

LE MOCI

Le moniteur du

commerce

international

lemoci.com

Finance

Alerte à la délinquance
économique
dans vos filiales

Mocity

Un réseau pour
le « mille feuilles »

Algérie

L'enjeu de la
réindustrialisation



Solutions Internationales CIC

QUAND ON
OBTIENT DES
RÉPONSES PRÉCISES
C'EST PLUS SIMPLE
DE **VISER LOIN.**

AIDEXPORT CIC.

Un réseau d'experts dédié au développement des entreprises à l'étranger.

Grâce à sa connaissance du terrain et à son réseau d'experts présent dans plus de 40 pays, le CIC vous accompagne dans l'élaboration et la mise en œuvre de votre stratégie à l'étranger. De l'analyse des marchés cibles en passant par le choix des bons partenaires, le CIC est à vos côtés à toutes les étapes de votre développement international.



Parce que le monde bouge.

Mocity (suite)

Un réseau pour le « mille feuilles »

Notre suggestion de créer un réseau social destiné aux professionnels Français, francophones et francophiles du Commerce International, nous a déjà valu pas mal de réactions – en général positives –.

Une partie des questions portait sur l'identité des parrains-fondateurs du réseau et notamment sur cette idée que le réseau ne saurait être mis sous tutelle de qui que ce soit. Cette condition étant l'essence même de son existence, la condition de sa réussite.

Pour autant, il est indispensable que tous les acteurs du cadre institutionnel trouvent très vite l'usage qu'ils peuvent faire d'un tel réseau. Qu'ils comprennent que leur vitrine y sera en bonne place et que cet outil doit être compris et utilisé comme un renfort, un moyen de booster l'efficacité de l'actuel dispositif tout en rendant plus digeste et performant le fameux mille feuilles des aides à l'international que la mission, confiée à Messieurs Jacques Desponts et Alain Bentejac, suspecte de manquer d'efficacité, tout en coûtant fort cher.

Mocity, dont je rappelle qu'il s'agit toujours d'un nom de code, n'ambitionne donc pas de devenir la mille et unième feuille du mille feuilles, mais plutôt le lieu, où ce feuilletage complexe sera à disposition de chacun. Une « pâtisserie » planétaire dont le client – et c'est le plus important – sera roi. Pour plus de simplicité et d'efficacité.

V. L.

SOMMAIRE

MOCITY

3 • Un réseau pour le « mille feuilles »

PLANÈTE

4 • Revue de sens
• Tableau de bord du commerce international
• The good ideas

PAYS & MARCHÉS

Foires & salons

34 Agenda

Pays

38 Corée du Sud /UE : les premiers résultats de l'ALE sont jugés « encourageants »

Appels d'offres & projets

72 Appels d'offres, projets industriels

FINANCE

45 Alerte à la délinquance économique dans vos filiales

JURIDIQUE, DOUANE & FISCALITÉ

Réglementation

48 Brèves réglementaires

EN COUVERTURE

12 **ALGÉRIE**
L'enjeu de la réindustrialisation

16 **Entreprises**
La France joue la carte du partenariat

18 **Témoignage**
Péters Surgical « soigne » son marché

20 **Secteurs porteurs**
• Les grands projets structurants
• Des filières industrielles à développer

22 **Focus sur la construction**

Le BTP boosté par la demande sociale

24 **Focus sur l'agro-alimentaire**
Les français investissent dans toute la filière

25 **Focus les énergies renouvelables**
Alger invite à développer le solaire et l'éolien

26 **Environnement des affaires**
Ce que les investisseurs doivent savoir

28 **Réglementation**
Ce qu'il faut savoir s'implanter et investir

31 **Pratique**

LE MOCI

ÉDITEUR Sedec SA

11 rue de Milan - 75 009 Paris - France
Téléphone : +33 (0) 1 53 80 74 00
www.lemoci.com

Directeur de la publication
Vincent Lalu

RÉDACTION

Rédactrice en chef :

Christine Gilguy (31)

Grand reporter : François Pargny (23)

Ont collaboré à ce numéro :

Venice Affre, Mourad Goumiri, Nordine Grim, Lies Sahar

Maquette : Delphine Miot, rédactrice graphiste (37)

Pour joindre votre correspondant par téléphone, composez le +33 (0)1 53 80 74 suivi des deux derniers chiffres du poste.

PUBLICITÉ

Directeur Commercial :
Philippe Chebanec (10)
Antenne régionale sud :

Karine Rosset (+33 (0)4 26 84 57 87)

Assistante commerciale et responsable technique :

Cindy Renaud (14)

Fax de la publicité :

+33 (0)1 49 70 12 69

MOCI EVENEMENTS

Chef de projet pôle Événement :

Benoît de Montmarin

(+33 (0)1 49 70 12 73)

GESTION, ADMINISTRATION

Directrice générale adjointe :

Delphine Chêne

Directeur délégué :

Pierre Bessière (01)

Directrice de la diffusion et du Web marketing : Valérie Bardou

Responsable abonnement :

Vanessa Corseaux

(+33 (0)1 53 80 74 40)

Directeur de la fabrication :

Robin Loison

Webmaster : Pierre Lalu

Comptabilité, gestion :

Évelyne Montecot (08), Valérie Perrin

Conception graphique : amarena

Impression

Imprimerie de Champagne

Rue de l'Etoile de Langres

ZI Les Franchises - 52200 Langres

Commission paritaire.

Publication n° 0916 T 81051

ISSN : 0026-9719. Dépôt légal à parution

L'adresse électronique des

collaborateurs permanents est :

prenom.nom@lemoci.com

Copyright : toute reproduction, même

partielle, des textes et documents parus

dans le présent numéro est soumise à

l'autorisation préalable de la rédaction

Magazine bimensuel.

Photo de couverture : moonbo-Fotolia.fr

Abonnement 1 an (24 numéros +

Lettre confidentielle + accès web limité)

280 euros HT (307,13 euros TTC).

Abonnement : abonnement@lemoci.com

Tarif étranger : nous consulter

Planète

The « french »
social network
Pour s'ouvrir,
mais rester
indépendant

Planisphère : où sont



Trouver son chemin sur les nouvelles routes de l'économie planétaire n'est pas simple. Parce qu'il faut s'accommoder d'outils et de moyens dont la maîtrise a tendance à nous échapper. Facebook, twitter, Linked in c'est ce que l'on peut trouver de mieux aujourd'hui pour rencontrer les habitants du village global. Leur approche est universelle, leurs services planétaires, leurs clients et « amis » appartiennent à la population de la quasi-totalité des pays représentés à l'ONU. Sauf qu'ils restent américains, que leurs règles sont américaines, leur culture américaine, et leur gestion et leur stratégie, et leur politique commerciale.

Cette analyse vaut pour la plupart des réseaux professionnels dédiés au commerce international. Qu'ils aient à choisir entre indépendance et vassalité n'a rien d'innocent : entrez dans la fédération. Au début tout ira bien, vous vous sentirez indépendant, respecté. Puis les règles changeront. Et vous n'y pourrez rien : ce n'est pas vous qui faites les règles. Là réside le problème de tous les réseaux nationaux à vocation universelle. Ils sont un bon moyen de s'ouvrir au Monde. Sont-ils un bon moyen de garder son indépendance. Rien n'est moins sûr. 2 000 000 de Français vivent à l'étranger, plusieurs dizaines de millions d'êtres humains sont francophones. Est-il impos-

sible de leur permettre de se connecter et d'échanger autrement que par Facebook, twitter ou foursquare ?

Il existe déjà un grand Français généraliste : Viadeo. Ses performances à l'international sont encourageantes et prouvent qu'une version professionnelle dédiée au commerce ne manque pas de sens. Elle aurait surtout l'immense avantage de donner une identité, un lien, un renfort à ces milliers de compatriotes isolés auxquels la confrontation des expériences et le contact terrain ne peuvent qu'apporter confiance en soi et amélioration des performances.

Plus de 50 % des Français qui vivent hors de l'Hexagone sont installés en Europe. Près de 19 % sont en Amérique, 15 % en Afrique, 9 % au moyen Orient et 7,5 % en Asie Océanie.

La population des Français de l'étranger, du moins celle qui est inscrite au registre de l'administration consulaire a progressé de 60 % depuis 2000 soit une augmentation moyenne de 4 % par an. 60 % de ces Français sont des actifs qui ont entre 18 et 60 ans. Enfin les plus fortes « colonies » sont dans l'ordre en Angleterre, aux États-Unis, en Allemagne et en Belgique, quatre pays dont les populations françaises dépassent largement les 100 000 habitants. Beaucoup peuvent faire parti du futur réseau.

V. L.

les Français de l'étranger



Source : Ministère Français des affaires étrangères - Photo : fotolia.com

LES 18 PAYS DONT LES IMPORTATIONS VONT LE PLUS PROGRESSER D'ICI 2015

Il est utile de savoir où, la croissance aidant, on va acheter le plus de biens et services à l'étranger. Le classement suivant établi par Ludovic Subran, le chef économiste d'Euler Hermes ménage quelques surprises.

- 1/ Chine (+ 10,5 %)
- 2/ Vietnam (+ 8,8 %)
- 3/ Indonésie (+ 8,6 %)
- 4/ Inde (8,6 %)
- 5/ Angola (+ 7,3 %)
- 6/ Nigeria (+ 6,1 %)
- 7/ Turquie (+ 6,1 %)
- 8/ Argentine (+ 5,8 %)
- 9/ Fédération de Russie (+ 5,8 %)
- 10/ Colombie (5,7 %)
- 11/ Singapour (+ 5,6 %)
- 12/ Pérou (5,5 %)
- 13/ Emirats arabes unis (+ 5,2 %)
- 14/ Koweït (+ 5,1 %)
- 15/ Oman (+ 5,1 %)
- 16/ Ghana (+ 5 %)
- 17/ République slovaque (+ 5 %)
- 18/ Equateur (+ 3 %)

Revue de sens

1/ La Chine premier marché des PC.

Il s'est vendu 69 millions d'ordinateurs personnels de bureau en Chine en 2012 contre 66 millions aux États-Unis. Ce sont les paysans chinois qui sont les premiers consommateurs de ce type de matériel dont la croissance reste soutenue, à égalité avec les portables qui dominent les marchés partout ailleurs dans le monde.

2/ L'économie espagnole s'est encore repliée au premier trimestre.

Ce recul d'un demi point est le septième consécutif et malheureusement pas le dernier : les Espagnols n'attendent pas de retour de la croissance avant 2014.

3/ L'Asie va continuer de tirer la croissance.

C'est le FMI qui le dit : l'activité économique va croître de 5,6 % en 2013 et de 6 % en 2014 et ce sous l'impulsion de la Chine dont la croissance sera supérieure à 7 % en rythme annuel pendant ces deux ans. Toutefois c'est le Laos qui connaîtra le meilleur résultat. (8 %)

4/ La nouvelle classe moyenne des pays émergents est l'avenir de l'humanité.

Le rapport 2013 du programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD) indique que les conditions de développement humain se sont amé-

liorées dans une quarantaine de pays.

« Un nombre énorme de personnes est en train de grimper l'échelle sociale » précise Khalid Malik, l'auteur du rapport. Une nouvelle classe moyenne de consommateurs qui sont autant de clients pour les entreprises qui sauront « travailler » ces nouveaux marchés. En 2020 la classe moyenne de la planète comptera plus de 3 milliards de représentants contre moins de 2 milliards aujourd'hui.

5/ L'Islande ne fait pas partie des 27 mais c'est tout de même le cancre de l'Europe.

Les habitants de ce pays, aussi nombreux que ceux d'une agglomération comme Dijon ont réussi, par référendum, à refuser de rembourser les 3,8 milliards d'euros qu'ils devaient aux épargnants hollandais et britanniques. Du coup leur croissance a repris et la coalition qui vient de gagner les élections va tourner le dos à l'Europe. Pas gênés les Islandais...

6/ Dur, dur d'être frenchie dans les nouvelles technologies.

Qu'y a-t-il de commun entre Daily motion et Archos ? Réponse : leur isolement. Ces deux fleurons tricolores de la nouvelle économie sont trop isolés par rapport aux mastodontes américains et asiatiques qui font le même métier.

THE PLACE TO BE



L'Ayana resort à Bali son Rock Bar sur l'Océan

« 360° de pur glamour au-dessus des rochers ». Pour une fois la publicité n'exagère pas. Le Rock Bar de l'Ayana resorts mérite son classement au hit-parade des plus beaux bars du Monde. On y dégustera, à 14 mètres au-dessus des vagues, des cocktails conçus par Sébastien Bonnefoi, l'un des maîtres du genre. Avant ou après être passés à table pour déguster une cuisine influencée aussi bien par l'Asie que par la vieille Europe. La fricassée de champignons et d'escargots est digne d'un bouchon lyonnais.

LE ROCK BAR

Ouvert tous les jours de 16 h à 1 h.

Tél. : +62 361 702 222 - <http://www.ayanaresort.com>

Anne Lauvergeon

Madame innovation 2030 : « travaillons ensemble »

Son interview aux échos à l'occasion de sa désignation comme présidente de la commission innovation 2030 est un vibrant appel à l'unité nationale : « les états stratégiques ».

Madame la présidente de la commission innovation 2030 n'a pas l'intention de faire de la figuration. Invitée par nos confrères des *Échos* Anne Lauvergeon ne l'envoie pas dire : « ce n'est pas une commission de plus pour faire un rapport de plus qui irait dormir au-dessus d'une armoire. C'est une commission pour faire des choix (...) Les états stratégiques sont capables de développer sur de longues années des visions stratégiques. C'est ce qui fait leur succès. C'est le cas de la Corée du sud, de la Chine et du Brésil. Il est urgent que l'Etat, qui a su le faire, retrouve cette fonction. »

V. L.



D.R.

TABLEAU DE BORD DU COMMERCE INTERNATIONAL

La France demeure un modeste fournisseur d'Israël

La France a livré pour 1,156 milliard d'euros d'exportations de marchandises en 2012 à Israël, en recul de 10,53 % en un an d'après la base de données GTA/GTIS. Si la baisse de plus de 17 % des livraisons de machines et matériel électriques a été compensée par la hausse de près de 18 % des ventes de produits mécaniques, les autres pertes enregistrées notamment dans les produits chimiques organiques (- 4,68 %) et surtout l'automobile (- 52,39 %) et les combustibles, minéraux et huiles (- 45,37 %) n'ont pu être rattrapées par les bons résultats des huiles essentielles, produits de parfumerie et de toilette (+ 1,25 %) et de la pharmacie (+ 6,19 %).

Avec environ 160,6 millions d'exportations françaises, les produits de la mécanique sont ainsi devenus le premier poste d'exportation devant le matériel électrique (130,2 millions), qui occupait déjà la deuxième place en 2011, devant l'automobile, rétrogradé en 2012 au cinquième rang, avec un montant de 78,9 millions d'euros.

Pendant les deux premiers mois de cette année, les exportations de l'Hexagone à Israël ont diminué de 2,62 % à environ 198 millions d'euros. Un recul supérieur à celui de la moyenne générale dans ce pays, qui atteignait 2,25 %.

par François Pargny

LES NEUF PREMIERS POSTES D'EXPORTATIONS DE LA FRANCE EN ISRAËL

| Produits exportés par la France en Israël | Montant des exportations françaises en 2012 (million d'euros) | Part de marché par produit exporté (%) | Variation entre 2012 et 2011 (%) |
|---|---|--|----------------------------------|
| Machines, chaudières, appareils et engins mécaniques | 160,568 | 13,88 | + 17,88 |
| Machines, matériel électriques | 130,159 | 11,25 | - 17,04 |
| Produits chimiques organiques | 88,092 | 7,62 | - 4,68 |
| Huiles essentielles, produits de parfumerie et toilette | 81,27 | 7,03 | + 1,25 |
| Automobiles, tracteurs, cycles et autres véhicules terrestres | 78,889 | 6,82 | - 52,39 |
| Produits pharmaceutiques. | 75,99 | 6,57 | + 6,19 |
| Combustibles, minéraux, huiles, matières bitumineuses | 64,76 | 5,6 | - 45,37 |
| Matériel d'optique, de photo-cinéma et de mesure | 54,836 | 4,74 | - 8,5 |
| Matières plastiques et ouvrages | 44,312 | 3,83 | + 0,94 |
| Total | 1 156,705 | 100,00 | - 10,53 |

Source : GTA/GTIS