LE MOCI
Le moniteur du commerce international
lemoci.com

Chine

Guide business 2014

Alain Bentéjac

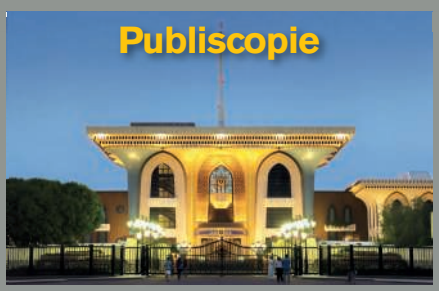
Nouveau président des Conseillers du commerce extérieur (CCEF)

Dossier spécial Région Grand Est

Les PRIE donnent le goût de l'international aux Régions

Dossier spécial Sénégal

Le grand challenge de l'émergence



Oman

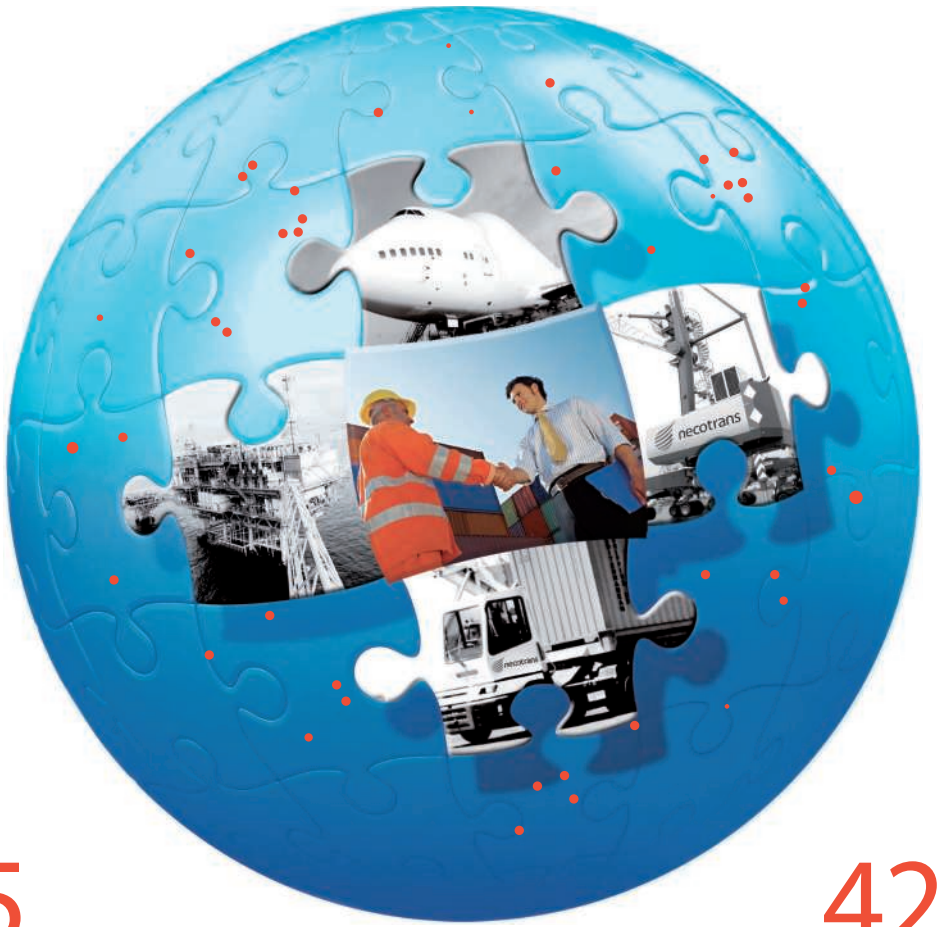
Un marché d'avenir dans le Golfe Persique

N° 1964 - Bimensuel - Du 29 mai au 11 juin 2014 - 10 € - ISSN : 0026-9719

LE MOCI
Guide business Chine - Dossier Sénégal - Dossier Région Grand Est
N° 1964

necotrans

L'acteur clé de la logistique internationale



5
continents

42
pays

3500
collaborateurs

un savoir-faire unique
des solutions sur-mesure

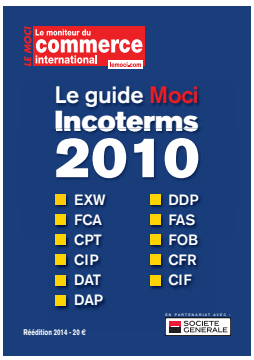
Necotrans - 40, avenue George V - 75008 Paris - France - Tel. : +33(0)1 53 83 83 83 - www.necotrans.com

GUIDES ET HORS-SÉRIES MOCI

Dans la Lettre confidentielle du MOCI www.lemoci.com

Guide business Côte d'Ivoire 2014-05-15

Pour réaliser son ambition – accéder à l'émergence vers 2020 – la Côte d'Ivoire doit mobiliser les investisseurs privés, notamment internationaux. D'où l'important Plan national de développement qui vise en priorité à couvrir tout le territoire en infrastructures de transport modernes. Et ce, malgré les dysfonctionnements qui persistent.
Également dans ce même numéro un dossier spécial Vietnam : « Le retour de la croissance aiguise l'intérêt des entreprises ».



Le guide Moci des Incoterms 2010 – Réédition 2014

Pour cette troisième réédition 2014, nous avons choisi de conserver l'esprit du départ : un guide pratique destiné aux utilisateurs, que sont les directeurs logistiques, directeurs exports, cadres opérationnels des entreprises de prestation logistique et de commission de transport.
Pour eux, l'auteur, Michel Abgrall-Lévy, qui a révisé certaines parties, décrypte le texte de la CCI et en tire les conséquences concrètes, Incoterm par Incoterm, sur les contrats et l'organisation du transport de la marchandise. Sa présentation avec dessins et tableaux veut offrir une compréhension immédiate, pour une prise de décision plus rapide. Le guide permet aussi de mesurer les coûts et donc de choisir le dispositif logistique et douanier le plus profitable.

Guide business Pologne 2014

La Pologne a su utiliser les fonds de cohésion pour rattraper une partie de son retard économique. Mais dans six ans la manne européenne sera réduite. Varsovie doit donc inventer un modèle économique, ne reposant pas seulement sur l'investissement étranger, mais aussi sur l'innovation et le capital humain.
Également dans ce numéro, un dossier spécial Serbie, « un futur hub aux portes de l'Union européenne ».

Direction Ubifrance-Afii : une personnalité surprise sur le point d'être nommée

C'est à nouveau une vraie surprise car c'est une personnalité inconnue du microcosme du commerce extérieur et un profil plutôt atypique à ce poste, qui devrait prendre prochainement les rênes d'Ubifrance et de l'Afii, selon les informations exclusives recueillies par la Lettre confidentielle dès le 13 mai…
Lire la suite sur www.lemoci.com

Assurance-prospection : le projet de restriction suspendu en attendant une concertation public-privé

Le projet de « rationalisation » de l'assurance-prospection (AP) – un des soutiens phares des PME à l'export – dont l'existence a été révélée par la *Lettre confidentielle* (LC) la semaine dernière, est suspendu. Une concertation va s'engager entre Bercy, d'une part, et les représentants des entreprises et des professionnels d'autre part, dans un premier temps au niveau des cabinets des ministres…
Lire la suite sur www.lemoci.com

UE-Japon : Bruxelles estime que Tokyo « est au niveau de ce que l'on peut attendre » sur le non tarifaire

Bien décidé à maintenir la pression sur Tokyo, Karel De Gucht a, néanmoins, laissé entendre que le Japon était sur la bonne voie, louant ainsi les efforts de l'archipel en ce qui concerne la levée des barrières non tarifaires, requise par l'Union européenne (UE) dans les négociations bilatérales de libre-échange…
La suite sur www.lemoci.com

UE-Etats-Unis : Pellerin moins radicale que Bricq sur le mécanisme de protection des investissements ISDS

Si la France reste opposée à l'inclusion d'un « Investor-State Dispute Settlement » (ISDS), un mécanisme de règlement des différends investisseur/État dans le futur accord de libre-échange TTIP (Transatlantic Trade and Investment Partnership) est en cours de négociation entre l'Union européenne et les États-Unis…
Lire la suite sur www.lemoci.com

POUR CONTACTER LA RÉDACTION
01 53 80 74 06

POUR VOUS ABONNER
01 53 80 74 30
abonnement@lemoci.com
Toutes nos offres p. 70

POUR JOINDRE LE SERVICE PUBLICITÉ
+33 (0)1 49 70 12 07

SOMMAIRE

PLANÈTE

3 Mode d'emploi
6 • Entretien exclusif avec Alain Bentéjac, nouveau président des CCEF
• UE Etats-Unis,
• France-Algérie
• Tableau de bord du commerce international
• The good ideas

PAYS & MARCHÉS

Agenda

46 Salons, missions et rencontres

Appels d'offres & projets

56 Appels d'offres, projets industriels

FINANCE

68 La garantie pour absence de connaissement

JURIDIQUE, DOUANE & FISCALITÉ

92 Fiche douane pratique n° 86
94 Réglementations

16 GUIDE BUSINESS CHINE
22 Entreprises
Des parcours qui sortent des sentiers battus
26 Commerce extérieur
Coup de frein en attendant l'effet Alibaba…
28 Secteurs Porteurs
• Agroalimentaire, vins et spiritueux, e-commerce…
36 Réglementation
Ce qu'il faut savoir pour s'implanter et exporter
42 Pratique

48 DOSSIER SPÉCIAL SÉNÉGAL Le grand challenge de l'émergence
50 Partenariat public-privé
Les 18 projets prioritaires
52 Concurrence
La Chine, premier exportateur
53 Secteur porteur
L'agriculture doit être plus performante et diversifiée
54 Pratique

58 DOSSIER SPÉCIAL RÉGION GRAND EST Les PRIE donnent le goût de l'international aux Régions
62 La Bourgogne mobilise et innove à l'international
64 Lorraine et Champagne-Ardenne : un accompagnement dans la durée
66 Les régions mettent l'innovation à l'honneur

Planète

La confiance des consommateurs dans le monde s'améliore

Le planisphère du niveau

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, Suzanne Dansereau, Bernard Parent, Julie Roy
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 Chebance (10)
Directeur de Clientèle Internationale :
Christophe Bonami (01)
Directrice de Clientèle Internationale :
Pauline Conjard (07)
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
Directrice de la diffusion et du Web :
Michèle Marcaillou
Directrice du marketing :
Victoria Irizar
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 : prénom.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.
Photos de couverture : rabbit75_fot, Cpt Haddock, Markovskiy-fotolia.com. D.R.

Abonnement 1 an (24 numéros + Lettre confidentielle + accès web limité) 285,88 euros TTC.
Service abonnement :
Tél. : 01 53 80 74 30
abonnement@lemoci.com
Tarif étranger : nous consulter

Au premier trimestre 2014, l'indice mondial de la confiance des consommateurs a retrouvé son niveau d'avant récession et atteint le score de 96, son score le plus élevé depuis le premier trimestre de 2007, révèle une enquête du cabinet Nielsen, expert mondial des études et de l'information sur les consommateurs. L'indice de confiance de Nielsen mesure dans 60 pays les perceptions du consommateur quant à la prospection d'emplois locaux et ses intentions de dépense immédiates.

La région Asie-Pacifique a affiché l'indice de confiance des consommateurs le plus élevé, celui-ci a en effet atteint le score de 106 au premier trimestre de cette année, soit une augmentation d'un point par rapport au trimestre précédent et de trois points sur un an, comparé au premier trimestre 2013. La confiance des consommateurs a augmenté dans 8 des 14 marchés d'Asie-Pacifique au premier trimestre 2014. Elle est restée stable dans trois pays (Chine, Indonésie, Nouvelle-Zélande) et a baissé dans trois autres (Thaïlande, Malaisie, Australie). Les consommateurs en Indonésie (124), en Inde (121), aux Philippines (116), à Hong Kong (111), en Chine (111) et en Thaïlande (108) se montrent les plus confiants parmi les 60 pays évalués. La confiance des consommateurs en Indonésie (124) a été, cette année encore, la plus élevée à l'échelle mondiale.

En Amérique du Nord, l'indice de confiance a augmenté de six points au premier trimestre 2014 pour atteindre 100 - le plus haut niveau depuis le troisième trimestre de 2007. En Amérique latine, le Brésil arrive à la 1re place avec un indice de 106. La confiance dans la région Moyen-Orient/Afrique a augmenté de quatre points à 94 et de deux points en Europe (75).

Au premier trimestre 2014, la confiance des consommateurs européens a augmenté dans 21 des 32 marchés. L'indice de confiance en France (59) et en Grèce (53) a augmenté de huit points par rapport au quatrième trimestre 2013. Les indices du Portugal (51) et de l'Espagne (61) ont eux augmenté de 7 et 3 points respectivement. La confiance des consommateurs allemands est restée soutenue avec un score de 99 (+ 4 points). Il s'agit du plus haut score de l'indice du pays enregistré depuis 2005, année où Nielsen a commencé à mesurer la confiance des consommateurs.

Venice Affre

de confiance des consommateurs dans le monde au 1er trimestre 2014

Source : Nielsen, Global Consumer Confidence Report 1st quarter 2014

Entretien exclusif avec Alain Bentéjac

CCEF : « Il faut que nous soyons force de proposition »

Alain Bentéjac, co-président du groupe Artelia, a été élu président du Comité national des conseillers du commerce extérieur (CNCCEF) par son conseil d'administration le 15 mai dernier. Succédant à Bruno Durieux, qui présidait l'institution depuis 15 ans, le nouveau président devra toutefois être confirmé par un vote en assemblée générale, le 20 juin, avant de prendre ses fonctions. En attendant, il a bien voulu livrer ses premières déclarations au *Moci*, notamment pour expliquer sa vision des orientations qu'il entend suivre à la tête de cette association qui compte près de 4 300 membres, tous bénévoles issus des milieux d'affaires français, dont la particularité est qu'ils cotisent pour être membre mais sont nommés par le ministre du Commerce extérieur.

Le Moci. Pour commencer, pourquoi cet engagement au sein du CNCCEF malgré un emploi du temps chargé de chef d'entreprise ?

Alain Bentéjac. Je suis tout simplement attaché à cette institution. Je suis conseiller du commerce extérieur depuis près de vingt ans et je connaissais cette institution bien avant, lorsque j'étais dans l'administration. C'est une institution intéressante, qui peut jouer un rôle très important, mais qui est probablement insuffisamment reconnue. Le fait d'avoir quelque 4 300 entrepreneurs, bénévoles et prêts à soutenir le commerce extérieur de la France est tout de même un atout exceptionnel. Je savais que Bruno Durieux ne se représenterai pas après quinze ans de présidence et j'ai pensé que me présenter serait une occasion de donner un nouvel élan à l'institution.

L'emploi du temps, c'est vrai, va être une contrainte. Mais je me suis organisé dans ma vie professionnelle pour exercer effectivement cette présidence. Nous avons désigné au sein d'Artelia un directeur-général qui est arrivé il y a près de six mois. Tout en gardant un ancrage dans l'entreprise – cela me paraît indispensable car je suis convaincu que la présidence des CCEF doit être exercée par un entrepreneur, pour son image –, cela me permet d'avoir des fonctions moins exécutives et donc de dégager du temps.

D.R.

Alain Bentéjac prend la tête des CCEF.

> Nous sommes une association indépendante (…) nous ne sommes pas un organisme sous tutelle.

Le Moci. Vous parlez de relance de cette institution. Quelle est votre vision du rôle qu'elle doit jouer auprès du gouvernement, notamment dans les enjeux actuels du redressement du commerce extérieur ?

A. B. Je pense que pour un ministre ou un secrétaire d'État au Commerce extérieur, cet ensemble de 4 300 entrepreneurs bénévoles constitue un outil extraordinaire et qu'il devrait être considéré comme tel. Malheureusement parfois, certainement parce que nous n'avons pas su communiquer, nous n'avons pas été perçus comme cela. Nous ne sommes pas en concurrence avec les autres organismes qui sont les opérateurs – Ubifrance, les chambres de commerce, les organismes régionaux, etc. – nous sommes des bénévoles, nous n'avons pas de prestations à vendre, nous ne sommes pas dans du quantifiable. Notre valeur ajoutée, c'est que nous sommes des entrepreneurs qui avons l'expérience de l'international et qui peuvent parler à d'autres entrepreneurs. Nous pouvons donner des conseils, des contacts à des entreprises qui, soit démarrent à l'international, soit qui y sont déjà mais veulent se lancer dans un nouveau marché. Le réseau est présent dans presque tous les pays du monde : il peut fournir une première idée, un premier contact, quelques ouvertures de portes, c'est très important.

Pour le ministre et plus généralement les autorités publiques, je pense que s'appuyer sur ce réseau donnera beaucoup plus de force à son action. De notre côté, il faut que nous soyons force de proposition, que nous lui fassions remonter des idées ; de son côté, il peut nous consulter sur ses propres idées et si, après consultation, elles emportent le soutien des 4 300 membres que compte le réseau, elles en auront d'autant plus de force. Il y a une valeur ajoutée potentielle importante, c'est aussi à nous de la démontrer.

Le Moci. Justement, ces dernières années, les CCEF apparaissaient plus comme des soutiens à des mesures prises par le gouvernement que comme une véritable force de proposition. C'est donc un aspect que vous comptez changer vous qui avez participé à la Mission d'évaluation des dispositifs de soutien à l'internationalisation de l'économie française remis en juin 2013 à Nicole Bricq, ancienne ministre du Commerce extérieur, qui a inspiré déjà pas mal de réformes depuis l'an dernier ?

A. B. Oui. Mais j'aimerais faire deux remarques. Premièrement, je pense que l'administration, les ministères, doivent regarder et traiter les CCEF comme ils doivent l'être : certes nous sommes nommés par l'administration, mais nous ne sommes pas des collaborateurs du ministre, nous sommes des bénévoles, des individus indépendants, et même nous payons – *via* les cotisations relativement chères – pour exercer cette fonction. Je pense qu'il y eu parfois confusion sur ce sujet, que ça n'a pas toujours été bien compris par les pouvoirs publics. Nous sommes une association indépendante et autonome, et qui a envie de contribuer, mais nous ne sommes pas un organisme sous tutelle.

Deuxièmement, de notre côté, nous devons être force de proposition, être capable de dire aux pouvoirs publics si telle idée ou tel projet est bon ou mauvais pour le commerce extérieur, dans le cadre d'un dialogue constructif.

Le Moci. Les CCEF se répartissent entre un tiers environ en France et deux tiers à l'étranger, dans 143 pays. Pour vous, leur rôle doit-il être différent selon qu'ils se trouvent sur le territoire national ou à l'étranger ?

A. B. Je suis très attaché à l'unité du réseau et pour moi la mission est la même : aider au développement international de la France par des activités de conseil auprès des pouvoirs publics et par une activité d'accompagnement bénévole auprès des entreprises. Les modalités d'exercice sont en revanche différentes, c'est évident. Côté français, c'est plus de la sensibilisation à l'international, et du conseil ou de l'accompagnement auprès d'entreprises qui se posent des questions sur l'international, avec des formes de tutorat ou de parrainage en amont ; ensuite, le relais est pris à l'international par les conseillers basés à l'étranger, afin de leur apporter une aide concrète sur le terrain, avec du conseil pratique, des contacts ou des mises en relation. Ce qui est certainement vrai aujourd'hui, c'est que la mission des conseillers à l'étranger est davantage reconnue que celle qu'ils ont en France car les ambassadeurs et les conseillers économiques s'appuient davantage sur les sections étrangères des CCEF et que ça marche très bien. En France, il faudra veiller sans doute à repositionner les CCEF au niveau national vis-à-vis des ministères, administrations et opérateurs chargés du commerce extérieur mais aussi, au niveau régional, vis-à-vis des conseils régionaux et des acteurs économiques des régions.

Le Moci. Ce travail de repositionnement des comités régionaux des CCEF est-il une priorité pour vous ?

A. B. Oui, bien sûr. Il va falloir beaucoup y travailler car c'est probablement là que le sentiment de frustration, de non-reconnaissance, est le plus fort au sein du réseau. Mais c'est à nous de faire ce travail d'image.

Le Moci. Trois défis sont ressortis lors de la campagne au sein des CCEF : 1/Maintenir l'équilibre budgétaire et stopper l'hémorragie des CCEF en France, 2/Féminiser l'institution, 3/Améliorer la visibilité et donc la parole des CCEF. Vous reconnaissez-vous dans ces défis et comment allez-vous les relever ?

A. B. Je me reconnais surtout dans le troisième. Sur le premier, je ne suis pas d'accord avec le terme d'hémorragie, il n'y a pas d'hémorragie des CCEF en France. Il y a une réduction des effectifs dans certains comités, notamment en région parisienne. Mais quand on regarde l'effectif global, 4 200/4 300, je considère que c'est un bon chiffre car il permet une certaine sélectivité et d'équilibrer les comptes d'un comité national qui est dans une situation tout à fait

En France, il faudra veiller sans doute à repositionner les CCEF