



Réussissez votre salon aux Emirats Arabes Unis

Approche culturelle, linguistique et spécificités locales :

Nous vous rappelons un certain nombre de points essentiels pour la réussite de vos contacts commerciaux :

- ↪ Les entretiens se font **en anglais**. Vous devrez être capable de présenter vos produits ou services, y compris les spécifications techniques en anglais. Si vous ne maîtrisez pas très bien cette langue, il est recommandé de demander le concours d'un interprète.
- ↪ Quelle que soit votre position au sein de votre société, vous devez disposer d'un certain pouvoir décisionnel et de négociation : les opérateurs locaux seront étonnés de ne pouvoir obtenir un avis définitif sur les remises pouvant être consenties sur les prix, les conditions de livraison, les possibilités de conditionnement spécifique, etc.
- ↪ Respectez scrupuleusement vos engagements, même verbaux. Nous sommes dans un pays où la parole donnée compte.
- ↪ Vous aurez souvent à faire à des interlocuteurs non-émiriens. Il vous faudra beaucoup d'attention et un peu de patience pour découvrir qui détient réellement le pouvoir de décision. N'oubliez jamais d'associer les dirigeants émiriens dans les discussions décisives.
- ↪ Soyez prudent avant de signer un contrat-type. Il est vivement conseillé avant la signature d'avoir recours à un avocat spécialisé.
- ↪ Sont indispensables : Les documentations, tarifs et fiches techniques en anglais. Munissez-vous d'un nombre important de ces documents ainsi que de cartes de visite. Vous serez en effet reçu par plusieurs personnes au sein d'une même société. Toutes devront recevoir une documentation et votre carte.

A votre retour en France :

- ↪ Effectuez le suivi des contacts (envoi de cotations, d'échantillons...) dans un délai raisonnable. Au-delà de 2 à 3 semaines, votre démarche commerciale et le sérieux de votre entreprise seront remis en cause si l'entreprise n'a pas reçu un courrier de votre part.

Réussissez votre salon aux Emirats Arabes Unis (suite)

Il existe des solutions pour financer votre exportation, n'hésitez pas à en faire usage :

Un grand nombre de procédures d'aide à l'exportation sont accessibles aux entreprises désireuses d'entreprendre une démarche export. Ces aides sont conçues pour aider l'entreprise dans ses 3 démarches clés :

- ↪ Sélection et prospection des marchés
- ↪ Création ou renforcement d'un service export
- ↪ Implantation à l'étranger

Ce sont principalement :

- ↪ Des **aides directes** (subvention, avance et aide fiscale) qui permettent un complément financier immédiat ou une souplesse dans la trésorerie de l'entreprise.

Elles sont délivrées au niveau :

- régional : dans chaque région une convention définit les actions éligibles dans le volet « commerce extérieur » des contrats de plan Etat-Région (Conseil régional, Chambres de Commerce et d'Industrie)
- national (DGTPE,...)
- européen.

- ↪ Et des mécanismes d'assurance (COFACE) permettant :

- une démarche de prospection globale sur un ou plusieurs pays sur une période plus ou moins longue en s'assurant contre l'échec: Assurance Foire, Assurance Prospection, ainsi qu'une avance de trésorerie : Assurance-Foire
- une garantie des investissements à l'étranger contre le risque politique : Assurance Investissements

De manière générale, le cumul des aides publiques directes et des mécanismes d'assurance COFACE est possible si les postes de dépenses ne sont pris en compte qu'une seule fois. Certaines aides sont réservées exclusivement aux PME/PMI.

Emirats Arabes Unis

Données de base

- Monnaie : le Dirham émirien (AED) ; 1 USD = 3,6725 AED
- Langues : arabe et anglais.
- Religion : Islam (80% de sunnites ;16% de chiïtes) ; minorité chrétienne importante.

Anciens États de la Trêve, les Émirats Arabes Unis avaient confié à la Grande-Bretagne la responsabilité des affaires étrangères et de la défense nationale, notamment, en contrepartie de l'engagement britannique de non-ingérence dans les affaires intérieures. Suite à la décision britannique de mettre un terme à ces accords, les dirigeants des émirats d'Abu Dhabi, Dubaï, Sharjah, Fujairah, Ras Al Khaimah, Umm Al Quwain et Ajman constituèrent, le 2 décembre 1971, les Émirats Arabes Unis.

La superficie totale de la fédération est de 91 700 km² (en incluant près de 200 îles). Avec 67 340 km², Abu Dhabi est de loin l'émirat le plus étendu, suivi par Dubaï (3 885 km²), Sharjah (2 590 km²), Ras Al Khaimah (1 683,5 km²), Fujairah (1 165,5 km²),

Umm Al Quwain (777 km²) et enfin Ajman (259 km²).

En 2006, la population des Emirats Arabes Unis s'élève à près de 5 millions d'habitants (4,96 millions d'habitants – source :

Ministère de l'Economie et du Plan). Elle est composée à très forte majorité d'étrangers (environ 85% de la population totale).

Les indiens constituent la plus importante communauté étrangère (environ 1,4 million de personnes) suivis des pakistanais et des bangladeshis.

Système politique et institution

Rédigée en 1971 afin de poser les fondements institutionnels de la Fédération des Emirats Arabes Unis, la Constitution, jusqu'alors provisoire, a été définitivement adoptée le 20 mai 1996 par les Souverains au nom du peuple. Suite au décès de Sheikh Zayed bin Sultan Al Nahyan, lequel avait présidé la Fédération depuis sa création, son fils aîné, Sheikh Khalifa bin Zayed Al Nahyan, a pris sa succession, tant à la présidence des Emirats Arabes Unis qu'à la tête de l'Emirat d'Abu Dhabi.

Le Conseil Suprême est composé des « rulers » des 7 émirats qui composent la fédération. Il ratifie les lois et les décrets et donne l'orientation de la politique générale de la fédération.

Le pouvoir exécutif est principalement détenu par le Conseil des Ministres, lequel est composé de 21 membres dont le Premier Ministre.

Le Conseil National Fédéral, qui compte 40 membres représentant chaque émirat proportionnellement à sa population, a un rôle essentiellement consultatif, notamment pour ce qui concerne les projets de loi.

La Fédération dispose d'un appareil judiciaire indépendant dont la plus haute institution est la Cour Suprême Fédérale

- Horaires de travail :

- Semaine ouvrable du samedi au jeudi. Repos hebdomadaire, le vendredi.
- Jours fériés : Fêtes laïques les 1er janvier, 6 août et 2 décembre.
- Fêtes religieuses mobiles (consulter le calendrier de l'année en cours) à l'occasion du Ramadan, de l'Eid Fitr, de l'Eid Al Adha et de la naissance, de l'ascension du Prophète.

qui est constituée de 5 juges nommés par le Conseil Suprême des dirigeants. Les juges décident de la constitutionnalité des lois fédérales et arbitrent tant les querelles entre les différents émirats que les controverses qui opposent le gouvernement fédéral et les émirats. Les tribunaux de première instance traitent quant à eux des affaires de moindre importance.

L'Emirat de Dubaï dispose d'une juridiction autonome. Il n'existe pas aux Emirats Arabes Unis de juridiction commerciale : ce sont les tribunaux judiciaires qui sont compétents en matière commerciale

Chaque émirat garde autonomie de gestion de ses ressources propres et possède son administration. Ce sont les émirs de chaque famille régnante qui dirigent les gouvernements locaux, dont les différents organes varient d'un émirat à un autre.



Politique étrangère

Les lignes directrices de la politique étrangère de la fédération reposent sur les principes de la Charte des Nations Unies, notamment la non-ingérence dans les affaires intérieures et le respect de

l'intégralité territoriale des Etats, en associant l'interdiction de prise de possession ou de territoires par la force. Des revendications territoriales au sujet des trois îles Abu Musa, Grande Tunb et Petite Tunb dans le Golfe arabo-persique opposent l'Iran aux EAU, qui clament leur souveraineté sur ces îles occupées par l'Iran depuis 1971 et en appellent au droit international pour régler ce litige pacifiquement.

Aspects multilatéraux

Les Emirats Arabes Unis ont des liens étroits avec les pays de la Ligue Arabe et sont membres du Conseil de Coopération des Etats Arabes du Golfe (CCEAG), fondé en 1981 à Abu Dhabi et qui regroupe, à leurs côtés, l'Arabie Saoudite, le Qatar, Oman, Bahreïn et le Koweït. Ils appartiennent également à l'Organisation de la Conférence Islamique.

Abu Dhabi a rejoint l'OPEP en 1967, avant la création des Emirats Arabes Unis. Par extension, la fédération, dès sa création, a été intégrée en tant que membre à part entière. Le pays est membre de l'OMC depuis le 10 avril 1996. Il entreprend, depuis environ 5 ans, un effort progressif de mise en conformité avec les règles édictées par cette organisation.

En matière de propriété intellectuelle, les E.A.U. sont membres depuis 1975 de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI). Ils ont rejoint

l'International Patent Cooperation Treaty signé en 1998 qui protège les inventions enregistrées auprès de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle. Ils sont également membres de la Convention de Paris pour la Protection de la Propriété Industrielle, et, depuis 2004, de la Convention de Berne, de la Convention de Rome et du WIPO Copyright Treaty.

Approche du marché

Le marché des E.A.U. est libre d'accès pour les personnes et les marchandises. La politique libérale des autorités en matière commerciale (droits de douane peu élevés, normes relativement peu sévères, facilités de transit), l'adhésion à des organismes de Commerce International (en mars 1994, les E.A.U. sont devenus le 117ème membre du GATT), et la fréquence des partenariats, sont le reflet de l'important degré d'ouverture de l'économie des E.A.U.

La prospection

L'arabe est la langue officielle, mais l'anglais est très largement compris et utilisé dans les milieux d'affaires. Les documents commerciaux qui circulent doivent être rédigés en arabe et en anglais. Le courrier avec les organismes gouvernementaux doit être préférablement rédigé en langue arabe. Juillet et Août, pour des raisons climatiques, et la période du ramadan (dates mobiles) sont de préférence à éviter pour une mission de prospection aux E.A.U..

La conclusion d'un contrat d'agence commerciale ne constitue pas un préalable obligatoire à la mise en place d'un réseau de distribution dans ce pays; les produits d'une entreprise étrangère peuvent être achetés ou distribués sur le territoire par un ou plusieurs opérateurs locaux disposant d'une licence commerciale.

Il est recommandé de ne pas conclure trop rapidement un contrat d'agence commerciale; la décision doit se prendre après mûre réflexion et des entretiens approfondis sur place avec le ou les partenaires potentiels. Il sera en effet quasiment impossible ensuite de se séparer de son agent sauf accord mutuel ou manquement aux obligations contractuelles (qu'il sera difficile de prouver).

Il est recommandé de choisir d'une part un agent pour l'émirat de Abu Dhabi, et d'autre part un agent pour l'émirat de Dubaï, ce dernier ayant également compétence pour les émirats du Nord, en général.

Les droits de douane

Les nouveaux droits, applicables sur la valeur CAF et en vigueur depuis le 1er janvier 2003 (date de la mise en place d'une Union douanière au sein du CCG), s'articulent, aux Emirats Arabes Unis, comme suit :

- 0% pour 417 nomenclatures douanières (liste disponible à la ME d'Abu Dhabi)
- 5% pour les autres produits.

Les moyens de paiement

Il n'y a pas de risque en matière de paiement. La lettre de crédit demeure le moyen de paiement recommandé dans tous les cas. Il n'y a pas de contrôle des changes aux E.A.U.

L'expédition de marchandises

Le dédouanement est une procédure obligatoire. Il est effectué au point d'entrée des marchandises sur le

territoire émirien. Le dédouanement à l'intérieur du pays ou sur site n'est pas autorisé, sauf cas particulier et moyennant un surcoût. La durée moyenne d'un dédouanement par voie maritime ou aérienne est de 24 à 48 heures.

En principe les documents d'expédition (facture, liste de colisage et certificat d'origine) doivent être visés en France, avant expédition, par la Chambre de Commerce et d'Industrie locale puis légalisés par Chambre de Commerce franco-arabe de Paris et par l'Ambassade des Emirats Arabes Unis à Paris. Ces visas sont facturés (fixe + pourcentage sur le montant ad valorem des marchandises expédiées).

Les salons

Les villes d'Abu Dhabi, Dubaï et Sharjah se sont dotées de parcs et centres d'exposition pouvant recevoir des manifestations d'envergure et offrant les services et la logistique nécessaires au bon déroulement de ces opérations.

Avec plus d'une centaine de manifestations professionnelles, salons, foires, symposiums et conférences organisés chaque année dans ces trois villes, l'occasion est donnée dans tous les secteurs d'activités de prospecter le marché régional et les marchés liés. En effet, la plupart des manifestations professionnelles organisées aux E.A.U. ont une vocation régionale reconnue sur la péninsule et de plus en plus fréquemment sur tout le Moyen-Orient, voire l'Asie.

Les services publics appuient la participation des entreprises françaises aux salons

- La plupart des salons organisés aux Emirats Arabes Unis sont éligibles au titre de l'Assurance Foire de la COFACE ;
- L'UBIFRANCE et la SOPEXA organisent la participation française à certains salons professionnels aux Emirats. La liste de ces salons est consultable sur le site Ubifrance.

Le cadre juridique général

La Constitution, la Charria Islamique, le Droit Civil français et les réglementations du commerce international ont inspiré les textes émiriens, et notamment la loi sur les sociétés commerciales, le Code Civil et le Code de Procédure commerciale.

En Droit Commercial, la législation fédérale couvre la plupart des questions juridiques.

Les E.A.U. sont membres depuis 1975 de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (WIPO), à l'instar de tous les pays du CCEAG.

Les E.A.U. sont membres de l'Organisation Mondiale du Commerce.

Ils ont prévu de mettre leur cadre légal en conformité avec les exigences des accords TRIPS (Trade Related Intellectual Property Rights) d'ici trois ans.

Ils n'ont pas signé les Conventions de Berne (droits d'auteur), de Madrid (marques commerciales)

Ils sont signataires de la convention de Paris (brevets et dessins).

Si les lois fédérales respectent la quasi-totalité des clauses de ces conventions, dans la pratique, un certain nombre de risques subsistent.

Situation économique et financière

Le PIB Les Emirats connaissent une croissance spectaculaire.

Le PIB à prix courants (en Mds \$)

2000	70,6
2001	69,5
2002	74,6
2003	88,2
2004	104,6
2005	129,7
2006	158,3

La croissance du PIB à prix constants 2000

2000	+12,9%
2001	+1,7%
2002	+2,6%
2003	+11,9%
2004	+9,7%
2005	+8,4%
2006	+9,1%

Le PIB par habitant (en \$)

2000	21 700
2001	19 900
2002	19 800
2003	21 800
2004	24 200
2005	28 800
2006	31 900

Les Emirats se démarquent des autres pays du Moyen-Orient par la diversification de leur économie, tirée d'abord par les services (notamment le commerce international, le transport aérien, le tourisme et les activités financières) qui forment plus de 40 % du PIB. La diversification s'étend également à l'industrie (aluminium) et à l'immobilier qui attire une large clientèle régionale et internationale. Même s'il doit beaucoup à l'exploitation des hydrocarbures (la production de pétrole ayant augmenté de presque 20% depuis le début de la décennie, tandis que le prix moyen du baril a plus que doublé sur la même période), les EAU connaissent un développement spectaculaire :

- le poids économique des EAU est aujourd'hui sensiblement supérieur à celui de la plupart de ses voisins, exceptions faites de l'Arabie Saoudite et de l'Iran. En témoignent l'évolution du PIB, qui a plus que doublé en l'espace de sept ans (passant d'un peu plus de 70 Mds USD en 2000 à 158 Mds USD en 2006) ainsi que celle du PIB par habitant, qui atteint aujourd'hui le niveau substantiel de 31 900 USD (les Emirats n'étant devancés sur ce point dans la zone que par le Qatar). Le taux de croissance du PIB en volume aurait dépassé 9 % en 2006 ;
- l'économie des Emirats est à la fois plus solide et diversifiée qu'il y a dix ans, la contribution des hydrocarbures au PIB ayant été ramenée d'un peu moins de 70 % au milieu des années 1970 à 33 % actuellement.

La balance courante Les comptes extérieurs enregistrent des excédents substantiels. Balance courante – Mds\$

2000	12,1
2001	6,6
2002	2,9
2003	6,9
2004	10,6
2005	19,1
2006	28,1

L'excédent commercial de biens et services a atteint 49 Mds USD en 2006, contre 38 Mds USD l'année précédente. Cette évolution est d'autant plus remarquable que les importations ont augmenté de plus de 23 %.

L'excédent courant a quant à lui atteint 28 Mds USD (soit 18 % du PIB). Bien que les données disponibles à ce stade ne soient encore que parcellaires, une sortie nette de capitaux aurait entraîné un déficit de la balance des paiements voisin de 3,8 Mds USD. Les réserves en devises de la banque centrale ont donc diminué à due concurrence, et s'établissaient l'an dernier à 17,3 Mds USD (soit un mois et demi d'importations de biens et services). Le montant de la dette extérieure est raisonnable même si, comme on avait déjà pu le constater en 2005, il a continué à augmenter sensiblement tant en valeur absolue (puisqu'il serait passé de 36,4 à 48,9 Mds USD) qu'en valeur relative (sa proportion dans le PIB passant de 28,1 à 30,9 %).

L'inflation Une dérive des prix à la consommation inquiétante

2000	1,4%
2001	2,7%
2002	2,9%
2003	3,1%
2004	5%
2005	10%
2006	12%

La dérive des prix à la consommation est devenue préoccupante. Elle est en effet passée d'un étiaje compris entre 3 et 5 % au début de la décennie 2000 à plus de 10 % en 2006 comme 2005, en particulier sous l'effet de la hausse des prix immobiliers et de tout ce qui touche aux matériaux de construction.

Le budget Un excédent budgétaire confortable
 Solde budgétaire – % du PIB

2000	12,4%
2001	-0,4%
2002	10,4%
2003	13%
2004	18,2%
2005	26,9%
2006	26,9%

Même si le détail de l'exécution budgétaire n'est pas encore connu, on peut penser que les comptes publics ont affiché en 2006 un excédent confortable. Calculé après prise en compte des versements opérés sur une base forfaitaire à l'Abu Dhabi Investment Authority et des revenus provenant du portefeuille d'investissements du pays, l'exécution budgétaire aurait débouché sur un excédent proche de 27 % du PIB, c'est-à-dire qu'il serait similaire à ce qu'il a été en 2005 en valeur relative.

NOTE IMPORTANTE /

Toute personne physique ou morale souhaitant s'implanter dans les Emirats Arabes Unis doit en premier lieu comprendre que la réglementation économique et commerciale du pays relève de la compétence de chacun des sept émirats et non pas du pouvoir fédéral. Ainsi, il est nécessaire d'obtenir une licence commerciale auprès des Municipalités de chacun des émirats dans lesquels il est prévu d'ouvrir un bureau.

Obligations générales

Hormis les zones franches, toute société étrangère désireuse de créer une société aux E.A.U. doit s'associer à un

partenaire local ou une société locale qui détiendra au moins 51% des parts de la société.

La libre volonté des parties régit -dans la forme- la constitution de la plupart des sociétés (SARL et sociétés en commandite simple notamment). Les sociétés par actions sont, quant à elles, soumises à l'obligation de respecter le contrat type établi par le Ministère de l'Economie et du Commerce, des dérogations délivrées par exemption spéciale du Ministère de l'économie pouvant être accordées.

N.B. La loi sur les sociétés commerciales est directement inspirée du droit français

Le secteur du tourisme aux Emirats Arabes Unis

Les Emirats Arabes Unis, et Dubaï en particulier, sont devenus au cours des cinq dernières années une destination touristique de choix. 5,8 millions de touristes auraient choisis Dubaï comme lieu de villégiature en 2005 (+ 7 %). Cet émirat ne ménage pas ses efforts pour atteindre les 15 millions de visiteurs, cible qu'il s'est fixé à l'horizon 2010. Chaque année, se déroule le « Dubaï Shopping Festival - DSF », une des attractions majeures des Emirats, qui dope son économie en attirant de

nombreux touristes locaux et étrangers. En 2004, le DSF a enregistré 3,3 millions de visiteurs qui ont dépensé 1,8 milliard USD. En 2007, il faudra compter avec l'ouverture de la première tranche de « Dubailand », le futur Disneyland du Moyen-Orient, projet gigantesque d'environ 5 milliards USD. Dans les trois années à venir, Dubaï doit se doter de deux centres culturels afin d'attirer également une clientèle à la recherche d'une culture qui fait encore quelque peu défaut dans ce pays.

Le secteur hôtelier Données caractéristiques du secteur

La répartition des hôtels à Dubaï en 2004

Types	Nombre	Chamb.	Lits
5*	34	10 256	15 474
4*	29	4 386	6 080
3*	41	4 369	7 346
2*	45	2 930	5 060
1*	85	2 815	5 816
Autres	42	1 399	3 036
Total	276	26155	42 812

Source : DTCM

Aux Emirats, 94 % des touristes sont des étrangers, parmi lesquels on recense principalement : 34 % d'Arabes, 32 % d'Européens et 23 % d'Asiatiques. Ce sont toujours les visiteurs en provenance de Grande-Bretagne qui passent le plus grand nombre de nuitées, suivis des Saoudiens, Russes, Iraniens et Indiens. En 2004, la durée moyenne des séjours dans les établissements hôteliers est en moyenne de 2,8 jours contre 2,5 en 2003. Les visiteurs restent 2,6 jours en hôtel et 4,1 jours en hôtel-appartement.

Selon les statistiques du « Department of Tourism and Commerce Marketing - DTCM » de Dubaï, le nombre total de visiteurs enregistré dans les établissements hôteliers est passé de 4 980 288 en 2003 à 5 420 724 en 2004 (+ 9%). 87 % d'entre eux sont descendus dans les hôtels et 13 % dans les hôtels-appartements. En 2004, le plus grand nombre de visiteurs fut enregistré en août, suivis des mois de juillet, février, décembre et mars.

Toujours en 2004, on dénombrait 276 hôtels à Dubaï (+ 2 %). Le nombre des chambres d'hôtels et des lits a crû respectivement de 2 % et de 4 %. Le nombre d'hôtels-appartements (au total 95) a chuté de 5 % en 2004. Le taux d'occupation moyen des chambres d'hôtels est passé de 72,4 % en 2003 à 81 % en 2004. Les hôtels en bord de mer constituent plus de 25 % des établissements hôteliers de 5 et 4 étoiles.

Le revenu total des établissements hôteliers de Dubaï - qui s'élevait à près de 1,7 milliard US\$ en 2004 (+ 37 %) - est généré pour 90 % par les hôtels et 10 % par les appartements-appartements. Près de 85 % du revenu total des établissements proviennent des hôtels 5 et 4 étoiles.

Selon le bureau d'études « Deloitte and Smith Travel Research », pour les neuf premiers mois de 2005, Dubaï détenait le meilleur taux d'occupation annuel d'hôtels au niveau mondial (85,9 %), devant les villes de New York (82,7 %) et Singapour (80 %). Pour la même période, le parc hôtelier de l'Emirat détenait également la première place mondiale en termes de revenus générés par chambre, devant New York et Paris.

Un secteur en pleine croissance

Principaux projets touristiques et hôteliers à Abu Dhabi

La répartition des hôtels à Abu Dhabi en 2004

DeLuxe5*	28
1classe4*	14
2classe3*	3
3classe2*	1
Autres	7
Total	53

Source : ADCCI

L'« Abu Dhabi Tourism Authority » (ADTA), entité chargée de développer le tourisme de cet Emirat, a approuvé un investissement destiné à la construction de 4 000 chambres d'hôtels d'ici à trois ans. Alors qu'Abu Dhabi en compte actuellement près de 8 000, ce projet fait partie d'un plan qui dotera l'Emirat d'environ 17 000 chambres supplémentaires à l'horizon 2015. Environ 6 hôtels de 4 et 5 étoiles (4 000 chambres) seront

construits. L'ADTA envisage également de lancer un projet de développement global en utilisant les ressources potentielles des Emirats. Ainsi, a-t-il été mandaté pour développer l'île de Sa'diyat, qui comprendra un grand nombre d'hôtels de luxe, des centres commerciaux et de loisirs. A noter qu'Abu Dhabi possède 200 îles et îlots, qui représentent un atout important pour le futur développement touristique de l'Emirat.

BTP – Grands projets aux Emirats Arabes Unis

Panorama Présentation du secteur dans l'économie émirienne

Répartition par émirat du volume du secteur de la construction en 2005

Emirat	Part
Abu Dhabi	38,0%
Dubai	48,0%
Sharjah	7,5%
Ras Al Khaimah	2,0%
Ajman	2,0%
Fujairah	1,5%
Umm Al Quwain	1,0%

Source : Ministère de l'économie

En 2005, la part du secteur de la construction dans le PIB des Emirats Arabes Unis est de 7% soit 9,5 milliards USD (source : Banque Centrale des EAU / 1USD =3,6725 AED). Le secteur de la construction a enregistré 21 % de croissance entre 2004 et 2005, l'immobilier connaît une véritable explosion.

En 2005, le montant des investissements dans le secteur de la construction aux Emirats Arabes Unis a atteint 35,58 milliards USD, ce qui représente 63,7% du montant des investissements liés à la « construction » dans les pays du GCC. La valeur totale des projets en cours aux Emirats est d'environ 225 milliards USD dont 124,35 milliards USD pour le seul Emirat de Dubaï. Les développeurs immobiliers comme EMAAR Properties, Union Properties, Aldar Properties, Sorouh Properties, Ras Al Khaimah Properties, dynamisent fortement le marché aux Emirats Arabes Unis, et certains d'entre eux sont cotés en Bourse (ex : Emaar).

Immobilier Grands projets de construction liés au développement urbain

La population des Emirats Arabes Unis aurait augmenté de 10% entre 2005 et 2006 et atteindrait 4,96 millions d'habitants. Cette population est composée en très grande majorité d'immigrés (environ 80% de la population totale).

○ Abu Dhabi

A Abu Dhabi, le développement immobilier a été relancé récemment par la mise en place de lois visant à permettre la cession des immeubles et des terrains entre nationaux et sous certaines conditions aux étrangers. De lourds investissements sont actuellement réalisés par des sociétés privées et parapubliques. Plusieurs sociétés de développement immobilier ont été créées en 2005 comme Aldar Properties, Sorouh, Tomouh, Reem Investments etc...

Le marché de la décoration intérieure aux Emirats Arabes Unis

La décoration intérieure aux E.A.U. concerne une frange "aisée" de la population, c'est-à-dire les Emiriens et les expatriés à hauts et moyens revenus (occidentaux et Arabes des pays tiers). Or, en 2006 le secteur de la construction a crû de 31 % par rapport à 2005 principalement dans le segment haut et moyen de gamme. La plupart des projets de l'émirat de Dubaï concerne des zones résidentielles, commerciales et de loisirs, offrant ainsi tant aux investisseurs qu'aux architectes-décorateurs, un large potentiel de créativité. Une loi récente, qui permet aux étrangers d'acquérir une résidence en libre propriété dans certains quartiers de Dubaï, a favorisé l'essor immobilier de l'émirat. Parmi les futures grandes réalisations de Dubaï on compte les principaux projets suivants : The Palm Jebel Ali, The World, Business Bay, Burj Dubaï, Dubailand, Bawadi.

Abu Dhabi, riche de sa manne pétrolière et longtemps considérée comme la capitale conservatrice des E.A.U., est désormais déterminée à diversifier son économie en développant son secteur immobilier et ses infrastructures touristique et hôtelière. Ses projets pour les années à venir seraient de l'ordre de 270 milliards US\$ et dépassent toute attente. L'île de Saadiyat, Al Raha Beach Development, Al Reem Island, Al Gourm Resort, The Emirates Pearl font partie des principaux grands projets en cours de construction dans cet émirat.

Les importations

Même si une production locale a tendance à se développer actuellement aux Emirats, on note deux segments majeurs d'importation : les produits bas et moyen de gamme en provenance des pays d'Asie et les produits haut et très haut de gamme, importés d'Europe et des Etats-Unis. L'offre porte sur les principaux segments suivants :

- **Le mobilier** : tous les niveaux de gamme et de styles sont présents aux E.A.U. L'Italie reste le premier fournisseur, essentiellement dans le haut et moyen de gamme. Le bas de gamme se répartit entre les productions asiatiques et locales. Le mobilier contemporain est de plus en plus prisé.
- **Les tissus d'ameublement, voilages et passementerie** : l'image de marque de l'industrie française répond aux exigences de la demande locale. La concurrence reste pourtant vive pour les produits haut et moyen de gamme (USA, Espagne, Grande-Bretagne) et bas de gamme (Chine et globalement l'Asie).
- **Le linge de maison** : les produits français, anglais et italiens sont majoritaires sur le segment étroit du haut de gamme, le moyen et bas de gamme étant le quasi monopole des fournisseurs chinois et d'autres pays d'Asie.
- **Les arts de la table** : marché diversifié et très compétitif qui va du très bas de gamme (vaisselle en plastique d'Asie du Sud Est) aux produits de luxe où la France occupe une position dominante et concurrence l'Allemagne et la Grande-Bretagne.
- **Les luminaires** : les exportations françaises se situent surtout dans le domaine du luminaire architectural. En revanche, les importations de luminaires décoratifs proviennent principalement d'Autriche, d'Allemagne et de République Tchèque pour le cristal et les produits haut de gamme, d'Italie, de Grande-Bretagne et d'Espagne. Le goût de la clientèle évolue du traditionnel cristal vers des produits plus contemporains.
- **Les revêtements de sol** : la moquette moyen de gamme mais de très bonne qualité provient des USA, de Belgique, des Philippines et autres pays asiatiques ainsi que de Grande-Bretagne. La part française dans ce secteur est limitée en raison des prix jugés élevés. Le parquet jusqu'alors essentiellement réservé aux palais, hôtels et sites de prestige, pénètre également le secteur de l'habitat privé et des boutiques. Le revêtement de sols le plus usité dans les villas et les appartements reste le carrelage en céramique, importé ou fabriqué localement. Il est également très utilisé dans les centres commerciaux, les hôtels et autres lieux publics.
- **Les revêtements muraux** : ils constituent un marché relativement récent dans un pays habitué aux murs peints. Les tissus muraux représentent un petit marché (hôtels) où la France et la Belgique sont les mieux placées. Le papier peint est de plus en plus utilisé dans les bureaux, les hôtels, voire chez la clientèle privée. Il convient de noter que certains produits et travaux spéciaux de finition essentiellement français, sont utilisés, bien qu'à petite échelle : miroirs, vitraux, travaux de mosaïque et de fresques en lave émaillée.

Depuis toujours, les styles classiques ont représenté l'essentiel des commandes dans ce secteur. Le style "rococo-baroque", si typique des pays du Golfe perd néanmoins du terrain aujourd'hui en faveur du contemporain, qui connaît un succès croissant. Les jeunes Emiriens, qui ont souvent effectué leurs études en Europe ou aux Etats-Unis, recherchent des intérieurs modernes et sobres. Cette tendance est plus nette à Dubaï où les goûts occidentaux ont progressé plus rapidement. Parallèlement à cette évolution des goûts, on assiste à un changement au niveau des dépenses consenties. De plus en plus la demande en produits de gamme moyenne à supérieure progresse au détriment du très haut de gamme.

La distribution

Comme pour tous les biens de consommation, le marché des produits de la décoration intérieure aux Emirats Arabes Unis se répartit entre la demande locale et les réexportations. Le marché intérieur concerne trois zones : Abu Dhabi, les Emirats du Nord et Dubaï, lui-même plate-forme de réexportations.

Il existe deux principaux circuits de distribution, correspondant à deux types de clientèle :

- Les magasins qui proposent pour l'essentiel des produits moyen et bas de gamme s'adressant à une clientèle d'expatriés de tous niveaux et aux Emiriens moins riches ou recherchant un article bien précis. En règle générale, leurs propriétaires (de grands importateurs/distributeurs) disposent d'un point de vente dans chaque grande ville (Abu Dhabi, Dubaï, Sharjah et Al Ain). Le marché de Dubaï est plus structuré (surfaces d'exposition plus étendues,

stocks plus volumineux et chiffre d'affaires plus conséquent) mais il s'adresse d'avantage à des produits de série et de qualité moyenne, souvent destinés à la réexportation.

- Les cabinets de décorateurs et architectes d'intérieur, qui jouent un rôle déterminant. Leur clientèle est composée d'Emiriens aisés (souvent membres des grandes familles et des familles régnantes) et de collectivités (hôtels, compagnies pétrolières, administrations) qui font appel à eux pour tous leurs nouveaux projets de décoration et de rénovation. En règle générale, ils participent aux appels d'offres ou traitent de gré à gré. Parmi les cabinets de décoration et d'architectes d'intérieur opérant dans ce pays, les nationalités sont diverses : britanniques, américaines, arabes des pays tiers, souvent francophones. A Abu Dhabi principalement, des professionnels français travaillent à leur compte ou pour de grands cabinets bénéficiant d'une excellente réputation.

A noter que la franchise, mode de distribution en plein essor aux Emirats, est de plus en plus en vogue pour les articles de décoration et d'arts de la table.

Conclusion

Les droits de douane, relatifs aux biens de consommation et aux produits de luxe, s'élèvent à 5% depuis le 1 janvier 2003 (taux commun à l'ensemble des pays du CCG).

Les produits français, en matière de décoration intérieure, bénéficient d'une réelle notoriété et d'une solide image de marque basée sur la tradition, le raffinement et la créativité. Cette image, couplée avec une politique commerciale plus offensive et un effort au niveau des prix - jugés encore trop élevés - devrait leur permettre de gagner de nouvelles parts de marché, face à une concurrence étrangère solidement implantée.

Le marché des revêtements de sols aux E.A.U.

Le marché Généralités

Le marché du bâtiment est en pleine expansion depuis quelques années aux Emirats Arabes Unis. De nombreux projets de grande envergure (The Palms, Dubaï Marina, Burj Dubaï, Dubailand, etc.) verront le jour d'ici à 2008/10 à Dubaï. Divers hôtels de luxe, résidences, bureaux et centres commerciaux figurent dans chacun de ces vastes projets.

Abu Dhabi, la capitale des Emirats, entend aussi investir massivement dans le tourisme et l'immobilier. L'« Abu Dhabi Tourism Authority » (ADTA), a été mandaté pour développer l'île de Sa'diyat, qui comprendra un grand nombre d'hôtels de luxe, des centres commerciaux et de loisirs. A noter qu'Abu Dhabi possède 200 îles et îlots, qui représentent un atout important pour le futur développement touristique de l'Émirat.

Tous ces projets utilisent des revêtements de sols. La céramique est actuellement le produit le plus répandu. La demande en moquette est en recul dans les résidences mais en nette augmentation dans les bureaux. Le parquet connaît un engouement depuis quelques années. Ces modes sont le résultat des voyages fréquents effectués par les Emiratis en Europe et aux Etats-Unis.

Comme pour tous les produits en général, le marché des revêtements de sols est fortement concurrentiel et l'on trouve aux E.A.U. des produits de toutes origines et

qualités. En conséquence, le prix joue un rôle déterminant dans le choix des clients.

○ La céramique Un segment de marché en hausse

Il existe une production locale de céramique très importante aux EAU avec les unités de fabrication suivantes : RAK Ceramics, Al Khaleej Ceramics et Emirates Ceramics.

Appréciée pour ses qualités esthétiques et son entretien facile, la céramique est de plus en plus utilisée, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur des bâtiments, car il s'agit d'un matériau adapté aux conditions climatiques locales (humidité et vents de sable).

Les carreaux en céramique sont utilisés sur les sols et les murs. Ils sont aussi très utilisés dans les centres commerciaux, les aéroports, les écoles, les hôtels, les restaurants, etc.

Les mosaïques sont utilisées notamment dans la décoration des piscines et des halls d'entrée. Leurs motifs sont généralement créés en fonction de la demande des clients. Elles sont importées de Hong Kong, de Thaïlande, de Taiwan ainsi que d'Italie, d'Allemagne et de France.

○ Les moquettes et les tapis Un marché stable

Les principaux pays fournisseurs de moquettes (en millions USD)

Pays	2003	2004	Variations%	PartsdeMarché04
Arabie Saoudite	17,4	15,5	-11% %	22,4%
Turquie	3,6	5,5	52,8 %	8%
Chine	4,3	5,4	26 %	7,8%
Belgique	5,8	4,3	-26 %	6,2%
Inde	4	4,2	5 %	6%
Etats-Unis	5	4	-20 %	5,8%
Grande-Bretagne	1,7	2,7	59 %	3,9%
Iran	9	2,2	-76 %	3,2%
Allemagne	0,9	1,5	67 %	2,2%
France	0,5	1	+100 %	1,5%
TOTAL	67,1	69	2,8 %	

Source : Customs Department (Abu Dhabi, Dubai)

Dans les résidences, la moquette cède progressivement la place aux carrelages en céramique. Il existe une production locale de moquette « moyen de gamme ». Elle répond à 15 %-20 % environ de la demande des Emirats où les unités de fabrication sont au nombre de 4 : 2 à Dubaï (Jebel Ali Free Zone), 1 à Sharjah et 1 à Abu Dhabi. Etant donné que les matières premières (dérivées de l'industrie pétro-chimique) pour les moquettes « touffues » (tufted carpets) sont facilement disponibles, ce produit représente le plus gros de la production émirienne. Il satisfait non seulement une grande partie de la demande locale, mais également le marché de la réexportation vers d'autres pays du Moyen-Orient, de l'Iran et désormais de l'Iraq. Ces produits sont également exportés vers la Malaisie, le Japon, l'Inde, etc.

La demande annuelle en moquettes des E.A.U. est d'environ 26 000 tonnes dont une large part est importée. Il s'agit essentiellement de moquette moyen de gamme mais de bonne qualité, qui provient des Etats-

Unis, d'Europe et des pays asiatiques. L'Arabie Saoudite est le premier fournisseur de moquettes des EAU, principalement à Abu Dhabi.

Les tapis sont surtout utilisés comme accessoires de décoration sur les sols en céramique, marbre ou parquet. Les tapis en laine ou soie proviennent de l'Inde, Pakistan, Iran, Turquie, etc. et sont vendus dans les magasins spécialisés.

○ Les PVC et caoutchoucs Un marché pour les collectivités

Aux E.A.U., les produits en PVC et caoutchouc sont beaucoup utilisés dans les écoles, hôpitaux, aéroports, salles de sports, entrepôts (spécialement en polyuréthane, plus solide) et dans quelques magasins (d'articles de sports, par exemple). Ils sont également utilisés dans les moyens de transport mais rarement dans les résidences.

○ Les parquets Un revêtement très apprécié

Les principaux pays fournisseurs de parquets (en millions USD)

Pays	2003	2004	Variations %	Parts de Marché 2004
Chine	0,3	0,7	+ 133 %	17,5 %
Allemagne	0,4	0,44	+ 10 %	11 %
Italie	0,3	0,4	+ 33 %	10 %
Espagne	0,33	0,3	-9 %	7,5 %
Indonésie	0,07	0,27	+ 286 %	6,8 %
France	0,22	0,25	+ 13,6 %	6,25 %
Malaisie	0,3	0,24	- 20 %	6 %
Etats-Unis	0,03	0,2	+ 566 %	5 %
Autriche	0,23	0,16	- 30,4 %	4 %
Suède	0,1	0,12	20 %	3 %
TOTAL E.A.U.	3	4	33 %	

Source : Customs Department (Abu Dhabi, Dubai)

Ces dernières années, les parquets jusqu'alors principalement réservés aux palais, hôtels et sites prestigieux, sont de plus en plus utilisés dans les magasins, les clubs sportifs, les restaurants et quelques résidences de luxe.

En 2004, les importations de parquets aux E.A.U. étaient d'environ 4 millions USD (+33%). Le premier pays fournisseur des Emirats est la Chine, suivie de l'Allemagne. Certaines marques françaises sont présentes à Dubaï.

Les parquets les plus fréquemment posés sont flottants, de 14mm d'épaisseur, en hêtre, érable, frêne, chêne ou merisier. La demande actuelle concerne plus particulièrement les couleurs foncées. Le taux d'humidité étant très élevé pendant trois mois de l'année, les parquets à coller ne sont pas utilisés en raison des risques de déformation et de décollement.

Les parquets en bois massif (d'une épaisseur de 14 mm à 22 mm) sont utilisés dans les salles de sports, les restaurants et dans quelques résidences.

Il existe aussi une fabrication locale de parquets à partir de bois importé, notamment de hêtre. Le bois provient d'Allemagne, du Canada et de Malaisie.

○ Marbre, Granit et Pierres Une demande en hausse régulière

Le marbre et le granit sont utilisés en grandes quantités dans les villas et les bâtiments de luxe pour les sols et les escaliers ainsi que dans les immeubles commerciaux. Grâce aux nombreux projets immobiliers, la demande augmente annuellement entre 6 et 10 %.

Le marbre est importé principalement d'Italie, d'Espagne, du Portugal et d'Inde. Le granit, généralement façonné et poli localement, provient d'Inde, d'Italie, de Grèce, d'Arabie Saoudite, d'Iran et un peu du Pakistan. La pierre, qui sert à la décoration des sols et des murs, est également très appréciée. Importée le plus souvent d'Italie, son prix est généralement assez élevé.

Le granit étant de plus en plus utilisé dans les entrées des immeubles et dans les cuisines. Ses importations sont en constante augmentation, que ce soit à Dubaï ou à Abu Dhabi.

Le marché des arts de la table et des fournitures pour collectivités aux EAU

Les Caractéristiques du Marché

Les Emirats Arabes Unis sont le deuxième marché pour les produits des arts de la table dans la région du Golfe, après l'Arabie Saoudite. La France et la Chine restent les principaux fournisseurs des Emirats, toutes gammes confondues, grâce à la verrerie-cristallerie, qui constitue le segment le plus important en valeur de ce secteur aux Emirats.

Le montant global des importations émiriennes de produits entrant dans la catégorie des arts de la table en porcelaine et céramique s'est élevé à 104 millions USD en 2005 (- 6,6 %). Les importations de verrerie cristallerie, pour la même année, ont dépassé les 227 millions (+ 2,7 %).

Les équipements et fournitures pour hôtels, restaurants et collectivités, représente un marché porteur, plus particulièrement à Dubaï où est concentrée la majeure partie des hôtels de la Fédération. L'émirat doit accroître son parc hôtelier en 2007 de façon exceptionnelle. Aux quelques 40 000 chambres actuellement disponibles seront ajoutées près de 10 000 chambres supplémentaires réparties de la façon suivante : 8 370 chambres d'hôtels et 1 936 chambres d'hôtels appartements.

Un grand nombre de nouveaux projets actuellement en construction verront le jour dans les trois années à venir, comme Burj Dubai, Dubailand, Dubaï Water Front, Bawadi, etc.

Abu Dhabi, riche de sa manne pétrolière et longtemps considérée comme la capitale conservatrice des E.A.U. est désormais déterminée à diversifier son économie en développant son secteur immobilier et ses infrastructures touristique et hôtelière. Ses projets pour les années à venir seraient de l'ordre de 270 milliards US\$ et dépassent toute attente :

- ☞ **174 hôtels** de luxe et **49 000 chambres** sont attendus pour 2010
- ☞ ADTA développera **10 nouveaux hôtels** et **17,000** chambres dans la prochaine décennie (45% de 5 *).
- ☞ Projets hôteliers de grandes chaînes internationales à fin 2008 :
 - Radisson SAS
 - Fairmont Hôtel
 - Sofitel
 - Marriott
 - Ritz Carlton
 - Park Hyatt
 - Mövenpick Resort
 - Shangri La

Tous ces projets importants ont rendu le marché très porteur pour les arts de la table et les fournitures pour les collectivités. La majeure partie des importations des arts de la table transite par l'émirat de Dubaï. Les réexportations s'effectuent à partir de la zone franche de Jebel Ali, principalement à destination des pays du Golfe (Koweït, Iran, Arabie Saoudite,...), et des anciennes républiques soviétiques (Azerbaïdjan, Kazakhstan, etc.).

L'offre française en bonne position

L'offre française en arts de la table est l'une des plus anciennes aux Emirats. Certains producteurs, comme Christofle, Baccarat ou Bernardaud y sont présents depuis plus de vingt ans. La France occupe une grande partie du marché des arts de la table haut de gamme.

En ce qui concerne les autres niveaux de gamme, la France est quasiment absente, à l'exception des produits de verrerie moyenne gamme de la société Arc International, qui a construit en 2006 une seconde usine de fabrication de verrerie à Ras Al Khaimah et est devenue un acteur majeur sur le marché des arts de la table aux Emirats.

En orfèvrerie la demande porte le plus souvent le métal argenté ou l'acier inoxydable. L'argent massif est peu courant. Un filet ou motif doré est très apprécié sur ces produits.

Des marques françaises sont présentes sur le marché.

La concurrence : L'Allemagne, le Japon et la Grande-Bretagne représentent nos 3 principaux concurrents pour le secteur des produits haut de gamme.

Plusieurs bassins de production (Asie, Amériques, Europe) se partagent le large segment des produits moyen de gamme, comme l'Espagne, l'Italie, les Etats-Unis, l'Inde et la Tchéquie.

Le segment des produits bas de gamme, quant à lui reste couvert par les produits en provenance d'Asie (Corée du Sud, Chine et Taïwan).

Dans le secteur des collectivités, l'Allemagne est le principal fournisseur des arts de la table, qui détient la plus grosse part du marché suivie par l'Angleterre, l'Italie et les Etats-Unis.

Les clients :

On distingue deux types d'acheteurs :

1. **Les décorateurs et architectes d'intérieur** : Leur rôle est déterminant. Leur clientèle est composée d'Emiriens aisés et de collectivités (hôtels, sociétés, administrations) qui font appel à eux pour leurs nouveaux projets de décoration et de rénovation. Les décorateurs sont chargés de fournir l'ensemble du mobilier et de la décoration. Ils commandent directement les produits auprès de leurs fournisseurs étrangers.
2. **Les hôtels** : Le « Food & Beverage Manager » des hôtels sont également amenés à commander des services de tables directement aux fournisseurs de leurs restaurants. Les hôtels changent en général leur vaisselle au bout de 4 ou 5 ans.

Les collectivités

L'hôtellerie, un secteur dynamique et en forte progression

Selon le Ministre émirien de l'économie, le secteur touristique contribue à hauteur de 22 % au PIB des E.A.U. En 2006, d'après les statistiques du « Department of Tourism and Commerce Marketing - DTCM » de Dubaï, le nombre des hôtels et hôtels-appartements de cet Emirat est estimé à 415 et 6,3 millions de touristes ont choisis Dubaï comme lieu de villégiature, soit une progression de 3,3 %. Le taux d'occupation moyen des chambres était de 85 %. L'émirat d'Abu Dhabi, peuplé de près d'un million et demi d'habitants, développe actuellement des projets de grande envergure, parmi lesquels : l'île de Saadiyat, qui comportera plusieurs complexes touristiques 5 étoiles échelonnés sur 9 kilomètres de plage (2006-2018); Al Raha Beach Development, qui hébergera 8 nouveaux hôtels, construits d'ici trois à cinq ans ; Al Reem Island, qui comportera de nombreuses infrastructures touristiques et commerciales, pourrait être achevé en 2011; The Emirates Pearl : un complexe touristique 5 étoiles situé sur la côte Khalidya, en face de l'Emirates Palace Hotel. Selon Sheikh Sultan Bin Tahnoon Al Nahyan, président de l'Abu Dhabi Tourism Authority (ADTA*) - l'entité chargée de développer le tourisme de cet Emirat - le tourisme et les loisirs vont jouer un rôle prépondérant dans le développement économique d'Abu Dhabi.

La distribution

- Les grands importateurs-distributeurs d'arts de la table pour les particuliers disposent, en règle générale, d'un point de vente dans chaque grande ville (Abu Dhabi et Dubaï, parfois Sharjah et Al Ain). Des magasins multimarques comme Allied Enterprises, Home Centre, 2XL, The One, Lulu Center, HomesRus, Jashanmal, Grand Stores, Salam Studio, etc. importent généralement eux-mêmes leurs produits qu'ils vendent directement à la clientèle, quel que soit le niveau de gamme ;
- Les magasins spécialisés en arts de la table haut de gamme ;
- Les magasins de franchises, en plein essor aux Emirats ;
- **Les cabinets de décoration intérieure. En ce qui concerne les fournitures pour les collectivités, depuis quelques années, en raison du développement hôtelier, de nombreuses entreprises spécialisées dans les fournitures pour hôtels/restaurants se sont établies à Dubaï pour couvrir l'ensemble des E.A.U. Certaines d'entre elles fournissent également les autres pays du Moyen-Orient.**

* ADTA – Partenaire d'Equip'Hôtel –Middle East

Le marché des vins et spiritueux dans les pays du Golfe

Avec environ 5% par an, les pays du Golfe bénéficient d'une croissance économique à faire pâlir l'Europe. Bien entendu, la manne pétrolière joue un rôle déterminant dans ce développement. Mais au-delà des hydrocarbures, les pays du Golfe se sont engagés dans une véritable diversification de leurs économies. Les Emirats Arabes Unis en sont la parfaite illustration avec notamment l'essor des services, du tourisme de luxe et l'afflux massif d'expatriés pour faire fonctionner une économie en plein essor.

Les chiffres de nos exportations vers les Emirats sont en phase avec cette croissance : en progression de plus de 26% de 2005 à 2006 pour 40 millions d'Euros. Pour autant, nos exportations doivent faire face à une contrainte importante, la législation locale.

En effet, l'importation et le commerce de boissons alcoolisées sont seulement permis dans le cadre d'une réglementation stricte dictée par les contraintes religieuses et culturelles. Ces produits sont vendus uniquement dans des magasins spécialisés agréés et parfois servis dans des lieux publics autorisés (bars et

restaurants d'hôtels notamment). La consommation est également contrôlée car il faut généralement être détenteur d'un « permis d'alcool » pour pouvoir acheter dans les magasins spécialisés.

En revanche, le développement du tourisme de luxe stimule la demande pour nos produits synonymes de qualité. A l'opposé, les vins du « nouveau monde » exercent une concurrence très forte sur les produits d'entrée de gamme. La concurrence s'exacerbe donc d'autant plus que le marché est en forte croissance et que le nombre d'importateurs est limité.

Les pays du Golfe et en particulier les Emirats Arabes Unis, notre principal débouché dans la zone, offrent donc des débouchés intéressants et le potentiel de développement est encore significatif. Il faut cependant bien comprendre qu'il s'agit d'un marché jeune, aujourd'hui plus favorable aux produits haut de gamme et aux produits d'entrée de gamme. Les produits intermédiaires se développent mais le segment n'en est qu'à ses balbutiements : les consommateurs sont à ce stade encore insuffisamment éduqués.

Le marché des Nouvelles Technologies aux Emirats Arabes Unis

Aperçu:

L'investissement dans la modernisation des technologies de l'information dans les EAU va continuer à croître. En général, la population, tant les citoyens et les expatriés, ne sont pas intimidés par la technologie. Ce fait, combiné à la richesse relative de la population Emirien, encourage le développement des technologies de l'information. Les EAU ont souvent été désignés comme "la nation la plus branchée" au Moyen-Orient. Les utilisateurs de l'informatique sont issus de toutes les couches de la société : les consommateurs privés, les entreprises, le gouvernement, les militaires, et les institutions scolaires

Bien qu'un seul fournisseur de services Internet (ETISALAT) soit dans les Émirats arabes unis, la demande de connectivité croît à une vitesse exponentielle, cela tenant du nombre croissant d'étrangers et d'entreprises de haute technologie ainsi que l'encouragement du gouvernement à poursuivre l'expansion de la IT au sein des l'EAU.

Faits et chiffres: (en 2000)

Total des abonnés à Internet	
Particuliers	
Universités / Ecoles	
Sociétés	
Gouvernement	

Utilisateurs professionnels:

Le secteur du commerce de détail est le plus grand utilisateur d'Internet à des fins professionnelles. **Ceci est dû à la croissance du commerce électronique dans les Emirats Arabes Unis. Les principaux utilisateurs de IT dans le monde des affaires** sont la santé, l'assurance, le transport, **les hôtels**, le service public et l'administration. L'utilisation dans le secteur bancaire est particulièrement important, car favorisé par les nombreux services en ligne offert par les technologies de l'information.

Banques:

Les banques et services financiers connexes aux EAU sont des utilisateurs actifs des technologies de l'information. En fait, l'industrie bancaire est probablement l'un des plus grands partisans de l'utilisation des technologies de l'information.

En offrant des informations et des services en ligne, elle encourage les utilisateurs à tirer profit du service. **Banknet**, un service bancaire Internet fourni par ETISALAT, une solution de commerce électronique pour les banques, de fournir tous les services financiers nécessaires à l'industrie des plateformes Internet pour mener leurs affaires. Ces solutions logicielles permettent aux commerçants d'accepter les paiements par carte bancaire, orchestrer la prestation de services, et permettre l'e-Commerce. Le gouvernement est le principal client étant ciblées comme utilisateur.

Gouvernement:

Le gouvernement sert de catalyseur pour encourager les entreprises et les utilisateurs à tirer pleinement parti de la révolution des Technologies de l'Information. Il le fait par la sensibilisation au potentiel ainsi qu'en donnant l'exemple en étant l'un des principaux utilisateurs. Les estimations suggèrent que, dans les prochaines années, le gouvernement, comme une entité unique, comptera pour près de 50 pour cent des utilisateurs des Technologies de l'Information.

Moteurs et freins de l'utilisation des IT :

De nombreux facteurs de développement existent pour les Technologies de l'Information dans les EAU. En général, les principaux facteurs sont les infrastructures, les revenus, la langue, la culture, la sensibilisation et l'éducation.

- **Les EAU disposent de l'infrastructure nécessaire** aux nombreux utilisateurs des Technologies de l'Information.
- Les marchés du matériel et des logiciels sont en plein essor
- ETISALAT est technologiquement capable d'offrir des services à la plupart des gens dans les Emirats Arabes Unis.
- En termes de revenus, la **grande richesse pétrolière de la nation a permis aux EAU d'avoir l'un des plus élevés du produit intérieur brut (PIB)** par habitant dans le monde (près de \$ 18000). Pour la plupart, les citoyens et la communauté des expatriés est financièrement en mesure d'offrir à la technologie.
- En termes de la langue, **l'anglais est la principale langue des affaires**, et la plupart des établissements d'enseignement requièrent sa maîtrise ainsi la langue n'est pas un obstacle. Par ailleurs, l'introduction de ARABES VISTA, un moteur de recherche arabe, ainsi qu'une plus grande diffusion de logiciels en langue arabe a réduit la barrière de la langue.
- La culture a joué un rôle intéressant dans le développement des IT dans les Emirats Arabes Unis. Bien qu'il s'agisse d'une société traditionnelle, elle est beaucoup plus moderne que ses voisins environnants (le GCC). L'accent que le gouvernement a mis sur le progrès technologique a permis de surmonter beaucoup de barrières. La seule question qui se pose ici est dans le domaine de la censure. **Le service proxy qui permet à des utilisateurs privés de se connecter à Internet restreint l'accès à tous les sites. Toutefois, cela n'a probablement pas été un frein majeur à la diffusion des Technologies de l'Information.**

- Le principal obstacle est donc plus susceptible de sensibilisation et d'éducation. Les jeunes générations d'Emiriens sont conscients de la puissance de la Technologie de l'Information et les établissements d'enseignement semblent avoir envisagé de faire intégrer les Technologies de l'Information dans le cursus. Les Technologies de l'Information ont été considérées comme un pilier dans les Émirats arabes unis ces vingt dernières années. Par conséquent, le principal segment de la population qui ne fait pas appel aux IT est probablement la plus ancienne génération d'Emiriens qui n'ont pas de chances de devenir pleinement familiarisés avec. Afin d'encourager davantage l'utilisation c'est ce groupe qui doit être ciblé. Accroître les possibilités pour les adultes d'en apprendre davantage sur la Technologie de l'Information est importante.

Les principaux éléments moteurs de l'utilisation des Technologies de l'Information sont le gouvernement et la grande communauté des affaires expatriés.

Le gouvernement a fait des efforts pour encourager les investissements étrangers. Les investissements étrangers les plus conséquents portent sur la Technologie. Afin d'intégrer pleinement les entreprises étrangères dans la société, il est impératif de fournir une solide infrastructure pour les NTIC. Les Émirats arabes unis ont fait exactement cela en fournissant des endroits comme Dubaï Internet City, les zones de libre-échange, ainsi que de veiller à ce que ETISALAT fournisse les services appropriés. En outre, comme l'e-commerce et e-gouvernement deviennent de plus en plus populaires, les Emiriens sont devenus plus conscients du rôle important que les IT peuvent jouer dans leur vie.

Le marché de la parfumerie et des produits cosmétiques aux Emirats Arabes Unis.

Généralités: Un marché ouvert et dynamique

Le secteur de la beauté dans sa totalité (parfums, soins, maquillage, produits capillaires et hygiène) compte parmi les principaux secteurs des biens de consommation aux Emirats Arabes Unis. Le pouvoir d'achat et les habitudes de consommation locales font de ce marché une cible incontournable.

Il en résulte une offre abondante de produits variés qui vise aussi bien les résidents que les non-résidents. Toutes les grandes marques internationales sont présentes et luttent pour se partager ce marché restreint à fort pouvoir d'achat et très concurrentiel. On estime le budget mensuel des Emiriennes pour l'achat des produits de beauté à environ 900 USD, 600 USD pour les cosmétiques (maquillage et produits de soins) et 300 USD pour les parfums, dépensés en une ou plusieurs fois. Les Emirats, et Dubai en particulier, constituent une plate-forme de distribution et de réexportation vers les autres pays du Golfe, ainsi que vers l'Iran, l'Inde, le Pakistan et les anciennes républiques de l'URSS.

Dans le segment « haut de gamme », quelques grandes marques internationales telles que : C. Dior Parfums, Chanel, Yves Saint Laurent, Guerlain, Rochas, Givenchy, disposent de bureaux régionaux et d'entrepôts, installés dans les zones franches de Dubai, en particulier à la «Dubai Airport Free Zone », pour faciliter la réexportation de leurs produits.

Ce marché demeure très sensible aux nouveautés. Le retour à la nature et aux produits naturels commencent à se développer depuis quelques temps aux Emirats. Plusieurs centres de traitement par les algues et autres produits naturels sont actuellement en pleine expansion, tels que les centres ayurvédiques et les nombreux spas qui font florès aux Emirats.

Les importations et les réexportations (En millions USD)

Produits	2005	2004
Parfums	306	282
Huiles essentielles	26	15
Cosmétiques	233	215
Total	565	512

(Source : Customs Department – Dubai)

Les importations globales du secteur de la parfumerie / cosmétiques se sont élevées à 1,14 milliard USD en 2005, soit une augmentation de 24% par rapport à l'année précédente (922 millions USD).

Les parfums représentent 43% des importations totales, avec un montant de 455 millions USD en 2005, contre 346 millions USD en 2004, soit une croissance de près de 32%. C'est ce secteur qui a connu la plus forte progression entre 2004 et 2005.

Les importations d'huiles essentielles ont enregistré une augmentation de près de 37%, avec un montant de 93 millions USD en 2005 contre 68 millions USD en 2004.

Les Emirats sont également de plus en plus demandeurs de produits cosmétiques. En 2005, ils ont importé 591 millions USD enregistrant ainsi une augmentation de 16% par rapport à l'année précédente avec un chiffre estimé à 508 millions USD.

En 2005, les réexportations de cet Emirat, relatives au secteur de la parfumerie/cosmétiques, représentaient 565 millions USD contre 512 millions USD en 2004.

Un marché très concurrentiel

La place de la France

La France garde une position clé sur le marché de la beauté. L'industrie des parfums et des **produits cosmétiques** figure parmi les secteurs où **la France reste le principal fournisseur des Emirats**. En 2005, elle a fourni près du tiers (29 %) des parfums, produits cosmétiques et huiles essentielles importés par les EAU avec des exportations qui se sont élevées à 331 millions USD.

a) Les produits cosmétiques

La France a réalisé des exportations d'une valeur de 87 millions USD en 2005 contre 69 millions USD en 2004 (+ 26 %), ce qui représente une part de marché de 14,7 %. Elle est, par ailleurs, le premier fournisseur occidental devant le Royaume Uni, les Etats-Unis et l'Allemagne qui sont les réels et les principaux concurrents de la France sur ce segment.

o Fournisseurs de cosmétiques en millions de USD

PAYS	2005	PDM %	2004	PDM %
Inde	110	18,7	98	19,3
France	87	14,6	69	13,6
Royaume-Uni	77	13	71	13,9
Etats-Unis	56	9,5	43	8,4
Allemagne	49	8,2	43	8,5
Italie	31	5,2	18	3,6
Chine	29	4,8	20	3,9
Afrique du Sud	17	2,9	9	1,7
Espagne	13	2,2	13	2,5
Belgique	11	1,9	10	1,9
Total	E.A.U.	591	508	

Les produits de « soins corporels et maquillage » représentent le segment qui a généré le plus grand chiffre d'affaires en 2005- environ 292 millions USD- soit plus de 50% du total des importations de produits cosmétiques.

Ceci est dû à la croissance du nombre de « Spas » qui connaissent un grand succès localement. Ces derniers sont présents pratiquement dans tous les hôtels de luxe des Emirats, à Dubaï et à Abu Dhabi, comme: « The Assawan SPA » de Burj Al Arab, « Givenchy SPA » du Royal Mirage, « Six Senses SPA » de Mina Al Salam, « Natural Elements SPA » du Meridien, etc. Certains sont installés dans des **centres commerciaux** (Cleopatra SPA, Tranquility SPA) d'autres au sein de **complexes touristiques excentrés dans le désert** (Satori SPA, Bab Al Shams).

D'autres SPA de luxe sont également prévus dans les nouveaux projets touristiques et hôteliers du pays.

b) Les parfums

La France demeure le premier fournisseur des Emirats en parfums et eaux de toilette. Elle domine largement le secteur avec une part de marché de 53%.

Ses exportations se sont élevées à 242 millions USD en 2005, avec une croissance de 36 % par rapport à 2004.

Les salons : Une approche pratique pour la promotion des produits

La participation aux salons professionnels représente une bonne opportunité pour l'introduction des produits étrangers dans le pays et dans la région du Golfe. Ces manifestations reçoivent des visiteurs professionnels des pays voisins, intéressés par la représentation de marques mondiales et de produits étrangers.

Liste des principaux hôtels d'Abu Dhabi

HOTEL	PO BOX	TEL +971(0)2	FAX +971(0)2	EMAIL	SITE INTERNET www.
Le Méridien	46066	644 6666	644 0348	sales@lemeridienabudhabi.ae	starwoodhotels.com/lemeridien
Emirates Palace	39999	690 9000	690 9999	reservations.emiratespalace@kempinski.com	emiratespalace.com
Rotana Beach	45200	644 3000	644 2111	beach.hotel@rotana.com	rotana.com
Le Royal Méridien	45505	674 2020	674 2552	info@leroyalmeridien-abudhabi.com	starwoodhotels.com/lemeridien
Sheraton	640	677 3333	672 5149	sheraton.abudhabi@sheraton.com	starwoodhotels.com/sheraton
Hilton	877	681 1900	681 2734 681 1696	sales.abudhabi@hilton.com	hilton.com
Intercontinental	4171	666 6888	666 9153	caroline.kuhn@icauh.ae	intercontinental.com
Al Raha Beach	38616	508 0555	508 0444	info@danatresortalraha.ae	
Crowne Plaza	3541	621 0000	621 7444	cpauh@emirates.net.ae	crowneplaza.com
Millennium	44486	626 2700	626 0333	sales.abudhabi@mill-cop.com	millenniumhotels.com
Novotel	47136	633 3555	634 3633 621 0128	novotel@novotel-abudhabi.ae sales@novotel-abudhabi.ae	novotel.com accorhotels.com
Grand Continental Flamingo	28080	626 2200	626 4333	info@gcfhotel.com	gcfhotel.com
Sands Hotel	32430	633 5335	633 5766	sandshot@emirates.net.ae	sands-hotel.com
Al Ain Palace	33	679 4777	679 5713	aphsales@emirates.net.ae	alainpalacehotel.com
Al Diar Mina	44421	678 1000	679 1000	regencyh@emirates.net.ae	aldiarhotels.com
Al Diar Regency	47600	676 5000	677 7446	regencyh@emirates.net.ae	aldiarhotels.com
Al Diar Capital	73837	678 7700	678 7790	adcaph1@emirates.net.ae	aldiarhotels.com
Al Diar Gulf Hotel & Resort	3766	441 4777	441 4537	adglfhtl@emirates.net.ae	aldiarhotels.com
Cassells Royal Residence	59949	610 7777	610 7788	cassells@cassellsroyalresidence.ae	cassellsroyalresidence.ae

ADRESSES UTILES

- **Ambassade de France**

Ambassadeur: Patrice Paoli
1er Conseiller: Sylvain Lambert
Consul: Maryse Malet-Antonique

P.O Box 4014 - Abu Dhabi
Tel: (971-2) 443 5100, Fax: (971-2) 443 4158
Email: ambfra@emirates.net.ae

Site Web: <http://www.ambafrance-eau.org>

- **French Trade Commission Abu Dhabi**

Jean-Marc Puppi, Head of the Trade Commission

P.O. Box 4036 - Abu Dhabi
Tel: +971 2 633 5057, Fax: +971 2 633 1693
Email: abudhabi@missioneco.org

Site Web: www.missioneco.org/emirats

- **Consulat général de France à Dubai**

Consul General: Robert Jongeryck

Api Tower, Sheikh Zayed Road
P.O Box 3314 Dubai UAE
Tel: +971 4 332 9040, Fax: +971 4 3328033
Email: fransula@emirates.net.ae

Site Web: www.consulfrance-dubai.org.ae

Bureaux ouverts au public du dimanche au jeudi de 8h30 à 13h pour tous renseignements concernant vos formalités d'enregistrement ainsi que tout acte administratif officiel. (Sces des visas ouvert de 8h30 à 11h)