisième risque concerne les matières premières. Six pays de l'ASEAN sont exportateurs nets de matières premières, le Vietnam, l'Indonésie, la Birmanie, le Brunei, le Laos et la Malaisie. Le pays le plus dépendant des matières premières reste le Brunei. Ce n'est pas celui qui a le poids macroéconomique le plus important dans la région, mais cela représente cependant 50 % de sa balance commerciale.

Le quatrième risque concerne la remontée des taux américains. Du fait de la volatilité des monnaies de la région, celle-ci peut avoir des effets considérables, la monnaie indonésienne s'étant par exemple beaucoup dépréciée.

M. Arnaud FLEURY - Qu'en est-il de la France dans tout cela ? J'ai l'impression qu'on peut faire beaucoup mieux. Notre part de marché n'est pas à la hauteur de ce qu'on pourrait faire !

M. Joffrey CELESTIN-URBAIN - Il faut nuancer. Aucun pays au monde n'est à son potentiel maximum. Nos exportations vers l'ASEAN représentent 15 milliards d'euros, ce qui équivaut à peu près aux exportations de la France vers la Russie. C'est la seconde destination de nos expéditions vers l'Asie, après la Chine au sens large, et la troisième pour nos investissements après la Chine et le Japon, avec un stock de 16 milliards d'euros en 2017.

L'effet du *hub* singapourien est naturellement très fort - 44 %. Cela s'explique par le rôle de Singapour comme plateforme de réexportation pour un certain nombre d'entreprises françaises.

Nos parts de marché s'élèvent à 1,6 %. Ce chiffre est stable depuis dix ans. On peut considérer les choses positivement. À Singapour, selon les années, elles représentent entre 2,6 % et 2,7 %. Elles sont plus basses dans les autres pays de la région, mais une partie des exportations françaises qui vont vers Singapour partent ensuite vers d'autres pays de la région. Ce petit biais statistique gonfle donc les exportations françaises vers Singapour, sous-estimant celles vers les autres pays de la région.

M. Arnaud FLEURY - Le stock est important et le flux constitue un signe de l'intérêt des entreprises françaises pour investir dans la zone.

M. Joffrey CELESTIN-URBAIN - Stratégiquement, le positionnement de l'offre française est très favorable concernant les produits à haute valeur ajoutée. Ils s'adressent à une classe moyenne qui représente 190 millions de personnes dans la région. Cette part aura tendance à croître. Les exportations correspondent assez largement à la gamme de produits français - avions de tourisme, cosmétiques, pharmacie, produits agroalimentaires. Ceux-ci couvrent tout le spectre des besoins de pays qui sont en train de se développer rapidement.

M. Arnaud FLEURY - Sans oublier les énergies renouvelables, l'ingénierie, les nouvelles technologies...

M. Joffrey CELESTIN-URBAIN - Nous avons cependant un déficit commercial avec huit pays sur dix. Pour le moment, l'ASEAN ne constitue pas un marché de masse. La région est lointaine, comporte de nombreuses cultures différentes, qui nécessitent une approche par pays. Il convient donc d'élargir la base des exportateurs.

En outre, les Chinois détiennent des parts de marché très importantes dans la région, et ont une influence considérable sur le commerce et le financement des infrastructures.

M. Arnaud FLEURY - Un colloque sur la route de la soie doit avoir lieu la semaine prochaine. Il faut en effet se positionner.

M. Joffrey CELESTIN-URBAIN - Je ne pourrais mieux conclure !

M. Arnaud FLEURY - Arnaud Leretour, comment jugez-vous les choses ?

M. Arnaud LERETOUR - Ainsi que cela a déjà été dit, l'ASEAN constitue une zone extrêmement dynamique, mais les entreprises françaises peuvent incontestablement beaucoup mieux faire.

Il existe des raisons historiques à cette situation : traditionnellement, on commerçait plutôt avec le Vietnam. Les relations sont plus compliquées avec le sud-est de l'Asie, en particulier la Malaisie ou l'Indonésie, les routes françaises ne conduisant pas jusqu'alors dans cette partie du monde.

Nous avons incontestablement un potentiel énorme dans toute cette région, et tout notre travail consiste, au-delà de l'organisation mentionnée par Frédéric Rossi, à essayer de répondre à toutes les questions que les entreprises, dans l'ensemble des secteurs concernés, peuvent avoir sur cette belle région.

Business France y compte 75 personnes au service des entreprises françaises. Nos équipes jouissent de compétences techniques fortes destinées à mieux expliquer aux entreprises les marchés sur lesquels nous travaillons et les langages très spécifiques qu'on y emploie.

M. Arnaud FLEURY - Un certain nombre de sociétés françaises sont passées par votre intermédiaire et ont ainsi concrètement pu réaliser des transactions.

M. Arnaud LERETOUR - Nous nous occupons également des volontaires internationaux en entreprise (VIE). Cinq cents d'entre eux sont présents dans la zone ASEAN, et une centaine dans la zone Pacifique, dont nous traitons également. Ce n'est pas suffisant, et je vous encourage à regarder de très près ces relais de croissance qui sont hébergés dans des entreprises locales. Ils vous permettront d'accélérer votre développement dans de bonnes conditions.

Cette zone compte 620 millions d'habitants, contre 510 millions pour l'Union européenne, et les niveaux de croissance sont gigantesques. Les Philippines par exemple, à l'horizon 2030, hébergeront le double de la population actuelle, soit 200 millions d'habitants.

M. Arnaud FLEURY - D'où des infrastructures indispensables !

M. Arnaud LERETOUR - En effet, des efforts doivent être accomplis dans ce domaine. Les plus grandes entreprises françaises sont implantées à Singapour et rayonnent très facilement grâce à des installations aéroportuaires extraordinaires qui permettent de se déplacer dans toute la zone. Certaines start-up permettent de développer des technologies nouvelles et de faire gagner du temps à tous les pays de la zone.

La population est très jeune, avec 27 ans d'âge moyen, bien que la population vieillisse paradoxalement très vite. C'est un grand sujet à Singapour, et un point qu'il faut avoir en tête.

La classe moyenne explose, amenant des besoins énormes. Il faut que nous soyons en mesure d'y répondre. Tous les secteurs de l'équipement lourd sont concernés. La France détient des champions dans ce domaine, mais les nouvelles technologies peuvent aussi permettre à nos entreprises de se développer sur place.

Les besoins touchent non seulement les infrastructures, l'alimentation, mais aussi la santé. On estime qu'entre 50 et 55 gros hôpitaux vont se construire dans la zone. Il existe cinq projets dans le sud de la Malaisie. Ce sont là des besoins gigantesques, et nos entreprises ont la solution pour répondre aux problèmes.

Dans la zone ASEAN, on estime à 40 millions le nombre de personnes qui disposent de moyens et qui constituent donc une clientèle potentielle. Cela ouvre des perspectives.

M. Arnaud FLEURY - Les chiffres varient, mais ils seront 300 000 d'ici vingt ans.

M. Arnaud LERETOUR - Cette zone est très ouverte aux échanges internationaux. La croissance intérieure est très forte. Les réformes économiques sont engagées dans un certain nombre de pays de manière très sérieuse. L'Indonésie fait en particulier de gros efforts d'assainissement économique, et l'environnement des affaires est bien plus favorable qu'il y a quelques années. Le coût de main-d'œuvre est assez faible, exception faite de Singapour, où le niveau de vie est très élevé.

La région comporte toutefois des faiblesses, bien que celles-ci soient sur le point de disparaître. La bureaucratie est assez importante et plombe le développement des affaires. Les problèmes d'infrastructures pénalisent également lourdement le développement économique. Jakarta est la ville la plus compliquée du monde en matière de transports. Toutefois, la première ligne de métro va être inaugurée prochainement. Les choses sont véritablement en train de bouger.

Par ailleurs, dans le domaine de l'éducation, Singapour s'est hissé dans le Top 10 du classement de Shanghai, où elle compte trois universités. La main-d'œuvre y est très qualifiée et permet de jouer le rôle de relais de croissance. Ailleurs, les choses sont plus compliquées.

M. Arnaud FLEURY - La France peut leur proposer des solutions d'é-éducation.

M. Arnaud LERETOUR - En effet. Les ressources naturelles existent dans toute la zone et offrent, en matière de minerais ou d'énergie renouvelable, des perspectives très intéressantes.

Il existe cependant quelques menaces, comme une certaine forme d'instabilité politique, qui peut malgré tout constituer un sujet important. C'est le cas en Thaïlande, où le processus est toutefois en train de se normaliser, ou en Birmanie, pays à propos duquel vous avez tous en tête les événements récents.

Un autre sujet endémique est celui de la corruption, sauf à Singapour. Tous les pays de la zone font de vrais efforts pour régler ce problème, qu'il ne faut pas négliger.

COMMENT ABORDER ET S'IMPLANTER SUR LES MARCHÉS DE LA ZONE ?

Débat animé par M. Arnaud FLEURY, journaliste économique

Ont participé à ce débat :

M. Erwan BARRE, Associé, Cabinet d'avocats RHTLaw Taylor Wessing LLP

M. Vincent CARRÉ, Chef du Service du réseau international, Institut national de la propriété industrielle (INPI)

M. Sébastien GUILLO, Directeur stratégique, HSBC France

M. Gregory de SAILLY, Manager régional des ventes, FedEx

M. Arnaud FLEURY - Monsieur Barre, vous êtes un des rares avocats français présents à Singapour.

Vous y êtes installé depuis plusieurs années. Vous connaissez bien la région. Que faut-il connaître sur le plan juridique pour aborder les pays de la zone ASEAN ?

M. Erwan BARRE - Pourquoi parler d'environnement juridique ? Il est clair qu'il est intéressant d'investir dans la région. Cependant, le droit est une contrainte. Toutes les réglementations en place constituent autant de barrières à l'entrée pour les marchés que vous souhaitez pénétrer. Cependant, le droit constitue aussi un outil, et il est important de bien maîtriser le risque dans une zone aussi éloignée que l'Asie du Sud-Est.

L'ASEAN est incontestablement une réalité politique mais, pour le praticien, pour le chef d'entreprise, est-ce le cadre juridique pertinent ? Pour répondre à cette question, il faut étudier la façon dont fonctionne l'ASEAN.

En premier lieu, on compare souvent l'ASEAN à l'Union européenne ou à la CEE. Il est vrai que l'ASEAN s'est inspirée de la CEE, fondée dix ans avant elle. Aujourd'hui, l'ASEAN s'en distingue fondamentalement. C'est une communauté d'États indépendants et qui souhaitent le rester sans abandonner leur souveraineté. Chaque pays reste maître chez lui et n'accepte pas l'ingérence des autres pays, pas même celle de l'ASEAN.

C'est là une distinction fondamentale avec l'Union européenne, où le droit européen s'applique dans chaque État de l'Union européenne.

Ceci a plusieurs conséquences sur la production des normes. Les principales décisions prises par l'ASEAN résultent de déclarations prises au niveau des chefs d'État lors des sommets. On n'entre pas là dans le détail juridique des normes. Il s'agit de déclarations, de prises de position et d'objectifs qui ressemblent à ceux fixés par les chefs d'État du G7 ou du G20.

D'autres textes ont une valeur plus contraignante entre les États, comme les accords intergouvernementaux, qu'on appelle traités en droit international. Il s'agit d'accords qui doivent être ratifiés par les parlements. C'est un processus lourd, qui exige du temps. Ces textes assez généraux établissent des principes, des directions, mais ne fixent pas de règles de droit imposables à chacun.

L'ASEAN n'est pas un marché unique, c'est un objectif à long terme. Il n'existe pas de tarif extérieur commun. On n'en est pas au marché unique à l'européenne ! Les textes sont pris de façon sectorielle, très pragmatique, dans le domaine des investissements internationaux, de la circulation des biens. D'autres sont catégoriels, comme celui concernant les dispositifs médicaux.

Chaque texte est différent. L'ASEAN repose sur la consultation et le consensus mais ne crée pas de droit pour les citoyens. C'est une autre différence fondamentale par rapport à l'Union européenne. Si une entreprise de l'Union européenne estime qu'elle n'a pas accès au marché allemand conformément au droit européen, elle peut attaquer l'État concerné et le faire condamner pour des actions contraires aux principes européens. Ce n'est pas le cas de l'ASEAN. Si une entreprise de Singapour estime qu'elle ne peut pas accéder au marché indonésien, son seul recours est de demander à Singapour s'il accepte de faire quelque chose pour le marché indonésien, mais les choses n'iront pas devant les tribunaux. La méthode retenue est celle du consensus. Si on veut travailler dans l'ASEAN, le cadre juridique approprié est donc celui des États. Il faut donc observer la règle de droit dans chaque pays.

La règle de droit est-elle de bonne qualité ? La principale qualité d'une règle de droit est d'être prévisible. Or ce n'est pas toujours le cas dans les pays de l'ASEAN. On ne peut être sûr de la décision lorsqu'on saisit un tribunal d'un pays de l'ASEAN au sujet d'un contrat. On constate cependant de plus en plus l'ouverture des pays de l'ASEAN aux influences internationales. Les listes des industries fermées à l'investissement se raccourcissent dans la plupart des pays. Les pays s'ouvrent également aux importations et au dialogue entre le public et le privé en matière d'établissement des normes.

À une époque où l'industrie avance très vite, de nouvelles normes sont nécessaires. On le voit dans l'e-santé, par exemple. Les régulateurs nationaux n'hésitent plus à dialoguer avec les entreprises pour aboutir à des normes de meilleure qualité.

M. Arnaud FLEURY - Singapour mis à part, où progresse-t-on le mieux en la matière ?

M. Erwan BARRE - La Thaïlande et le Vietnam ont mis au point de très bonnes règles de droit en matière d'e-santé. L'Indonésie travaille aussi sur ce domaine. Ce sont des secteurs dans lesquels les normes s'améliorent.

Les particularités locales sont très importantes pour les dirigeants d'entreprise. Il ne faut pas seulement observer le droit des pays, mais voir aussi où s'implanter. Certaines spécificités peuvent être extrêmement intéressantes. On dénombre 900 zones économiques spéciales qui sont autant d'exceptions au droit applicable localement. On pense souvent aux zones économiques spéciales comme à des endroits où l'on peut trouver une charge réduite en matière d'impôts. C'est souvent le cas, mais ce sont aussi des zones où l'application de la réglementation peut être réduite, comme dans le domaine de l'environnement.

Je ne suis pas en train de dire qu'on peut y polluer comme on veut, mais au lieu de passer trois mois à obtenir des autorisations avant de pouvoir produire, vous pourrez raccourcir significativement les délais.

M. Arnaud FLEURY - Certains pays parient particulièrement sur la zone économique spéciale.

M. Erwan BARRE - C'est une constante dans la région. Toutefois, toutes les zones économiques spéciales ne traitent pas du même domaine. Vingt-cinq d'entre elles se consacrent plus spécialement aux technologies, comme Singapour, ou à la R & D.

M. Arnaud FLEURY - Le Cambodge mise quant à lui beaucoup sur le textile...

M. Erwan BARRE - Le cas de Singapour apporte un certain nombre de réponses aux difficultés de la région. Il est en effet aisé pour une entreprise française qui intervient dans la région, même si elle n'a pas de représentation à Singapour, d'utiliser la qualité de l'infrastructure juridique et financière. Singapour est un *hub* essentiel pour la région, qui a une influence au-delà. On voit de plus en plus de quartiers généraux régionaux couvrir la Chine à partir de Singapour, Hong Kong perdant des parts en la matière.

Singapour est très ancré dans la globalisation. Son réseau en matière de traités de libre-échange est le premier en Asie, ainsi qu'en matière de traités bilatéraux d'investissement.

Selon le classement de la Banque mondiale, Singapour est le deuxième pays concernant l'exécution des contrats sur un total de 190 nations. La prévisibilité est donc bien meilleure si l'on exécute un contrat en cas de contentieux.

Les deux critères majeurs pour exécuter un contrat sont le temps et la durée. Lorsqu'on veut exécuter un contrat dans l'OCDE, le coût du contentieux est d'environ 21 % du montant demandé. À Singapour, c'est 25 %. C'est un coût comparable à celui qu'on a l'OCDE. Dans la région Pacifique, c'est 49 %. L'intérêt immédiat d'aller devant les tribunaux de Singapour apparaît face à ce chiffre. En matière de durée, celle-ci s'élève dans l'OCDE à 553 jours, soit un an et demi. À Singapour, c'est environ trois fois moins.

On peut donc obtenir une décision en six mois à Singapour et parvenir à ce résultat pour un coût prévisible. Pour faire exécuter un contrat international, la Cour d'arbitrage de Singapour est à présent l'une des deux plus importantes de la région avec celle de Hong Kong, juste après New York et Paris.

On assiste là aussi à une diminution des parts de marché de Hong Kong et une augmentation de celles de Singapour, notamment parce que les entreprises occidentales se fient à la neutralité de Singapour pour tout ce qui relève des litiges internationaux et à la qualité des décisions prises par ses tribunaux arbitraux.

Enfin, cela présente deux avantages pour les entreprises qui désirent avoir une présence dans la région et un siège régional dans le sud-est asiatique ou l'Asie-Pacifique, comme c'est de plus en plus le cas.

Même s'il ne s'agit pas des taux que l'on peut retrouver dans certains paradis fiscaux, le premier avantage est fiscal. Le droit fiscal n'est surtout pas compliqué, et la gestion assez simple et compétitive pour la région.

En matière de droit social, la protection du salarié est essentiellement assurée par un très faible taux de chômage. Avec moins de 3 % de chômeurs, le contrat négocié entre l'employeur et l'employé est plus équilibré.

Les normes sociales ne sont certes pas très développées à Singapour. Le Code du travail et les contrats de travail sont extrêmement simples, et il n'y a pas de difficultés de ce côté. Vous n'aurez pas une main-d'œuvre bon marché – ce n'est pas le but –, mais il s'agira d'une main-d'œuvre de qualité, avec des normes sociales très simplifiées.

M. Arnaud FLEURY - Le *sponsoring* est-il encore appliqué dans les pays de l'ASEAN ?

M. Erwan BARRE - Le *sponsorship* en Asie du Sud-Est n'est pas le même que dans les pays du Golfe, mais il est cependant nécessaire pour un certain nombre d'industries d'avoir un partenaire local. Les étrangers ne peuvent investir à 100 % dans une société donnée.

Ces listes d'« investissements négatifs » ont cependant tendance à se réduire, comme on peut le voir au Vietnam ou en Indonésie.

M. Arnaud FLEURY - Je me tourne vers Vincent Carré. L'INPI a développé un réseau international. Quelles sont les bonnes pratiques pour se développer à l'international, et quels sont les outils et les procédures pour se protéger ?

On sait en effet que la propriété intellectuelle est une question sensible.

M. Vincent CARRÉ - Le droit de la propriété intellectuelle est une branche du droit général.

En matière de bonnes pratiques, j'invite les entreprises à suivre trois principes : un principe d'anticipation, un principe de sécurisation et un principe de vigilance permanent et *a posteriori*.

L'anticipation se traduit à deux niveaux, en premier lieu par une prise de connaissance, à travers les bases de données, des droits existants afin de connaître les possibilités offertes et, en second lieu, en formalisant immédiatement les résultats de la recherche et du développement que peuvent générer les processus de création, non à partir de preuves que l'on peut obtenir sur le territoire français, mais plutôt en allant chercher des modes de preuves reconnus par les tribunaux locaux.

En matière de sécurisation, le premier arrivé est en général le premier servi. C'est celui qui aura déposé la marque le premier qui détiendra les droits. Il ne faut donc pas, de ce point de vue, laisser le champ libre aux distributeurs, sous peine de se retrouver ensuite pieds et poings liés. Il existe aussi des procédures et des titres spécifiques.

La vigilance concerne la veille - il faut aussi conserver les preuves d'usage des marques que l'on utilise sur le territoire, qui seront nécessaires - la sécurisation vis-à-vis des salariés pour s'approprier les droits de façon pérenne en tant qu'employeur, la sécurisation contractuelle et les relations partenariales. Lorsqu'on réalise des programmes de R & D avec des universités, il faut notamment s'assurer du contenu des clauses pour ne pas se retrouver sans droit à l'issue des processus.

Il faut également demeurer vigilant par rapport à certaines pratiques. Dans le droit continental, on a l'habitude de cumuler les protections en matière de droit d'auteur et de droit des dessins et modèles. Dans certains pays, comme la Malaisie ou Singapour, ce n'est pas le cas. Il y aura donc des choix à faire.

M. Arnaud FLEURY - Que faut-il savoir des outils et des procédures ?

M. Vincent CARRÉ - On peut utiliser les bases de données des marques mondiales de l'OMPI, telle PATENTSCOPE pour ce qui relève des brevets d'invention, mais aussi des bases de données particulières développées spécifiquement pour l'ASEAN, comme *ASEAN Designview* pour les dessins et modèles, ou *ASEAN TMview* pour les marques.

Toutefois, pour trouver Apple par exemple, il faut saisir la traduction thaïlandaise du mot « pomme » dans la base de données pour obtenir un résultat. En matière de titre, il n'existe pas toujours des titres équivalents à ce que l'on trouve en droit français. On a ainsi des modèles d'utilité qui sont l'équivalent de petits brevets, générés à l'issue d'une procédure relativement simplifiée. Ils présentent un grand intérêt pour délimiter son territoire et existent en Malaisie, en Thaïlande, au Vietnam, au Cambodge, mais non en Birmanie ou à Singapour.

Faute de titre unitaire régional, il existe deux façons d'aborder la question, soit par la voie nationale, soit par la voie internationale grâce à certains outils. En matière de marque internationale, on pourra par exemple désigner tous les pays de l'ASEAN, sauf la Malaisie, où l'on devra finalement utiliser la voie nationale.

On peut aussi avoir des spécificités en matière de brevets d'invention. L'Office européen des brevets propose ainsi une passerelle avec le Cambodge pour obtenir une validation automatique, via une demande européenne de brevet. Il en va de même si l'on dépose un brevet à Singapour, pour lequel on obtiendra une validation automatique pour le Cambodge.

M. Arnaud FLEURY - D'une façon générale, la situation s'améliore-t-elle pour ces pays ? Peut-on partir l'esprit plus léger à propos de ces questions de propriété intellectuelle et industrielle ? Que peut-on dire de la contrefaçon ? La lutte progresse-t-elle ?

M. Vincent CARRÉ - Oui, elle progresse.

Selon le classement d'un forum économique international sur les écosystèmes en matière de propriété intellectuelle, la France est classée quinzième, Singapour quatrième.

Un rapport du Bureau du Représentant américain au commerce a établi des listes où l'Indonésie fait figure de « mauvais élève », la Thaïlande étant sortie de ce classement en 2017 pour rejoindre le Vietnam dans la liste de surveillance simple. Un certain nombre de facteurs peuvent l'expliquer comme, en Thaïlande, des raids répétés des douanes, ainsi que la création d'une cour d'appel spécialisée depuis 2016.

Il y a donc des carences, mais il existe toujours des différences entre la théorie et la pratique. On a dit que le niveau de corruption pouvait affaiblir les procédures. Il faut donc raisonner plus large. Il peut y avoir des alternatives aux contentieux.

En matière contractuelle, le Centre de médiation et d'arbitrage de l'OMPI, basé à Singapour, peut être tout à fait utile. Il faut observer les forces répressives susceptibles de pouvoir agir et les motifs. On peut avoir des problématiques de normes, de fiscalité, de protection du consommateur. Il ne faut donc pas seulement raisonner en fonction du droit de la propriété intellectuelle ni du droit contentieux devant les tribunaux.

M. Arnaud FLEURY - Vous avez développé un réseau international que vous dirigez depuis Paris. Comporte-t-il un correspondant dans la zone ? Existe-t-il des coopérations poussées avec certains États ?

M. Vincent CARRÉ - En effet. Stéphanie Leparmentier, qui est basée à Singapour, est compétente pour l'ensemble des pays de l'ASEAN. Nous avons un accord avec la Direction générale du Trésor.

Il existe par ailleurs de très nombreuses coopérations, en particulier avec l'*Intellectual Property Office of Singapore* (IPOS). Nous sommes en lien avec la quasi-totalité des organismes de ce type.

M. Arnaud FLEURY - Les choses s'améliorent donc et se professionnalisent, tant en matière intellectuelle qu'industrielle, avec des nuances importantes selon les États ?

M. Vincent CARRÉ - Oui. Paradoxalement, plus on considère que les choses sont fragiles, plus il faut anticiper et prendre les bonnes mesures.

M. Arnaud FLEURY - Je me tourne vers M. Guillo. HSBC est très présente dans toute l'Asie. Quel est le paysage bancaire en termes de contrôle des changes, de restriction sur les prêts, de comptes de devises ? Que conseiller à ceux qui envisagent d'exporter ou d'investir dans l'un des dix pays de la zone ?

M. Sébastien GUILLO - Faire de la banque dans la zone ASEAN n'est pas si compliqué, pas plus que de faire de la banque en France.

M. Arnaud FLEURY - Cela dépend quand même des pays !

M. Sébastien GUILLO - On va y revenir...

Il existe trois types d'acteurs bancaires dans la zone ASEAN, les acteurs internationaux - HSBC, ainsi que deux autres concurrents, Standard Chartered et Citigroup, qui sont bien implantés en Asie -, un deuxième groupe de banques qu'on appelle les banques régionales - DBS, UOB, ou OCBC très présentes à Singapour et dans le reste de la région, et quelques banques malaisiennes, comme Maybank -, enfin un troisième groupe de banques locales - BRI en Indonésie, Public Bank Rakyat en Malaisie, etc.

Ces trois types d'acteurs offrent des services différents.

M. Arnaud FLEURY - Les banques d'affaires françaises sont-elles aussi présentes dans un certain nombre de pays ?

M. Sébastien GUILLO - La différence entre les banques françaises et internationales réside dans leur capacité à accompagner des entreprises de diverses tailles. Les banques françaises se focalisent essentiellement sur de grandes entreprises françaises ou internationales. Chez HSBC, on a la capacité, en fonction des pays ciblés, de descendre bien plus bas en termes de taille, parce qu'on est considéré sur un certain nombre de marchés comme un acteur local.

L'ASEAN constitue certes un marché d'échange unifié, mais il est composé de pays indépendants, dont la réglementation est propre à chacun d'entre eux. La banque étant un métier très régulé, il est important de rendre compte des spécificités locales.

La zone peut être catégorisée en trois groupes. Singapour, pays très libéral, n'exerce aucun contrôle des changes et ressemble étrangement à ce que l'on fait en Europe. Le paysage bancaire à Singapour n'est pas une surprise. Singapour est plutôt un bon pivot pour s'installer dans la région, développer son activité et ouvrir des comptes en devises, notamment en dollars, monnaie de fonctionnement locale.

Un second groupe de pays se situe autour de la Malaisie, de l'Indonésie et de la Thaïlande. Ce sont des pays qui connaissent des restrictions dans certains secteurs. Ceci peut parfois constituer un frein au rapatriement des liquidités. Faire un virement, ouvrir un compte bancaire ou rapatrier des liquidités en Asie et dans la zone ASEAN nécessite, du fait des réglementations locales, plus de temps qu'en Europe.

Le troisième groupe est constitué de pays comme le Vietnam où la restriction des changes est plus importante. Rapatrier des liquidités en un seul lieu est plus difficile.

Enfin, sortir de l'argent de certains pays peut parfois être plus long et plus difficile que chez nous. Bénéficiaire de prêts intragroupes sous forme de prêts bancaires ou classiques peut être une solution pour certaines entreprises qui désirent une gestion des liquidités plus simple.

M. Arnaud FLEURY - Les lettres de crédit sont-elles très utilisées ?

M. Sébastien GUILLO - Il s'agit d'un instrument globalisé qui fonctionne très bien dans la zone ASEAN lorsqu'on veut faire de l'exportation. La capacité des banques à traiter ce type d'outil est très bonne.

M. Arnaud FLEURY - N'est-ce pas trop cher ?

M. Sébastien GUILLO - Cela dépend des pays et des entreprises, mais cela se pratique très bien.

M. Arnaud FLEURY - Le recours aux hypothèques est une pratique peut-être moins chère que chez nous. Les comptes en devises existent également...

M. Sébastien GUILLO - Les hypothèques ne sont pas forcément le premier type de garantie auquel pense un groupe français lorsqu'il veut s'installer.

Il existe deux types de garantie plus simples. La première, c'est la garantie de la maison mère. Travailler avec une banque internationale qui connaît la maison mère facilite les choses.

La seconde, c'est la garantie en liquide, plus facile à obtenir que des hypothèques, qui sont soumises à des droits locaux parfois compliqués à comprendre pour des entreprises françaises.

M. Arnaud FLEURY - Ouvrir un compte peut-il se faire « en un clic » aux Philippines ou au Cambodge ? Combien de temps faut-il compter ?

M. Sébastien GUILLO - Cela peut prendre du temps. Les réglementations locales sont toutes spécifiques. La documentation et les pièces à fournir également. Il faut donc s'y préparer à l'avance. Avoir comme partenaire une banque internationale peut faire gagner du temps.

C'est plus compliqué pour certaines entreprises dont la forme juridique est quelque peu spéciale, comme le *trust*. Plus la forme étant complexe, plus il faut fournir de pièces. Il est néanmoins possible d'ouvrir un compte dans chacun de ces pays. Le conseil d'HSBC est de penser au compte en devises et en monnaies locales : il faut en effet payer les fournisseurs en monnaie locale. Disposer d'un compte en dollars américains ou en euros est également très utile.

M. Arnaud FLEURY - Peut-on transférer de l'argent d'un compte à l'autre ?

M. Sébastien GUILLO - C'est partout possible.

HSBC est présente au Vietnam, en Thaïlande, aux Philippines, en Indonésie, en Malaisie et à Singapour. C'est un bon partenaire pour une entreprise française qui désire s'implanter dans la région, surtout si elle est déjà cliente.

M. Arnaud FLEURY - Il faut toutefois rester prudent concernant la Birmanie, qui a fait l'objet de sanctions internationales, un peu à l'image de l'Iran. Il peut être utile de le préciser.

Je me tourne vers M. de Sailly. Que pouvez-vous mettre en avant s'agissant des problématiques de fret et de transport dans la zone ASEAN ?

M. Grégory de SAILLY - Fedex est présent dans la zone de l'ASEAN depuis 1984. Nous y employons 30 000 salariés et effectuons sur la région environ 400 vols par semaine au départ de Singapour, où se trouve notre siège.

FedEx est aussi partenaire de l'*US-ASEAN Business Council*, et opère dans l'ensemble des pays de la zone.

Le rôle de *hub* de Singapour est central, et de nombreux clients y installent leur plateforme logistique. La variété des infrastructures fait qu'on n'a pas obligatoirement les mêmes délais de transit à destination d'une capitale ou d'une province située à quelques centaines de kilomètres. On ne peut que conseiller d'étudier dans le détail les délais à destination des villes où l'on veut expédier.

M. Arnaud FLEURY - Les délais se raccourcissent-ils lorsqu'on se rend dans une ville de province au Cambodge, aux Philippines ou en Indonésie, qui compte des milliers d'îles ?

M. Grégory de SAILLY - Les choses s'améliorent de façon générale lorsqu'il s'agit de grandes destinations. On est à 48 heures de Paris. Il faut y ajouter 24 heures à 48 heures pour les zones un peu plus reculées.

M. Arnaud FLEURY - Cela reste donc acceptable. La Thaïlande va investir des milliards dans ses installations aéroportuaires. J'imagine que d'autres pays vont faire de même.

M. Grégory de SAILLY - Oui, mais il ne faut pas sous-estimer le rôle du transport routier dans la zone. Un certain nombre de réseaux ont été créés par différents transporteurs pour relier Singapour à la Chine. Grâce à la route, les délais de transit sont moins longs que ceux du transport maritime. Le coût est également inférieur de 30 % environ par rapport à l'aérien.

M. Arnaud FLEURY - Au moment de Noël et du Nouvel An chinois, les délais peuvent toutefois exploser du fait de la quantité incroyable d'échanges...

M. Grégory de SAILLY - Il faut en effet prendre ses précautions pour la fin de l'année, en particulier s'agissant des flux entre l'Asie et la France, afin de sécuriser le plus possible les délais de transit. Les transporteurs de la place peuvent proposer un certain nombre de services.

M. Arnaud FLEURY - Qu'en est-il en matière de dédouanement ?

M. Grégory de SAILLY - La destination est accessible, contrairement à ce que l'on constate pour certains pays en voie de développement, en Amérique du Sud par exemple. Les choses sont plutôt simples.

Je vous propose de faire un tour d'horizon des différents aspects tarifaires.

Il existe trois grandes catégories dans la zone ASEAN. La première concerne Singapour, qui offre une exemption des droits de douane, sauf pour certains produits particuliers comme le tabac, le pétrole ou l'alcool. Seules les taxes locales sont d'environ 7 %.

La deuxième catégorie est celle des pays « VIP » - Vietnam, Indonésie, Philippines. L'Union européenne a des accords préférentiels avec ceux. On peut y bénéficier de droits de douane réduits et passer d'un taux standard de 30 % à 20 %, avec une taxe locale de 10 %.

La troisième catégorie est constituée du reste des pays de la zone ASEAN. Au Laos, les droits standards sont de 30 %, avec une taxe locale de 10 %.

L'aspect réglementaire et documentaire est également important. Il n'existe pas de barrières particulières pour les pays de la zone ASEAN. Il faut toutefois que l'importateur ait une bonne connaissance des règles douanières, puisqu'il sera responsable du dédouanement.

Il n'y a pas de restriction pour certains produits, comme les sacs en cuir, ni pour les cosmétiques. Dans ce dernier cas, il suffit d'un permis d'importation local standard. Le matériel médical est la plupart du temps réglementé par le ministère de la santé en fonction des pays. Il faut étudier ce point au cas par cas avec chaque ministère.

Les produits alimentaires nécessiteront quant à eux une licence d'importation comportant certainement des motifs sanitaires.

M. Arnaud FLEURY - On constate une forte amélioration ainsi qu'une professionnalisation des structures d'échange...

M. Grégory de SAILLY - En effet. Selon nous, trois points sont essentiels pour exporter vers l'Asie.

Tout d'abord, la facture est l'équivalent du passeport. Il faut que les factures comportent la description du contenu, sa valeur, ainsi que son origine.

En second lieu, il faut s'appuyer sur son transporteur, qui possède un réseau dans les pays de destination et sait accompagner son client pour qu'il exporte dans d'excellentes conditions.

Enfin, l'importateur, étant responsable du dédouanement à l'importation, doit avoir une bonne connaissance des réglementations douanières.

TABLE RONDE 1 – LES ENJEUX INDUSTRIELS EN ASEAN : GRANDS PROJETS, PLATEFORMES RÉGIONALES, FACTEURS DE SUCCÈS POUR LES ENTREPRISES FRANÇAISES

Table ronde thématique animée par M. Arnaud FLEURY, journaliste économique

Ont participé à cette table ronde :

M. Rachid BOULAOUINE, Chef de pôle Industries & Cleantech, Business France Indonésie

M. Didier MARTINENT, Directeur Commercial, Metron Lab

M. Christophe des DORIDES, Vice-Président, Alliances stratégiques et partenariats, Finalcad

M. Milko PAPAZOFF, Fondateur et Directeur général, Fai Asia Pacific

M. Arnaud FLEURY – Rachid Boulaouine, que peut-on dire du transport ferroviaire et maritime en ASEAN ? Quels sont les projets, et que peut apporter l'expertise française ?

M. Rachid BOULAOUINE – La « valeur de projection » sur les infrastructures s'élève à 200 milliards d'euros par an. C'est la stratégie sur laquelle toutes nos équipes d'Asie du Sud-Est sont mobilisées pour accompagner les entreprises françaises.

J'évoquerai également la construction, sur laquelle sont focalisés les secteurs que vous avez cités en matière maritime, ferroviaire, aéroportuaire et énergétique.

L'ASEAN a pour ambition de devenir l'atelier du monde. Les exportations y sont dynamiques, en particulier en matière de ressources naturelles.

Avec Business France et nos experts de la zone, nous avons travaillé sur des plateformes régionales et des ensembles de pays sur lesquels une entreprise française pourrait se positionner.

L'Indonésie, le Vietnam, la Malaisie et la Thaïlande sont des pays prometteurs en matière d'énergie, notamment de construction de centrales

électriques et de diversification de leur mix énergétique, que les autorités locales souhaitent développer face à leur dépendance vis-à-vis des énergies fossiles. Le mix énergétique est totalement en phase avec ce que la France peut proposer en matière d'énergies renouvelables. Business France et les services économiques ont aussi travaillé afin de mobiliser les entreprises françaises spécialisées dans les réseaux électriques « intelligents », l'énergie marine, les infrastructures liées au développement et à la transmission d'énergie.

M. Arnaud FLEURY - Sur le plan maritime, l'ASEAN représente la deuxième zone de conteneurs au monde. Les pays ont donc besoin de génie portuaire, d'aides en ingénierie, etc. Existe-t-il de grands projets de construction en eau profonde ?

M. Rachid BOULAOUINE - Les pays de la zone ASEAN se sont tournés vers les océans, qui avaient été abandonnés depuis fort longtemps.

La première plateforme, *Port of Singapore Authority (PSA)*, constitue la vitrine de l'Asie du Sud-Est et un laboratoire pour les entreprises françaises. Il est important de noter qu'une entreprise française qui veut réussir dans le secteur maritime va devoir passer par Singapour, véritable levier pour réussir dans la zone ASEAN.

Le PSA, à travers des partenaires étrangers, dont des entreprises françaises, veut s'attaquer à ces marchés. Il couvre 17 kilomètres de quais et 600 lignes à l'international.

La Malaisie se positionne également sur le plan maritime en matière de stratégie de transbordement. Le port de Singapour étant saturé, l'idée est de dynamiser le détroit de Malacca grâce à des projets portuaires comme celui de Kelapa, au Sud-Est de la Malaisie, où on trouve de nombreux projets de terminaux automatisés. Il est donc important de montrer notre savoir-faire dans ce domaine.

Certains pays ont un réel potentiel, comme l'Indonésie, le Vietnam et la Thaïlande. Le Président de République indonésienne M. Jokowi a pour objectif de remettre les ports de son archipel en première position, projet dans lequel nos entreprises portuaires sont intéressées.

M. Arnaud FLEURY - Il existe donc énormément de possibilités au Vietnam et en Indonésie, y compris en matière d'aéroports et de routes, bien que ces secteurs soient plutôt réservés aux entreprises locales.

M. Rachid BOULAOUINE - Les entreprises locales ont bien sûr une très grande importance dans ce domaine. C'est un marché qui recourt largement aux concessions gouvernementales.

S'agissant des aéroports, il faut relever que le transport de passagers dans la zone ASEAN représente 24 % du flux mondial, ce qui rend la région attractive en matière aéroportuaire et en matière de « bâtiments intelligents ».

M. Arnaud FLEURY - Il ne faut pas oublier le secteur automobile - Peugeot a des projets en Malaisie, et Nissan y est également très présent - et ses sous-traitants.

M. Rachid BOULAOUINE - L'Ambassadeur de Singapour a évoqué la ville résiliente. C'est un sujet hautement stratégique pour l'ensemble des villes de l'ASEAN, en particulier en matière d'accès à l'eau potable. Les entreprises françaises peuvent également accompagner les collectivités locales dans le domaine de la valorisation des déchets et de sécurité des villes. Les entreprises françaises ont dans ces secteurs un potentiel extrêmement important.

M. Arnaud FLEURY - Les besoins sont en effet immenses dans de nombreux secteurs comme le textile, dans lequel des pays comme le Vietnam, l'Indonésie, la Thaïlande, le Cambodge sont très présents.

Je me tourne vers Didier Martinent. Quels sont les besoins et que proposez-vous en Asie en termes d'efficacité énergétique ? On sait que ces pays sont très demandeurs en la matière.

M. Didier MARTINENT - Le parti pris de Metron a été d'accompagner les industriels fortement consommateurs d'énergie pour leur proposer des optimisations énergétique, afin de considérer les choses non plus suivant le process et les optimisations que les industriels avaient d'ores et déjà mises en place, mais en allant chercher dans la masse de données qu'elles collectent des points de progression non intuitifs en matière de consommation énergétique.

Pour être plus précis, cela signifie qu'on intervient sur trois points. Tout d'abord, les technologies *big data* nous permettent, grâce à l'intelligence artificielle (IA), d'intégrer des paramètres qui ne pouvaient auparavant être assimilés par une ingénierie classique. L'IA se nourrit de ce qu'elle apprend des données qu'elle collecte en temps réel dans l'usine, et des connaissances extérieures qu'elle possède sur les procédés de l'usine. Il s'agit de trouver des points d'optimisation énergétique cachés parmi ces données, avec l'appui des ingénieurs qui réalisent des interprétations, et de proposer des leviers aux opérateurs mêmes des machines.

M. Arnaud FLEURY - Les pays consomment beaucoup et sont déficitaires en matière énergétique. Que leur proposez-vous ? Quelle est votre stratégie commerciale sur la zone ?

M. Didier MARTINENT - Notre stratégie provient de clients qui sont déployés en Asie et qui nous ont proposé de les suivre. On a découvert un parc industriel avec de très grandes forces, mais aussi de grosses carences en matière de gestion d'énergie, qui peuvent provenir des sources mêmes d'énergie, très variées selon les pays et, au sein même de l'usine, d'une prise en compte plus ou moins approfondie des progrès que l'on peut faire et des standards que l'on peut atteindre.

Nous sommes également aidés par Business France, qui nous a permis d'entrer en partenariat avec l'Université nationale singapourienne, avec qui nous participons au projet nommé REIDS.

M. Arnaud FLEURY - C'est l'un des plus importants au monde...

M. Didier MARTINENT - En effet. C'est un très beau projet qui, au-delà même de l'enjeu singapourien, va permettre de montrer comment associer jusqu'à huit sources d'énergie produites par des leviers très variés, et comment on optimise en temps réel ces productions. Ce projet fait progresser la question en général.

M. Arnaud FLEURY - À qui vendez-vous vos solutions ? Quels marchés prospectez-vous principalement ?

M. Didier MARTINENT - Singapour constitue notre siège, pour des raisons liées à sa position de *hub* régional qui offre beaucoup de facilités administratives.

Singapour est un pays très avancé en termes énergétiques. Les interlocuteurs que nous avons rencontrés ont déjà pris en compte la question très sérieusement. Nous les accompagnons dans des solutions d'optimisation de l'usine, mais aussi de communication entre leur stratégie d'achat et le réseau, ainsi que dans la gestion multisourcée.

M. Arnaud FLEURY - Mais où prospectez-vous ? Où est-ce le plus facile ? Où les cycles de vente sont-ils les plus longs ?

M. Didier MARTINENT - Nous sommes en Indonésie avec un mix énergétique qui comprend quatre sources. Le plan national fixe un objectif d'économies de 10 % à 30 %. C'est un enjeu économique et régulé.

M. Arnaud FLEURY - Est-il facile de prospecter dans ces pays ? Les cycles y sont-ils longs ?

M. Didier MARTINENT - La société Metron a été fondée en 2013. Nous sommes arrivés dans la zone ASEAN début 2018. Je n'ai donc pas le recul suffisant.

M. Arnaud FLEURY - S'agit-il d'un investissement fructueux ?

M. Didier MARTINENT - Je pense que la Malaisie, l'Indonésie et Singapour sont les trois pays à privilégier pour l'heure.

M. Arnaud FLEURY - Christophe des Dorides, vous numérisez les processus de construction partout où le papier peut être remplacé par le smartphone ou la tablette. Les pays de l'ASEAN, qui construisent énormément, sont donc très intéressés par vos solutions...

M. Christophe des DORIDES - C'est cela. Au lieu d'arriver sur les chantiers avec des rouleaux de plans sous le bras et de les punaiser sur les murs, on propose de le faire sous forme digitale, ce qui permet d'être bien plus efficace et de conserver les données de tout ce qui se passe sur un serveur sécurisé.

M. Arnaud FLEURY - Vous êtes une « pépite » française qui vise à être licorne. Vous pensez en effet développer des solutions originales qui peuvent servir tout le monde du BTP...

M. Christophe des DORIDES - Nous vivons une histoire assez exceptionnelle. La société a été créée il y a sept ans. On connaît une très forte accélération, notamment en Asie. Ceci nous tire très rapidement vers le haut.

En France, on a la chance d'avoir de très grands constructeurs - Bouygues, Vinci, Eiffage - qui travaillent à l'international. Bouygues, il y a quelques années, a remporté l'appel d'offres d'un très gros projet à Singapour, l'équivalent du Grand Stade de France, et nous a demandé de l'accompagner. Nous avons regardé ce qui se passait autour de nous et avons commencé à prospecter dans la région. Nous nous sommes aperçus que nos solutions correspondaient remarquablement bien à la demande. Nous avons commencé à signer très rapidement des contrats dans toute la zone, à Singapour mais aussi dans les pays alentour.

M. Arnaud FLEURY - On y construit vite, mais pas forcément très bien. Votre solution peut donc aider à rationaliser les procédés.

M. Christophe des DORIDES - Cela dépend des pays de la zone, et avant tout des besoins de construction et d'infrastructures, qui sont colossaux. Il faut aller très vite et produire de la qualité. Malheureusement, celle-ci n'est pas toujours au rendez-vous. Il arrive de petites catastrophes de temps à autre. Certaines réalisations s'écroulent par exemple au moment de l'inauguration ! Nous apportons donc des solutions à ce problème en proposant une certaine traçabilité, qui permet de suivre les sous-traitants et la contribution de chacun.

M. Arnaud FLEURY - Les Français ont très bonne réputation en matière d'ingénierie, de construction et de processus numérique.

M. Christophe des DORIDES - La France jouit d'une très belle image dans toute la zone. C'est un bel atout à utiliser !

M. Didier MARTINENT - Je le confirme. Les industries sont parties d'Europe pour s'installer en Asie mais, grâce aux technologies de nos sociétés, on se réapproprie l'outil industriel dans cette partie du monde.

M. Christophe des DORIDES - Nous offrons une solution qui correspond bien aux besoins locaux. Nous avons de gros atouts en matière d'intelligence artificielle. Il ne faut donc pas se priver.

M. Arnaud FLEURY - Les solutions numériques sont cruciales pour les pays émergents comme ceux de l'ASEAN. Ils en sont extrêmement friands pour être à la hauteur du boom considérable qui existe dans le secteur de la construction.

M. Christophe des DORIDES - Ce n'est pas propre à l'Asie : le BTP est le secteur le plus en retard parmi toutes les grandes industries en termes de numérisation. Tout est à construire.

Les pays de l'ASEAN sont extrêmement demandeurs d'innovations et de technologies permettant d'aller vite et de numériser. À Singapour, nos clients peuvent même récupérer des subventions lorsqu'ils achètent nos offres.

M. Arnaud FLEURY - Quelle est la suite de votre programme ? Songez-vous à un pays prometteur comme les Philippines - même s'il n'est pas simple d'accès ?

M. Christophe des DORIDES - On songe à tous les pays de la zone : on construit aujourd'hui l'autoroute trans-sumatranaise en Indonésie, on vient de signer un très gros projet au Vietnam, on participe à la réalisation du plus gros hôpital de Singapour...

M. Arnaud FLEURY - En proposant vos solutions de rationalisation numérique des métiers ?

M. Christophe des DORIDES - C'est cela. On approche de préférence les grands constructeurs. Cela permet de faire des sauts de puce : au lieu de dépenser notre énergie à essayer de tout faire soi-même, nous nous appuyons sur nos clients. Ce sont eux qui nous font passer d'une zone à une autre. C'est ainsi que l'histoire a commencé et qu'elle va continuer.

Singapour est un *hub* particulièrement intéressant puisqu'il accueille beaucoup de sièges sociaux internationaux d'Asie. On a ainsi signé avec un grand constructeur japonais dont toute l'activité internationale est basée à Singapour. Il nous emmène dans le monde entier, jusqu'au Mexique.

M. Arnaud FLEURY - L'idée est de viser d'autres secteurs comme le rail et l'énergie, où vous pourriez déployer vos solutions...

M. Christophe des DORIDES - On a démarré dans le secteur de la construction verticale. Aujourd'hui, on est capable de faire de l'horizontal - du rail, du pipeline, des routes, des tunnels, des autoroutes. Tout ce qui se construit peut s'adapter. Les besoins d'infrastructures sont colossaux en Asie. Notre chiffre d'affaires en dépend pour les dix prochaines années. La part de ce chiffre d'affaires dans cette région du monde va d'ailleurs devenir très rapidement prédominante.

M. Rachid BOULAOUINE - La particularité de cette entreprise vient du fait que beaucoup d'efforts ont porté sur l'accompagnement « *educate and do business* ».

Nos bureaux en Asie du Sud-Est ont pris beaucoup de temps pour accompagner tous ces opérateurs de la construction, en les sensibilisant à la digitalisation et à la valeur ajoutée que cela pouvait apporter à leur activité. C'est ce qu'a fait une société comme Finalcad. Cela a porté ses fruits.

M. Arnaud FLEURY - Je me tourne vers M. Mikko Papazoff. Cela fait une trentaine d'années que vous êtes implanté en Asie. Vous y avez déployé des installations industrielles pour Essilor en Indonésie. Vous vivez à présent en Malaisie, à Kuala Lumpur.

Votre entreprise assiste les sociétés françaises et européennes dans des partenariats et projets divers. Vous êtes aussi le représentant de la RATP Transdev. Vous êtes spécialisé dans le conseil en mécanique. Vous travaillez avec le Centre technique des industries mécaniques (CETIM), à qui vous apportez votre expertise.

M. Milko P. PAPAZOFF - Le CETIM est un exemple intéressant pour une région comme l'ASEAN. C'est une boîte à outils qui permet d'offrir des services à toutes les entreprises, de la petite PME aux grands groupes en matière mécanique.

L'ASEAN constitue une bonne base pour attirer ensuite ces entreprises en France et y développer leurs différentes activités.

Sur le plan industriel, l'ASEAN apparaît comme une très bonne alternative par rapport à la Chine ou à l'Inde.

Les pays de l'ASEAN sont très ouverts à l'international, habitués à traiter avec les Occidentaux, les Américains, les Japonais et les ténors asiatiques. Il est donc facile de commencer avec eux.

Nous avons installé une filiale Asie-Pacifique à Kuala Lumpur il y a deux ans. Nous sommes en train d'étudier des partenariats avec Singapour, la Malaisie, la Thaïlande et l'Indonésie, où nous allons aborder des créneaux différents de la mécanique, comme l'industrie 4.0.

Le CETIM fait partie de l'Alliance Industrie du Futur (AIF). C'est à ce stade l'un des deux centres techniques avec le CEA. À Singapour, nous travaillons avec le National Additive Manufacturing Innovation Cluster (NAMIC), qui a décidé de faire de la fabrication additive une priorité nationale, et cherchons à faire venir les entreprises partenaires du CETIM.

M. Arnaud FLEURY - Que peut-on offrir aux pays de l'ASEAN dans le domaine de la fabrication additive et de l'industrie du futur en matière mécanique et industrielle ? À quel niveau en sont-ils ? Que veulent-ils ? Que peut-on leur apporter ?

M. Milko P. PAPAZOFF - Singapour est un cas particulier dans la zone. Il ne présente pas de particularités par rapport à nous.

Des pays comme la Malaisie, la Thaïlande, l'Indonésie, le Vietnam, les Philippines ont un souci d'automatisation, particulièrement la Malaisie, qui emploie une main-d'œuvre étrangère très importante. Passer au niveau technologique nécessitera qu'ils s'automatisent.

M. Arnaud FLEURY - Sont-ils conscients de l'offre française, et avons-nous pris la mesure de leurs demandes ?

M. Milko P. PAPAZOFF - Les choses se sont améliorées. La France a un beau rôle à jouer en la matière. Pour les pays de l'ASEAN, de Singapour au Laos, les mots-clés sont ceux de maintenance et d'éducation.

M. Arnaud FLEURY - C'est donc ce que l'on peut leur vendre ?

M. Milko P. PAPAZOFF - En effet. Le CETIM va aussi bien vendre des services d'analyse de défaillances, de *testing* ou d'amélioration de l'outil industriel que de la formation ou de l'éducation.

M. Arnaud FLEURY - Vous représentez RATP Dev et TransDev. Que peut-on dire du transport ? Rien n'est simple : on se souvient que le projet de TGV a été mis en accusation pour corruption en lien avec le remaniement politique en Malaisie, mais Il existe d'autres projets, des trams, des transports urbains... Il y a là d'immenses besoins.

M. Milko P. PAPAZOFF - On en revient toujours aux infrastructures. C'est vrai pour tous les pays de l'ASEAN, à différents degrés. Jakarta, qui est sûrement la ville la plus embouteillée au monde, commence tout juste à bénéficier des transports urbains, alors que ceux-ci devraient être en place depuis 30 ans. Manille doit aussi renouveler ses structures de maintenance.

Même si la « grande vitesse » est repoussée de trois à quatre ans, d'après les dernières informations, le transport urbain va être essentiel. Il y a maintenant, dans la zone, 100 villes de plus d'un million d'habitants. Cela donne une idée.

Les choses sont peut-être plus faciles qu'en Chine ou en Inde. On a des projets pour le tramway en Malaisie, en Indonésie. Bangkok explose en termes de nouveaux projets tels que le métro. Hô-Chi-Minh et Hanoï lancent leurs premières lignes, à l'instar de l'Indonésie. Les besoins sont énormes, et la France bénéficie d'une très belle image.

J'assiste TransDev Asia, filiale commune de RATP Dev et TransDev, basée à Hong Kong, en Malaisie, à Singapour et en Indonésie. On peut, en matière de fabrication, de sous-traitance ou de services, chercher à atteindre une bonne position et la consolider.

TABLE RONDE 2 - L'ANNÉE DE L'INNOVATION FRANCE-SINGAPOUR : UNE CHANCE POUR L'ASEAN

Table ronde thématique animée par M. Arnaud FLEURY, journaliste économique

Ont participé à cette table ronde :

M. Etienne RIEUNEAU, Conseiller export Tech & Services, Business France Thaïlande

M. Olivier CADIC, Vice-Président du groupe interparlementaire d'amitié France-Asie du Sud-Est et de la Délégation sénatoriale aux entreprises, Sénateur représentant les Français établis hors de France

M. Adrien LEMOINE, Responsable des ventes pour l'Asie, Surys

M. Pierre-Antoine DUSOULIER, Directeur général, IbanFirst

M. Arnaud FLEURY - L'Année de l'Innovation France-Singapour a été décidée sous François Hollande, en 2017. Que va-t-il en sortir ? Quelle sera sa portée dans des secteurs comme les fintech, la *hightech*, la ville durable, etc. ? Y a-t-il du concret derrière tout cela ?

M. Étienne RIEUNEAU - Il s'agit évidemment de mettre du contenu derrière ces accords, qui avaient pour objectif fondamental de soutenir, renforcer et prolonger les accords bilatéraux en matière d'innovation autour de secteurs identifiés comme prioritaires : villes intelligentes et durables - *smart cities* -, *fintech*, santé, biotechnologies, aéronautique, technologies émergentes et tout ce qui relève de l'éducation.

M. Arnaud FLEURY - Quels sont les autres événements à venir ?

M. Étienne RIEUNEAU - Les *French Singapore High Cities Awards*, qui récompensent les entreprises innovantes, doivent se tenir à Singapour, où aura également lieu le *World Cities Summit* en juillet, puis le *French Techtour* organisé par Business France en septembre, qui va permettre à des start-up innovantes de rencontrer l'écosystème local des innovateurs en Malaisie, au Vietnam, en Thaïlande. Il y aura aussi *BPIfrance Inogeneration* en octobre, et enfin *France Singapore Economic Forum* en décembre.

M. Arnaud FLEURY - Que signifie cet écosystème singapourien en termes d'innovations ? Quel est l'état de notre collaboration avec eux ?

M. Étienne RIEUNEAU - Singapour a un rôle de tête de pont très visible en ASEAN. C'est un micro-écosystème assez particulier, qui a réussi depuis 50 ans à recréer des conditions idéales pour favoriser l'innovation.

Quelques données : le PIB par habitant représente deux fois le nôtre. Singapour investit 2,3 % de son PIB dans l'innovation, ce qui est extraordinaire. La cité-État a une vision unique de ces investissements dans l'innovation, qui sont très structurés, sous forme de plans à cinq ans. Le plan 2016-2020, surnommé « *smart nation* », prévoit une augmentation de plus de 18 % des investissements dans l'innovation par rapport au cycle précédent, sur un total de 14 milliards de dollars.

M. Arnaud FLEURY - C'est considérable, avec des universités à la pointe des incubateurs. Il existe en particulier une collaboration franco-singapourienne - à travers le CNRS, l'INRIA, Dassault Systèmes...

M. Étienne RIEUNEAU - J'aimerais citer deux exemples très intéressants de collaboration entre les entreprises françaises et Singapour : Dassault Systèmes, qui fait de la modélisation 3 D, collabore très étroitement avec la cité pour modéliser toute la ville et ses infrastructures, et Engie et Sigfox qui, dans le domaine de l'Internet des objets, ont déployé tout le réseau IOT sur la ville.

M. Arnaud FLEURY - Tous les pays de l'ASEAN ne sont pas au niveau de Singapour. Les autres commencent-ils à s'y mettre ? Existe-t-il des spécialisations ? Ils sont paradoxalement assez en retard en termes d'innovations, mais on a l'impression qu'ils mettent les « bouchées doubles ».

M. Étienne RIEUNEAU - Les investissements en R & D sont en effet très faibles, voire inexistant dans ces pays. On observe toutefois depuis peu un rattrapage dans la production industrielle en matière électronique et en matière de technologies de l'information (IT).

On a mentionné la taille phénoménale des marchés de consommateurs qui sont une aubaine financière pour les entreprises locales, qui investissent dans l'innovation et en tirent les bénéfices. Les banques locales se diversifient et proposent des investissements de type *venture capital*. Ce sont des phénomènes très intéressants.

J'aimerais insister sur l'accélération des technologies de l'information et des communications dans la zone ASEAN, secteur en croissance de 10 % par an, soit le double de la croissance moyenne de ces zones ou du secteur des *start-up*. Il y a cinq ans, il n'existait aucune « licorne » dans la zone ASEAN. Il y en a aujourd'hui sept, qui sont évaluées à un milliard de dollars.

Grab en est un exemple très particulier : initialement, il s'agissait d'une *start-up* malaisienne qui s'est relocalisée à Singapour. C'est le concurrent d'Uber, qu'elle a réussi à chasser d'Asie du Sud-Est.

Lazada, clone d'Amazon en Asie du Sud-Est, est quant à lui basé à Singapour et est présent dans toute la zone ASEAN. Il détient plus de 50 % des parts du e-commerce en Asie du Sud-Est.

Ces deux *start-up* ont démarré il y a trois ans ou quatre ans, sortes de clones de start-up occidentales et, à la manière de WeChat ou d'Alibaba en Chine il y a dix ans, ont réinventé des processus d'innovation extraordinaires. Aujourd'hui, ce sont des *world leaders* en matière d'intelligence artificielle, de logistique, etc.

M. Arnaud FLEURY - Je me tourne vers Monsieur le sénateur Olivier Cadic. Vous étiez entrepreneur dans l'électronique. Vous avez vendu votre société à des Californiens. Vous considérez qu'il faut savoir un certain nombre de choses pour se lancer dans l'innovation dans la zone ASEAN. Que pourrait-on faire avec les pays concernés, notamment face à la Chine ?

M. Olivier CADIC - Je voudrais remercier ma collègue Jacky Deromedi, qui préside le groupe interparlementaire d'amitié France-Pays d'Asie du Sud-Est et fait un travail remarquable, multipliant les actions et animant ce groupe avec beaucoup de talent.

J'ai créé ma société d'électronique en 1982. Au début des années 1990, le mur de Berlin venant de tomber, le monde s'est ouvert pour nous. Jusqu'alors, je ne pouvais travailler que pour les grands systèmes d'armes du monde occidental.

J'ai dès lors installé un bureau à Moscou, puis un autre à Pékin, la Chine représentant une forte opportunité face au Japon, vis-à-vis duquel nous cherchions à résister. Je suis allé à Shanghai, puis à Hong Kong, qui craignait à l'époque de passer sous pavillon chinois. Tout cela ne m'a pas donné vraiment confiance. J'ai donc continué mon chemin et suis arrivé à Singapour, où je souhaitais me positionner par rapport à Taiwan. Singapour est devenu le lieu presque idéal selon moi en termes de développement dans le domaine électronique en Asie.

J'ai vendu mon affaire au début des années 2000 et j'ai réinvesti dans un autre domaine. On ne peut aujourd'hui faire l'économie de s'intéresser à l'Asie. Ce n'est pas le futur, c'est le présent. On ne peut être dans le commerce international sans être en Asie aujourd'hui.

M. Arnaud FLEURY - ... Et singulièrement en ASEAN, face à la Chine.

M. Olivier CADIC - Je suis retourné à Singapour en septembre dernier, ainsi qu'au Vietnam, au Cambodge, en Thaïlande, pays confrontés à la Chine, géant économique en plein développement qui, face aux Japon et à l'Inde, considère l'ASEAN comme un premier lieu d'influence.

Un État qui veut être indépendant doit avoir autour de lui des pays qu'il domine. Or, il faut se préparer à un scénario de conflit lourd avec la Chine. Les arbres ne montent pas jusqu'au ciel, et un pays qui veut trop fortement dominer l'écosystème crée des troubles.

M. Arnaud FLEURY - Que pourrait faire la France avec l'ASEAN en termes de coopération pacifique, d'innovations, etc. ?

M. Olivier CADIC - L'Union européenne est une force de paix, basée sur l'économie et les droits de l'homme. L'ASEAN est pour moi une zone prioritaire.

Je suis content que ce soit Jacky Deromedi qui préside ce groupe interparlementaire d'amitié, car elle réside à Singapour. Elle en a une parfaite connaissance et sait combien il est important pour des entreprises françaises de s'appuyer sur les pays qui ont une taille critique et une population souvent équivalentes aux nôtres.

En Chine, une PME française qui s'installe ne compte pas. En Asie du Sud-Est, vous pouvez avoir des partenaires qui s'intéressent sincèrement à vous et qui veulent travailler avec vous. C'est encore plus important dans l'innovation.

Cela étant, il faut bien réfléchir aux risques. Dans l'innovation, il faut protéger son idée. Si on vous la vole, il ne vous reste rien, vous sortez du marché. Il convient donc de bien savoir sur qui l'on s'appuie.

Pour avoir accès au marché chinois, il vaut mieux s'installer dans un lieu dont vous maîtrisez l'environnement législatif. Pourquoi les entreprises françaises travaillent-elles principalement avec Singapour ? Parce qu'elles s'y sentent sécurisées et qu'elles peuvent y développer leurs affaires.

N'oubliez pas que l'on fonctionne toujours avec son environnement immédiat. La France vend autant à la Belgique qu'aux États-Unis et au Canada réunis, autant à Suisse qu'à la Chine. L'Espagne, quant à elle vend autant à la France qu'à l'Amérique du Sud et à l'Amérique du Nord réunies. Le choix de positionnement en Asie est donc fondamental pour le rayonnement.

Étudiez donc votre taille, déterminez qui est le mieux placé sur la zone. C'est important dans le domaine de l'innovation, et je pense que Singapour offre aujourd'hui beaucoup d'analyses.

M. Arnaud FLEURY - Tout cela peut aussi « ruisseler » sur les pays alentour.

Vous avez rédigé un rapport d'information sur le cycle de la vie de l'entreprise, à l'occasion du projet de loi PACTE, dans lequel vous estimez qu'il faut faire « plus simple, plus efficace, plus économique ». Peut-être peut-on s'inspirer de l'esprit d'entreprise qui existe aujourd'hui dans ces pays d'Asie.

M. Olivier CADIC - Nos deux pays ont énormément à s'apporter mutuellement dans le domaine de la liberté d'entreprendre, du développement et de l'accélération. J'ai eu l'occasion de le dire à M. Iswaran, ministre de l'information et de la communication de Singapour. Nous avons aussi des intérêts en commun dans l'équilibre du monde.

M. Arnaud FLEURY - Je me tourne vers Adrien Lemoine, dont l'entreprise est l'un des leaders mondiaux des hologrammes destinés aux papiers d'identité, aux billets, etc. Vous exportez 90 % de votre production. Quelle est la stratégie de votre entreprise dans la zone ASEAN ?

M. Adrien LEMOINE - Surys, anciennement Hologram Industries, a changé de nom il y a trois ans pour des raisons stratégiques et des raisons de croissance externe,

Nous comptons parmi nos clients trois pays stratégiques en Asie du Sud, dont la Thaïlande. Nous nous positionnons sur leur futur passeport avec des partenaires thaïlandais, mais aussi français, comme IDEMIA.

Le deuxième pays important est pour nous le Myanmar, qui doit procéder au renouvellement de son passeport, de sa carte d'identité et de son permis de conduire. Au regard de la population, les chiffres sont intéressants en matière d'économie d'échelle.

Le Vietnam doit également prochainement renouveler ses billets de banque. On évoque également le passeport biométrique, qui constitue « un serpent de mer » depuis cinq à six ans.

M. Arnaud FLEURY - Vous fabriquez des puces électroniques à Bussy-Saint-Georges...

M. Adrien LEMOINE - Tout est fait en France. Nous travaillons par ailleurs sur le peso philippin. Nous ne fournissons pas l'ensemble du billet, mais un hologramme dont la couleur permute lorsqu'on effectue une rotation de 90 degrés. Si tel n'est pas le cas, cela signifie que le billet est faux. Nous travaillons avec des partenaires européens, allemands et anglais, et la banque centrale des Philippines.

Un autre projet nous tient particulièrement à cœur, celui du Baume du Tigre, que nous sécurisons depuis dix ans, ainsi que l'ensemble des médicaments officiels, pour le compte du ministère de la santé de Malaisie. Surys fournit un hologramme apposé sur chaque médicament qui permet, grâce à un smartphone, d'authentifier le produit.

M. Arnaud FLEURY - Le médicament constitue un marché considérable face aux contrefaçons. Vos hologrammes se retrouvent également sur les alcools. Vous n'avez pas de filiale sur place. Avec qui travaillez-vous ? Des intégrateurs ?

M. Adrien LEMOINE - Nous travaillons depuis longtemps avec un réseau d'agents qui nous permet d'ouvrir des portes de décideurs finaux - ministères pour la plupart ou agences dépendant des ministères.

Nous travaillons également avec des intégrateurs locaux, comme Datasonics ou COMERIS et des équivalents européens - IDEMIA, Gemalto, Thalès, l'Imprimerie nationale, Bundesdruckerei, Delarue. Ce sont de gros intégrateurs qui fournissent la plupart des solutions pour les documents régaliens en Asie du Sud et dans le monde.

M. Arnaud FLEURY - Est-ce facile de traiter avec ces pays ? Vous réalisez une grosse partie de votre chiffre d'affaires en Asie...

M. Adrien LEMOINE - La société Surys connaît une croissance d'environ 20 % par an. Le chiffre d'affaires 2017 s'élève à 80 millions d'euros. On table sur 100 millions d'euros cette année. Pour l'ASEAN, cela représente 30 % à 40 % du chiffre d'affaires. L'Asie en général représente 50 % du chiffre d'affaires de Surys.

M. Arnaud FLEURY - Comment traite-t-on avec les autorités administratives ?

M. Adrien LEMOINE - C'est une question de présence quotidienne. Nous n'avons pas encore de bureau local, mais nous réalisons souvent des voyages et créons de la confiance.

M. Arnaud FLEURY - On a l'impression que le marché est sans fin, la population, qui se développe, ayant besoin de tous ces documents. Il y a en outre tout le marché de la certification des produits.

M. Adrien LEMOINE - En effet. Dans ce dernier domaine, on essaye de rassurer nos partenaires institutionnels et privés. Nous possédons par exemple depuis 1998 une certification dont nous sommes très fiers, celle de la BCE, qui nous permet de produire et de livrer des hologrammes pour l'euro. C'est aussi un gage de sécurité pour nos partenaires mondiaux. Le fait d'être certifiés par la BCE et d'utiliser des normes Iso drastiques crée encore plus de confiance.

M. Arnaud FLEURY - Je me tourne enfin vers M. Dusoulier. Vous aidez les PME à réaliser leur paiement à l'international, à ouvrir des comptes en devises et à avoir les meilleurs taux Forex dans les négociations commerciales à travers des outils numériques...

M. Pierre-Antoine DUSOULIER - Nous nous sommes rendu compte que beaucoup d'entreprises travaillant à l'international souhaitaient payer leurs fournisseurs dans une autre devise, en réalisant en même temps une opération de change. Généralement, une banque traditionnelle réalise du change d'un côté et du paiement de l'autre, sans que ces deux opérations ne soient liées. Lorsque c'est le cas, c'est le taux de change qui s'en ressent, et le service est insuffisant. *IbanFirst* aide les PME à l'international et leur fournit un meilleur service.

M. Arnaud FLEURY - Vous êtes donc moins cher qu'une banque...

M. Pierre-Antoine DUSOULIER - On est aussi plus transparent. Sur un montant de transaction, on est 1 % moins cher. Lorsqu'un paiement comprend du change, les banques, en moyenne, prennent 1,5 % du moment total de la transaction, ce qui est énorme. Généralement, ce sont des frais cachés dont on ne se rend pas compte. Nous prenons en moyenne 0,5 %, et faisons donc économiser 1 % aux PME qui travaillent avec nous.

M. Arnaud FLEURY - Cette solution peut être vendue dans tous les pays du monde, mais prospectez-vous les PME qui exportent vers l'ASEAN ou celles de l'ASEAN qui exportent chez nous ?

M. Pierre-Antoine DUSOULIER - Notre clientèle est constituée d'un grand nombre de PME françaises qui importent des produits de l'ASEAN et de quelques PME implantées à Singapour ou en Thaïlande.

On s'est dit que l'on pourrait peut-être vendre notre produit là-bas. Le représentant de HSBC disait qu'il était aussi facile de faire des opérations bancaires en ASEAN qu'en France. On a voulu le vérifier. Lors du Singapour *Fintech* Festival, en novembre dernier, nous avons demandé à Business France de nous aider à prospecter auprès de sociétés installées à Singapour, en Thaïlande et en Malaisie. On a formé une petite équipe de commerciaux qui ont proposé à des sociétés de la zone de nous rencontrer. Quinze prospects sur vingt sont devenus clients. On s'est rendu compte qu'il existait le même espace pour nous en ASEAN et à Singapour qu'en France et en Belgique. On a donc très envie de s'installer à présent à Singapour.

M. Arnaud FLEURY - Singapour espère devenir « la » *fintech nation*, comme Hong Kong. Vous me disiez cependant que tout ce qui gravite autour des cryptomonnaies et de la fintech y est mieux régulé qu'à Hong Kong.

M. Pierre-Antoine DUSOULIER - Je rejoins ce que disait M. Cadic. Lorsque je travaillais à Londres, où je faisais du suivi de marché sur les devises émergentes asiatiques pour le compte du Crédit agricole, au début des années 2000, on me disait de ne surtout pas avoir de position « *short* » sur le dollar de Singapour en « *overnight* », sous peine d'aller en prison ! J'avais alors très peur de Singapour et je faisais extrêmement attention. Lorsque je me suis rendu à Singapour, je me suis dit que si l'on voulait s'installer là-bas, il nous fallait être agréés.

M. Arnaud FLEURY - En tant que prestataire de services de paiement ?

M. Pierre-Antoine DUSOULIER - C'est cela. C'est un agrément qui se situe en dessous de celui des banques. Je me suis rendu à la *Monetary authority of Singapore* (MAS). J'ai présenté ce que nous faisons. À ma grande surprise, nous avons été accueillis à bras ouverts. Beaucoup de choses ont changé dans la zone par rapport aux années 2000. Il est plus facile de s'installer qu'à Singapour, où l'effort que l'on fait au début paye ensuite.

M. Arnaud FLEURY - Étienne Rieunau, y a-t-il de la place pour des développeurs et des *start-up* françaises à Singapour ?

M. Étienne RIEUNEAU - L'ASEAN est une zone d'échanges humains très importante. Il existe des communautés d'entrepreneurs internationaux très faciles d'accès. On peut aisément retrouver des communautés FrenchTech à Singapour, en Thaïlande, en Malaisie, en Indonésie.

Des programmes de soutien à l'innovation lancés par ces différents pays facilitent l'insertion des entrepreneurs et permettent de bénéficier d'exemptions fiscales, de soutiens pour les permis de travail, etc.

Tous les pays commencent à s'aligner sur ces incitations pour faire venir de l'innovation dans la zone.

TABLE RONDE 3 - LES ENJEUX LIÉS AU SECTEUR DE LA SANTÉ : ÉMERGENCE DES CLASSES MOYENNES, ACCÈS AUX SOINS, SILVER ECONOMY

Table ronde thématique animée par M. Arnaud FLEURY, journaliste économique

Ont participé à cette table ronde :

Mme Aude SIMON, Chargée de développement Santé, Business France Singapour

M. Damien PÉRIS, Directeur général, Dessillons & Dutrillaux

M. Miquel LOZANO, Président, Directeur ventes et marketing, Tesalys

M. Arnaud FLEURY - Business France publie une étude consacrée aux systèmes, aux dépenses, aux organisations et aux autorités de santé. Sera-t-elle rendue publique ?

Mme Aude SIMON - Elle l'est déjà en partie. Il s'agit d'une mission que m'a confiée Business France à l'initiative d'Arnaud Leretour, qui porte sur les sept pays de la zone dans lesquels Business France est présent - le Myanmar (ex Birmanie), la Thaïlande, la Malaisie, Singapour, le Vietnam, les Philippines et l'Indonésie.

On y parle des écosystèmes de santé, des acteurs en présence, et c'est un moyen de mettre en évidence les opportunités de développement et les secteurs porteurs pour les entreprises françaises et de leur dire qu'il faut se positionner.

M. Arnaud FLEURY - Cinquante immenses hôpitaux sont en train de se construire, nécessitant de l'ingénierie, de l'équipement, etc.

Existe-t-il des différences entre les pays de l'ASEAN ?

Mme Aude SIMON - La santé est un secteur clé, et les gouvernements des pays de l'ASEAN se mobilisent énormément en faveur de ce domaine. Business France a fait le pari d'y investir.

En dépit de l'ouverture de l'ASEAN aux échanges internationaux et des efforts qui sont faits en ce sens pour renforcer les coopérations entre États membres, des disparités persistent cependant, notamment en matière économique.

Le PIB de Singapour par habitant, pays le plus riche de la région, atteint un peu plus de 87 000 dollars.

M. Arnaud FLEURY - C'est 50 fois le Myanmar.

Mme Aude SIMON - C'est une zone très diversifiée Les écarts persistent et les enjeux sont majeurs, notamment en termes d'accès à la santé et de qualité des soins.

L'ASEAN est composée de marchés matures – Singapour, Malaisie – et de marchés émergents à croissance rapide. Il faut bien en avoir conscience : les choses peuvent évoluer très rapidement.

Singapour fait office de *hub* stratégique régional et en matière d'importation de dispositifs médicaux. C'est une région dépendante des importations dans ce domaine, ainsi que dans celui des médicaments.

Le cadre réglementaire est incertain, mais il évolue. On constate un réel assouplissement des règles en faveur de l'importation des dispositifs médicaux, grâce à la création de la Communauté économique de l'ASEAN. Toutefois, certaines chaînes d'approvisionnement restent peu fiables. C'est la raison pour laquelle on recommande vivement d'avoir recours à un partenaire local pour se développer et prospector les marchés de la zone.

Il y a également de fortes disparités géographiques au sein de l'ASEAN. L'Indonésie est un vaste archipel qui compte beaucoup de déserts médicaux, tout comme les Philippines.

Le vieillissement de la population est aujourd'hui une énorme problématique de la région. On considère que l'ASEAN sera la région la plus âgée au monde en 2050. À Singapour, un habitant sur quatre aura plus de 65 ans en 2030 et les générations ne se renouvellent plus.

La main-d'œuvre enregistre une certaine pénurie et apparaît peu qualifiée. On y recense des pathologies dominantes. Les maladies transmissibles et non-transmissibles sont en réelle augmentation. Les infrastructures sont pour la plupart insuffisantes, obsolètes et surchargées, sauf à Singapour – je pense au Vietnam ou à l'Indonésie.

Il existe de réelles inégalités en termes d'accès aux soins pour les populations les plus défavorisées, la prise en charge des gouvernements étant par ailleurs minime.

C'est pour toutes ces raisons que l'on assiste aujourd'hui à une vraie explosion des dépenses de santé. Le nombre moyen de lits d'hôpitaux dans la région est de 1,58 lit pour 1 000 habitants. Le Myanmar, les Philippines et l'Indonésie sont clairement en dessous des quotas recommandés par l'OMS. Par comparaison, la France atteint en moyenne sept lits pour 1 000 habitants.

M. Arnaud FLEURY - Il en va de même pour les médecins.

Mme Aude SIMON - En effet. Les besoins sont vastes. C'est une zone à fort potentiel. Il existe énormément d'opportunités de développement pour les entreprises françaises.

Un mot sur la couverture universelle, beaucoup de pays ayant accumulé un certain retard au cours de ces dernières années, qu'ils tentent de combler actuellement. C'est le cas de l'Indonésie, qui a mis en place une couverture santé depuis 2015 et qui espère couvrir les 265 millions d'Indonésiens d'ici 2019. Ceci est également en cours au Vietnam, au Myanmar. Quant à la Thaïlande, elle est relativement bien couverte.

Il faut mentionner une importante demande de dispositifs médicaux à forte valeur ajoutée. Il y a une grande pénurie dans les pays qui comptent peu de production locale. On enregistre un réel engouement autour de l'innovation. On a besoin de matériels de pointe, surtout pour répondre aux normes d'accréditations et aux standards en matière de tourisme médical.

Enfin, un des secteurs porteurs de l'ASEAN est le tourisme médical. La Thaïlande est le premier dans ce domaine, suivie de Singapour pour la chirurgie plus spécialisée, et de la Malaisie. Il y a des opportunités pour l'expertise française dans le domaine des « salles », des hôpitaux, etc. La France détient un véritable savoir-faire. Il faut le faire valoir en Asie du Sud-Est.

En termes de R & D, en dehors de Singapour, le coût de la main-d'œuvre est assez abordable, les frais d'infrastructures également. Énormément de sièges régionaux s'installent dans ces pays. Les gouvernements ont mis en place des incitations fiscales pour faciliter l'implantation d'entreprises et de sièges sociaux.

La pénurie du personnel médical est réelle. Le marché pharmaceutique est en pleine croissance pour toutes les raisons que l'on a citées auparavant. C'est une zone qui est dépendante des importations de médicaments, et les médicaments génériques représentent une manne assez importante dans ce domaine. Il y a donc encore énormément d'opportunités de croissance, même si la médecine traditionnelle joue aussi un rôle important dans certains pays.

L'Indonésie a adopté une loi concernant la certification *halal* pour les médicaments. Elle entrera en vigueur dès 2019, ce qui pourrait changer par mal de choses pour les industriels. La France a la chance de bénéficier de dispositifs connectés.

Je pense à la réalité virtuelle pour répondre aux besoins de la télémédecine, à l'imagerie médicale, aux implants, etc. Il existe partout des opportunités dans ces différents pays.

M. Arnaud FLEURY - En va-t-il de même des infrastructures cliniques, qui comptent de grands projets ?

Mme Aude SIMON - Les centres de proximité sont également nécessaires pour pallier la pénurie d'infrastructures dans les déserts médicaux. La santé connectée est l'avenir. L'ASEAN sera une des régions *leaders* dans quelques années. On en a également besoin pour désengorger les hôpitaux.

La *silver economy* nécessite aussi nombre d'infrastructures et de matériels adaptés aux personnes âgées.

M. Arnaud FLEURY - Il y a aussi de la place pour les laboratoires.

Mme Aude SIMON - Absolument. Les concurrents de la France ont pris une certaine avance. Je pense aux Allemands dans le domaine des salles blanches, etc. Il y a vraiment une carte à jouer et encore de la place.

M. Arnaud FLEURY - Nous partons à présent dans le Lot-et-Garonne, où Dessillons et Dutrillaux fabriquent des matériaux destinés au diagnostic médical - chirurgie orthopédique, réanimation médicale, garrots, tensiomètres, etc. Vous êtes présents sur le marché de l'ASEAN et vous êtes pourtant une petite entreprise. Vous avez réussi à relocaliser en France votre production qui était partie en Asie.

M. Damien PÉRIS - Nous fabriquons des dispositifs médicaux depuis un peu plus de 60 ans. Nous sommes présents à l'exportation dans 30 pays, dont trois de la zone ASEAN : Singapour, la Thaïlande et la Malaisie.

M. Arnaud FLEURY - Vous avez fait 400 % de croissance en dix ans, et votre part d'exportation est passée de 6 % à 50 %.

M. Damien PÉRIS - En effet. L'entreprise achetait auparavant des produits en Asie pour les vendre en Europe, principalement en France. Aujourd'hui, on a inversé la tendance. On achète des matières premières en Europe, on les transforme et on les vend dans un certain nombre de pays, dont l'Asie.

M. Arnaud FLEURY - Comment les choses se passent-elles en ASEAN ?

M. Damien PÉRIS - Il existe un véritable intérêt pour les dispositifs médicaux, notamment français, à condition que ces produits soient réellement fabriqués en France.

En effet, si on fabrique des dispositifs médicaux en Asie et qu'on les importe en Europe pour les réexporter en Asie, tout le monde finit par le savoir et cela ne fonctionne pas. Il manque de la valeur ajoutée !

M. Arnaud FLEURY - Le *made in France* constitue donc un plus sur lequel vous jouez.

M. Damien PÉRIS - C'est un plus. Si on avait continué comme précédemment à produire des dispositifs médicaux bien identifiables en Asie, on n'aurait pas pu les vendre dans les pays de l'ASEAN.

M. Arnaud FLEURY - Ils ont aujourd'hui une certaine exigence.

M. Damien PÉRIS - Notamment à Singapour...

M. Arnaud FLEURY - Les distributeurs sont-ils faciles à trouver ? Prennent-ils des marges élevées ?

M. Damien PÉRIS - Non, si on a le bon produit, ils sont faciles à trouver, et ils sont très efficaces.

M. Arnaud FLEURY - Avec qui traitent-ils ? Les cliniques, les hôpitaux ?

M. Damien PÉRIS - Ils traitent en direct. On travaille également avec l'armée de Singapour, par l'intermédiaire de notre distributeur.

M. Arnaud FLEURY - Où êtes-vous présents à part Singapour et la Malaisie ?

M. Damien PÉRIS - En Thaïlande. Le Vietnam et l'Indonésie sont en cours de négociations.

M. Arnaud FLEURY - Est-ce compliqué ? Le Vietnam n'est pas facile à aborder d'un point de vue administratif...

M. Damien PÉRIS - Après la négociation avec le distributeur, il faut enregistrer le produit au ministère de la santé, mais cela reste assez facile si l'on compare à des marchés d'Amérique du Sud, où les organismes sont bien plus compliqués et où les choses mettent beaucoup plus de temps, comme en Argentine ou au Brésil. Dans les pays de l'ASEAN, cela a demandé une petite année. Les choses vont relativement vite.

M. Arnaud FLEURY - Vous m'avez dit qu'ils ont les moyens et savent ce qu'ils veulent.

M. Damien PÉRIS - Tout le monde veut vendre à Singapour. Ils ont donc le choix, ce qui n'est pas toujours le cas de pays comme le Pakistan ou le Yémen. Si on veut vendre, il faut placer la barre suffisamment haut et avoir un prix compétitif.

M. Arnaud FLEURY - L'ASEAN représente une part très importante de vos exportations...

M. Damien PÉRIS - Oui, et l'on souhaite continuer à s'implanter dans les autres pays de l'ASEAN.

M. Arnaud FLEURY - Il y a donc un retour sur investissement. Êtes-vous passé par Business France ?

M. Damien PÉRIS - Nous avons eu la chance de faire partie du dernier voyage du Président François Hollande en ASEAN, ce qui a accéléré les choses.

M. Arnaud FLEURY - Tout cela vous permet de prospecter et d'avoir des contacts.

M. Damien PÉRIS - Ils entrent assez vite dans le vif du sujet par rapport à d'autres pays.

M. Arnaud FLEURY - Vous êtes cependant une petite entreprise. Quel est votre chiffre d'affaires ?

M. Damien PÉRIS - Nous ne communiquons pas sur ce sujet. Il est de moins de 5 millions d'euros. Nous sommes moins de vingt personnes.

M. Arnaud FLEURY - Même une PME comme la vôtre peut donc trouver sa place.

Je me tourne vers M. Lozano. Votre entreprise intervient auprès des hôpitaux dans le domaine du traitement des déchets infectieux, et propose notamment des solutions miniaturisées...

M. Miquel LOZANO - Tesalys est une société qui a été créée en 2012. Nous avons eu l'idée de créer une machine qui broie et stérilise tous les déchets comportant des risques biologiques. Ces déchets deviennent dès lors des déchets ménagers. Ils ne sont dangereux ni pour le personnel ni pour l'environnement et peuvent donc être recyclés. C'est en ASEAN qu'on a trouvé un très fort levier de croissance.

M. Arnaud FLEURY - L'idée est d'explorer des marchés où il n'existe pas encore de filière de recyclage de ces déchets.

M. Miquel LOZANO - Beaucoup de pays comportent des filières bien structurées pour le traitement des déchets spéciaux, notamment les déchets infectieux qui sortent des hôpitaux mais dans certains autres, les réseaux ne sont pas structurés et parfois très difficiles d'accès.

Au Vietnam, dans les zones rurales, les systèmes de santé sont très décentralisés. Il n'est donc pas économique de faire 500 kilomètres pour récupérer des déchets et les traiter en ville. De même, aux Philippines ou en Indonésie, les centres médicaux des îles ne peuvent prendre ces déchets en charge. Notre système permet de les traiter sur place.

M. Arnaud FLEURY - Quelle est votre stratégie sur l'ASEAN, et quelles sont vos perspectives ?

M. Miquel LOZANO - Notre équipement est à la frontière du médical, de la santé et de l'environnement. Nous utilisons un réseau de distributeur dans chaque pays où nous sommes implantés. Ce sont soit des sociétés qui interviennent soit dans le domaine du matériel médical, du matériel de laboratoire ou de l'environnement. Il faut simplement les sélectionner.

La difficulté réside dans la distance : il faut se déplacer pour créer le lien, qualifier ces distributeurs et être présent sur les marchés. Notre entreprise est à peu près de la taille de l'entreprise précédente.

Nous réalisons moins de 5 millions de chiffre d'affaires et notre société compte une vingtaine de personnes. Les coûts sont relativement importants, mais on ne peut en faire l'économie si on veut pénétrer sur le marché.

M. Arnaud FLEURY - Vous avez cité les Philippines, l'Indonésie, le Vietnam...

M. Miquel LOZANO - Ce sont les trois principaux marchés où nous sommes présents. On y a réalisé des projets relativement importants, et d'autres sont encore en cours.

M. Arnaud FLEURY - Les délais de paiement sont-ils satisfaisants ?

M. Miquel LOZANO - Le financement est aussi une problématique pour toute entreprise qui se lance dans l'exportation et qui n'a pas de surface financière suffisante. Tous nos paiements sont sécurisés. On a parlé des crédits documentaires : ce sont des outils qui s'utilisent de façon classique à l'exportation. Cependant, l'investissement financier demeure important. Les délais sont longs, ne serait-ce que du fait de la procédure administrative.

Une de nos priorités pour les années à venir est d'arriver à trouver des voies de financement.

M. Arnaud FLEURY - Il faut peut-être « cofacer » les distributeurs.

M. Miquel LOZANO - Pas seulement. Il faut également pouvoir proposer des facilités de financements aux clients. Les Allemands, les Japonais, les Chinois proposent aux entreprises des modes de financement souples. En France, ces outils sont plutôt réservés aux grosses entreprises et encore peu destinés aux PME.

M. Arnaud FLEURY - Le financement peut également se faire par le biais des bailleurs internationaux.

M. Miquel LOZANO - En effet. Dans la zone ASEAN, l'infrastructure hospitalière de beaucoup de pays est très déficiente - Myanmar, Laos, Vietnam. Ces pays recourent à des bailleurs de fonds internationaux, comme l'AFD, la Banque mondiale, etc. Il faut être à l'affût de ces projets.

Mme Aude SIMON - C'est un marché à fort potentiel, qui demeure plein de défis pour les industriels. Des efforts sont encore à faire en sens, mais il existe un réel engouement autour de l'innovation. Il est temps pour les entreprises françaises de songer à se positionner. De nombreux projets de construction sont en cours : il faut y aller !

TABLE RONDE 4 - L'ASEAN, 700 MILLIONS DE PERSONNES À NOURRIR : QUELLE PLACE POUR LA FRANCE

Table ronde thématique animée par M. Arnaud FLEURY, journaliste économique

Ont participé à cette table ronde :

M. Matthieu LEFORT, Directeur Business France Vietnam

Mme Carole LY, Responsable de la Mission des affaires européennes et internationales, FranceAgrimer

M. Bernard VALLAT, Président, Fédération professionnelle représentative des industries charcutières, traiteurs et transformatrices de viandes (FICT)

M. Arnaud FLEURY - Monsieur Lefort, sur la filière agroalimentaire dans la zone ASEAN, que peut-on vendre ? Quels sont les circuits ? Quelles sont les opportunités ? Pouvez-vous nous dresser un panorama de la situation ?

M. Matthieu LEFORT - J'aimerais tout d'abord remettre l'ASEAN en perspective. C'est un marché qui représente 2 milliards d'exportations, sur lequel la France occupe une position importante, même si elle peut encore s'améliorer. L'Union européenne dispose de 15 % de parts de marché, derrière les États-Unis, et la France est le premier fournisseur européen de l'ASEAN.

Nos exportations en ASEAN dans le domaine agroalimentaire ont été multipliées par trois au cours des dix dernières années. Le contexte est donc plutôt favorable. Néanmoins, on a affaire à une situation assez contrastée. En effet, environ 50 % des exportations sont constituées par les vins et spiritueux, puis les produits laitiers, à hauteur de 12 %, les céréales, les préparations alimentaires diverses, l'alimentation animale et les produits carnés.

Le deuxième contraste important concerne les destinations. Aujourd'hui, Singapour attire à lui seul 55 % de nos exportations.

M. Arnaud FLEURY - C'est une question de pouvoir d'achat.

M. Matthieu LEFORT - Non, c'est une question de réexportation vers les autres marchés.

L'ASEAN reste notre socle en matière agroalimentaire. La Thaïlande, la Malaisie, l'Indonésie, les Philippines et le Vietnam représentent chacun entre 7 % et 9 % de parts de marché. Les petits marchés représentent donc chacun moins de 2 %.

M. Arnaud FLEURY - Vous dirigez le bureau de Business France à Hanoï. Que peut-on dire du Vietnam, anciennement français ? Il existe un fort courant de sympathie, y compris sur le plan culinaire. Que leur vend-on ?

M. Matthieu LEFORT - Les marchés ne cessent de s'ouvrir suite à différents accords de libre-échange. Nos produits sont de plus en plus facilement distribués. Au Vietnam et sur beaucoup d'autres marchés de l'ASEAN, le niveau de vie de la population, qui est jeune, progresse de façon assez importante.

M. Arnaud FLEURY - La population s'occidentalise aussi.

M. Matthieu LEFORT - Elle s'urbanise. Les canaux de distribution évoluent très vite. L'occidentalisation est liée au fort accroissement du pouvoir d'achat et à un fort désir des populations d'accéder à des produits nouveaux et à des modes de consommation différents.

On a également avec les pays de l'ASEAN une balance des échanges naturellement favorables. Ces pays sont en effet d'importants producteurs de produits agroalimentaires, qu'ils exportent d'ailleurs assez massivement vers l'Union européenne, comme le caoutchouc, l'huile de palme, le riz, le café, les épices. Ceci laisse beaucoup de place à nos produits, totalement complémentaires de cette offre.

M. Arnaud FLEURY - Une PME française qui fait du pâté en Bretagne peut donc trouver sa place sur les rayonnages dans la grande distribution ?

M. Matthieu LEFORT - Bien sûr !

Trois conditions importantes doivent être respectées. La première est de bien préparer son approche, de se renseigner sur les conditions d'accès au marché, sur la réglementation, sur les conditions sanitaires et phytosanitaires.

La deuxième condition est évidemment d'avoir une stratégie adaptée au marché. Ils sont en effet d'une grande hétérogénéité. Il ne faut pas hésiter à « chasser en meute » dans le cadre des opérations organisées par Business France, et à choisir le bon partenaire. M. Vallat pourra nous dire ce que les fédérations peuvent apporter dans cette démarche.

Enfin, la troisième condition est de s'inscrire dans la durée. Ce sont des marchés lointains, où il faut tisser une relation de confiance, ne pas

hésiter à considérer une implantation locale. Éric Duchêne pourra vous éclairer à ce sujet.

M. Arnaud FLEURY - Je me tourne vers Carole Ly. FranceAgrimer rapproche les pouvoirs publics des filières agricoles et offre des missions d'appui et toute une expertise à l'international. Quel panorama pouvez-vous nous broser dans ce domaine ? Êtes-vous satisfaite des performances de nos filières dans la zone ASEAN ?

Mme Carole LY - On peut toujours mieux faire !

Il existe trois facteurs de développement du marché agroalimentaire, qui est assez dynamique et comporte des pays exportateurs et des pays importateurs. Certains pays ont des capacités de production agricole et comptent de grands groupes industriels, alors que d'autres n'en ont pas. Singapour est ainsi d'abord un *hub* et une zone de réexportation. Les situations sont donc très différentes.

Il existe cependant trois facteurs de développement. On l'a dit, la classe moyenne est jeune et se développe rapidement. L'image de la France est exceptionnelle dans ces pays, en particulier en matière agroalimentaire

Deuxièmement, un certain nombre de pays investissent dans leur agriculture et cherchent à nourrir 620 millions d'habitants. De grands élevages et de grands groupes agro-industriels se développent. Ils tirent donc le développement. Quant à la France, elle est le premier des producteurs agricoles européens. Elle est aussi bonne dans les produits finis que dans les produits amont.

Si la France reste le premier importateur européen dans ces pays, elle n'est que le douzième fournisseur de l'ASEAN. Cependant, notre part de marché agroalimentaire est de 3 %. C'est un facteur très positif. Les pays de l'ASEAN sont donc prioritaires en matière d'exportations.

M. Arnaud FLEURY - Quelles sont les filières qui réussissent le mieux ?

Mme Carole LY - Certains secteurs sont moins performants que d'autres. Deux filières dominent très largement nos exportations, les vins et spiritueux, qui représentent 55 %, et les produits laitiers - 14 %. Pour le reste, on tombe à 5 % ou 6 % en valeur.

La valeur ne veut pas tout dire. La génétique animale et les services ne représentent pas forcément beaucoup en valeur, mais sont capitaux. Certains sous-produits, comme les abats de porc, assurent l'équilibre de la filière en France. Ils sont très importants pour nos exportations.

Le premier facteur négatif tient donc au fait que les exportations reposent principalement sur deux filières. C'est ce qui explique que, sur 1,8 milliard, on exporte un milliard vers Singapour, tous les grands groupes de vins et spiritueux y possédant leurs unités de stockage pour toute la zone.

On a un décrochage entre Singapour et la Thaïlande, où on est à 180 millions d'euros.

Le second facteur négatif réside dans le fait que les filières qui enregistrent les meilleures performances, comme partout dans le monde, sont les spiritueux et les produits laitiers. Il ne s'agit pas uniquement des fromages, de la crème et du beurre, mais aussi d'ingrédients industriels, domaine dans lequel la France se positionne très bien - poudre de lait, lactosérum, etc.

D'autres filières, à l'autre bout de la chaîne, connaissent des difficultés, comme la filière porcine, dont la charcuterie. Comparé au « Ferrari » italiennes, aux Espagnols, voire à l'Allemagne, on reste loin derrière. On exporte beaucoup d'abats, de sous-produits, mais assez peu de produits nobles. Les Philippines sont le deuxième marché à l'exportation vers les pays tiers pour la filière porcine française, après la Chine. Il conviendrait de mieux valoriser ces produits.

Pour finir, les fruits - kiwis, pommes - se développent, mais il y a là aussi des efforts à accomplir.

M. Arnaud FLEURY - Le halal se développe-t-il beaucoup en Indonésie et en Malaisie ?

Mme Carole LY - Ces pays se caractérisent par deux spécificités, des procédures sanitaires assez spécifiques et des exigences religieuses, comme le *halal*.

Certains pays sont plus faciles que d'autres en termes d'exigences sanitaires. Singapour, c'est l'exportation « pour les nuls » ! Une petite PME qui commence par Singapour n'a pas de questions à se poser. C'est un pays qui reconnaît le niveau sanitaire européen. Il n'ajoute donc pas de règles par rapport à ce qui existe déjà, alors que certains pays ne reconnaissent pas forcément les règles européennes et ne s'appuient pas forcément sur les règles internationales. Leurs procédures sont plus au moins longues, avec une bureaucratie qui n'est pas toujours facile à appréhender.

Nous disposons de conseillers agricoles basés à Singapour qui rayonnent dans toute la zone, notamment un conseiller agricole adjoint spécialisé dans ces questions sanitaires. Il peut constituer un point de contact intéressant pour les entreprises. Il existe aussi un conseiller agricole au Vietnam.

Sur le plan sanitaire, il faut bien se préparer. Les procédures peuvent être très longues. Plus le produit est sensible, comme la viande de porc ou la viande bovine, plus les exigences peuvent être compliquées.

Le *halal*, quant à lui concerne plus l'Indonésie et la Malaisie. Là aussi, les choses sont assez compliquées, le *halal* constituant une « équation à géométrie variable ».

Il faut savoir que le terme *halal* ne couvre pas forcément la même chose d'un pays à un autre. Les organismes certificateurs et les cahiers des charges ne sont pas identiques.

Un des pays les plus stricts est certainement la Malaisie, où l'on n'arrive pas à surmonter le blocage qui existe à propos de la viande bovine. Plusieurs tentatives ont eu lieu. Jusqu'à présent, la Malaisie exige des sites dédiés, ce qu'on n'a pas en France pour le moment, les entreprises fournissant à la fois le marché national et le marché international.

M. Arnaud FLEURY - Nous allons à présent nous attarder sur le cas de la charcuterie. Il existe dans ce domaine des produits finis formidables que l'on peut exporter...

M. Bernard VALLAT - Je représente 200 entreprises fédérées qui disposent de 300 unités de production sur le territoire français. Elles ont en commun un code qui fixe des exigences sur la qualité de 450 recettes de charcuterie et qui concourent à l'image d'excellence de la gastronomie française sur notre territoire ainsi qu'à l'étranger.

Les pays de l'ASEAN perçoivent bien cette image et reconnaissent cette excellence, mais il existe un décalage entre avec nos performances, alors qu'on est parfaitement conscient du potentiel de tous ces pays. Nos entreprises souhaiteraient se lancer et « mettre le paquet » sur cette zone en levant certains obstacles que l'on a bien identifiés.

Les éléments non-tarifaires sont un préalable absolu avant d'investir dans les actions commerciales, puisque certaines barrières empêchent nos entreprises d'aller sur ces marchés. Ce sont en outre des PME qui éprouvent quelques réticences à investir dans une unité d'exportation avant d'avoir des garanties sur les débouchés.

On voit régulièrement des conteneurs revenir après avoir été refoulés pour une mauvaise interprétation. Les accords de libre-échange trouvent souvent des compromis en mettant de côté les questions sanitaires, faute de spécialistes. Les pays peuvent donc continuer à protéger leur marché ou à faire valoir leur pouvoir face à une interprétation de ces accords.

Nous souhaitons que l'on affecte plus de fonctionnaires à ces questions totalement régaliennes qui ne sont pas décentralisables. Un minimum de personnes signe les accords au niveau français et dans chaque pays de l'ASEAN. On a également besoin de l'appui de FranceAgrimer, et nous militons pour davantage de moyens, y compris dans les postes diplomatiques, où les relais ne sont pas suffisants.

L'appui aux PME passe par l'établissement de VIE mutualisés dans les pays prioritaires, notamment en matière commerciale.

M. Arnaud FLEURY - Qu'est-ce qui fonctionne le mieux, les produits secs, le jambon, le pâté en conserve ?

M. Bernard VALLAT - On observe avec envie les performances remarquables de nos concurrents italiens et espagnols, et on se demande pourquoi on a du mal à rivaliser, alors que nous avons 450 recettes d'excellence.

Ils ont trouvé des accords sanitaires, tandis que ce n'est pas notre cas. On a besoin d'un appui diplomatique sanitaire, et de faire en sorte que les normes internationales, le *codex alimentarius* et les règles de l'Organisation mondiale de la santé animale (OIE) soient respectés pour les produits d'origine animale. Cela relève de la diplomatie, et nous ne manquons jamais d'envoyer ce message à nos dirigeants.

M. Arnaud FLEURY - Quelles actions de promotion pouvez-vous mener ? Quels pays ciblez-vous ? Faut-il prospector les salons et envisager, avec Business France, des délégations de PME françaises ?

M. Bernard VALLAT - Une fois les questions sanitaires résolues, les dispositifs classiques d'appui aux exportations sont tous les bienvenus, notamment les salons.

Il faut bien entendu, au sein de l'ASEAN, cibler les pays prioritaires. Les pays dans lesquels nous avons des parts de marché sont aujourd'hui Singapour - 3,5 % - et les Philippines - 0 4 %. Curieusement, ce sont les pays les moins exigeants au plan sanitaire. La corrélation est facile à établir.

M. Arnaud FLEURY - Il faut peut-être miser sur des produits bien identifiés, comme les Italiens le font avec le jambon de Parme...

M. Bernard VALLAT - Les Italiens ont réglé les problèmes sanitaires grâce à leur agressivité dans les négociations locales. On devrait se donner davantage d'outils pour rivaliser avec eux.

On manque aussi de données en matière d'analyses des marchés concernant des pays qui nous semblent posséder un haut potentiel, comme la Malaisie ou l'Indonésie, où les populations non-musulmanes sont importantes. Il est vrai que la certification *halal*, pour les charcuteries de volaille ou de bœuf, est complexe et imprévisible. On peut toutefois envisager d'investir dans ces deux pays compte, à condition d'obtenir des analyses appropriées, nos entreprises n'ayant pas encore d'éléments à ce sujet.

M. Arnaud FLEURY - Vous allez participer au salon *Food & Hotel Asia*. Cela peut donner lieu à des offres françaises.

M. Bernard VALLAT - Je dois également évoquer la diversité des produits et l'importance de la durée du transport, les dates limites de consommation (DLC) pouvant être rédhitoires pour un partenaire local. Si elles sont très courtes, on ne vendra jamais de produits. Il faut donc travailler sur ce sujet qui fait, là encore, l'objet de négociations sanitaires.

M. Arnaud FLEURY - Le haut de gamme peut aussi bénéficier du transport aérien...

Je me tourne vers M. Duchêne, avec qui l'on va conclure au sujet des performances d'Andros, qui compte 2 milliards de chiffre d'affaires. C'est une très belle ETI familiale française, qui comporte des marques très connues, comme Mamie Nova ou Bonne Maman. Vous réalisez 50 % de votre chiffre d'affaires à l'international avec l'ASEAN, notamment avec Bonne Maman, qui est devenue une marque mondiale.

Votre stratégie pour l'ASEAN est de franchir le pas et de vous y implanter industriellement, au Vietnam notamment, où vous avez un gros investissement en cours.

M. Éric DUCHÊNE - On parle très peu du groupe Andros, qui est pourtant assez présent dans le paysage agroalimentaire. Ce sont nos marques qui parlent pour nous.

L'international fait partie de notre ADN depuis toujours. Cela fait 60 ans qu'on a commencé à exporter des noix vers les États-Unis, à l'époque où les États-Unis n'en produisaient pas.

C'est en 1971 que l'on a créé un produit d'une audace totale, Bonne Maman, terme qui n'a jamais été traduit à l'étranger. Personne ne sait ce qu'il veut dire, et personne ne peut le prononcer. C'est pourtant un produit reconnaissable entre tous, qui fonctionne plutôt pas mal.

Il s'agit cependant d'un produit d'une complexité terrible : ce n'est pas tellement le côté face qui pose problème, mais l'étiquette arrière. On doit en effet s'adapter aux exigences locales en termes d'ingrédients, de traductions, de certifications.

L'ASEAN est évidemment pour nous stratégique, mais nous vendons en fait un produit culturel. C'est en quelque sorte un livre - et je ne pense pas que beaucoup de livres français soient vendus dans cette région du monde. Une confiture, pour un Thaïlandais, ce n'est pas tout à fait habituel, de la même façon que le durian n'est pas chez nous un fruit tellement consommé.

On a adapté notre production, on s'est perdu dans les dédales de l'administration malaisienne ou thaïlandaise pour obtenir, au bout de neuf mois, une certification qui nous permette d'importer. Tous les quatre mois, les changements de la réglementation sanitaire nous imposent des changements d'étiquettes, etc.

M. Arnaud FLEURY - Cet acharnement reste payant si l'on considère le volume d'exportation de vos usines françaises vers l'ASEAN.

M. Éric DUCHÊNE - Nous produisons à Biars-sur-Cère, tout près de la Dordogne, à 45 minutes de toute autoroute et 11 heures de camion du Havre, d'où tout part par conteneurs. On vient donc de loin et on y a cru.

Dans les années 1960, pour nous, exporter, c'était travailler avec Brives. La grande exportation, c'étaient les Vosges !

M. Arnaud FLEURY - Sur quels marchés êtes-vous présents ?

M. Éric DUCHÊNE - Bonne Maman est présente partout. Nous faisons partie de ces « nuls » qui exportent tant bien que mal sur ces marchés difficiles, compliqués, un produit culturel qu'il faut faire comprendre.

Andros fabrique également des produits pour la restauration. Le gros des ventes, en ASEAN, est constitué par la clientèle des hôtels, des restaurants et des compagnies aériennes, en particulier à Singapour. C'est pour nous un vecteur d'image colossal au plan mondial.

M. Arnaud FLEURY - Vous avez décidé de vous installer industriellement au Vietnam. Est-ce facile ? L'idée est-elle de recourir aux produits locaux ?

M. Éric DUCHÊNE - Bonne Maman restera français et lotois *ad vitam aeternam* ! On est condamné à l'excellence quand on vend des produits français sur des marchés à l'exportation. Ces pays ont tout ce qu'il faut pour se nourrir. Nous ne sommes pas là pour copier ce qu'ils font. Cependant, si nous amenons un plus, cela fonctionnera.

Nous avons aussi des gammes de *food services* - purées, etc. - qui vont entrer dans les habitudes de consommation de manière invisible. Il existe 8 000 hôtels dans la zone ASEAN. Ce n'est donc pas rien.

Étant à présent reconnus pour notre image de qualité, nous nous sommes demandé comment continuer à nous implanter. Nous avons donc décidé de devenir vietnamiens.

M. Arnaud FLEURY - Vous avez investi dans une unité au Vietnam. S'agit-il de gros investissements ?

M. Éric DUCHÊNE - Oui, c'est un choix stratégique. Comment s'implante-t-on ? La logique consiste à profiter des fruits locaux. On a racheté deux usines de production de fruits exotiques coupés et surgelés, destinés à l'industrie du yaourt et de la pâtisserie, et à nos usines.

Forts de cette richesse locale, et conscients du besoin d'organisation de filières, on commence par implanter une usine, puis une autre qui va nous permettre de produire de la confiture et des produits spécifiques pour le marché régional. Nous allons amener des machines françaises, et des sous-traitants français vont nous suivre dans cette expérience.

M. Arnaud FLEURY - Existe-t-il un risque de s'implanter industriellement au Vietnam ?

M. Éric DUCHÊNE - Le risque existe comme partout. Nous sommes en Chine depuis 1998. Nous avons pris de gros risques, mais cela fait partie du job - et c'est bien plaisant !

M. Arnaud FLEURY - Dans une autre vie, vous avez travaillé en tant que conseiller agroalimentaire dans les Ambassades de France d'un certain nombre de pays. Avez-vous l'impression qu'on sait aujourd'hui vendre nos produits agroalimentaires dans la zone ASEAN ?

M. Éric DUCHÊNE - Il est vrai que j'ai été de l'autre côté du miroir. Je disais ce qu'il fallait faire, et j'essaie maintenant de le mettre en pratique. Il est toujours plus facile de donner des conseils. Nous prenons notre destin en main. L'État français est extrêmement présent, avec de compétences locales étendues dont on peut être fier, qui sont très utiles pour moi.

M. Arnaud FLEURY - Il y a donc une place pour l'agroalimentaire et les produits finis sucrés, salés, les produits de transformation.

M. Éric DUCHÊNE - Oui. Je vous ai apporté des sucettes et des gourdes de comports de pommes... Essayez de vendre une compote de pomme au Laos ! La pomme est là-bas un fruit exotique. Expliquer à un Laotien ce qu'est cette gourde, est compliqué. On est encore une fois dans l'agro-culturel, et c'est ce qui fonctionne.

M. Arnaud FLEURY - ... Et aussi dans la grande exportation !

M. Éric DUCHÊNE - Ce qui représente de l'investissement.

M. Arnaud FLEURY - Madame la Sénatrice, voulez-vous conclure ?

Mme Jacky DEROMEDI - Merci à tous de votre présence.

Vous avez assisté à un colloque d'une grande qualité. Les intervenants ont été à la fois concis et très explicites. L'Ambassadeur de Singapour m'a dit qu'il avait été très impressionné. Les intervenants maîtrisent parfaitement leur sujet. Vous repartez donc avec beaucoup de conseils et de points de vue intéressants.

Je remercie Business France de nous avoir aidés à organiser cet événement. Nous sommes tous à votre disposition pour vous aider autant que nous pouvons le faire.

Je suis très souvent en Asie. Ma maison est à Singapour, même si je demeure française. Quand on est en Asie, on n'a plus envie d'en partir. Peu de monde ne s'y plaît pas. Certains y partent en traînant des pieds et, une fois sur place, ne veulent plus rentrer.

Venez nous voir. Nous serons ravis de vous accueillir et de vous aider. Mon collègue Olivier Cadic connaît bien l'entrepreneuriat. N'hésitez pas à nous contacter. Nous sommes là pour cela.

Et nous avons eu la chance d'avoir un excellent modérateur. Merci encore.

ANNEXES

- Fiche pratique de présentation de Singapour par le Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères
- Présentation de la situation économique de Singapour par M. Philippe Huberdeau, Chef du Service économique régional pour l'ASEAN à l'Ambassade de France à Singapour
- Fiches repères économiques des dix pays de l'ASEAN
(source : Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères)

ANNEXE I

A/s : SINGAPOUR

Carte d'identité :

Nom officiel : République de Singapour

Nature du régime : Parlementaire monocaméral

Chef de l'Etat : M. Halimah Yacob, Présidente de la République (depuis le 13 septembre 2017)

Chef du gouvernement : M. Lee Hsien Loong, Premier ministre (depuis le 12 août 2004)

<http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/dossiers-pays/singapour/presentation-de-singapour/article/composition-du-gouvernement-2963>

Situation économique :

www.tresor.economie.gouv.fr/Pays/singapour

Données géographiques :

Superficie : 717 km²

Capitale : Singapour

Langues officielles : anglais, mandarin, malais, tamoul

Langue courante : anglais

Monnaie : dollar de Singapour (SGD)

Fête nationale : 9 août

Données démographiques :

Population (2016) : 5,6 M d'habitants (3,4 M citoyens, 0,5 M résidents permanents, 1,6 M non-résidents)

Densité : 7 740 h/km²

Croissance démographique (2016) : 1,3 %

Espérance de vie (2016) : 82,7 ans

Taux d'alphabétisation : 96,8 % (PNUD, 2016)

Religions (2016) : Bouddhisme (33%), Christianisme (19%), Islam (14%), Taoïsme (11%), Hindouïsme (5%)

Groupes ethniques : Chinois (74%), Malais (13%), Indiens (9%)

Indice de développement humain : 0,925 (5^{ème}, classement PNUD 2016)

Ambassade de France à Singapour : <https://sg.ambafrance.org>

1. Politique étrangère

Membre fondateur, Singapour joue un rôle actif dans l'approfondissement de l'intégration régionale de l'ASEAN, qui lui permet, malgré sa taille réduite, de promouvoir le multilatéralisme et la libéralisation des échanges sur la scène internationale, d'accroître son marché, et de renforcer la stabilité régionale. La Cité-Etat en assure la présidence en 2018 et a indiqué vouloir articuler ses actions autour de deux axes principaux : l'innovation, notamment le renforcement des *fintechs* dans la région, et la résilience, en améliorant la capacité de l'ASEAN à répondre aux différentes menaces transnationales. Singapour sera également coordinateur des relations UE-ASEAN à compter de juin 2018 jusqu'en 2020.

En matière de sécurité et de prévention des conflits, Singapour a été à l'origine, en 1994, du Forum Régional de l'ASEAN, l'ARF (*ASEAN Regional Forum*).

Singapour décline une politique étrangère cherchant à ménager l'équilibre entre la Chine (dont elle est le 1^{er} investisseur) et les Etats-Unis, principal allié de défense, pour concilier des relations économiques solides avec la première et une relation militaire et stratégique très forte avec les seconds. La Cité-Etat cherche ainsi à se positionner comme un acteur incontournable dans la mise en œuvre de l'initiative des Nouvelles Routes de la Soie (OBOR), en particulier à travers son rôle de hub en Asie du Sud-Est. Suite au retrait des Etats-Unis du Partenariat transpacifique, Singapour s'est efforcé de **soutenir l'avancée des discussions sur les autres accords de libre-échange**, en particulier le RCEP. Singapour cherche également à **consolider ses partenariats avec les autres puissances régionales que sont l'Inde et l'Australie**.

2. Relations avec la France et l'Union européenne

La visite officielle du Premier ministre, M. AYRAULT en octobre 2012 à Singapour a permis d'élever la relation bilatérale au niveau d'un partenariat stratégique qui se décline dans de nombreux domaines : politique, défense, culturel et scientifique notamment. Les secrétaires généraux des affaires étrangères tiennent des consultations politiques annuelles. Les relations politiques sont rythmées par des visites régulières de haut-niveau comme celles du Président M. Tony Tan en mai 2015, du Premier ministre M. Lee Hsien Loong en octobre 2013 et celles des vice-Premier ministres M. Shanmugaratnam en juillet et novembre 2017, de M. Teo Chee Han en mars 2018 et du ministre de la Défense M. Ng Eng Hen en février 2018.

Annoncée lors de la visite présidentielle à Singapour en mars 2017 dans une déclaration conjointe du Président Hollande et du Premier Ministre Lee Hsien Loong, l'année conjointe France-Singapour de l'Innovation en 2018 vise à renforcer les partenariats scientifiques et technologiques et la coopération entre les réseaux de start ups et les administrations chargées de la transformation digitale des deux pays. Six secteurs prioritaires ont été définis dans ce cadre :

villes intelligentes et durables, *fintech*, santé, vieillissement et biotechnologies, aérospatial et industries de pointe, startups et technologies émergentes et éducation. La ministre de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation, Frédérique Vidal, s'est rendue à Singapour du 21 au 23 janvier 2018 pour le lancement à Singapour de l'Année de l'innovation, à l'occasion du *Global Young Scientists Summit*. De nombreux événements sont programmés à Paris et à Singapour dans le cadre de cette année (<https://sg.ambafrance.org/-Annee-de-l-Innovation-France-Singapour->).

Les échanges commerciaux avec Singapour se sont élevés en 2017 à 8,9 Mds € soit une hausse de 7,5% par rapport à 2016. Ce résultat s'explique par la nette progression de nos exportations vers la Cité-Etat (+10 %.), à 6,8 Mds portée par les principaux postes de la France : parfums (+26%), livraisons aéronautiques (+16%), maroquinerie (+12%) et produits des industries agroalimentaires (+8%). Singapour constitue ainsi le deuxième excédent bilatéral français en 2017 à 4,6 Mds € (+15,4%), après Hong Kong (5,6 Mds €) mais devant le Royaume-Uni (4,1 Mds €).

Plus de 715 entités françaises sont présentes à Singapour (681 filiales de grandes entreprises, ETI, PME et 33 succursales et bureaux de représentation) et 350 entrepreneurs actifs dans les secteurs des services aux entreprises, de l'habitat, des loisirs et de la culture, de l'agroalimentaire et des nouvelles technologies. De nombreux groupes industriels y ont installé des centres de recherche et développement (Engie, Airbus, Thales, CMA-CGM). On dénombre par ailleurs près de 200 enseignants-chercheurs français.

La France et Singapour entretiennent une relation de défense et de sécurité riche et diversifiée. Les ministres de la Défense se rencontrent environ deux fois par an (dialogue du Shangri-La, *Munich Security Conference* - MSC). Symbole du haut niveau de confiance de la relation de défense, un escadron aérien est stationné de façon permanente en France à Cazaux en Gironde pour la formation initiale des pilotes singapouriens depuis 1998.

La France se positionne au 9^{ème} rang des pays d'accueil d'étudiants singapouriens (flux : 450 étudiants en 2015/2016). En progression constante, la mobilité encadrée par des partenariats entre établissements constitue la source principale d'envoi d'étudiants en France. Les établissements français implantés à Singapour (ESSEC Asie-Pacifique installé depuis 2015 sur le site du pôle de recherche intégrée de Nepal Hill, INSEAD, EDHEC, Grenoble School of Business, Université Panthéon-Assas, etc.) constituent le principal vecteur d'attractivité.

La communauté française de Singapour compte près de 15 000 personnes (inscrits au registre consulaire).

L'Union européenne est le troisième partenaire commercial de Singapour (après la Chine et la Malaisie) et son premier investisseur (11 000 entreprises européennes sont présentes à Singapour). Le commerce bilatéral UE-Singapour a représenté 48,6 milliards d'euros en 2015, Singapour étant le premier partenaire de l'UE au sein de l'ASEAN. L'UE et Singapour ont paraphé un accord de partenariat et de coopération (APC) et un accord de libre-échange (ALE) respectivement en octobre et septembre 2013. L'ALE UE-Singapour pourrait entrer en vigueur avant la fin de l'année 2018. L'APC UE-Singapour doit permettre de renouveler la relation à travers un dialogue et une coopération accrue dans le domaine politique, économique et sur de nombreux enjeux sectoriels (éducation, tourisme, santé etc). Singapour est à l'origine, avec la France, du Sommet entre l'Europe et l'Asie (ASEM), créé en 1996, et accueille la Fondation Europe Asie (ASEF), destinée à promouvoir les échanges culturels et éducatifs.

ANNEXE II

AMBASSADE DE FRANCE A SINGAPOUR
SERVICE ÉCONOMIQUE REGIONAL DE SINGAPOUR

Le Chef du Service économique régional pour l'ASEAN

Singapour, le 6 avril 2018

Rédigé par : Alexandra Gourjon

Relu par : Clément Bourgey

Objet : Les échanges commerciaux entre la France et les pays de l'ASEAN en 2017

En 2017, les échanges commerciaux entre la France et les pays de l'ASEAN ont progressé de 5,9% par rapport à 2016, à 31 Mds EUR. Nos exportations progressent modérément, de 3,7% – en raison principalement d'une diminution des ventes de matériels de transport vers l'Indonésie – tandis que nos importations ont augmenté de 8,1%. Au final, notre déficit commercial en ASEAN s'établit à 850 M EUR en 2017, soit 1,4% de notre déficit total. Si la France est excédentaire vis-à-vis de Singapour (2^{ème} excédent au niveau mondial en raison principalement du rôle de plateforme de réexportation) et de Brunei, elle est déficitaire vis-à-vis des 8 autres pays de la région. La décomposition de nos échanges en 2017 confirme la spécialisation de notre commerce dans la région : les exportations sont portées par l'aéronautique, les produits de luxe et l'agroalimentaire tandis que nos importations sont dominées par les produits

1. Une progression modérée de nos exportations vers l'ASEAN : +3,7%

Les exportations françaises vers l'ASEAN ont atteint 15 Mds EUR sur l'ensemble de l'année 2017, en hausse de 3,7%. Avec la reprise du commerce mondial, les ventes vers le hub de transit de Singapour ont augmenté de 10% : elles comptent désormais pour 44% des exportations françaises dans la région. Par ailleurs, nos exportations à destination de la Thaïlande (+33%), la Malaisie (+23%) et le Vietnam (+7,9%) ont également été particulièrement dynamiques. Elles ont en revanche baissé à destination de l'Indonésie (-36%) notamment en raison de la réduction des livraisons d'aéronautique, et des Philippines (-10%). Le reste de nos exportations – soit moins d'1 Md EUR – a connu une tendance moins vigoureuse en 2017. Les marchandises vers le Cambodge, le Laos et le Brunei ont baissé en 2017, contrairement à celles vers la Birmanie (+5,1%).

La faible progression des exportations françaises vers l'ASEAN est notamment liée à une hausse moins importante des ventes de matériels de transports qu'en 2016 : +2,7% en 2017 contre +34% l'année précédente. Ce poste, stratégique puisqu'il représente 41% des exportations vers la région, correspond presque exclusivement aux ventes d'aéronautiques. La situation est toutefois contrastée en fonction du pays considéré : en Indonésie les ventes d'aéronefs enregistrées par les douanes françaises diminuent de moitié à 940 M EUR mais cette baisse importante est compensée par l'expansion des ventes à destination de la Thaïlande (+96% à 1,3 Md EUR), la Malaisie (+47% à 1,0 Md EUR) et Singapour (+19% à 1,7 Md EUR).

Hors aéronautique, les exportations françaises vers l'ASEAN ont atteint 9 Mds EUR, en hausse de 4,5% en 2017. Cela s'explique par la progression de quatre autres postes destinés en grande partie à la réexportation depuis Singapour. Les parfums et cosmétiques (+21%), la maroquinerie (+11%) et les produits agroalimentaires (+6,8%) augmentent principalement à destination de la cité- Etat bien qu'il y ait une progression des ventes dans l'ASEAN-5. Par ailleurs, les produits informatique et électronique progressent, certes plus lentement (+2,5%), malgré une baisse des ventes en ASEAN-5 (-2,1% à 460 M EUR).

2. Une expansion marquée de nos importations en provenance de l'ASEAN : +8,1%

Les importations françaises depuis l'ASEAN se sont élevées à 16 Mds EUR en 2017, en hausse de 8,1% en g.a. Le Vietnam, dont les ventes à la France augmentent de 14%, demeure notre principal fournisseur dans la région (32% du total ASEAN) en raison de sa spécialisation dans l'électronique (un téléphone Samsung sur deux y est produit) et dans l'habillement (en particulier les chaussures). Nos importations en provenance des autres pays de la zone progressent également à l'exception de la Malaisie (-2,3%) – qui subit une réduction de nos achats de composants électroniques

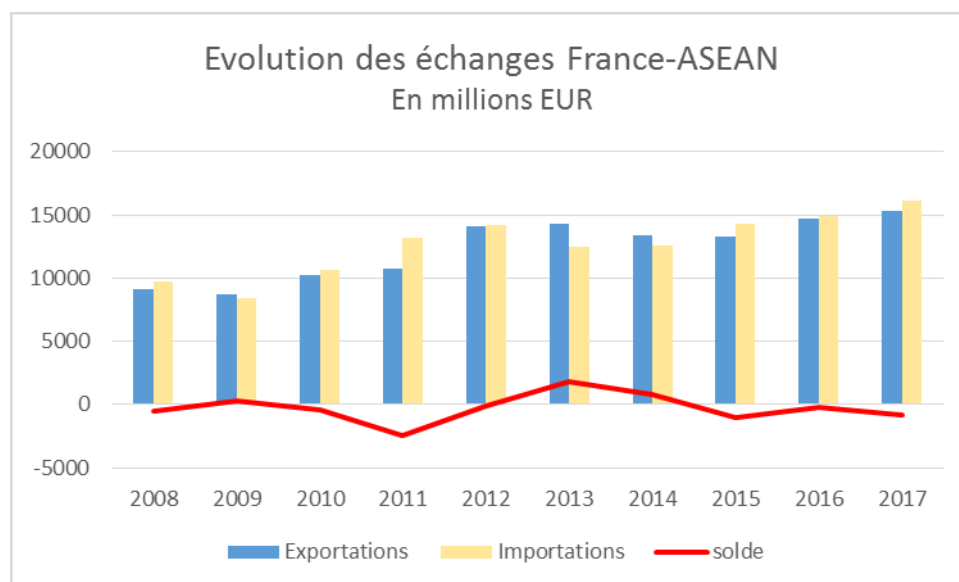
– et de Singapour – dont les ventes vers la France sont stables. Il faut notamment souligner la hausse des importations depuis les Philippines (+20%), l'Indonésie (+7,7%) et la Thaïlande (+4,1%), soit plus d'un tiers de nos importations en provenance d'ASEAN en cumulé.

Nos achats d'électronique (smartphones, composants électroniques, etc.) et de textile et chaussures ont nettement progressé en 2017 (respectivement 9,2% et 10%). Les importations d'équipements de communication (en provenance essentiellement du Vietnam) et d'ordinateurs (Thaïlande et Vietnam) ont augmenté alors que les composants électroniques (Malaisie et Philippines) ont diminué. Les importations de textile en provenance du Vietnam, composées pour moitié de chaussures, ont augmenté de 10%, à 2,1 Mds EUR. Les achats en provenance du Cambodge, qui propose une large gamme de produits vestimentaires, sont passés à 850 M EUR (+16%). Il faut noter que nos importations d'électronique et d'informatique en provenance de la zone comptent désormais pour environ 11% du total de nos importations mondiales dans ce domaine, ce qui est également le cas pour nos importations de textile, habillement et chaussures.

3. Une hausse de notre déficit commercial vis-à-vis de l'ASEAN : +3,3%

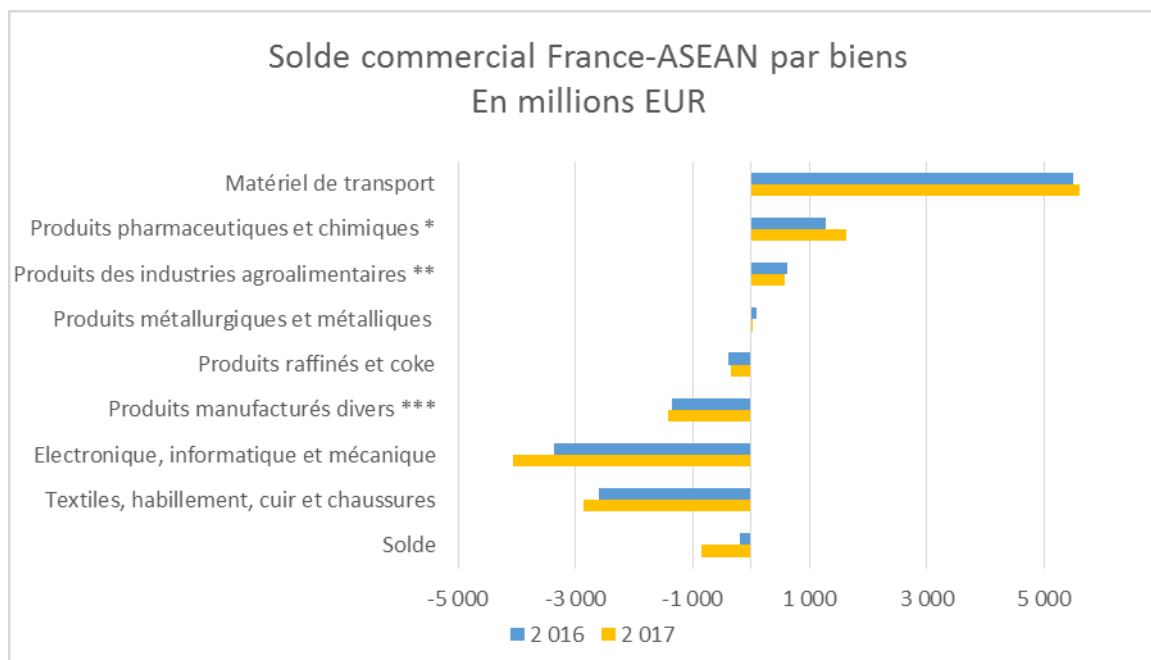
Sur l'ensemble de l'année 2017, la France enregistre un déficit commercial vis-à-vis des pays de l'ASEAN, soit le 7ème solde négatif en 10 ans. A 850 M EUR, il représente 1,4% de notre déficit commercial mondial. Il est en hausse de 3,3% par rapport à l'année précédente, ce qui s'explique principalement par la faible progression de nos exportations d'avions et par la hausse de nos importations de produits électroniques et de chaussures. Le solde commercial en ASEAN dépend fortement de la conjoncture des secteurs aéronautique et électronique déterminées par les commandes et le lancement de nouveaux produits. Par ailleurs, il faut noter que les disparités au sein de la région continuent d'être importantes : si des excédents commerciaux restent traditionnellement dégagés à Singapour (4,6 Mds EUR en 2017, soit notre 2e excédent mondial), et au Brunei, l'Indonésie enregistre un premier déficit depuis 4 ans alors que les soldes du Vietnam (-3,5 Mds EUR), du Cambodge (-820 M EUR), de la Thaïlande (-390 M EUR), des Philippines, de la Malaisie, de la Birmanie et du Laos sont déficitaires et se dégradent pour la plupart.

ANNEXES

Annexe 1. Évolution des échanges et du solde commercial entre la France et l'ASEAN
(en M EUR)

Source : Douanes (2017)

Annexe 2. Décomposition du solde commercial (en M EUR)



Source : Douanes (2017)

* Dont parfums et cosmétiques

** Inclut les produits agricoles, sylvicoles, de la pêche et de l'aquaculture

*** Dont les hydrocarbures naturels, produits des industries extractives, électricité, déchets, bois, papier et carton, produits en caoutchouc et en plastique, produits minéraux divers et produits divers

Annexe 4. Exportations françaises vers l'ASEAN en 2016 et 2017

Milliers EUR	Exportations FAB		
	2016	2017	évolution %
	14 748	15 299	
Ensemble	584	185	4
Produits agricoles, sylvicoles, de la pêche et de l'aquaculture	150 596	74 527	-51
Hydrocarbures naturels, autres produits des industries extractives, électricité, déchets	35 248	37 735	7
Hydrocarbures naturels et autres produits des industries extractives	26 117	15 034	-42
Électricité et gaz manufacturé	0	0	
Déchets industriels et ménagers	9 131	22 701	149
Produits des industries agroalimentaires (IAA)	1 645 963	1 758 370	7
Produits pétroliers raffinés et coke	20 716	21 207	2
Equipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique	2 543 417	2 533 287	0
Produits informatiques, électroniques et optiques	1 296 108	1 327 726	2
Équipements électriques et ménagers	437 366	444 693	2
Machines industrielles et agricoles, machines diverses	809 943	760 869	-6
Matériels de transport	6 115 826	6 280 749	3
Autres produits industriels	4 207 555	4 562 458	8
Textiles, habillement, cuir et chaussures	1 051 782	1 165 731	11
Bois, papier et carton	94 819	95 522	1
Produits chimiques, parfums et cosmétiques	1 465 096	1 770 110	21
Produits pharmaceutiques	900 600	856 346	-5
Produits en caoutchouc et en plastique, produits minéraux divers	191 343	203 928	7
Produits métallurgiques et métalliques	284 819	246 814	-13
Produits manufacturés divers	219 096	224 007	2
Produits divers	29 265	30 852	5
Produits de l'édition et de la communication	17 185	16 327	-5
Plans et dessins techniques ; plaques et films photographiques exposés	2 185	1 325	-39
Objets d'art, d'antiquité et de collection	9 895	13 199	33
Cheveux bruts	0	0	

Source : Douanes (2017)

Annexe 5. Importations françaises en provenance de l'ASEAN en 2016 et 2017

Milliers EUR	Importations CAF		
	2016	2017	évolution %
	14 948	16 152	8,1
Ensemble	445	505	
Produits agricoles, sylvicoles, de la pêche et de l'aquaculture	419 292	484 310	15,5
Hydrocarbures naturels, autres produits des industries extractives, électricité, déchets	5 794	3 983	-31,2
Hydrocarbures naturels et autres produits des industries extractives	3 219	1 997	-38,0
Électricité et gaz manufacturé	0	0	
Déchets industriels et ménagers	2 575	1 986	-22,9
Produits des industries agroalimentaires (IAA)	751 029	773 028	2,9
Produits pétroliers raffinés et coke	410 470	361 818	-11,9
Equipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique	5 896 926	6 586 374	11,7
Produits informatiques, électroniques et optiques	4 456 538	4 864 692	9,2
Équipements électriques et ménagers	878 423	1 033 132	17,6
Machines industrielles et agricoles, machines diverses	561 965	688 550	22,5
Matériels de transport	621 603	673 173	8,3
Autres produits industriels	6 820 715	7 247 140	6,3
Textiles, habillement, cuir et chaussures	3 652 008	4 029 348	10,3
Bois, papier et carton	173 872	149 336	-14,1
Produits chimiques, parfums et cosmétiques	277 053	298 221	7,6
Produits pharmaceutiques	819 379	703 568	-14,1
Produits en caoutchouc et en plastique, produits minéraux divers	485 412	536 534	10,5
Produits métallurgiques et métalliques	181 731	244 473	34,5
Produits manufacturés divers	1 231 259	1 285 661	4,4
Produits divers	22 616	22 677	0,3
Produits de l'édition et de la communication	20 034	18 315	-8,6
Plans et dessins techniques ; plaques et films photographiques exposés	68	9	-87,1
Objets d'art, d'antiquité et de collection	2 513	4 351	73,2
Cheveux bruts	0	2	

Source : Douanes (2017)

ANNEXES III

FICHES REPÈRES ÉCONOMIQUES DES DIX PAYS DE L'ASEAN

(Source : Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères)



Fiche Repères économiques Pays

Informations sur le pays - Relations bilatérales - Soutien aux entreprises

Birmanie



Informations sur le pays

Informations générales

Capitale	Naypyidaw	Chef du gouvernement*	Htin Kyaw (30/03/2016)
Superficie	678 500 km ²	Niveau de revenu (Banque Mondiale, 2016)	Revenu moyen inférieur
Population	53,3 millions d'hab.	IDH (2014)	Rang : 149 (IDH : 0.536)

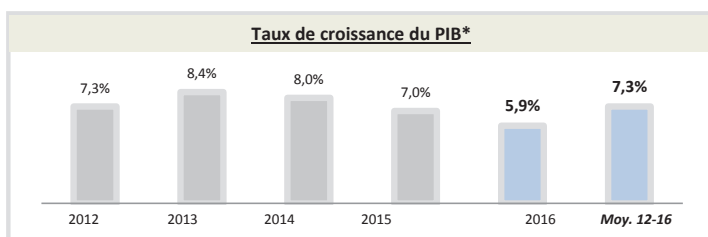
* ou Président / chef de l'Etat ; Sources : Banque Mondiale, PNUD

Indicateurs macro-économiques

	2012	2013	2014	2015	2016	Evolution 2015/16	Evolution/an 2012/16 ¹
PIB (Mds US\$*)	56	61	66	70	74	+5,9%	+7,3%
PIB par habitant (US\$)	1 176	1 171	1 260	1 139	1 196	+5%	+0%
Taux de chômage	0,8%	0,8%	0,8%	0,8%	0,8%	+0%	+0%
Solde commercial (Mns US\$)	364	444	-1001	-2358	-	nd	nd
Balance des paiements courants (% du PIB)	-2,1%	-0,6%	-2,8%	-4,1%	-3,2%	-23%	+11%
Classement "Doing Business" (sur 189)	nd	nd	178	177	167	nd	nd

Composition du PIB

Source : Banque mondiale (sauf Solde commercial : GTA-GTIS) ; 1) Croissance par an sur la période 2012-2016 (Taux de croissance annuel moyen)



Source : Banque Mondiale

Principaux partenaires commerciaux (2015)

Fournisseurs		Clients	
1 ^{er}	Chine	1 ^{er}	Thaïlande
2 ^{ème}	Thaïlande	2 ^{ème}	Hong-Kong
3 ^{ème}	singapour	3 ^{ème}	Inde
4 ^{ème}	Japon	4 ^{ème}	Chine

Source : GTA-GTIS, WFB

Relation économique bilatérale

Echanges commerciaux

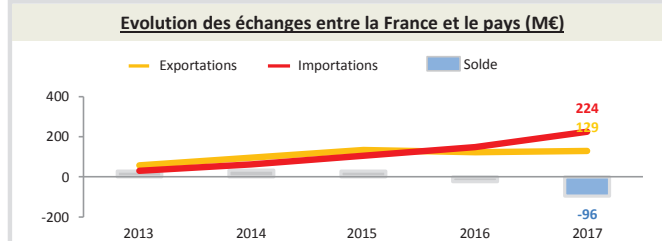
	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016/17	Evolution/an 2013/17 ¹
Exportations de la France (M€) (Douanes françaises)	57	95	133	122	129	+5%	+22%
Importations de la France (M€) (Douanes françaises)	29	63	106	147	224	+52%	+66%
Total des échanges (M€) (Douanes françaises)	87	157	239	270	353	+31%	+42%
Solde des échanges (M€) (Douanes françaises)	28	32	28	-25	-96	ns	ns
Part de marché de la France (%) (GTA-GTIS / FMI)	0,0%	0,0%	0,0%	nd	nd	nd	nd

1) Croissance par an sur la période 2012-2016 (Taux de croissance annuel moyen)

Position du pays dans le commerce extérieur de la France (2017)

La Birmanie est le 103^{ème} client de la France et son 47^{ème} déficit.

A l'échelle de la région Asie-Océanie, le pays est le 18^{ème} client de la France et son 12^{ème} déficit. Il représente 0,2% des exportations françaises dans la région.



Source : Douanes françaises

Structure des échanges

Premiers postes d'exportations vers le pays (2016, M€, % du total)

Poste	Description	Valeur (M€)	Pourcentage (%)
Poste 1	Equipements mécaniques, matériel électrique, électronique et	48	39%
Poste 2	Secteur aéronautique et spatiale	42	34%
Poste 3	Pharmacie, cosmétique, parfums	19	16%
Poste 4	Produits agricoles et des industries agroalimentaires	5	4%

Premiers postes d'importations à partir du pays (2016, M€, % du total)

Poste	Description	Valeur (M€)	Pourcentage (%)
Poste 1	Textiles, habillement, cuir et chaussures	98	66%
Poste 2	Produits manufacturés divers	31	21%
Poste 3	Produits agricoles et des industries agroalimentaires	10	7%
Poste 4	Equipements mécaniques, matériel électrique, €	4	2%

Investissements français et présence économique

- 319 entreprises françaises ont exporté vers le pays en 2015 (+45 par rapport à 2014).
- 5 entreprises françaises sont implantées dans le pays. Elles représentent 354 emplois et un chiffre d'affaires évalué à [nd] M€.
- Stock d'investissement dans le pays non disponible. Il a connu une évolution de [nd] par an entre 2012 et 2016 (données Banque de France).
- Les entreprises françaises employaient 9 VIE en décembre 2016 (+1 par rapport à 2015)

Investissements du pays en France

- Montant des investissements en France non disponible ou non significatif.
- Information sur la présence d'entreprises du pays en France non disponible.

Soutien aux entreprises

Secteurs porteurs pour nos entreprises

Aéronautique, énergie, notamment la production d'électricité, ville durable (mobilité, services urbains), tourisme, produits pharmaceutiques, infrastructures et bâtiment. De manière générale, l'ouverture récente du pays ouvre de nombreuses perspectives malgré une concurrence très vive.

Outils financiers disponibles

Assurance crédit	ouvert sous conditions	Financement FASEP	ouvert
Intervention AFD	éligible	Prêt du Trésor - Concessionnel	non éligible
		Prêt du Trésor - Non-concessionnel	ouvert au cas par cas

Dispositif d'appui aux entreprises

Présence locale

● = présence du dispositif / ○ = suivi d'un pays tiers / X = pas de dispositif

Ambassade (Appui transversal)	●	ambafrance.rangoun@diplomatie.gouv.fr - + 95 1 212 520
Service économique (accès au marché, ...)	●	https://www.tresor.economie.gouv.fr/Ressources/Pays
Business France (Appui à l'internationalisation)	●	http://export.businessfrance.fr/le-reseau-business-france-dans-le-monde.html
Attaché douanier (Questions douanières)	X	--
CCI bilatérale (Appui à l'implantation)	●	http://www.cci-france-international.org/un-reseau-mondial-d-experts/cartographie-interactive-c
CCEF (Parrainage/mentoring)	●	https://www.cncccf.org/10-annuaires.htm
French Tech Hub	X	--
Atout France (Appui sectoriel tourisme)	X	--
AFD (Financement / Développement)	●	https://www.afd.fr/fr/le-reseau-des-agences

En France

MEAE/ Direction géographique	Tel : +33 1 44 87 17 17 - Email : Tresor-communication@dgtresor.gouv.fr
MEAE / Direction des entreprises	Tel : +33 1 43 17 53 53 - Email : secretariat.dgm-deeit@diplomatie.gouv.fr
MINEFI / Direction générale du Trésor	Pas d'attaché douanier
Business France	Accueil Export Entreprise : 0 810 817 817 - Siège : + 33 1 40 73 30 00
CCI International	CCI France International : Tél : 01 40 69 37 60 - Courriel : infos@uccife.org
COFACE	Siège : 01 49 02 20 00 - Service Relation client : 0 825 125 125
BPI France	42 implantations sur le territoire : http://www.bpifrance.fr/Contactez-Bpifrance
AFD	Siège - Tel : +33 (0)1 53 44 31 31
Direction des douanes	Infos Douane Service : 0 811 20 44 44. Depuis l'étranger : +33 1 72 40 78 50
Ambassade du pays en France	Infos Douane Service, tél : 0 811 20 44 44. Depuis l'étranger : 01 72 40 78 50



Fiche Repères économiques Pays

Informations sur le pays - Relations bilatérales - Soutien aux entreprises

Brunéi



Informations sur le pays

Informations générales

Capitale	Bandar Seri Begawan	Chef du gouvernement*	#N/A
Superficie	5 770 km ²	Niveau de revenu (Banque Mondiale, 2016)	Revenu élevé
Population	0,4 million d'hab.	IDH (2014)	Rang : 31 (IDH : 0.856)

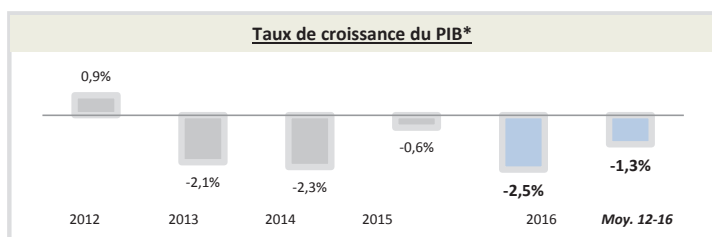
* ou Président / chef de l'Etat ; Sources : Banque Mondiale, PNUD

Indicateurs macro-économiques

	2012	2013	2014	2015	2016	Evolution 2015/16	Evolution/an 2012/16 ¹
PIB (Mds US\$*)	14	14	14	14	13	-2,5%	-1,9%
PIB par habitant (US\$)	47 651	44 597	41 531	30 968	26 939	-13%	-13%
Taux de chômage	5,0%	6,3%	7,0%	6,9%	6,5%	-6%	+7%
Solde commercial (Mns US\$)	6609	4557	5813	1897	408	-78%	-50%
Balance des paiements courants (% du PIB)	29,8%	20,9%	30,7%	16,7%	15,5%	-7%	-15%
Classement "Doing Business" (sur 189)	83	79	98	101	84	+17 places	-1

Composition du PIB	Service 31%	Industrie 68%	Agriculture 1%
--------------------	-------------	---------------	----------------

Source : Banque mondiale (sauf Solde commercial : GTA-GTIS) ; 1) Croissance par an sur la période 2012-2016 (Taux de croissance annuel moyen)



Source : Banque Mondiale

Principaux partenaires commerciaux (2015)

Fournisseurs		Clients	
1 ^{er}	Singapour	1 ^{er}	Japon
2 ^{ème}	Chine	2 ^{ème}	Corée du sud
3 ^{ème}	Etats-Unis	3 ^{ème}	Australie
4 ^{ème}	Malaisie	4 ^{ème}	Inde

Source : GTA-GTIS, WFB

Relation économique bilatérale

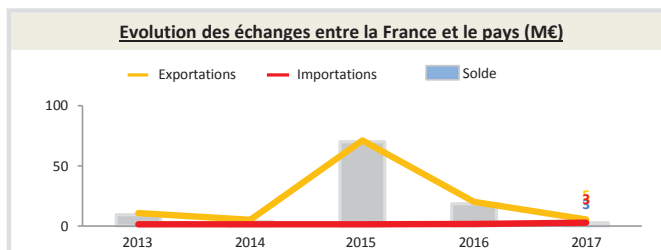
Echanges commerciaux

	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016/17	Evolution/an 2013/17 ¹
Exportations de la France (M€) (Douanes françaises)	11	5	71	20	5	-73%	-15%
Importations de la France (M€) (Douanes françaises)	1	1	1	2	3	+74%	+21%
Total des échanges (M€) (Douanes françaises)	12	6	72	21	8	-62%	-9%
Solde des échanges (M€) (Douanes françaises)	9	4	70	18	3	-85%	-27%
Part de marché de la France (%) (GTA-GTIS / FMI)	0,5%	0,6%	0,8%	nd	nd	nd	nd

1) Croissance par an sur la période 2012-2016 (Taux de croissance annuel moyen)

Position du pays dans le commerce extérieur de la France (2017)

#N/A



Source : Douanes françaises

Structure des échanges

Premiers postes d'exportations vers le pays (2016, M€, % du total)

Poste	Description	Valeur (M€)	Pourcentage (%)
Poste 1	Equipements mécaniques, matériel électrique, électronique et	13	(66%)
Poste 2	Produits métallurgiques et métalliques	3	(15%)
Poste 3	Secteur aéronautique et spatiale	1	(5%)
Poste 4	Produits divers	1	(3%)

Premiers postes d'importations à partir du pays (2016, M€, % du total)

Poste	Description	Valeur (M€)	Pourcentage (%)
Poste 1	Bois, papier et carton	1	(48%)
Poste 2	Equipements mécaniques, matériel électrique, é	0	(28%)
Poste 3	Textiles, habillement, cuir et chaussures	0	(10%)
Poste 4	Produits manufacturés divers	0	(7%)

Investissements français et présence économique

#N/A

#N/A

Investissements du pays en France

#N/A

Soutien aux entreprises

Secteurs porteurs pour nos entreprises

Infrastructures, y compris portuaires (agrandissement du port de Muara), énergies renouvelables, notamment l'énergie solaire, services urbains (traitement des eaux usées et déchets), équipement des hôpitaux publics en matériel médical et industrie pharmaceutique (médicaments halals), agroalimentaire (pâtisseries, viennoiseries, laitage et fromage), produits de luxe.

Outils financiers disponibles

Assurance crédit	ouvert	Financement FASEP	non éligible
Intervention AFD	non éligible	Prêt du Trésor - Concessionnel	non éligible
		Prêt du Trésor - Non-concessionnel	ouvert

Dispositif d'appui aux entreprises

Présence locale

● = présence du dispositif / ○ = suivi d'un pays tiers / X = pas de dispositif

Ambassade (Appui transversal)	●	kompleks jaian sultan - units 301-306 - 51/55 jaian sultan - bandar seri begawan BS 8811 - tel. +673 2220960/61
Service économique (accès au marché, ...)	○	https://www.tresor.economie.gouv.fr/Ressources/Pays
Business France (Appui à l'internationalisation)	X	--
Attaché douanier (Questions douanières)	X	--
CCI bilatérale (Appui à l'implantation)	X	--
CCEF (Parrainage/mentoring)	●	https://www.cncccf.org/10-annuaires.htm
French Tech Hub	X	--
Atout France (Appui sectoriel tourisme)	X	--
AFD (Financement / Développement)	X	--

En France

MEAE/ Direction géographique	Tel : +33 1 44 87 17 17 - Email : Tresor-communication@dgtresor.gouv.fr
MEAE / Direction des entreprises	Tel : +33 1 43 17 53 53 - Email : secretariat.dgm-deeit@diplomatie.gouv.fr
MINEFI / Direction générale du Trésor	Pas d'attaché douanier
Business France	Accueil Export Entreprise : 0 810 817 817 - Siège : + 33 1 40 73 30 00
CCI International	CCI France International : Tél : 01 40 69 37 60 - Courriel : infos@uccife.org
COFACE	Siège : 01 49 02 20 00 - Service Relation client : 0 825 125 125
BPI France	42 implantations sur le territoire : http://www.bpifrance.fr/Contactez-Bpifrance
AFD	Siège - Tel : +33 (0)1 53 44 31 31
Direction des douanes	Infos Douane Service : 0 811 20 44 44. Depuis l'étranger : +33 1 72 40 78 50
Ambassade du pays en France	Infos Douane Service, tél : 0 811 20 44 44. Depuis l'étranger : 01 72 40 78 50



Fiche Repères économiques Pays

Informations sur le pays - Relations bilatérales - Soutien aux entreprises

Cambodge



Informations sur le pays

Informations générales

Capitale	Phnom Penh	Chef du gouvernement*	Norodom Sihamoni (29/10/2004)
Superficie	181 040 km ²	Niveau de revenu (Banque Mondiale, 2016)	Revenu moyen inférieur
Population	15,1 millions d'hab.	IDH (2014)	Rang : 144 (IDH : 0.555)

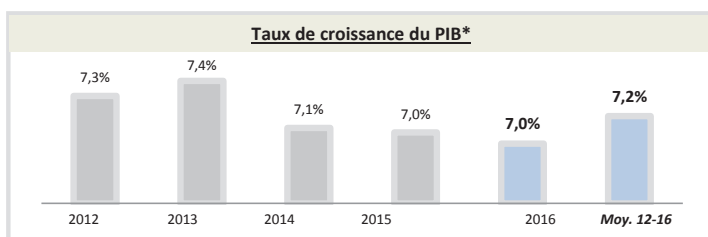
* ou Président / chef de l'Etat ; Sources : Banque Mondiale, PNUD

Indicateurs macro-économiques

	2012	2013	2014	2015	2016	Evolution 2015/16	Evolution/an 2012/16 ¹
PIB (Mds US\$*)	13	14	15	16	17	+7,0%	+7,1%
PIB par habitant (US\$)	950	1 028	1 099	1 163	1 270	+9%	+8%
Taux de chômage	0,2%	0,3%	0,1%	0,1%	0,2%	+100%	+0%
Solde commercial (Mns US\$)	-799	-1229	-1295	-1404	-1338	-5%	+14%
Balance des paiements courants (% du PIB)	-8,2%	-12,8%	-9,8%	-9,4%	-8,9%	-5%	+2%
Classement "Doing Business" (sur 189)	138	133	134	135	127	+8 places	+11 places

Composition du PIB	Service 43%	Industrie 27%	Agriculture 30%
--------------------	-------------	---------------	-----------------

Source : Banque mondiale (sauf Solde commercial : GTA-GTIS) ; 1) Croissance par an sur la période 2012-2016 (Taux de croissance annuel moyen)



Source : Banque Mondiale

Principaux partenaires commerciaux (2015)

Fournisseurs		Clients	
1 ^{er}	Chine	1 ^{er}	Etats-Unis
2 ^{ème}	Vietnam	2 ^{ème}	Royaume Uni
3 ^{ème}	Thaïlande	3 ^{ème}	Canada
4 ^{ème}	Taiwan	4 ^{ème}	nd

Source : GTA-GTIS, WFB

Relation économique bilatérale

Echanges commerciaux

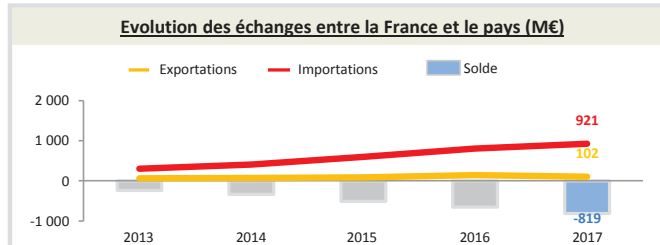
	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016/17	Evolution/an 2013/17 ¹
Exportations de la France (M€) (Douanes françaises)	62	69	88	141	102	-27%	+13%
Importations de la France (M€) (Douanes françaises)	302	403	599	800	921	+15%	+32%
Total des échanges (M€) (Douanes françaises)	364	471	688	941	1 023	+9%	+29%
Solde des échanges (M€) (Douanes françaises)	-240	-334	-511	-660	-819	ns	ns
Part de marché de la France (%) (GTA-GTIS / FMI)	0,6%	0,7%	0,6%	nd	nd	nd	nd

1) Croissance par an sur la période 2012-2016 (Taux de croissance annuel moyen)

Position du pays dans le commerce extérieur de la France (2017)

Le Cambodge est le 106^{ème} client de la France et son 22^{ème} déficit. La France est le 12^{ème} fournisseur du pays et son client (Source GTA-GTIS, 2015).

A l'échelle de la région Asie-Océanie, le pays est le 19^{ème} client de la France et son 5^{ème} déficit. Il représente 0,2% des exportations françaises dans la région.



Source : Douanes françaises

Structure des échanges

Premiers postes d'exportations vers le pays (2016, M€, % du total)

Poste	Secteur	Valeur (M€)	Pourcentage (%)
Poste 1	Secteur aéronautique et spatiale	49	(35%)
Poste 2	Produits agricoles et des industries agroalimentaires	35	(25%)
Poste 3	Pharmacie, cosmétique, parfums	29	(20%)
Poste 4	Equipements mécaniques, matériel électrique, électronique et	13	(9%)

Premiers postes d'importations à partir du pays (2016, M€, % du total)

Poste	Secteur	Valeur (M€)	Pourcentage (%)
Poste 1	Textiles, habillement, cuir et chaussures	732	(91%)
Poste 2	Produits agricoles et des industries agroalimentaires	54	(7%)
Poste 3	Autres transports	7	(1%)
Poste 4	Produits manufacturés divers	3	(0%)

Investissements français et présence économique

- 650 entreprises françaises ont exporté vers le pays en 2015 (+56 par rapport à 2014).
- 20 entreprises françaises sont implantées dans le pays. Elles représentent 2 368 emplois et un chiffre d'affaires évalué à 298 M€.
- Le stock d'investissement français dans le pays s'élève à 340 M€ en 2016. Il a connu une évolution de 21% par an entre 2012 et 2016 (données Banque de France).
- Les entreprises françaises employaient 16 VIE en décembre 2016 (+1 par rapport à 2015)

Investissements du pays en France

- Montant des investissements en France non disponible ou non significatif.
- Information sur la présence d'entreprises du pays en France non disponible.

Soutien aux entreprises

Secteurs porteurs pour nos entreprises

L'économie cambodgienne présente des opportunités sur les quatre « piliers » de son développement que sont le textile, le tourisme, l'agriculture et l'immobilier. Le secteur touristique, notamment sur le littoral et dans les régions montagneuses pour l'éco-tourisme, présente un fort potentiel de développement. Le potentiel dans la transformation des produits agricoles et l'industrie alimentaire est important. Les besoins du pays en infrastructures restent importants en matière de transports publics aéroportuaires, portuaires, ferroviaires) et dans les services urbains et de santé.

Outils financiers disponibles

Assurance crédit	ouvert	Financement FASEP	ouvert
Intervention AFD	éligible	Prêt du Trésor - Concessionnel	non éligible
		Prêt du Trésor - Non-concessionnel	ouvert au cas par cas

Dispositif d'appui aux entreprises

Présence locale

● = présence du dispositif / ○ = suivi d'un pays tiers / X = pas de dispositif

Ambassade (Appui transversal)	●	ambafrance.phnom-penh-amba@diplomatie.gouv.fr - + 855 23 430 020
Service économique (accès au marché, ...)	●	https://www.tresor.economie.gouv.fr/Ressources/Pays
Business France (Appui à l'internationalisation)	X	--
Attaché douanier (Questions douanières)	X	--
CCI bilatérale (Appui à l'implantation)	●	http://www.cci-france-international.org/un-reseau-mondial-d-experts/cartographie-interactive-c
CCEF (Parrainage/mentoring)	●	https://www.cncccf.org/10-annuaires.htm
French Tech Hub	X	--
Atout France (Appui sectoriel tourisme)	X	--
AFD (Financement / Développement)	●	https://www.afd.fr/fr/le-reseau-des-agences

En France

MEAE/ Direction géographique	Tel : +33 1 44 87 17 17 - Email : Tresor-communication@dgtresor.gouv.fr
MEAE / Direction des entreprises	Tel : +33 1 43 17 53 53 - Email : secretariat.dgm-deeit@diplomatie.gouv.fr
MINEFI / Direction générale du Trésor	Pas d'attaché douanier
Business France	Accueil Export Entreprise : 0 810 817 817 - Siège : + 33 1 40 73 30 00
CCI International	CCI France International : Tél : 01 40 69 37 60 - Courriel : infos@uccife.org
COFACE	Siège : 01 49 02 20 00 - Service Relation client : 0 825 125 125
BPI France	42 implantations sur le territoire : http://www.bpifrance.fr/Contactez-Bpifrance
AFD	Siège - Tel : +33 (0)1 53 44 31 31
Direction des douanes	Infos Douane Service : 0 811 20 44 44. Depuis l'étranger : +33 1 72 40 78 50
Ambassade du pays en France	Infos Douane Service, tél : 0 811 20 44 44. Depuis l'étranger : 01 72 40 78 50



Fiche Repères économiques Pays

Informations sur le pays - Relations bilatérales - Soutien aux entreprises



Indonésie

Informations sur le pays

Informations générales

Capitale	Jakarta	Chef du gouvernement*	Joko Widodo (20/10/2014)
Superficie	1 919 440 km ²	Niveau de revenu	Revenu intermédiaire inférieur
Population	249,9 millions d'hab.	IDH (2014)	Rang : 112 (IDH : 0.684)

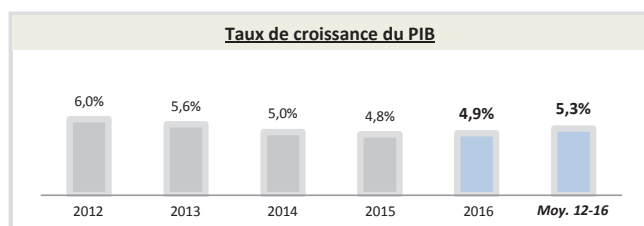
* ou Président / chef de l'Etat ; Sources : Banque Mondiale, PNUD

Indicateurs macro-économiques

	2012	2013	2014	2015	2016	Evolution 2015/16	Evolution/an 2012/16 ¹
PIB (Mds US\$ courant) (FMI)	919	915	891	859	941		
PIB par habitant (US\$) (FMI)	3 745	3 684	3 534	3 371	3 604	+6,9%	-0,9%
Taux de chômage (FMI)	6,1%	6,3%	5,9%	6,2%	5,6%	-9,4%	-2,3%
Solde commercial (Mds €) (GTA-GTIS)	-1,3	-3,2	-1,4	nd	nd		
Balance des paiements cour. (% du PIB) (FMI)	-3%	-3%	-3%	-2%	-1,8%		
Classement "Doing Business" (sur 189 pays)	129	128	117	114	109	+5 places	+20 places

Composition du PIB (Banque mondiale)	Service 42%	Industrie 42%	Sect. primaire 13%
--------------------------------------	-------------	---------------	--------------------

Source : FMI (Sauf Classement Doing Business : Banque mondiale et Solde commercial : GTA-GTIS) ; 1) Croissance par an sur la période 2012-2016 (Taux de croissance annuel moyen)



Source : FMI

Principaux partenaires commerciaux (2015)			
Fournisseurs		Clients	
1 ^{er}	Chine	1 ^{er}	Japon
2 ^{ème}	Singapour	2 ^{ème}	États-Unis
3 ^{ème}	Japon	3 ^{ème}	Chine
4 ^{ème}	Malaisie	4 ^{ème}	Singapour

Source : GTA-GTIS, WFB

Relation économique bilatérale

Echanges commerciaux

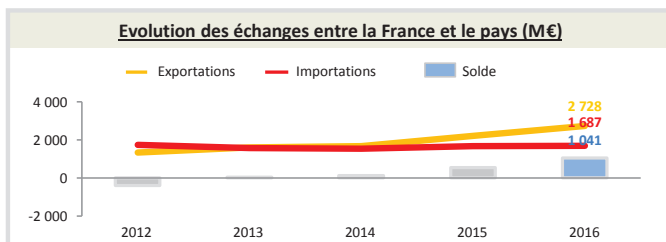
	2012	2013	2014	2015	2016	Evolution 2015/16	Evolution/an 2012/16 ¹
Exportations de la France (M€) (Douanes françaises)	1 336	1 607	1 662	2 211	2 728	+23%	+20%
Importations de la France (M€) (Douanes françaises)	1 743	1 575	1 540	1 675	1 687	+1%	-1%
Total des échanges (M€) (Douanes françaises)	3 080	3 182	3 202	3 885	4 415	+14%	+9%
Solde des échanges (M€) (Douanes françaises)	-407	33	122	536	1 041	ns	ns
Part de marché de la France (%) (GTA-GTIS / FMI)	0,9%	0,9%	0,8%	0,9%	nd	nd	nd

1) Croissance par an sur la période 2012-2016 (Taux de croissance annuel moyen)

Position du pays dans le commerce extérieur de la France

L'Indonésie est le 33^{ème} client de la France et son 13^{ème} excédent (2016). La France est le 22^{ème} fournisseur du pays et son 29^{ème} client (Source GTA-GTIS, 2015).

A l'échelle de la région Asie-Océanie, le pays est le 7^{ème} client de la France et son 4^{ème} excédent. Il représente 4,9% des exportations françaises dans la région.



Source : Douanes françaises

Structure des échanges

Premiers postes d'exportations vers le pays (2016, M€, % du total)

Poste 1	Secteur aéronautique et spatiale	1 941 (71%)
Poste 2	Equipements mécaniques, matériel électrique, électr	282 (10%)
Poste 3	Produits agricoles et des industries agroalimentaires	165 (6%)
Poste 4	Pharmacie, cosmétique, parfums	98 (4%)

Premiers postes d'importations à partir du pays (2016, M€, % du total)

Poste 1	Textiles, habillement, cuir et chaussures	565 (33%)
Poste 2	Equipements mécaniques, matériel électrique, €	497 (29%)
Poste 3	Produits agricoles et des industries agroaliment	238 (14%)
Poste 4	Produits manufacturés divers	159 (9%)

Investissements français et présence économique

- 1 924 entreprises françaises ont exporté vers le pays en 2015.
- 160 entreprises françaises sont implantées dans le pays. Elles représentent 45 000 emplois et un chiffre d'affaires évalué à 6 729 M€.
- Le stock d'investissement français dans le pays s'élève à 2 506 M€ en 2015. Il a connu une évolution de 10% par an entre 2011 et 2015 (données Banque de France)
- Les entreprises françaises employaient 28 VIE en novembre 2016 (-2 par rapport à 2015)

Investissements du pays en France

- Montant des investissements en France non disponible ou non significatif.
- 13 entreprises du pays sont implantées en France.

Tourisme

- Nombre de touristes du pays en France non disponible.

Soutien aux entreprises

Secteurs porteurs pour nos entreprises

L'Indonésie connaît des perspectives importantes de croissance (démographie, PIB...). Des investissements significatifs sont prévus particulièrement pour permettre la réalisation des infrastructures, de l'industrie d'aval et l'essor des secteurs de haute technologie, notamment dans les énergies renouvelables, la santé, les infrastructures immatérielles, et le développement urbain durable.
Priorité du commerce extérieur (47 pays). Famille prioritaire : Mieux vivre en ville

Outils financiers disponibles

Assurance crédit	pays ouvert	Financement FASEP	pays ouvert et prioritaire
Intervention AFD	pays éligible	Financement RPE	pays ouvert et prioritaire

Dispositif d'appui aux entreprises

Service économique, Chambre de commerce et d'industrie, CCEF, Bureau Business France, Bureau AFD

Contacts utiles

Localement

Ambassade (Appui transversal)	contact@ambafrance-id.org - + 62 (21) 23 55 76 00
Service économique (accès au marché, ...)	Tél : +62 21 259 88 100 - Email : emmanuelle.boulestreau@dgtresor.gouv.fr
Business France (Appui à l'internationalisation)	Export - Jean-Philippe ARVERT- jean-philippe.arvert@businessfrance.fr
Attaché douanier (Questions douanières)	Pas d'attaché douanier
CCIFE (Appui à l'implantation)	IFCCI - Tél : +62 (0)21 739 71 61 - Email : contacts@ifcci.com
CCEF (Parrainage/mentoring)	Philippe COURROUYAN - (62-21) 2902 6955 (société PT CLS Argos Indonesia)
French Tech Hub	Pas de French tech hub
Atout France (Appui sectoriel tourisme)	Nolwenn Carassou - nolwenn.carassou@atout-france.fr / Couvert depuis Singapour
Sopexa (Appui sectoriel agro-alimentaire)	Pas de couverture Sopexa
AFD (Financement / Développement)	Email : afdjakarta@afd.fr

En France

MAEDI / Direction géographique	Tel : +33 1 43 17 53 53 - Email : leo.laporte@diplomatie.gouv.fr
MAEDI / Direction des entreprises	Tel : +33 1 43 17 53 53 - Email : secretariat.dgm-deeit@diplomatie.gouv.fr
MINEFI / Direction générale du Trésor	Tel : +33 1 44 87 17 17 - Email : Tresor-communication@dgtresor.gouv.fr
Business France	Accueil Export Entreprise : 0 810 817 817 - Siège : + 33 1 40 73 30 00
CCI International	CCI France International : Tél : 01 40 69 37 60 - Courriel : infos@uccife.org
COFACE	Siège : 01 49 02 20 00 - Service Relation client : 0 825 125 125
BPI France	42 implantations sur le territoire : http://www.bpifrance.fr/Contactez-Bpifrance
AFD	Siège - Tel : +33 (0)1 53 44 31 31
Direction des douanes	Infos Douane Service : 0 811 20 44 44. Depuis l'étranger : +33 1 72 40 78 50
Ambassade du pays en France	Tel : 01.45.03.07.60, courriel : komparis@online.fr



Fiche Repères économiques Pays

Informations sur le pays - Relations bilatérales - Soutien aux entreprises

Laos



Informations sur le pays

Informations générales

Capitale	Vientiane	Chef du gouvernement*	Boungnang Vorachit (22/01/2016)
Superficie	236 800 km ²	Niveau de revenu (Banque Mondiale, 2016)	Revenu moyen inférieur
Population	6,8 millions d'hab.	IDH (2014)	Rang : 142 (IDH : 0.575)

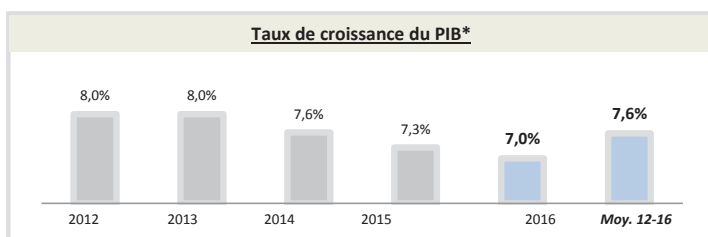
* ou Président / chef de l'Etat ; Sources : Banque Mondiale, PNUD

Indicateurs macro-économiques

	2012	2013	2014	2015	2016	Evolution 2015/16	Evolution/an 2012/16 ¹
PIB (Mds US\$*)	8	9	10	10	11	+7,0%	+7,5%
PIB par habitant (US\$)	1 589	1 839	2 018	2 159	2 353	+9%	+10%
Taux de chômage	1,3%	1,3%	1,3%	1,3%	1,4%	+8%	+2%
Solde commercial (Mns US\$)	-546	-508	-1342	-2250	nd	nd	nd
Balance des paiements courants (% du PIB)	-4,0%	-3,7%	-8,9%	-15,8%	-7,8%	-51%	+18%
Classement "Doing Business" (sur 189)	165	163	155	148	134	+14 places	+31 places

Composition du PIB	Service 41%	Industrie 31%	Agriculture 28%
--------------------	-------------	---------------	-----------------

Source : Banque mondiale (sauf Solde commercial : GTA-GTIS) ; 1) Croissance par an sur la période 2012-2016 (Taux de croissance annuel moyen)



Source : Banque Mondiale

Principaux partenaires commerciaux (2015)

Fournisseurs		Clients	
1 ^{er}	Thaïlande	1 ^{er}	Chine
2 ^{ème}	Chine	2 ^{ème}	Thaïlande
3 ^{ème}	Vietnam	3 ^{ème}	Vietnam
4 ^{ème}	nd	4 ^{ème}	nd

Source : GTA-GTIS, WFB

Relation économique bilatérale

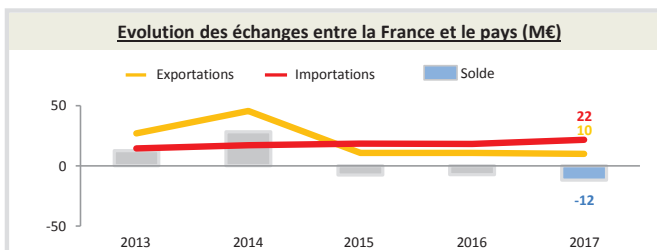
Echanges commerciaux

	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016/17	Evolution/an 2013/17 ¹
Exportations de la France (M€) (Douanes françaises)	27	45	11	11	10	-9%	-22%
Importations de la France (M€) (Douanes françaises)	14	17	18	18	22	+19%	+11%
Total des échanges (M€) (Douanes françaises)	41	63	29	29	31	+8%	-7%
Solde des échanges (M€) (Douanes françaises)	12	28	-8	-7	-12	ns	ns
Part de marché de la France (%) (GTA-GTIS / FMI)	0,0%	0,0%	0,0%	nd	nd	nd	nd

1) Croissance par an sur la période 2012-2016 (Taux de croissance annuel moyen)

Position du pays dans le commerce extérieur de la France (2017)

#N/A



Source : Douanes françaises

Structure des échanges

Premiers postes d'exportations vers le pays (2016, M€, % du total)

Poste	Description	Valeur (M€)	Pourcentage (%)
Poste 1	Equipements mécaniques, matériel électrique, électronique et	4	36%
Poste 2	Produits agricoles et des industries agroalimentaires	3	28%
Poste 3	Secteur aéronautique et spatiale	1	12%
Poste 4	Pharmacie, cosmétique, parfums	1	9%

Premiers postes d'importations à partir du pays (2016, M€, % du total)

Poste	Description	Valeur (M€)	Pourcentage (%)
Poste 1	Textiles, habillement, cuir et chaussures	11	59%
Poste 2	Produits agricoles et des industries agroalimentaires	7	38%
Poste 3	Pharmacie, cosmétique, parfums	0	2%
Poste 4	Produits manufacturés divers	0	1%

Investissements français et présence économique

- 182 entreprises françaises ont exporté vers le pays en 2015 (-31 par rapport à 2014).
- Information sur la présence d'entreprises françaises non disponible.
- Le stock d'investissement français dans le pays s'élève à 272 M€ en 2016. Il a connu une évolution de 15% par an entre 2012 et 2016 (données Banque de France).

Investissements du pays en France

- Montant des investissements en France non disponible ou non significatif.
- Information sur la présence d'entreprises du pays en France non disponible.

Soutien aux entreprises

Secteurs porteurs pour nos entreprises

Le pays offre quelques projets emblématiques par exemple dans l'énergie (hydroélectricité) ainsi que dans le secteur aéroportuaire et aéronautique.

Outils financiers disponibles

Assurance crédit	ouvert sous conditions	Financement FASEP	ouvert au cas par cas
Intervention AFD	éligible	Prêt du Trésor - Concessionnel	non éligible
		Prêt du Trésor - Non-concessionnel	fermé

Dispositif d'appui aux entreprises

Présence locale

● = présence du dispositif / ○ = suivi d'un pays tiers / X = pas de dispositif

Ambassade (Appui transversal)	●	consulat.vientiane-amba@diplomatie.gouv.fr - + 856 21 26 74 00
Service économique (accès au marché, ...)	○	https://www.tresor.economie.gouv.fr/Ressources/Pays
Business France (Appui à l'internationalisation)	X	--
Attaché douanier (Questions douanières)	X	--
CCI bilatérale (Appui à l'implantation)	X	--
CCEF (Parrainage/mentoring)	●	https://www.cncccf.org/10-annuaires.htm
French Tech Hub	X	--
Atout France (Appui sectoriel tourisme)	X	--
AFD (Financement / Développement)	●	https://www.afd.fr/fr/le-reseau-des-agences

En France

MEAE/ Direction géographique	Tel : +33 1 44 87 17 17 - Email : Tresor-communication@dgtresor.gouv.fr
MEAE / Direction des entreprises	Tel : +33 1 43 17 53 53 - Email : secretariat.dgm-deeit@diplomatie.gouv.fr
MINEFI / Direction générale du Trésor	Pas d'attaché douanier
Business France	Accueil Export Entreprise : 0 810 817 817 - Siège : + 33 1 40 73 30 00
CCI International	CCI France International : Tél : 01 40 69 37 60 - Courriel : infos@uccife.org
COFACE	Siège : 01 49 02 20 00 - Service Relation client : 0 825 125 125
BPI France	42 implantations sur le territoire : http://www.bpifrance.fr/Contactez-Bpifrance
AFD	Siège - Tel : +33 (0)1 53 44 31 31
Direction des douanes	Infos Douane Service : 0 811 20 44 44. Depuis l'étranger : +33 1 72 40 78 50
Ambassade du pays en France	Infos Douane Service, tél : 0 811 20 44 44. Depuis l'étranger : 01 72 40 78 50



Fiche Repères économiques Pays

Informations sur le pays - Relations bilatérales - Soutien aux entreprises

Malaisie



Informations sur le pays

Informations générales

Capitale	Kuala Lumpur	Chef du gouvernement*	Muhammad V (13/12/2016)
Superficie	329 750 km ²	Niveau de revenu (Banque Mondiale, 2016)	Revenu moyen supérieur
Population	29,7 millions d'hab.	IDH (2014)	Rang : 63 (IDH : 0.779)

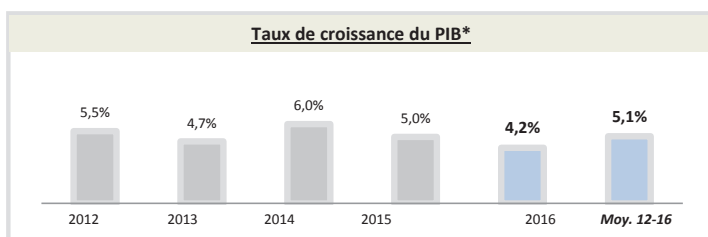
* ou Président / chef de l'Etat ; Sources : Banque Mondiale, PNUD

Indicateurs macro-économiques

	2012	2013	2014	2015	2016	Evolution 2015/16	Evolution/an 2012/16 ¹
PIB (Mds US\$*)	283	297	314	330	344	+4,2%	+5,0%
PIB par habitant (US\$)	10 780	10 882	11 184	9 649	9 508	-1%	-3%
Taux de chômage	3,0%	3,1%	2,9%	3,1%	3,5%	+13%	+4%
Solde commercial (Mns US\$)	33876	27540	31342	22724	20126	-11%	-12%
Balance des paiements courants (% du PIB)	5,2%	3,5%	4,4%	3,1%	2,3%	-24%	-18%
Classement "Doing Business" (sur 189)	18	12	20	18	18	0 place	0 place

Composition du PIB	Service 51%	Industrie 40%	Agriculture 9%
--------------------	-------------	---------------	----------------

Source : Banque mondiale (sauf Solde commercial : GTA-GTIS) ; 1) Croissance par an sur la période 2012-2016 (Taux de croissance annuel moyen)



Source : Banque Mondiale

Principaux partenaires commerciaux (2015)

Fournisseurs		Clients	
1 ^{er}	Chine	1 ^{er}	Singapour
2 ^{ème}	Singapour	2 ^{ème}	Chine
3 ^{ème}	États-Unis	3 ^{ème}	Japon
4 ^{ème}	Japon	4 ^{ème}	États-Unis

Source : GTA-GTIS, WFB

Relation économique bilatérale

Echanges commerciaux

	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016/17	Evolution/an 2013/17 ¹
Exportations de la France (M€) (Douanes françaises)	2 588	2 389	1 418	1 531	1 885	+23%	-8%
Importations de la France (M€) (Douanes françaises)	1 960	1 838	2 041	2 169	2 124	-2%	+2%
Total des échanges (M€) (Douanes françaises)	4 548	4 227	3 459	3 700	4 009	+8%	-3%
Solde des échanges (M€) (Douanes françaises)	628	552	-622	-638	-239	ns	ns
Part de marché de la France (%) (GTA-GTIS / FMI)	2,1%	1,8%	1,3%	nd	nd	nd	nd

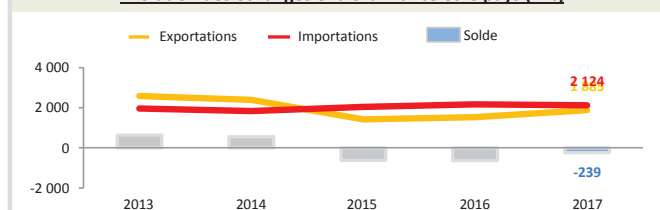
1) Croissance par an sur la période 2012-2016 (Taux de croissance annuel moyen)

Position du pays dans le commerce extérieur de la France (2017)

La Malaisie est le 42^{ème} client de la France et son 37^{ème} déficit. La France est le 16^{ème} fournisseur du pays et son 19^{ème} client (Source GTA-GTIS, 2015).

A l'échelle de la région Asie-Océanie, le pays est le 10^{ème} client de la France et son 9^{ème} déficit. Il représente 2,9% des exportations françaises dans la région.

Evolution des échanges entre la France et le pays (M€)



Source : Douanes françaises

Structure des échanges

Premiers postes d'exportations vers le pays (2016, M€, % du total)

Poste	Secteur	Valeur (M€)	Pourcentage (%)
Poste 1	Secteur aéronautique et spatiale	728	48%
Poste 2	Équipements mécaniques, matériel électrique, électronique et	351	23%
Poste 3	Produits agricoles et des industries agroalimentaires	145	9%
Poste 4	Pharmacie, cosmétique, parfums	89	6%

Premiers postes d'importations à partir du pays (2016, M€, % du total)

Poste	Secteur	Valeur (M€)	Pourcentage (%)
Poste 1	Équipements mécaniques, matériel électrique, é	1 456	67%
Poste 2	Produits en caoutchouc et en plastique, produit	134	6%
Poste 3	Secteur énergétique	122	6%
Poste 4	Produits manufacturés divers	111	5%

Investissements français et présence économique

- 3 207 entreprises françaises ont exporté vers le pays en 2015 (-78 par rapport à 2014).
- 258 entreprises françaises sont implantées dans le pays. Elles représentent 18 668 emplois et un chiffre d'affaires évalué à 4 000 M€.
- Le stock d'investissement français dans le pays s'élève à 492 M€ en 2016. Il a connu une évolution de 31% par an entre 2012 et 2016 (données Banque de France).
- Les entreprises françaises employaient 51 VIE en décembre 2016 (-4 par rapport à 2015)

Investissements du pays en France

- Le stock d'investissement du pays en France s'élève à 129 M€ en 2016. Il a connu une évolution de 5% par an entre 2012 et 2016.
- Le pays est le 56e investisseur en France (données Banque de France).
- 7 entreprises du pays sont implantées en France.

Soutien aux entreprises

Secteurs porteurs pour nos entreprises

La Malaisie a mis en place un Programme de transformation économique (ETP) centré sur 12 secteurs d'activités identifiés comme les futurs moteurs de croissance du pays. Des perspectives s'offrent dans les domaines des télécommunications et des biotechnologies, notamment au sein du pôle économique d'Iskandar. Compte tenu de sa situation géographique privilégiée, la Malaisie est une plate-forme pour distribuer dans les pays de l'Asean. La demande de biens de consommation progresse tant dans le domaine alimentaire (pain, viennoiserie, produits halals), que dans le domaine des cosmétiques et du luxe. Priorité du commerce extérieur (47 pays prioritaires)

Outils financiers disponibles

Assurance crédit	ouvert	Financement FASEP	ouvert
Intervention AFD	non éligible	Prêt du Trésor - Concessionnel	non éligible
		Prêt du Trésor - Non-concessionnel	ouvert

Dispositif d'appui aux entreprises

Présence locale

● = présence du dispositif / ○ = suivi d'un pays tiers / X = pas de dispositif

Ambassade (Appui transversal)	●	cad.kuala-lumpur-amba@diplomatie.gouv.fr - + 603 20 53 55 00
Service économique (accès au marché, ...)	●	https://www.tresor.economie.gouv.fr/Ressources/Pays
Business France (Appui à l'internationalisation)	●	http://export.businessfrance.fr/le-reseau-business-france-dans-le-monde.html
Attaché douanier (Questions douanières)	X	--
CCI bilatérale (Appui à l'implantation)	●	http://www.cci-france-international.org/un-reseau-mondial-d-experts/cartographie-interactive-c
CCEF (Parrainage/mentoring)	●	https://www.cncccf.org/10-annuaires.htm
French Tech Hub	X	--
Atout France (Appui sectoriel tourisme)	○	http://www.atout-france.fr/notre-reseau
AFD (Financement / Développement)	X	--

En France

MEAE/ Direction géographique	Tel : +33 1 44 87 17 17 - Email : Tresor-communication@dgtresor.gouv.fr
MEAE / Direction des entreprises	Tel : +33 1 43 17 53 53 - Email : secretariat.dgm-deeit@diplomatie.gouv.fr
MINEFI / Direction générale du Trésor	Pas d'attaché douanier
Business France	Accueil Export Entreprise : 0 810 817 817 - Siège : + 33 1 40 73 30 00
CCI International	CCI France International : Tél : 01 40 69 37 60 - Courriel : infos@uccife.org
COFACE	Siège : 01 49 02 20 00 - Service Relation client : 0 825 125 125
BPI France	42 implantations sur le territoire : http://www.bpifrance.fr/Contactez-Bpifrance
AFD	Siège - Tel : +33 (0)1 53 44 31 31
Direction des douanes	Infos Douane Service : 0 811 20 44 44. Depuis l'étranger : +33 1 72 40 78 50
Ambassade du pays en France	Infos Douane Service, tél : 0 811 20 44 44. Depuis l'étranger : 01 72 40 78 50



Fiche Repères économiques Pays

Informations sur le pays - Relations bilatérales - Soutien aux entreprises

Philippines



Informations sur le pays

Informations générales

Capitale	Manille	Chef du gouvernement*	Rodrigo Duterte (30/06/2016)
Superficie	300 000 km ²	Niveau de revenu (Banque Mondiale, 2016)	Revenu moyen inférieur
Population	98,4 millions d'hab.	IDH (2014)	Rang : 117 (IDH : 0.668)

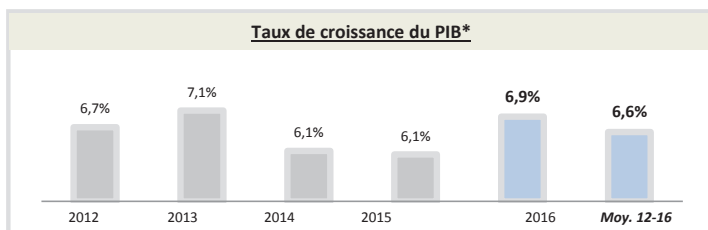
* ou Président / chef de l'Etat ; Sources : Banque Mondiale, PNUD

Indicateurs macro-économiques

	2012	2013	2014	2015	2016	Evolution 2015/16	Evolution/an 2012/16 ¹
PIB (Mds US\$*)	221	236	251	266	284	+6,9%	+6,5%
PIB par habitant (US\$)	2 582	2 760	2 843	2 878	2 951	+3%	+3%
Taux de chômage	7,0%	7,1%	6,6%	6,3%	5,5%	-13%	-6%
Solde commercial (Mns US\$)	-12747	-10647	-12754	-17854	-26955	+51%	+21%
Balance des paiements courants (% du PIB)	2,8%	4,2%	3,8%	2,5%	-0,3%	-113%	#NOMBRE!
Classement "Doing Business" (sur 189)	136	138	86	95	103	-8 places	+33 places

Composition du PIB	Service 57%	Industrie 31%	Agriculture 11%
--------------------	-------------	---------------	-----------------

Source : Banque mondiale (sauf Solde commercial : GTA-GTIS) ; 1) Croissance par an sur la période 2012-2016 (Taux de croissance annuel moyen)



Source : Banque Mondiale

Principaux partenaires commerciaux (2015)

Fournisseurs		Clients	
1 ^{er}	Chine	1 ^{er}	Japon
2 ^{ème}	États-Unis	2 ^{ème}	États-Unis
3 ^{ème}	Japon	3 ^{ème}	Chine
4 ^{ème}	Taiwan	4 ^{ème}	Hong-Kong

Source : GTA-GTIS, WFB

Relation économique bilatérale

Echanges commerciaux

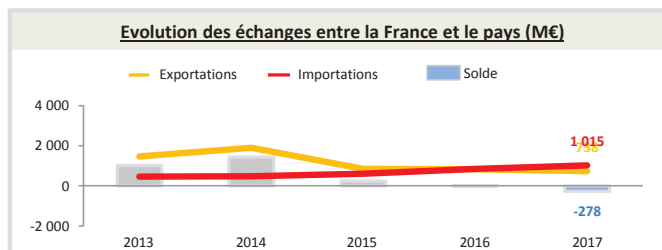
	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016/17	Evolution/an 2013/17 ¹
Exportations de la France (M€) (Douanes françaises)	1 459	1 895	839	818	738	-10%	-16%
Importations de la France (M€) (Douanes françaises)	462	469	602	845	1 015	+20%	+22%
Total des échanges (M€) (Douanes françaises)	1 921	2 364	1 441	1 664	1 753	+5%	-2%
Solde des échanges (M€) (Douanes françaises)	998	1 426	237	-27	-278	ns	ns
Part de marché de la France (%) (GTA-GTIS / FMI)	2,5%	3,5%	1,6%	nd	nd	nd	nd

1) Croissance par an sur la période 2012-2016 (Taux de croissance annuel moyen)

Position du pays dans le commerce extérieur de la France (2017)

Les Philippines sont le 59^{ème} client de la France et son 34^{ème} déficit. La France est le 14^{ème} fournisseur du pays et son 18^{ème} client (Source GTA-GTIS, 2015).

A l'échelle de la région Asie-Océanie, le pays est le 13^{ème} client de la France et son 8^{ème} déficit. Il représente 1,2% des exportations françaises dans la région.



Source : Douanes françaises

Structure des échanges

Premiers postes d'exportations vers le pays (2016, M€, % du total)

Poste	Secteur	Valeur (M€)	Pourcentage (%)
Poste 1	Secteur aéronautique et spatiale	381	47%
Poste 2	Équipements mécaniques, matériel électrique, électronique et	131	16%
Poste 3	Produits agricoles et des industries agroalimentaires	116	14%
Poste 4	Pharmacie, cosmétique, parfums	103	13%

Premiers postes d'importations à partir du pays (2016, M€, % du total)

Poste	Secteur	Valeur (M€)	Pourcentage (%)
Poste 1	Équipements mécaniques, matériel électrique, €	491	58%
Poste 2	Secteur aéronautique et spatiale	123	15%
Poste 3	Textiles, habillement, cuir et chaussures	62	7%
Poste 4	Produits manufacturés divers	58	7%

Investissements français et présence économique

- 1 774 entreprises françaises ont exporté vers le pays en 2015 (+61 par rapport à 2014).
- 123 entreprises françaises sont implantées dans le pays. Elles représentent 26 645 emplois et un chiffre d'affaires évalué à 1 741 M€.
- Le stock d'investissement français dans le pays s'élève à 1 029 M€ en 2016. Il a connu une évolution de 7% par an entre 2012 et 2016 (données Banque de France).
- Les entreprises françaises employaient 15 VIE en décembre 2016 (-5 par rapport à 2015)

Investissements du pays en France

- Le stock d'investissement du pays en France s'élève à 1 202 M€ en 2016. Il a connu une évolution de 84% par an entre 2012 et 2016.
- Le pays est le 25e investisseur en France (données Banque de France).
- Information sur la présence d'entreprises du pays en France non disponible.

Soutien aux entreprises

Secteurs porteurs pour nos entreprises

Les Philippines, qui souhaitent combler leur manque d'infrastructures, ont développé un important programme de PPP (notamment transports, énergie, développement urbain). Avec l'émergence d'une classe moyenne et une consommation interne soutenue par les remittances des travailleurs migrants (20 Mds USD/an, soit environ 7% du PIB), des perspectives importantes existent également dans le secteur des biens de consommation (produits agroalimentaires et pharmaceutiques).
Priorité du commerce extérieur (47 pays prioritaires)

Outils financiers disponibles

Assurance crédit	ouvert	Financement FASEP	ouvert
Intervention AFD	éligible	Prêt du Trésor - Concessionnel	ouvert
		Prêt du Trésor - Non-concessionnel	ouvert

Dispositif d'appui aux entreprises

Présence locale

● = présence du dispositif / ○ = suivi d'un pays tiers / X = pas de dispositif

Ambassade (Appui transversal)	●	admin-francais.manille-amba@diplomatie.gouv.fr - + 63 (2) 857 69 00
Service économique (accès au marché, ...)	●	https://www.tresor.economie.gouv.fr/Ressources/Pays
Business France (Appui à l'internationalisation)	●	http://export.businessfrance.fr/le-reseau-business-france-dans-le-monde.html
Attaché douanier (Questions douanières)	X	--
CCI bilatérale (Appui à l'implantation)	●	http://www.cci-france-international.org/un-reseau-mondial-d-experts/cartographie-interactive-c
CCEF (Parrainage/mentoring)	●	https://www.cncccf.org/10-annuaires.htm
French Tech Hub	X	--
Atout France (Appui sectoriel tourisme)	X	--
AFD (Financement / Développement)	X	--

En France

MEAE/ Direction géographique	Tel : +33 1 44 87 17 17 - Email : Tresor-communication@dgtresor.gouv.fr
MEAE / Direction des entreprises	Tel : +33 1 43 17 53 53 - Email : secretariat.dgm-deeit@diplomatie.gouv.fr
MINEFI / Direction générale du Trésor	Pas d'attaché douanier
Business France	Accueil Export Entreprise : 0 810 817 817 - Siège : + 33 1 40 73 30 00
CCI International	CCI France International : Tél : 01 40 69 37 60 - Courriel : infos@uccife.org
COFACE	Siège : 01 49 02 20 00 - Service Relation client : 0 825 125 125
BPI France	42 implantations sur le territoire : http://www.bpifrance.fr/Contactez-Bpifrance
AFD	Siège - Tel : +33 (0)1 53 44 31 31
Direction des douanes	Infos Douane Service : 0 811 20 44 44. Depuis l'étranger : +33 1 72 40 78 50
Ambassade du pays en France	Infos Douane Service, tél : 0 811 20 44 44. Depuis l'étranger : 01 72 40 78 50



Fiche Repères économiques Pays

Informations sur le pays - Relations bilatérales - Soutien aux entreprises

Singapour



Informations sur le pays

Informations générales

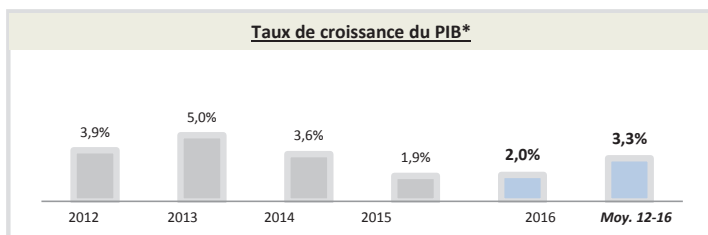
Capitale	Singapour	Chef du gouvernement*	Halimah Yacob (14/09/2017)
Superficie	716 km ²	Niveau de revenu (Banque Mondiale, 2016)	Revenu élevé
Population	5,4 millions d'hab.	IDH (2014)	Rang : 11 (IDH : 0.912)

* ou Président / chef de l'Etat ; Sources : Banque Mondiale, PNUD

Indicateurs macro-économiques

	2012	2013	2014	2015	2016	Evolution 2015/16	Evolution/an 2012/16 ¹
PIB (Mds US\$*)	261	274	284	289	295	+2,0%	+3,1%
PIB par habitant (US\$)	54 431	56 029	56 336	53 630	52 962	-1%	-1%
Taux de chômage	2,8%	2,8%	2,8%	1,7%	1,8%	+6%	-10%
Solde commercial (Mns US\$)	67707	67649	75696	76942	76848	-0%	+3%
Balance des paiements courants (% du PIB)	17,4%	16,9%	19,7%	18,1%	19,0%	+5%	+2%
Classement "Doing Business" (sur 189)	1	1	1	1	1	0 place	0 place
Composition du PIB	Service 75%				Industrie 25%		Agriculture 0%

Source : Banque mondiale (sauf Solde commercial : GTA-GTIS) ; 1) Croissance par an sur la période 2012-2016 (Taux de croissance annuel moyen)



Source : Banque Mondiale

Principaux partenaires commerciaux (2015)

Fournisseurs		Clients	
1 ^{er}	Chine	1 ^{er}	Chine
2 ^{ème}	Malaisie	2 ^{ème}	Hong-Kong
3 ^{ème}	États-Unis	3 ^{ème}	Malaisie
4 ^{ème}	Taiwan	4 ^{ème}	Indonésie

Source : GTA-GTIS, WFB

Relation économique bilatérale

Echanges commerciaux

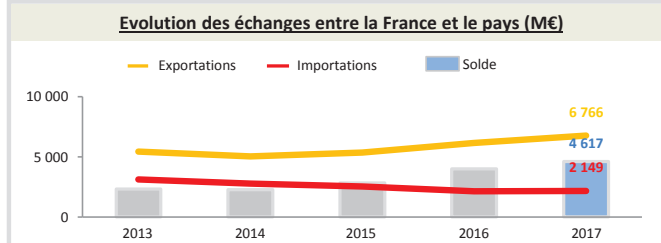
	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016/17	Evolution/an 2013/17 ¹
Exportations de la France (M€) (Douanes françaises)	5 424	5 037	5 346	6 145	6 766	+10%	+6%
Importations de la France (M€) (Douanes françaises)	3 120	2 781	2 529	2 140	2 149	+0%	-9%
Total des échanges (M€) (Douanes françaises)	8 544	7 818	7 875	8 285	8 916	+8%	+1%
Solde des échanges (M€) (Douanes françaises)	2 304	2 255	2 817	4 005	4 617	+15%	+19%
Part de marché de la France (%) (GTA-GTIS / FMI)	2,2%	2,2%	2,5%	nd	nd	nd	nd

1) Croissance par an sur la période 2012-2016 (Taux de croissance annuel moyen)

Position du pays dans le commerce extérieur de la France (2017)

Singapour est le 11^{ème} client de la France et son 2^{ème} excédent. La France est le 12^{ème} fournisseur du pays et son 20^{ème} client (Source GTA-GTIS, 2015).

A l'échelle de la région Asie-Océanie, le pays est le 2^{ème} client de la France et son 2^{ème} excédent. Il représente 10,6% des exportations françaises dans la région.



Source : Douanes françaises

Structure des échanges

Premiers postes d'exportations vers le pays (2016, M€, % du total)

Poste	Secteur	Valeur (M€)	Pourcentage (%)
Poste 1	Secteur aéronautique et spatiale	1 412	(23%)
Poste 2	Équipements mécaniques, matériel électrique, électronique et	1 256	(20%)
Poste 3	Textiles, habillement, cuir et chaussures	903	(15%)
Poste 4	Produits agricoles et des industries agroalimentaires	903	(15%)

Premiers postes d'importations à partir du pays (2016, M€, % du total)

Poste	Secteur	Valeur (M€)	Pourcentage (%)
Poste 1	Pharmacie, cosmétique, parfums	818	(38%)
Poste 2	Équipements mécaniques, matériel électrique, et	686	(32%)
Poste 3	Secteur énergétique	285	(13%)
Poste 4	Secteur aéronautique et spatiale	129	(6%)

Investissements français et présence économique

- 6 081 entreprises françaises ont exporté vers le pays en 2015 (+86 par rapport à 2014).
- 574 entreprises françaises sont implantées dans le pays. Elles représentent 31 142 emplois et un chiffre d'affaires évalué à 20 657 M€.
- Le stock d'investissement français dans le pays s'élève à 11 661 M€ en 2016. Il a connu une évolution de 9% par an entre 2012 et 2016 (données Banque de France).
- Les entreprises françaises employaient 270 VIE en décembre 2016 (+9 par rapport à 2015)

Investissements du pays en France

- Le stock d'investissement du pays en France s'élève à 1 013 M€ en 2016. Il a connu une évolution de 6% par an entre 2012 et 2016.
- Le pays est le 28e investisseur en France (données Banque de France).
- 38 entreprises du pays sont implantées en France.

Soutien aux entreprises

Secteurs porteurs pour nos entreprises

Singapour présente un fort potentiel de croissance dans les secteurs de consommation courante (agro-alimentaire, santé, biens de consommation) ainsi que dans l'énergie/pétrochimie, dans le secteur aéronautique (maintenance aéronautique), dans les services aux entreprises. De nouvelles perspectives existent aussi dans le domaine de la ville durable notamment en matière d'infrastructures de transport urbains (projets de métro, tramways) et extra urbains (ligne à grande vitesse entre Singapour et Kuala Lumpur). Le domaine du numérique est aussi porteur (jeux vidéos).
Priorité du commerce extérieur (47 pays). Famille prioritaire : Mieux se nourrir

Outils financiers disponibles

Assurance crédit	ouvert	Financement FASEP	non éligible
Intervention AFD	non éligible	Prêt du Trésor - Concessionnel	non éligible
		Prêt du Trésor - Non-concessionnel	ouvert

Dispositif d'appui aux entreprises

Présence locale

● = présence du dispositif / ○ = suivi d'un pays tiers / X = pas de dispositif

Ambassade (Appui transversal)	●	consulat.singapour-amba@diplomatie.gouv.fr - + 65 68 80 78 00
Service économique (accès au marché, ...)	●	https://www.tresor.economie.gouv.fr/Ressources/Pays
Business France (Appui à l'internationalisation)	●	http://export.businessfrance.fr/le-reseau-business-france-dans-le-monde.html
Attaché douanier (Questions douanières)	X	--
CCI bilatérale (Appui à l'implantation)	●	http://www.cci-france-international.org/un-reseau-mondial-d-experts/cartographie-interactive-c
CCEF (Parrainage/mentoring)	●	https://www.cncccf.org/10-annuaires.htm
French Tech Hub	X	--
Atout France (Appui sectoriel tourisme)	●	http://www.atout-france.fr/notre-reseau
AFD (Financement / Développement)	X	--

En France

MEAE/ Direction géographique	Tel : +33 1 44 87 17 17 - Email : Tresor-communication@dgtresor.gouv.fr
MEAE / Direction des entreprises	Tel : +33 1 43 17 53 53 - Email : secretariat.dgm-deeit@diplomatie.gouv.fr
MINEFI / Direction générale du Trésor	Chine -Tél : +86 10 65 90 13 35 - Email : pekin.douane@dgtresor.gouv.fr
Business France	Accueil Export Entreprise : 0 810 817 817 - Siège : + 33 1 40 73 30 00
CCI International	CCI France International : Tél : 01 40 69 37 60 - Courriel : infos@uccife.org
COFACE	Siège : 01 49 02 20 00 - Service Relation client : 0 825 125 125
BPI France	42 implantations sur le territoire : http://www.bpifrance.fr/Contactez-Bpifrance
AFD	Siège - Tel : +33 (0)1 53 44 31 31
Direction des douanes	Infos Douane Service : 0 811 20 44 44. Depuis l'étranger : +33 1 72 40 78 50
Ambassade du pays en France	Infos Douane Service, tél : 0 811 20 44 44. Depuis l'étranger : 01 72 40 78 50



Fiche Repères économiques Pays

Informations sur le pays - Relations bilatérales - Soutien aux entreprises



Thaïlande

Informations sur le pays

Informations générales

Capitale	Bangkok	Chef du gouvernement*	Prayuth Chan-ocha (22/05/2014)
Superficie	514 000 km ²	Niveau de revenu (Banque Mondiale, 2016)	Revenu moyen supérieur
Population	67,0 millions d'hab.	IDH (2014)	Rang : 94 (IDH : 0.726)

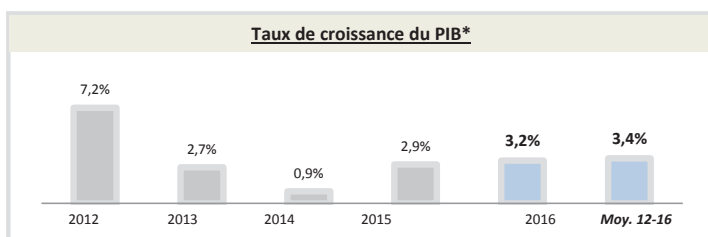
* ou Président / chef de l'Etat ; Sources : Banque Mondiale, PNUD

Indicateurs macro-économiques

	2012	2013	2014	2015	2016	Evolution 2015/16	Evolution/an 2012/16 ¹
PIB (Mds US\$*)	369	379	382	394	406	+3,2%	+2,5%
PIB par habitant (US\$)	5 860	6 171	5 942	5 815	5 911	+2%	+0%
Taux de chômage	0,6%	0,8%	0,8%	1,0%	0,9%	-10%	+11%
Solde commercial (Mns US\$)	4160	11429	27552	46082	61131	+33%	+96%
Balance des paiements courants (% du PIB)	-0,4%	-1,2%	3,7%	8,0%	11,9%	+47%	#NOMBRE!
Classement "Doing Business" (sur 189)	17	18	28	26	49	-23 places	-32 places

Composition du PIB	Service 53%	Industrie 37%	Agriculture 10%
--------------------	-------------	---------------	-----------------

Source : Banque mondiale (sauf Solde commercial : GTA-GTIS) ; 1) Croissance par an sur la période 2012-2016 (Taux de croissance annuel moyen)



Source : Banque Mondiale

Principaux partenaires commerciaux (2015)

Fournisseurs		Clients	
1 ^{er}	Chine	1 ^{er}	États-Unis
2 ^{ème}	Japon	2 ^{ème}	Chine
3 ^{ème}	États-Unis	3 ^{ème}	Japon
4 ^{ème}	Malaisie	4 ^{ème}	Hong-Kong

Source : GTA-GTIS, WFB

Relation économique bilatérale

Echanges commerciaux

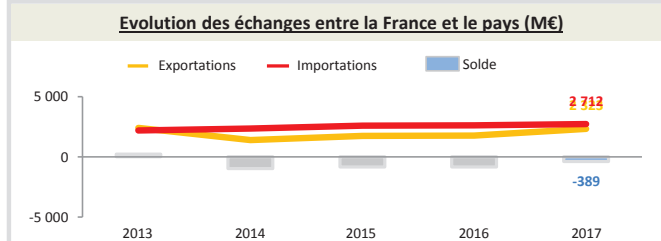
	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016/17	Evolution/an 2013/17 ¹
Exportations de la France (M€) (Douanes françaises)	2 394	1 373	1 732	1 745	2 323	+33%	-1%
Importations de la France (M€) (Douanes françaises)	2 190	2 348	2 588	2 600	2 712	+4%	+5%
Total des échanges (M€) (Douanes françaises)	4 584	3 721	4 320	4 346	5 035	+16%	+2%
Solde des échanges (M€) (Douanes françaises)	205	-974	-856	-855	-389	ns	ns
Part de marché de la France (%) (GTA-GTIS / FMI)	1,7%	1,1%	1,4%	nd	nd	nd	nd

1) Croissance par an sur la période 2012-2016 (Taux de croissance annuel moyen)

Position du pays dans le commerce extérieur de la France (2017)

La Thaïlande est le 37^{ème} client de la France et son 30^{ème} déficit. La France est le 18^{ème} fournisseur du pays et son 25^{ème} client (Source GTA-GTIS, 2015).

A l'échelle de la région Asie-Océanie, le pays est le 9^{ème} client de la France et son 6^{ème} déficit. Il représente 3,6% des exportations françaises dans la région.



Source : Douanes françaises

Structure des échanges

Premiers postes d'exportations vers le pays (2016, M€, % du total)

Poste	Secteur	Valeur (M€)	Pourcentage (%)
Poste 1	Secteur aéronautique et spatiale	646	37%
Poste 2	Équipements mécaniques, matériel électrique, électronique et	308	18%
Poste 3	Produits agricoles et des industries agroalimentaires	218	13%
Poste 4	Pharmacie, cosmétique, parfums	173	10%

Premiers postes d'importations à partir du pays (2016, M€, % du total)

Poste	Secteur	Valeur (M€)	Pourcentage (%)
Poste 1	Équipements mécaniques, matériel électrique, é	1 016	39%
Poste 2	Produits manufacturés divers	475	18%
Poste 3	Produits agricoles et des industries agroalimentaires	351	13%
Poste 4	Textiles, habillement, cuir et chaussures	232	9%

Investissements français et présence économique

- 3 817 entreprises françaises ont exporté vers le pays en 2015 (-43 par rapport à 2014).
- 259 entreprises françaises sont implantées dans le pays. Elles représentent 63 287 emplois et un chiffre d'affaires évalué à 9 272 M€.
- Le stock d'investissement français dans le pays s'élève à 1 718 M€ en 2016. Il a connu une évolution de -4% par an entre 2012 et 2016 (données Banque de France).
- Les entreprises françaises employaient 66 VIE en décembre 2016 (-7 par rapport à 2015)

Investissements du pays en France

- Montant des investissements en France non disponible ou non significatif.
- Information sur la présence d'entreprises du pays en France non disponible.

Soutien aux entreprises

Secteurs porteurs pour nos entreprises

La Thaïlande a lancé un ambitieux programme d'investissements (2013-2020) dans les transports, qui vise à désengorger la capitale et à désenclaver les régions du Nord et de l'Est du pays (modernisation du réseau ferroviaire, projets aéroportuaires), l'énergie et les télécommunications. La Thaïlande se positionne en « plateforme logistique régionale de l'ASEAN ». Le secteur du tourisme connaît une forte croissance. Priorité du commerce extérieur (47 pays prioritaires)

Outils financiers disponibles

Assurance crédit	ouvert	Financement FASEP	ouvert
Intervention AFD	éligible	Prêt du Trésor - Concessionnel	non éligible
		Prêt du Trésor - Non-concessionnel	ouvert

Dispositif d'appui aux entreprises

Présence locale

● = présence du dispositif / ○ = suivi d'un pays tiers / X = pas de dispositif

Ambassade (Appui transversal)	●	ambassade@ambafrance-th.org - + 66 26 57 51 00
Service économique (accès au marché, ...)	●	https://www.tresor.economie.gouv.fr/Ressources/Pays
Business France (Appui à l'internationalisation)	●	http://export.businessfrance.fr/le-reseau-business-france-dans-le-monde.html
Attaché douanier (Questions douanières)	X	--
CCI bilatérale (Appui à l'implantation)	●	http://www.cci-france-international.org/un-reseau-mondial-d-experts/cartographie-interactive-c
CCEF (Parrainage/mentoring)	●	https://www.cncccf.org/10-annuaires.htm
French Tech Hub	X	--
Atout France (Appui sectoriel tourisme)	○	http://www.atout-france.fr/notre-reseau
AFD (Financement / Développement)	●	https://www.afd.fr/fr/le-reseau-des-agences

En France

MEAE/ Direction géographique	Tel : +33 1 44 87 17 17 - Email : Tresor-communication@dgtresor.gouv.fr
MEAE / Direction des entreprises	Tel : +33 1 43 17 53 53 - Email : secretariat.dgm-deeit@diplomatie.gouv.fr
MINEFI / Direction générale du Trésor	Pas d'attaché douanier
Business France	Accueil Export Entreprise : 0 810 817 817 - Siège : + 33 1 40 73 30 00
CCI International	CCI France International : Tél : 01 40 69 37 60 - Courriel : infos@uccife.org
COFACE	Siège : 01 49 02 20 00 - Service Relation client : 0 825 125 125
BPI France	42 implantations sur le territoire : http://www.bpifrance.fr/Contactez-Bpifrance
AFD	Siège - Tel : +33 (0)1 53 44 31 31
Direction des douanes	Infos Douane Service : 0 811 20 44 44. Depuis l'étranger : +33 1 72 40 78 50
Ambassade du pays en France	Infos Douane Service, tél : 0 811 20 44 44. Depuis l'étranger : 01 72 40 78 50



Fiche Repères économiques Pays

Informations sur le pays - Relations bilatérales - Soutien aux entreprises

Vietnam



Informations sur le pays

Informations générales

Capitale	Hanoï	Chef du gouvernement*	Nguyễn Phú Trọng (19/01/2011)
Superficie	329 560 km ²	Niveau de revenu (Banque Mondiale, 2016)	Revenu moyen inférieur
Population	89,7 millions d'hab.	IDH (2014)	Rang : 120 (IDH : 0.666)

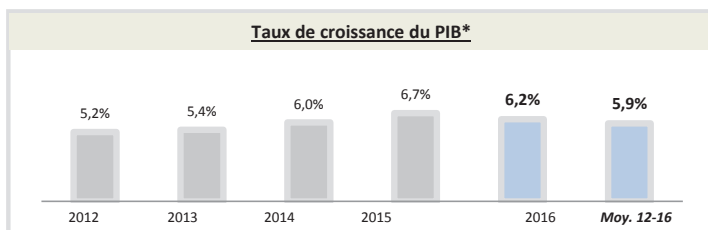
* ou Président / chef de l'Etat ; Sources : Banque Mondiale, PNUD

Indicateurs macro-économiques

	2012	2013	2014	2015	2016	Evolution 2015/16	Evolution/an 2012/16 ¹
PIB (Mds US\$*)	130	137	145	155	164	+6,2%	+6,1%
PIB par habitant (US\$)	1 755	1 908	2 052	2 107	2 214	+5%	+6%
Taux de chômage	1,8%	2,0%	1,9%	2,1%	2,2%	+5%	+5%
Solde commercial (Mns US\$)	8483	5603	8176	2146	4607	+115%	-14%
Balance des paiements courants (% du PIB)	6,1%	4,5%	5,0%	0,5%	4,0%	+756%	-10%
Classement "Doing Business" (sur 189)	98	99	72	78	90	-12 places	+8 places

Composition du PIB	Service 39%	Industrie 33%	Agriculture 18%
--------------------	-------------	---------------	-----------------

Source : Banque mondiale (sauf Solde commercial : GTA-GTIS) ; 1) Croissance par an sur la période 2012-2016 (Taux de croissance annuel moyen)



Source : Banque Mondiale

Principaux partenaires commerciaux (2015)

Fournisseurs		Clients	
1 ^{er}	Chine	1 ^{er}	États-Unis
2 ^{ème}	Corée du sud	2 ^{ème}	Japon
3 ^{ème}	Japon	3 ^{ème}	Chine
4 ^{ème}	Taiwan	4 ^{ème}	nd

Source : GTA-GTIS, WFB

Relation économique bilatérale

Echanges commerciaux

	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016/17	Evolution/an 2013/17 ¹
Exportations de la France (M€) (Douanes françaises)	704	764	1 417	1 487	1 604	+8%	+23%
Importations de la France (M€) (Douanes françaises)	2 833	3 069	4 075	4 513	5 161	+14%	+16%
Total des échanges (M€) (Douanes françaises)	3 537	3 833	5 491	6 000	6 766	+13%	+18%
Solde des échanges (M€) (Douanes françaises)	-2 130	-2 304	-2 658	-3 027	-3 557	ns	ns
Part de marché de la France (%) (GTA-GTIS / FMI)	0,8%	0,8%	0,8%	nd	nd	nd	nd

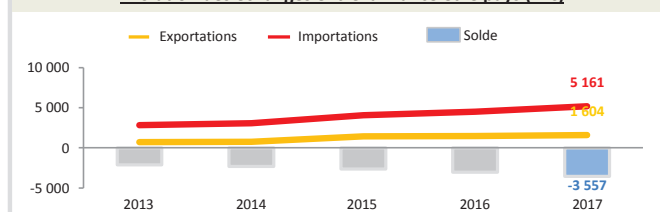
1) Croissance par an sur la période 2012-2016 (Taux de croissance annuel moyen)

Position du pays dans le commerce extérieur de la France (2017)

Le Vietnam est le 47^{ème} client de la France et son 8^{ème} déficit.

A l'échelle de la région Asie-Océanie, le pays est le 12^{ème} client de la France et son 3^{ème} déficit. Il représente 2,5% des exportations françaises dans la région.

Evolution des échanges entre la France et le pays (M€)



Source : Douanes françaises

Structure des échanges

Premiers postes d'exportations vers le pays (2016, M€, % du total)

Poste	Secteur	Valeur (M€)	Pourcentage (%)
Poste 1	Secteur aéronautique et spatiale	710	48%
Poste 2	Pharmacie, cosmétique, parfums	274	18%
Poste 3	Produits agricoles et des industries agroalimentaires	195	13%
Poste 4	Equipements mécaniques, matériel électrique, électronique et	138	9%

Premiers postes d'importations à partir du pays (2016, M€, % du total)

Poste	Secteur	Valeur (M€)	Pourcentage (%)
Poste 1	Textiles, habillement, cuir et chaussures	1 891	42%
Poste 2	Equipements mécaniques, matériel électrique, é	1 739	39%
Poste 3	Produits agricoles et des industries agroalimentaires	345	8%
Poste 4	Produits manufacturés divers	266	6%

Investissements français et présence économique

- 2 480 entreprises françaises ont exporté vers le pays en 2015 (+93 par rapport à 2014).
- 149 entreprises françaises sont implantées dans le pays. Elles représentent 32 852 emplois et un chiffre d'affaires évalué à 1 739 M€.
- Le stock d'investissement français dans le pays s'élève à 884 M€ en 2016. Il a connu une évolution de 21% par an entre 2012 et 2016 (données Banque de France).
- Les entreprises françaises employaient 54 VIE en décembre 2016 (-9 par rapport à 2015)

Investissements du pays en France

- Montant des investissements en France non disponible ou non significatif.
- Information sur la présence d'entreprises du pays en France non disponible.

Soutien aux entreprises

Secteurs porteurs pour nos entreprises

Les produits pharmaceutiques et agroalimentaires sont des marchés en pleine expansion (+17 % pour le marché des médicaments en 2013) mais faisant l'objet d'obstacles tarifaires et non tarifaires importants (un accord de libre-échange UE-Vietnam, en négociation depuis 2012, doit permettre d'avancer sur les questions d'accès au marché).

Le Vietnam présente également un fort potentiel dans les secteurs de l'énergie, des transports (notamment transports urbains et ferroviaires) et du tourisme.

Priorité du commerce extérieur (47 pays). Famille prioritaire : Mieux vivre en ville

Outils financiers disponibles

Assurance crédit	ouvert	Financement FASEP	ouvert
Intervention AFD	éligible	Prêt du Trésor - Concessionnel	ouvert
		Prêt du Trésor - Non-concessionnel	ouvert

Dispositif d'appui aux entreprises

Présence locale

● = présence du dispositif / ○ = suivi d'un pays tiers / X = pas de dispositif

Ambassade (Appui transversal)	●	ambafrance.hanoi@diplomatie.gouv.fr - + 84 (4) 3 944 57 00
Service économique (accès au marché, ...)	●	https://www.tresor.economie.gouv.fr/Ressources/Pays
Business France (Appui à l'internationalisation)	●	http://export.businessfrance.fr/le-reseau-business-france-dans-le-monde.html
Attaché douanier (Questions douanières)	X	--
CCI bilatérale (Appui à l'implantation)	●	http://www.cci-france-international.org/un-reseau-mondial-d-experts/cartographie-interactive-c
CCEF (Parrainage/mentoring)	●	https://www.cncccf.org/10-annuaires.htm
French Tech Hub	●	http://hubs.lafrenchtech.com/
Atout France (Appui sectoriel tourisme)	X	--
AFD (Financement / Développement)	●	https://www.afd.fr/fr/le-reseau-des-agences

En France

MEAE/ Direction géographique	Tel : +33 1 44 87 17 17 - Email : Tresor-communication@dgtresor.gouv.fr
MEAE / Direction des entreprises	Tel : +33 1 43 17 53 53 - Email : secretariat.dgm-deeit@diplomatie.gouv.fr
MINEFI / Direction générale du Trésor	Pas d'attaché douanier
Business France	Accueil Export Entreprise : 0 810 817 817 - Siège : + 33 1 40 73 30 00
CCI International	CCI France International : Tél : 01 40 69 37 60 - Courriel : infos@uccife.org
COFACE	Siège : 01 49 02 20 00 - Service Relation client : 0 825 125 125
BPI France	42 implantations sur le territoire : http://www.bpifrance.fr/Contactez-Bpifrance
AFD	Siège - Tel : +33 (0)1 53 44 31 31
Direction des douanes	Infos Douane Service : 0 811 20 44 44. Depuis l'étranger : +33 1 72 40 78 50
Ambassade du pays en France	Infos Douane Service, tél : 0 811 20 44 44. Depuis l'étranger : 01 72 40 78 50