



REUSSIR AU VIETNAM



SOMMAIRE

Edito.....	p3
I – PRESENTATION DU VIETNAM.....	p4
A. Principaux indicateurs	p4
B. Le miracle économique vietnamien	p4
C. Les investissements étrangers.....	p6
II – LES RELATIONS ENTRE LA FRANCE ET LE VIETNAM	p7
III – LES SECTEURS PORTEURS	p8
A. L’agro-business	p8
1. Les importations de produits agroalimentaires en hausse	p8
2. Un pays où les besoins en équipement sont croissants	p8
B. Le secteur textile	p9
1. L’industrie textile, pilier de l’économie vietnamienne	p9
2. Perspectives et opportunités dans le secteur textile	p9
C. Technologies.....	p10
1. Télécommunication	p10
2. Logiciels.....	p11
D. Le secteur énergétique.....	p11
E. Les biens de consommation	p12
1. Le secteur du soin personnel et de la beauté.....	p12
2. Le commerce de détail.....	p12
IV –LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D’INDUSTRIE FRANÇAISE AU VIETNAM (CCIFV)	p13
A. Le service Appui aux entreprises.....	p13
1. Aperçu des différents services que propose le service d’appui aux entreprises.....	p14
2. Zoom sur les services sourcing	p14
B. Les publications de la CCIFV	p14
1. Les notes sectorielles de la CCIFV	p14
2. L’animation des réseaux	p15
3. Les dossiers de fond.....	p15
V – LES PROJETS DE LA CHAMBRE POUR 2012	p15
VI – CONSEILS À UNE ENTREPRISE QUI VEUT APPROCHER LE MARCHÉ.....	p16
VII – SUCCESS STORY : LORRAINE EXPORT BOIS.....	p17

EDITO

La France entretient depuis de nombreuses années, une relation spéciale avec le Vietnam, compte tenu de nos liens historiques et de notre position prépondérante de 2^{ème} grand donateur international. Pourtant les entreprises françaises ne sont pas suffisamment présentes dans ce pays qui bénéficie d'une croissance de plus de 8% depuis plusieurs années.

Nous souhaitons donc que ce dossier pays vous donne envie de prospecter le Vietnam et soit un outil utile pour vous aider à y développer vos affaires.

La Chambre de Commerce et d'Industrie Française au Vietnam a développé toute une gamme de services pour faciliter les relations avec les entreprises et les autorités vietnamiennes et pour aider les entreprises françaises dans leur approche du marché. Elle s'appuie sur l'expertise de ses 260 membres de Hanoi, de Ho Chi Minh Ville sans oublier ceux de Danang, Nha Trang, Bien Hoa, Can Tho...

La Chambre de Commerce et d'Industrie Française au Vietnam accueille chaque année des missions d'entreprises individuelles et en partenariat avec le réseau des CCI de France des missions institutionnelles de Régions et de villes françaises dans le cadre des coopérations décentralisées.

N'hésitez pas à nous contacter, notre équipe est à votre disposition pour aller plus loin avec vous.

Guillaume Crouzet
Directeur Général CCIFV

I – PRESENTATION DU VIETNAM

A. Principaux indicateurs



Superficie : 331 210 km²

Population : 87 millions

PIB : 104 milliards USD (2010)

Taux de croissance : 6,78% (2010)

Taux de chômage : 2,8% (2008)

Taux d'inflation : 15,7% (09/11), 9,2% (2010)

Exportations vietnamiennes vers la France : 1 434 millions USD (+18,4% par rapport à 2009)

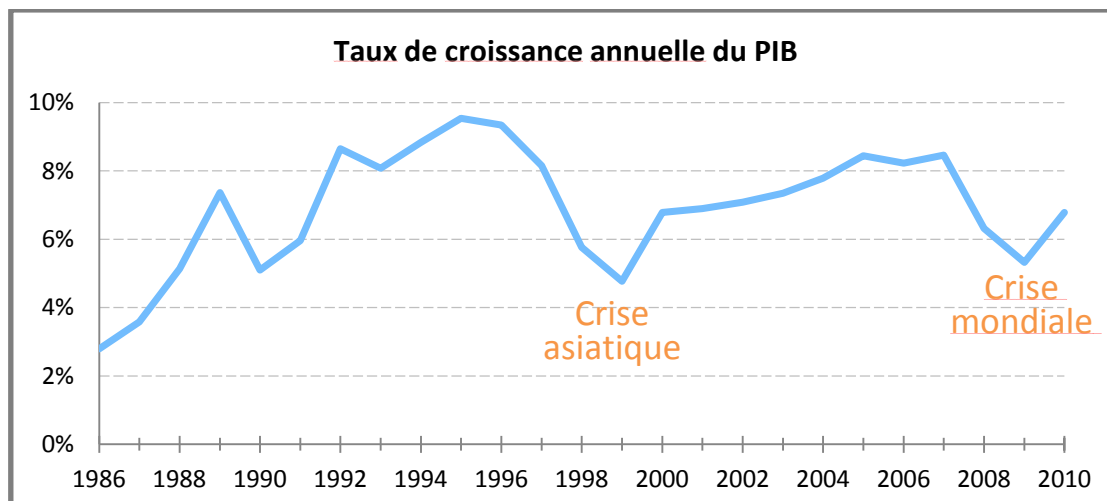
Importations françaises au Vietnam : 680 millions USD (+24,2% par rapport à 2009)

Position de la France : 300 entreprises françaises, 36.000 personnes

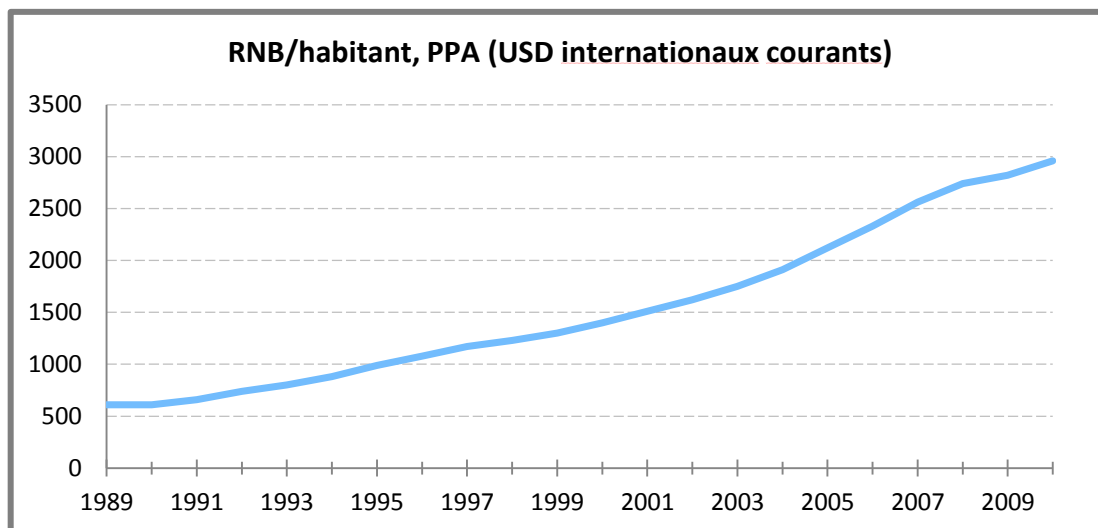
IDE : 193 Md\$ (2010) (9,9 Md\$ à décaisser au 09/11 pour 2011)

B. Le miracle économique vietnamien

Les réformes structurelles du gouvernement lancées à partir de 1986 ont amené l'économie à se libéraliser et à se moderniser. Le pays a connu une incontestable croissance économique depuis le « Doi Moi » accompagnée d'une hausse du niveau de vie. Entre 1989 et 2009, le taux de croissance annuel moyen était de 6,6%.



Parallèlement à la transformation interne du Vietnam, le pays s'est peu à peu intégré au monde, avec, en 1995, son adhésion à l'Association des Nations d'Asie du Sud-est (ASEAN) puis, en 2007, à l'Organisation mondiale du commerce (OMC).



En 2008, la crise internationale touche également le Vietnam. Les conséquences ne se font pas attendre puisqu'en 2009, le pays observe une baisse des IDE et une réduction des exportations. Avec une croissance du PIB de 6,8% en 2010, après une nette reprise, l'économie vietnamienne est aujourd'hui l'une des plus dynamiques de la région. Le PIB est passé de 31 milliards de dollars en 2000 à 104 milliards en 2010. La production industrielle a crû de 14% la même année, la consommation de 24% et les exportations de 25,5%.

Malgré la reprise économique, des déséquilibres macro-économiques persistent. Le Vietnam doit faire face à une forte inflation : 19% en 2011. Le solde budgétaire est négatif : -5,9% du PIB. Le solde de la balance commerciale est également négatif : -12,6 milliards de dollars. En janvier 2011, lors du XIème Congrès Général du Parti, des objectifs à l'horizon 2020 ont été fixés concernant le développement socio-économique du pays :

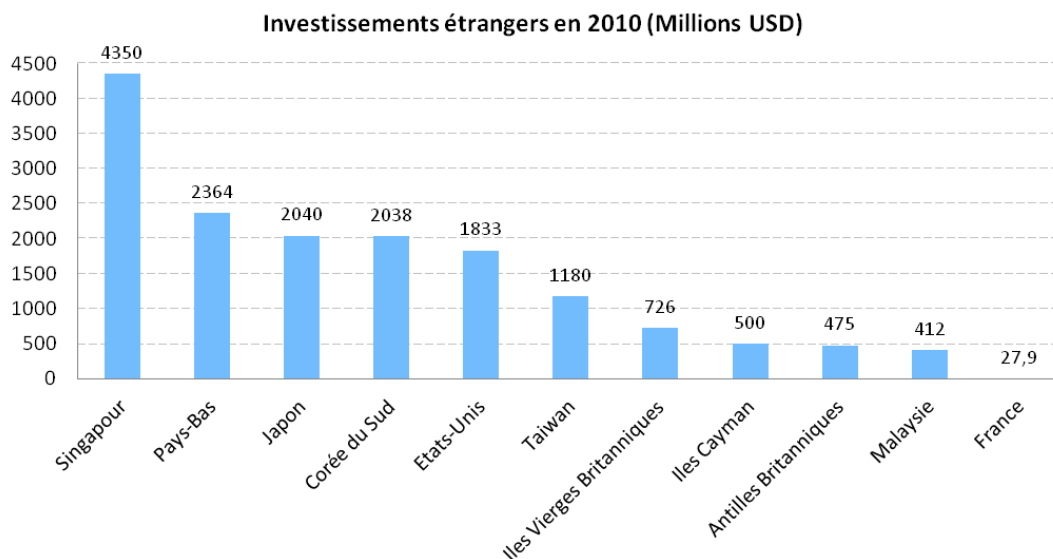
- ▶ Améliorer les institutions
- ▶ Former les ressources humaines du pays
- ▶ Construire des infrastructures homogènes et modernes

L'une des forces du Vietnam est sa main d'œuvre abondante, de qualité et compétitive. De plus, le pays peut compter sur ses ressources naturelles (pétrole brut) et son solide potentiel agricole (3ème exportateur mondial de riz, 2ème de café) pour alimenter son développement économique. L'agriculture est toutefois progressivement supplantée par l'industrie et les services (sa part dans le PIB était de 25% en 2000 contre 17% en 2010). Enfin, sa stratégie de développement fondée sur l'ouverture et la diversification de l'économie sont prometteurs puisque les exportations assurent plus des deux tiers du PIB (70% en 2010).

Le Vietnam emploie actuellement 74 000 travailleurs étrangers (+40% par rapport à 2008) dont 58% proviennent de pays asiatiques. La hausse des investissements étrangers explique cette croissance. Le gouvernement tente néanmoins de favoriser l'emploi local. Ainsi le décret de 2008 puis le décret 46 de 2011 ont-ils pour objectif de limiter le nombre de travailleurs étrangers. Ils s'adressent en particulier à la main d'œuvre peu qualifiée provenant de Chine. Le Vietnam a encore besoin de travailleurs étrangers hautement qualifiés.

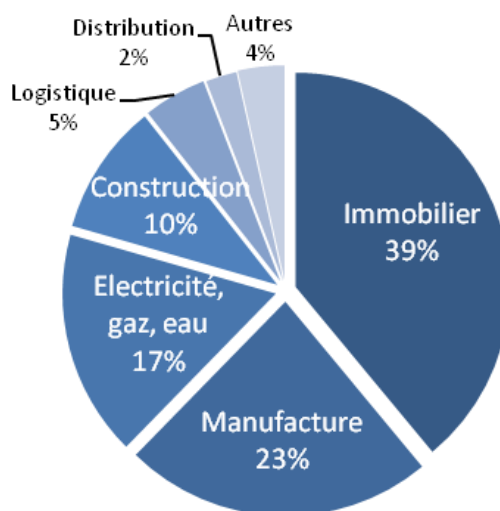
C. Les investissements étrangers

Le Vietnam est une économie attractive pour les investisseurs étrangers qui y trouve une valeur refuge même en temps de crise économique. En 2010, le pays a décaissé 11 milliards de dollars de capitaux étrangers, soit une hausse de 11% en glissement. De plus, les IDE représentaient 25,8% des investissements globaux au Vietnam en 2010.



On observe une domination des investissements de la part de pays asiatiques. En 2010, le stock total en licences d'investissements qui proviennent de pays asiatique était de 193 milliards de dollars, soit deux tiers du stock total. Les Etats-Unis investissent de manière croissante. La centrale thermique de Quang Ninh par exemple, dont l'investissement a été comptabilisé pour les Pays-Bas, a atteint à elle seule la valeur de 2,1 milliards de dollars. Toutefois, les investissements américains sont traditionnellement orientés vers le tourisme.

Investissements par secteurs en 2010



En ce qui concerne la répartition sectorielle des investissements étrangers, on distingue trois phases :





- ▶ Avant 2008 : les IDE étaient principalement destinés à l'industrie légère et celle de la transformation.
- ▶ Entre 2008 et 2009 : les secteurs de l'immobilier et du tourisme ont connu un essor important.
- ▶ Depuis 2010, la répartition sectorielle des IDE connaît une mutation :





- ✓ Il y a un retour en force de l'industrie. En novembre 2010, ce secteur a recensé 385 nouveaux projets et 199 projets d'élargissement, totalisant 5,1 milliards de dollars, représentant 27,3 % du total de l'IDE national.
- ✓ Les services d'utilité publique connaissent également d'importants investissements avec 6 projets dans les secteurs de l'électricité, du gaz et de l'eau pour une valeur de 3 milliards de dollars.

En effet, malgré les importants profits fonciers dégagés ces dernières années, le gouvernement souhaite réorienter les IDE vers des investissements plus qualitatifs comme le développement d'infrastructures et de zones de hautes technologies.

II – LES RELATIONS ENTRE LA FRANCE ET LE VIETNAM

Les échanges commerciaux entre la France et le Vietnam s'élève à 2,1 milliards d'euros en 2010, une hausse de 20% par rapport à 2009 enregistrée par les douanes françaises. La même année, la France est le 19^{ème} client (1,5% des parts de marché) du Vietnam tout en étant son 15^{ème} fournisseur (1,1% de parts de marché).

Clients	Part de Marché
1. 	19,7%
2. 	10,7%
3. 	10,1%
19. 	1%

Fournisseurs	Part de marché
1. 	23,6%
2. 	11,5%
3. 	10,6%
15. 	1,1%

Les exportations françaises ont augmenté de 24% en 2010 pour atteindre 680 millions d'euros. Elles restent tirées par les matériels de transport (34% des exportations), les produits pharmaceutiques (17%) et les produits des industries agroalimentaires (9,5%). Plus de 65%, soit 920 millions d'euros, des produits vietnamiens vendus en France sont des biens de consommation : chaussures, textile/habillement, cuir et produits manufacturés divers. Les produits informatiques, électroniques et optiques (9,5% des importations) connaissent également un grand succès en France. Nos achats de produits vietnamiens ont progressé de 18% par rapport à 2009 et se chiffrent à 1,4 milliard d'euros. Ainsi notre déficit commercial se creuse-t-il de 13,5%, atteignant -755 millions d'euros.

En 2008, la crise financière a fait reculer les exportations de 15%. Cependant le dynamisme des trois secteurs exportateurs clés de la France (aéronautique, pharmacie et agroalimentaire) a permis un bond de 36% en 2009. **Les perspectives pour l'avenir des échanges commerciaux franco-vietnamiens sont positives.** En effet, l'émergence d'une couche de la **population vietnamienne à hauts revenus** et d'une **société de consommation en pleine croissance** (+25% en 2010) mais aussi l'ambition du Vietnam de devenir une nation industrielle à l'horizon 2020 laissent entrevoir de nombreux échanges entre nos deux pays à court comme à moyen et long terme. Les relations économiques et commerciales entre la France et le Vietnam se matérialisent également par des investissements directs à l'étranger (IDE) d'origine française. En 2010, la France totalise près de 3 milliards d'euros en stock au Vietnam, ce qui fait d'elle le quinzième investisseur en termes d'IDE.

III – LES SECTEURS PORTEURS

A. L'agro-business



Le secteur agricole emploie encore à ce jour 72% de la population active vietnamienne et représente 17% du PIB en 2010. Le secteur attire les investissements, comme les aides publiques pour le développement (APD), qui représentent entre 50 et 60% des investissements du secteur agricole. Au total, près de 2,25 Mds USD d'APD seront versés sur la période 2010-2015. On constate une croissance positive malgré le contexte difficile de ces trois dernières années (épidémies, intempéries, crise économique mondiale...).

Les exportations agricoles constituent un des piliers de l'économie vietnamienne. Selon les chiffres du Ministère de l'Agriculture et du développement rural, le montant total des exportations de produits agricoles (11,83 Mds USD), sylvicoles (3,3 Mds USD) et aquacoles (4,4 Mds USD) a atteint 19,53 Mds USD en 2010. L'objectif pour la fin de l'année 2011 était d'atteindre un total des exportations de près de 23 Mds USD. Par conséquent, **les besoins de cette filière en équipement et en expertise sont particulièrement importants**. La filière est en pleine mutation du fait de la modernisation des techniques de production, du développement d'une industrie de transformation et d'une croissance soutenue de la demande interne. La filière est donc particulièrement attractive pour les entreprises étrangères.

1. Les importations de produits agroalimentaires en hausse

Le fait que le Vietnam, grand pays agricole, a recours à des importations conséquentes de produits agroalimentaires peut parfois surprendre. Les statistiques ont pourtant montré une augmentation significative des importations de produits alimentaires et agricoles en 2010. Un rapport du Ministère de l'Industrie et du Commerce (MOIT) montre que sur les 2 premiers mois de 2010, les recettes à l'importation de produits alimentaires et agricoles ont atteint 280 millions USD, soit une augmentation de 56% par rapport à la même période de l'année précédente. Par catégories (par rapport à la même période en 2010) : les importations de riz ont augmentées de 152%, les légumes de 127%, les huiles végétales raffinées de 96%, les produits finis à partir de céréales, d'amidon et de lait de 99%, et pour finir, les poissons et viandes de 79%.

La hausse du niveau de vie et le développement d'une nouvelle classe « aisée », notamment dans les grandes villes comme Hanoi et Ho-Chi-Minh-Ville, expliquent cette augmentation des importations de produits agroalimentaires car il existe une réelle croissance de la demande en produit de haute qualité, importé de pays développés comme la France, les Etats-Unis et l'Australie. La demande locale portant sur les produits agroalimentaires importés s'appuie également sur un socle important d'expatriés et de touristes vivant ou voyageant au Vietnam. En outre, la croissance de la demande intérieure alimentaire est estimée à 12% par an. Il existe donc de réels débouchés sur le marché vietnamien pour les exportateurs français de produits agroalimentaires.

2. Un pays où les besoins en équipement sont croissants

La plupart des machines utilisées par les agriculteurs viennent des pays ou ont été achetées. Dans le secteur de la transformation des aliments, la plus grande partie du matériel importé provient d'Europe et du Japon. La politique actuelle du gouvernement en matière de développement du secteur agricole est de privilégier une agriculture recourant aux hautes technologies, en introduisant progressivement des techniques modernes dans les zones de culture spécialement aménagées.

Les besoins en équipements dans le secteur agricole grandissent, par exemple dans le domaine de l'irrigation en matière de systèmes de pompage. La CCIFV a notamment récemment été sollicitée pour accompagner des entreprises vietnamiennes cherchant à se rendre en France pour acquérir produits et savoir-faire dans le domaine des engrais et de l'irrigation. L'agro-business est donc un secteur extrêmement intéressant pour les entreprises françaises du fait de leur expertise dans la filière.

B. Le secteur textile

1. L'industrie textile, pilier de l'économie vietnamienne

Les investissements directs étrangers (IDE) enregistrés au Vietnam ont atteint 9,5 milliards de dollars au cours des huit premiers mois de l'année 2011, soit 74% du montant enregistré sur la même période en 2010. Il s'agit essentiellement d'investissements productifs dans le secteur industriel. L'industrie textile est un secteur porteur qui attire les investisseurs étrangers. Le Vietnam représente 2,5% de la part mondiale du secteur textile / habillement. Au plan national, la filière représente le 2^{ème} poste d'exportation du pays après l'industrie pétrolière.



La filière textile a connu une croissance du revenu de ses exportations de 19,7% entre 2009 et 2010. Le gouvernement souhaite grâce au plan « Cloth Investment and Production Programme » doubler la valeur des exportations d'ici 2015. La modernisation des usines de production, l'embauche d'une nouvelle main d'œuvre répondant aux objectifs de production et la création d'une filière universitaire spécialisée dans le textile afin de former les designers et la main d'œuvre qualifiée du futur sont prévus.



2. Perspectives et opportunités dans le secteur textile

La compétitivité du Vietnam s'explique par les facteurs qui suivent :

- ▶ La main-d'œuvre bon marché et qualifiée
- ▶ Les incitations gouvernementales (zones industrielles, zones d'export-production)
- ▶ Le Vietnam se présente comme une alternative à la Chine
- ▶ Le pays est également une porte d'entrée sur la zone ASEAN
- ▶ L'industrie textile vietnamienne est regroupée autour de plusieurs entreprises publiques ou semi privées sous la tutelle du gouvernement vietnamien

Il est important de noter qu'après une hausse sensible de 16,5% des salaires entre Avril 2008 et Mars 2009, de nouvelles mesures concernant les salaires ont été adoptées en 2011. Ce phénomène de hausse est inévitable dans le contexte macro-économique actuel au Vietnam marqué par une forte inflation. Il risque cependant de peser à terme sur la compétitivité du secteur.

Revalorisation des salaires au Vietnam

Le fait marquant de l'année 2011, est la décision du gouvernement de revaloriser le salaire minimum de 50% dans les grandes villes Vietnamiennes. Cette mesure a été adoptée pour faire face à une inflation record dans le pays et a pris effet le 1^{er} octobre 2011.

Salaires minimum par régions, applicables du 01/10/2011 au 31/12/2012 :

- ▶ Région I : 2 millions VND / mois (100 \$)
- ▶ Région II : 1 780 000 VND / mois (85 \$)
- ▶ Région III : 1 550 000 VND / mois (74 \$)
- ▶ Région IV : 1 400 000 VND / mois (67 \$)

Un autre point essentiel pour appréhender le secteur textile dans sa globalité concerne le développement d'une demande intérieure portant sur des produits importés de milieu de gamme voire haut de gamme. L'apparition d'une classe moyenne aisée principalement localisée sur Ho Chi Minh Ville et Hanoi explique l'ampleur de ce phénomène ces dernières années. Le développement du secteur est garanti à terme par 3 phénomènes :

- ▶ Le Vietnam est un marché de 86 millions d'habitants dont la population est jeune (l'âge médian est de 26 ans) et extrêmement réceptive aux modes vestimentaires européennes.
- ▶ Le pouvoir d'achat de la population vietnamienne est en hausse constante. On considère déjà que 10% des ménages urbains bénéficient d'un pouvoir d'achat supérieur à 11 000 dollars par an.
- ▶ La propension à consommer des vêtements des Vietnamiens est exceptionnelle. Un consommateur vietnamien âgé de 20 à 25 ans consacre, selon un sondage réalisé en 2009 par Vinatex, 46,4% de ses revenus mensuels à l'achat d'articles vestimentaires.

Enfin une autre caractéristique de la filière industrielle est que la majorité des équipements utilisés pour la production sont importés. Plusieurs entreprises européennes ont réussi à se positionner sur ce créneau malgré la concurrence chinoise et taïwanaise.

C. Technologies

1. Télécommunication

Le Vietnam est à la 8^{ème} place mondiale en terme de taux d'abonnement à la téléphonie mobile. Ce taux a doublé entre 2008 et 2010, passant de 87% à 150%. En Mars 2011, le marché comptait 158 millions d'abonnés soit un taux de pénétration de 176%. De même l'utilisation d'internet et de l'internet mobile est grandissante. Le secteur des télécommunications tant pour les opérateurs que pour les fabricants est donc très porteur. Il reste cependant quelques défis à relever : la formation des ressources humaines, le partage des infrastructures entre les fournisseurs de services et la cruciale question de la sécurité des informations.



De plus, lors de son entrée dans l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) en 2007, le Vietnam s'est engagé sur trois points :

- ▶ Supprimer le monopôle d'Etat
- ▶ Favoriser la participation étrangère
- ▶ Mettre en place de mesure anti-concentration

2. Logiciels

Le Vietnam est classé au 9^{ème} rang du top 10 des premiers sous-traitants de logiciels du monde, selon une étude du groupe Global Services-Tholons en 2009. L'industrie des logiciels nationale se développe progressivement et le marché a reconnu les efforts d'un certain nombre d'entreprises vietnamiennes qui sont parvenues à développer leurs propres produits et à trouver une certaine position sur le marché national. Il existe actuellement plus d'un millier d'entreprises de logiciels (six fois de plus qu'en l'an 2000) qui emploient 64 000 personnes. Cependant, il manque encore de produits de grande envergure et spécialisés.

Le Vietnam est désormais une **destination privilégiée pour la sous-traitance**, en particulier pour les entreprises IT. En effet, les incitations gouvernementales ont joué leur rôle : absence de TVA et de taxes d'exportation pour les produits logiciels. Ainsi, l'industrie du logiciel s'élevait à 1 milliard de dollars en 2010.

D. Le secteur énergétique

L'industrie est le principal moteur de la croissance vietnamienne et reste dominé par les grands groupes publics. Le secteur énergétique (hydrocarbures, charbon, électricité) est en pleine croissance depuis plusieurs années. Confronté à une demande croissante de pétrole et de gaz, le Vietnam doit augmenter ses capacités de production. Pour faire face à cette nécessité et en raison de la lourdeur des investissements requis, le pays ouvre de plus en plus le secteur aux entreprises étrangères, qui apportent à la fois financements et savoir faire : le contexte est ainsi favorable à la prospection et à l'exploitation.

Pétrole



Les réserves pétrolières vietnamiennes atteignent 3,3 milliards de barils, qui font du Vietnam un acteur majeur en Asie du Sud-est. C'est le 3^{ème} exportateur de pétrole brut en Asie du Sud-est. Entre 2000 et 2009, les revenus générés par le pétrole représentent en moyenne 9,6% du PIB du Vietnam.

Pourtant le Vietnam importe la quasi-totalité de ses besoins en produits raffinés, ce qui nuit fortement à la balance commerciale.

Pour faire face à ce problème, la première raffinerie du pays a ainsi été mise en service en février 2009 à Dung Quat, avec l'objectif de répondre à un tiers de la demande nationale en produits raffinés (3 Mds USD d'investissement pour une capacité annuelle de traitement de 6,5 M de tonnes de brut).

Deux autres raffineries de grande capacité sont en projet : Nghi Son dans la province de Thanh Hoa prévue en 2013 (6,2 Mds USD d'investissements pour le retraitement de 10 M de tonnes de pétrole brut par an) et Long Son dans la province de Ba Ria - Vung Tau (traitement de 6 M de tonnes de pétrole brut par an).

Il existe de nombreuses opportunités pour les entreprises françaises dans ce secteur. En effet, l'expertise française est déjà reconnue dans cette filière que ce soit au niveau de l'exploitation, la production, le transport, le stockage, le raffinage, la distribution ou bien la conduite et le management de projet.

Sur les 8 premiers mois de l'année 2011, le pays a importé 7,4 millions de tonnes d'essence et de pétrole de toutes catégories pour un coût total de 6,8 milliards de dollars, ce qui représente une augmentation en glissement annuel de 4,6% en volume et de 52,9% en montant, et 10% du total des importations nationales, a fait savoir le Département général des Douanes.

Gaz & électricité

- ▶ Il existe de nombreuses opportunités dans la production et/ou la distribution
- ▶ C'est le 3^{ème} poste d'investissements étrangers.

E. Les biens de consommation

Il existe au Vietnam un potentiel de consommation important du fait de la hausse de la classe moyenne. En effet, elle devrait regrouper près de 25 millions de personnes en 2013, selon les statistiques.

1. Le secteur du soin personnel et de la beauté

Tiré par sa jeunesse (46% population a entre 15 et 30 ans) et par l'émergence d'une classe urbaine aisée aux goûts occidentalisés, le marché vietnamien des cosmétiques observe une croissance annuelle moyenne de 11% sur la période 2000-2010. C'est un marché estimé à 250 millions de dollars en 2010. Le marché du soin personnel quant à lui, vaut 650 millions de dollars en 2010, selon Euromonitor International, dont un tiers des revenus est apporté par le segment des soins bucco-dentaires.



Les acteurs internationaux dominent le marché. En dépit de la campagne lancée par le gouvernement vietnamien pour inciter les consommateurs à acheter de produits locaux, le secteur des cosmétiques et de la beauté favorise les importations. Selon une enquête menée par Grey Group en 2007, 77% des Vietnamiens préfèrent les marques étrangères (la moyenne en Asie est de 30%).

Trois facteurs alimentent cette tendance :

- ▶ La hausse des revenus qui découle du développement économique permet à la classe moyenne vietnamienne de consommer des produits au coût plus élevé.
- ▶ Les marques étrangères de bénéficient d'une bonne image et sont réputées comme étant de meilleure qualité que les marques nationales.
- ▶ Cette classe émergente souhaite se démarquer, montrer sa richesse et son statut social en consommant des produits de marques étrangères. Ainsi il n'est pas surprenant que le paysage du soin personnel est dominé par les multinationales. Unilever et Procter & Gamble dominent le marché avec respectivement 32% et 16% de parts de marché.

2. Le commerce de détail



Ce marché, dont la valeur en 2011 s'élève à 26 millions de dollars, soit 11% de plus par rapport à 2010, correspond aux marchés où les Vietnamiens se rendent traditionnellement. L'émergence progressive de commerces modernes entraîne la mutation des habitudes de consommation des Vietnamiens. Les supermarchés ou les franchises sont de plus en plus répandus, et en 2011, ils représentent déjà 20% des commerces. Le ministère de l'Industrie et du Commerce vietnamien a lancé en 2009 une campagne intitulée « Les Vietnamiens consomment vietnamien ».

Sous l'impulsion du gouvernement, on retrouve un nombre croissant de marchandises produites au Vietnam dans les centres commerciaux, supermarchés et hypermarchés.

Selon une enquête réalisée par la compagnie TV Plus, un an après le lancement de cette campagne, les Vietnamiens privilégiant les produits nationaux sont passés de 23% à 58%.

Le supermarché Big C est l'un des leaders de ce mouvement. En effet, 95% des marchandises vendues par le réseau Big C sont fabriquées au Vietnam selon les déclarations de Duong Thi Quynh Trang, directrice de Big C. Dans le réseau de Hapro, ils représentent entre 70% et 80%. Cette politique visant à privilégier les produits nationaux semble être un succès.

La niche de l'e-shopping connaît également un développement rapide ces dernières années, notamment dans les grandes villes du pays où les sites d'achat groupé sont devenus réellement populaires. Ainsi des sites nhommua.com, muachung.vn, phagia.com.vn et deal.zing.vn bénéficient-ils d'une grande popularité. Ce sont des sites de commerce électroniques basés sur le concept d'achat groupé dont les jeunes urbains raffolent. Le paiement se fait soit en ligne, soit en espèces lors de la livraison. C'est une opportunité de diversification pour les détaillants traditionnels.

Depuis deux ans, le gouvernement a supprimé la limitation du capital investi par une entreprise étrangère dans le secteur de la distribution, en conformité avec ses engagements envers l'OMC. Ceci a eu pour conséquence directe un afflux, certes limité, de nouveaux acteurs sur le marché, mais aussi une intensification de la présence de groupes déjà implantés comme Big C ou Metro Cash & Carry. Ainsi en 2010, BIG C (Groupe Casino) a étoffé son réseau avec 6 nouveaux magasins. Après 12 années de présence, Big C compte 14 implantations : 5 à Ho Chi Minh Ville, 2 à Hanoi et dans les principales villes de province (Danang, Haiphong ou Hue). De son côté, l'allemand Metro Cash & Carry est présent depuis 10 ans sur le marché et possède maintenant 13 magasins à travers le pays. En 2010, l'entreprise a enregistré un million de clients alors qu'ils n'étaient que 100 000 il y a 10 ans. L'an dernier, Metro a ouvert 4 nouveaux magasins. Tesco Plc (Royaume-Uni), le n° 2 mondial du secteur qui a investi 10 Mds USD dans toute l'Asie, considère le Vietnam comme la destination la plus attractive de la zone.

IV – LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE FRANÇAISE AU VIETNAM (CCIFV)

La Chambre de Commerce et d'Industrie Française au Vietnam (CCIFV), est née en 1989, à l'initiative d'hommes d'affaire français de Ho Chi Minh Ville. A la suite du développement de ses activités, elle a été reconnue par l'Union des Chambres de Commerce et d'Industrie Française à l'Étranger (UCCIFE) comme une Chambre à part entière. La CCIFV regroupe aujourd'hui plus de 260 membres et propose ses services tant à Hanoi qu'à Ho Chi Minh Ville. Ses missions sont les suivantes :

- ▶ Animer la communauté d'affaires française au Vietnam, en contribuant notamment à l'échange d'informations et à la confrontation des expériences de ses membres.
- ▶ Promouvoir l'image de la France au Vietnam et faciliter le développement des échanges de biens, services et capitaux entre les deux pays.
- ▶ Assurer le développement des activités des entreprises qui souhaitent s'implanter au Vietnam et les accompagner avec des solutions opérationnelles.

A. Le service Appui aux entreprises

Par l'intermédiaire de son service d'appui aux entreprises, la CCIFV accompagne chaque année environ **70 entreprises** dans leur démarche d'approche du marché vietnamien (importation, exportation, implantation, etc.). Différents services sont proposés par la CCIFV afin de s'adapter au mieux aux demandes des entreprises désireuses de pénétrer un marché vietnamien très spécifique.

Le service d'appui aux entreprises emploie à plein temps quatre chargées de missions parfaitement bilingue en français – vietnamien.

Ces quatre chargées de mission qui traitent les différents dossiers, effectuent chaque jour de la prospection commerciale et organisent les programmes de rendez-vous au Vietnam pour le compte des entreprises françaises qui ont choisi de bénéficier d'un appui de la part de la CCIFV.

Afin d'assurer une prospection efficace sur l'ensemble du Vietnam, les chargées de missions sont réparties entre Ho-Chi-Minh Ville et Hanoi.

Pour en savoir plus sur ces services, n'hésitez pas à nous contacter à l'adresse suivante : ccifv.hcm@ccifv.org

1. Aperçu des différents services que propose le service d'appui aux entreprises

- ▶ **Mission de prospection** : Prise de rendez-vous avec des prospects rigoureusement sélectionnés selon un cahier des charges établi par le client (de 3 à 4 rendez-vous par jour).
- ▶ **Sélection d'opérateurs partenaires potentiels** : liste validée d'entreprises vietnamiennes correspondant à la demande de l'entreprise (agents, importateurs, fournisseurs, clients, etc.) établie à partir d'un cahier des charges fourni par l'entreprise.
- ▶ **Etude de marché** : Etude présentant les données générales et l'état du marché des produits/services de votre client, la structure de la concurrence, de la distribution, ainsi que l'environnement réglementaire.
- ▶ **Suivi post-mission** : Sur une période de 1 à 6 mois après la mission ; relance des contacts, mise en relation avec des professionnels (secteur juridiques, fiscaux, consulting, officiels vietnamiens, etc.) pour finaliser la démarche de partenariat.
- ▶ **Domiciliation** : Mise à disposition d'un bureau dans notre Centre d'Affaires à Ho Chi Minh Ville ou à Hanoi
 - ✓ Bureaux partagés meublés et équipés de lignes téléphoniques, Internet, fax
 - ✓ Service d'accueil téléphonique
 - ✓ Accès aux équipements bureautiques : photocopieuse et salle de réunion
- ▶ **Domiciliation postale** : Mise à disposition d'une adresse postale, e-mail et prise de message téléphonique.

Zoom sur les services sourcing

Pour répondre à la forte demande en la matière, la CCIFV a également mis en place des services spécialisés de sourcing pour les entreprises Françaises qui souhaitent prospecter efficacement au Vietnam.

- Recherche des partenaires potentiels suivant un cahier des charges
- Transmission des échantillons
- Production d'un contre-échantillon
- Définition d'une cotation
- Validation et organisation logistique de déplacement au Vietnam
- Visite d'usines

B. Les publications de la CCIFV

1. Les notes sectorielles de la CCIFV




La CCIFV effectue régulièrement une veille sectorielle, et rédige des "Notes Sectorielles" qui permettent ainsi aux entreprises ou aux particuliers d'avoir un aperçu d'un secteur, souvent porteur, avec ses principales lignes directrices accompagnées de statistiques. Ces informations ont pour objectif de permettre d'appréhender plus facilement le potentiel actuel du Vietnam.

L'ensemble des notes sectorielles rédigées sont consultable et téléchargeable directement à partir du site web de la CCIFV (www.ccifv.org) et sont régulièrement actualisées. De plus, notre service de veille sectorielle reste disponible pour toute demande d'information supplémentaire.

L'animation des réseaux

La CCIFV a pour mission première d'animer la communauté d'affaires française du Vietnam en étant à l'écoute des besoins et attentes de ses membres. Dans cet objectif, la CCIFV organise chaque année de nombreux événements, qui regroupent à la fois ses membres et ceux des autres associations professionnelles. Ces événements reposent sur la force de proposition de nos membres et sur l'actualité économique : déjeuners débat, rencontres, séminaires... autant d'occasions de se rencontrer et d'échanger.

La CCIFV est par ailleurs, également présente et active sur les réseaux Twitter, LinkedIn et Facebook.

- ▶  Twitter : pour retrouver l'actualité des événements de la chambre et une sélection d'articles d'informations économiques concernant la France, le Vietnam et l'environnement international de manière général.
- ▶  Facebook, dans un style décontracté, la Chambre présente ses événements et quelques photos.
- ▶  Le groupe LinkedIn « CCIFV – Job opportunités in Vietnam » permet au service emploi de la CCIFV de se connecter aux personnes en recherche d'emploi au Vietnam.

Les dossiers de fond

La CCIFV se charge de rédiger également des dossiers plus complets, comme le dossier Pays Vietnam qui est réactualisé chaque année. Ce dossier a pour objectif de présenter les différents aspects de l'économie au Vietnam avec les principaux indicateurs, de mettre en avant les tendances de l'économie et présenter les échanges commerciaux Franco-Vietnamiens.

V – LES PROJETS DE LA CHAMBRE POUR 2012

Chaque année la CCIFV organise seule ou en partenariat des missions collectives sur des thèmes bien définis à l'occasion de grands salons et de grandes manifestations. Participer à un tel événement offre aux entreprises la possibilité unique de venir présenter ses produits et son savoir-faire directement auprès des acteurs du secteur lors d'un salon en lien avec son secteur d'activité. C'est aussi l'occasion pour l'entreprise d'identifier des distributeurs et des agents qui leur assureront une présence locale, et de bénéficier du réseau de 260 membres de la CCIFV.

Un aperçu de la programmation 2012

Mission Agroalimentaire

- ▶ Du 19 au 24 mars 2012
- ▶ HCMV et Hanoi
- ▶ En marge du salon Ildex Vietnam, en partenariat avec Ubifrance Vietnam

Mission « Art de Vivre » Vietnam - Cambodge

- ▶ Du 26 au 31 mars 2012
- ▶ HCMV et Phnom Penh
- ▶ En partenariat avec la CCI Française au Cambodge et Ubifrance
- ▶ Secteur : art de vivre au sens large (luxe, secteur de la beauté, prêt à porter, art de la table, art de la maison, décorateur, mobilier, gastronomie,...)

La forte croissance des marchés vietnamiens et cambodgiens depuis près de 10 ans a permis l'émergence d'une classe aisée en capacité de consommer des produits importés dans les secteurs de l'art de vivre au sens large. Cette mission a pour objectif de présenter aux entreprises participantes les

attentes de ces nouveaux consommateurs et l'organisation des réseaux de distribution de ce type de produits.

Mission dans le secteur du Bois

- ▶ Octobre 2012
- ▶ HCMV et Quy Nhon
- ▶ Secteur : bois

Le Vietnam est le 2^{ème} exportateur de produits de bois transformés en Asie du Sud-est. Le pays compte plus de 2,500 entreprises dans le secteur du bois et de l'artisanat dont 400 étrangères. Les exportations devraient atteindre près de 4 milliards USD en 2011. Pourtant, le Vietnam importe encore environ 80% du bois transformé et a besoin de structurer ce secteur d'activité. Ce marché constitue donc un débouché intéressant pour les fournisseurs français.

Mission Construction - Grands Chantier

- ▶ Décembre 2012
- ▶ Secteurs : infrastructure, construction, 2nd œuvre du bâtiment, ingénierie

La croissance exceptionnelle du pays lors de ces 20 dernières années engorge les infrastructures existantes. L'ensemble des infrastructures de transport sont concernées (aéroportuaires, portuaires, ferroviaires et aéroportuaires). Le gouvernement vietnamien a lancé plusieurs projets phares avec le soutien des bailleurs de fonds internationaux (Banque Mondiale / Japon / France) mais également dans le cadre des partenariats publics privés. Par ailleurs, l'augmentation de la population (87 millions aujourd'hui, 120 millions en 2030-2050), l'exode rural (la population de Hanoi va doubler entre 2010 et 2050), les changements des modes de vie (l'abandon des grandes maisons familiales, besoins d'appartements) font que la demande de logement va continuer à augmenter au cours des années à venir. Cette mission permettra aux entreprises participantes d'identifier les principaux acteurs du secteur BTP et d'identifier les meilleurs modes d'entre sur ce marché.

Pour plus d'information sur ces événements, n'hésitez pas à prendre contact directement avec la CCIFV.

VI – CONSEILS À UNE ENTREPRISE QUI VEUT APPROCHER LE MARCHÉ

Conseil 1 : La mentalité vietnamienne

Des attitudes courantes dans certaines cultures mettent les Vietnamiens mal à l'aise. Aussi, distance et discrétion sont deux qualités indispensables.

Ne pas faire des gestes trop exubérants avec ses mains, parler trop vite ou fort ni s'emporter et hausser le ton. Il est important pour un Vietnamien de pouvoir "garder la face" en toute occasion.

Il est assez fréquent pour des partenaires d'échanger des propos sur leurs vies personnelles.

Conseil 2 : La loi des 3 P : Présence, Prudence, Persévérance

Les premiers pas au Vietnam doivent servir à faire des rencontres et s'imprégner de la culture du pays. Les événements historiques et les dominations étrangères ont laissé des traces significatives. S'informer sur les coutumes et traditions locales peut s'avérer utile pour les affaires.

Conseil 3 : La langue des entretiens

Un interprète, dont la fiabilité est avérée, est vivement conseillé. Il est important de noter que par incapacité ou par peur de déplaire à son employeur, l'interprète de votre interlocuteur pourrait ne pas traduire exactement vos propos s'ils lui paraissent polémiques.

Conseil 4 : La prise de décision à la "vietnamienne "

En règle générale, les occidentaux aiment définir des plannings et s'y tenir. Les Vietnamiens ont tendance à s'adapter aux événements tels qu'ils se présentent. Les affaires se traitent lentement dans le respect absolu de la hiérarchie. En effet, la séniorité et la hiérarchie sont les fondements de cette société confucéenne. Il faut prévoir de nombreuses négociations sans se décourager.

VII – SUCCESS STORY : LORRAINE EXPORT BOIS

VENDRE DU BOIS FRANÇAIS AU VIETNAM : L'EXPERIENCE DE LORRAINE EXPORT BOIS

L'idée peut suspendre les personnes ne travaillant pas dans le secteur, mais le marché est bien là ! En effet, pour subvenir aux besoins de son industrie de l'ameublement, le Vietnam importe massivement des essences étrangères pour un volume variant selon les années entre 4 et 5 millions de m³.

Ayant pris connaissance des ces informations lors d'une journée de présentation du Vietnam organisée à la Chambre de Commerce et d'Industrie de Nancy, Lorraine Export Bois, groupement d'entreprises exportatrices de la région Lorraine, a décidé en 2010 de prospecter le marché. Elle choisit pour ce faire de faire appel à la CCIFV pour l'organisation d'un programme de rendez-vous à Ho Chi Minh Ville et de participer à l'Exposition «la Semaine Française au Vietnam» en octobre 2010 à Hanoi.

Ce premier séjour a permis à Lorraine Export de nouer des contacts à la fois dans le Nord et dans le Sud du Vietnam. Ils se sont traduits quelques semaines après cette première visite par une première commande.

Un an plus tard, Antoine Aubriot représentant de Lorraine Export Bois sollicite à nouveau la CCIFV pour organiser une autre mission lui démontrant ainsi sa confiance. L'objectif : identifier de nouveaux contacts et entretenir les relations existantes afin d'obtenir des commandes pour l'année 2012 !

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE FRANÇAISE AU VIETNAM

EuroCentre 3rd Floor, 49 Mac Dinh Chi, District 1, Ho Chi Minh City

Sofitel Plaza, 1 Thanh Nien, District Ba Dinh, Hanoi

Tel : (84.8) 38 25 86 25 - Fax : (84.8) 38 25 89 15

@ : ccifv.hcm@ccifv.org - Site : www.ccifv.org