

La Turquie, marché attractif

En 2015, les relations bilatérales entre la France et la Turquie présentent un haut potentiel. Les premières relations diplomatiques entre la Turquie et la France datent de 1526, lorsque Soliman le Magnifique apporta une réponse positive à la demande d'aide de François 1^{er}. Ces liens bilatéraux, on le voit, puisent leurs racines dans l'histoire. Ils sont dynamiques aujourd'hui dans le domaine économique.



Selon la Direction générale du Trésor (établies sur l'année 2014), la France est le septième fournisseur de la Turquie avec 5,9 milliards d'euros d'exportations, et son cinquième client, avec 6,1 milliards d'importations. La Turquie est notre 14^{ème} débouché dans le monde et notre 6^{ème} client hors Union Européenne et Suisse, derrière les Etats-Unis, la Chine, le Japon, la Russie et l'Algérie. La Turquie absorbe 1,4% des exportations des sociétés françaises.

A quelques heures d'avion, ce pays, que certains appellent parfois la «petite Chine», a été le premier de l'OCDE en croissance cumulée sur la période 2003-2010. Et selon les prévisions actuelles, il le sera encore de 2011 à 2017.

Un des pays émergents qui continuent à alimenter la croissance mondiale

Si la croissance des grands pays

émergents a ralenti, ils jouent un rôle majeur dans les échanges internationaux. Ainsi, pour l'économiste Alexandre Kateb, il faudrait préférer, à l'acronyme BRICS (le Brésil, la Russie, l'Inde, la Chine et l'Afrique du Sud) celui de BRIICSSAMT (Brésil, Russie, Inde, Indonésie, Chine, Afrique du Sud, Arabie Saoudite, Argentine, Mexique et Turquie). Seraient ainsi incluses toutes les économies émergentes du G20 «qui ont franchi le seuil des 1000 milliards de dollars de PIB, mise à part l'Argentine qui est autour de 500 milliards de dollars».

Mais un acronyme peut en cacher un autre. La Turquie fait déjà partie du CIVETS (Colombie, Indonésie, Vietnam, Égypte, Turquie et Afrique du Sud). Le CIVETS, un sigle dû à un analyste de l'Economist Intelligence Unit et rendu public par la banque HSBC, qui regroupe les pays dont le

taux de croissance annuel moyen est évalué à 5% pour les vingt prochaines années.

De fait, dès 2011, la Turquie avait le deuxième taux de croissance mondiale, juste derrière la Chine et ses 9,6%. Avec un chômage à 9%, un déficit public inférieur à 1% et une dette évaluée à 40% du PIB annuel en 2011, la Turquie affiche de bons indicateurs macro-économiques. Elle a été en large part épargnée par la crise de 2008, protégée par son système bancaire et financier, refondé à l'issue de la crise de 2001.

Grands atouts : population, pouvoir d'achat moyen, qui progresse, etc.

L'économie turque possède plusieurs grands atouts. A commencer par un marché intérieur dynamique de 75 millions de consommateurs. L'âge moyen de sa population autour de 29 ans offre de belles

perspectives. De plus, si le pouvoir d'achat moyen progresse, la consommation est encouragée par le secteur bancaire.

A ce potentiel s'ajoute une politique d'investissements soutenus, qui stimule la commande publique et privée.

Des sociétés françaises investissent dans ce pays, font des acquisitions, prennent des participations dans des entreprises turques tandis que les entrepreneurs français s'intéressent de façon croissante aux potentiels de ce marché. L'investissement direct français joue un rôle important dans l'économie turque avec 400 implantations et filiales d'origine française concentrant près de 100.000 emplois. De beaux succès français sont à signaler, notamment dans le secteur des transports et de l'aéronautique, qui donnent lieu à de grands contrats. Par exemple, ADP est le principal actionnaire de l'opérateur aéroportuaire TAV. Renault, première entreprise exportatrice du pays, en exporte près de 85% de sa production et y produit sa première berline électrique. Le groupe Alstom possède à Gebzeson l'usine de transformateurs électriques l'une des plus modernes au monde, tandis que GDF Suez a remporté l'appel d'offre pour Izgaz, troisième distributeur turc de gaz naturel. EDF Energies Nouvelles participe de 50% dans le capital de la société PolatEnerji, l'un des principaux développeurs éoliens en Turquie. De la même façon, les groupes Carrefour, Darty, Décathlon, Danone, fromageries Bel, l'Oréal, ou encore les stations de service Total ont investi le marché turc.

Compte tenu des réformes initiées dans la perspective de son éventuelle intégration au sein de l'Union Européenne, la Turquie a entamé sa mutation institutionnelle et législative au début des années 2000, une évolution qui a concerné déjà les codes du travail et du commerce. De fait, pour Jim O'Neil, économiste de Goldman Sachs, le pays rejoindra le top 10 mondial d'ici 2050.

Francophonie, échanges culturels... 2 000 étudiants turcs choisissent la France chaque année

Aujourd'hui, seuls 1% des élèves turcs parlent le français, en dépit d'«une implantation ancienne de la



francophonie » comme l'explique le ministère des Affaires étrangères. Pour promouvoir la francophonie en Turquie, le réseau d'établissements bilingues accueillant 9000 élèves, le MICEL (Mission de Coopération Educative et Linguistique), «*met des enseignants français à la disposition du dispositif intégré Galatasaray (lycée et université)*» ; de leur côté, les établissements scolaires français jouent aussi un rôle actif, dont les lycées Charles de Gaulle à Ankara et Pierre Loti à Istanbul qui comptent plus de 1800 élèves.

Environ 2000 étudiants turcs choisissent chaque année la France, un nombre en augmentation ; l'Hexagone se classe ainsi troisième après l'Allemagne et les Etats-Unis. Si Campus France assure la promotion de la France auprès des étudiants turcs, l'Institut français est chargé de la coopération culturelle et artistique grâce à ses sites d'Ankara, Izmir et Istanbul. ■



Sur le Bosphore, un pont avec la France



Ilker ONUR, Directeur Exécutif Advantis Consulting

Implantée à Istanbul depuis janvier 2003, Advantis Consulting accompagne les entreprises françaises sur le marché turc : analyses et études de marché, développement export, prospection, sous-traitance, implantation commerciale et industrielle, prospection commerciale en direct, conseils en gestion intégrant les aspects juridiques et fiscaux. Précisions d' Ilker Onur, son Directeur Exécutif Advantis Consulting, installé en Turquie depuis 18 ans.

Quels sont les points forts aujourd'hui, de la société Advantis ?

Nos activités concernent des secteurs variés. Notre savoir-faire opérationnel pour la gestion des opérations des entreprises françaises est reconnu, pour orienter une stratégie dans une négociation, trouver un responsable commercial pour une société française et accompagner à l'export de nombreuses entreprises dans des domaines où la compétition peut s'avérer féroce. Nos connaissances en matière de gestion et de fiscalité nous permettent de proposer des solutions impliquant un investissement minimum et des économies en capital initial. Nous bénéficions d'une grande expérience du terrain tant au niveau des collectivités locales, des préfectures que des ministères. Nous savons identifier la manière dont l'entreprise doit « démarcher ».

Quel est le volume des échanges commerciaux entre les deux pays ?

La Turquie est le 14^{ème} client de la France (6^{ème} hors UE et Suisse), avec près de 6 milliards de dollars d'exportations. La France enregistre une baisse de 4,3% de ses exportations vers la Turquie en 2014 par rapport à 2013. En revanche, nos importations en provenance de Turquie sont en hausse. La France était le 4^{ème} client du pays fin 2014, mais 6^{ème} client en 2013. La France se place au 7^{ème} rang en matière d'investissements directs en Turquie, avec 450 entreprises, dont 30 classées au CAC 40, générant environ 100 000 emplois.

Quelles sont les spécificités juridiques de la Turquie ?

De nos jours, il y a une réelle ouverture et liberté d'investissement et les

réglementations turques sont progressivement harmonisées avec les standards européens. Le nouveau Code du Commerce, entré en vigueur le 1^{er} juillet 2012, comprend des réglementations plus protectrices. Les investisseurs étrangers sont traités de la même manière que les nationaux et peuvent librement réaliser des acquisitions sans autorisation ni procédure spéciale.

La Turquie a compris que des règles fiscales adaptées lui ouvriraient un important retour de bénéfices. Il existe désormais des accords de non double-imposition. La protection de l'activité commerciale, garantie par des taxes réduites (entre 15 et 20%), permet de faire face à une concurrence équitablement imposée. La Turquie est membre de l'Union douanière.

Quels sont les secteurs porteurs ?

Des opportunités majeures sont à saisir dans les secteurs « historiques » que sont la chimie, l'automobile et l'agriculture. Les technologies environnementales, le luxe et le secteur bancaire et financier sont en plein développement.

Concernant l'énergie, deux projets de centrales nucléaires ont été validés. Dans un pays qui enregistre une croissance annuelle de son marché de l'énergie de l'ordre de 6%, 71% de l'énergie est importée et la France est bien positionnée dans le domaine de la sous-traitance.

Dans le secteur du BTP, Istanbul est la deuxième ville après Moscou en termes de dynamisme de la construction, avec un besoin annuel de 800 000 nouveaux logements. Dans le génie civil, de nombreux « mégaprojets » sont en cours (3^{ème} pont sur le

Bosphore et le nouvel aéroport d'Istanbul, d'une capacité de 150 millions de voyageurs). La France est très bien placée pour son savoir-faire en construction, notamment pour la construction de barrages et de ponts. Parmi les autres secteurs porteurs, je citerais les transports, en particulier l'industrie ferroviaire ; la modernisation et l'extension du réseau ferré jusqu'en 2020 représentera un investissement de 45 milliards de dollars.

Quels conseils utiles donneriez vous aux dirigeants d'entreprises ?

Je conseillerais aux dirigeants d'entreprises françaises de prendre le temps d'observer et de bien comprendre le marché turc avant de s'y engager. Il n'est pas nécessaire d'investir en premier lieu dans le montage d'une filiale pour pénétrer ce marché. Des missions de développement commercial, de qualification de sous-traitants ou encore l'embauche d'un salarié porté par une structure locale peuvent être envisagés et permettent de monter en compétences sur le marché turc avant d'y investir. Par la suite, il convient de s'adapter, non seulement à la pratique des affaires locales, mais également à la demande du marché et aux modes de consommation. La capacité d'anticipation est essentielle pour réussir son implantation, notamment en ce qui concerne les procédures administratives. ■

advantis
CONSULTING

Tél. : +90 216 622 622 8

Mail : projet@advantis.com.tr

Web : www.advantisconseils.com