

SIPPO-Newsletter.

Numéro 3/11

Editorial.



Le SIPPO est actif en Asie, dans les pays les plus divers. En Indonésie et au Vietnam, beaucoup de petites et moyennes entreprises ont réussi à se positionner sur le marché européen et à établir des relations commerciales suivies avec des importateurs suisses. La situation des PME dans d'autres pays d'Asie est beaucoup moins enviable. Au Népal, par exemple. Les producteurs d'ingrédients alimentaires naturels ne sont pas parvenus jusqu'ici à bâtir de leur propre initiative des relations d'affaires durables en Europe. Après avoir aidé des fournisseurs népalais à participer à Biofach 2011 et associé au projet le Trade & Export Promotion Center Nepal TECP, le SIPPO cherche maintenant à procurer au pays un accès facilité au marché suisse et européen. L'agence népalaise TECP devrait mettre sur pied son propre pavillon lors d'une prochaine édition de Biofach, premier salon européen des produits bio.

Rita Stupf
Head of Development Services

De la culture du riz à la culture hightech.

Les appareils électroniques de fabrication asiatique, qui passaient jadis pour des produits de qualité inférieure, ont conquis le marché mondial. Même les produits Apple, prisés pour leur qualité, sont de fabrication chinoise (Foxconn) ou intègrent des pièces de Samsung. La croissance de la branche ICT en Asie concerne aussi des pays du Sud-Est comme le Vietnam et l'Indonésie. Le secteur y est certes moins développé que dans d'autres pays, mais les forts taux de croissance à l'export et dans les investissements témoignent d'une dynamique bien réelle.

La branche des ICT est très importante à l'export au Vietnam et en Indonésie. Le gouvernement de ces pays encourage cette croissance en créant de bonnes conditions cadres: le développement des ICT dans les filières de l'enseignement, par exemple, ont permis de presque doubler le nombre de nouveaux étudiants en l'espace de trois ans. Quant à l'Indonésie, elle entend diviser par 20 le nombre d'étudiants par PC dans les écoles publiques ces prochaines années. Actuellement la proportion est de 3200 étudiants pour 1 ordinateur. Mais il n'y a pas que dans la formation que les ICT seront développées: l'Indonésie annonçait en 2010 le lancement d'un passeport électronique. C'est aussi le pays d'Asie du Sud-Est où la téléphone mobile connaît le plus grand boom: un marché évalué à 391 millions d'appareils à l'horizon 2015.



Christoph Kruppa
Head of Marketing,
swiss IT bridge gmbh

Le Vietnam encourage les créations d'entreprises dans la branche ICT, qu'elles soient indigènes ou étrangères. Le premier parc high-tech vietnamien – Quang Trung Software City – a été inauguré à Hô-Chi-Minh-Ville (Saïgon) en 2001. Depuis lors, six autres parcs du genre ont été ouverts. Le fond de capital-risque américain IDG Ventures, par exemple, a investi jusqu'ici 550 millions de dollars dans de nouvelles startups, mais aussi dans des entreprises existantes, ainsi que dans la formation dans les ICT.

L'horizon est radieux: l'Indonésie table sur une croissance de 17 % du secteur et le Vietnam prévoit de doubler la contribution des ICT au PIB (objectif 2020: 20 %).

- 1 De la culture du riz à la culture hightech
- 2 L'Indonésie en bref
- 2 Le bois indonésien a-t-il ses chances sur le marché européen?

- 2 SECO-Info
- 3 La broderie au Vietnam: bien plus qu'une tradition
- 3 Le Népal au salon Biofach

- 3 Vietnam: survol
- 4 Indonésie: un marché d'avenir
- 4 A venir

L'Indonésie en bref

L'Indonésie a subi de grandes difficultés économiques et surmonté plusieurs catastrophes naturelles ces dernières années. Fort heureusement, le pays a remonté la pente et connaît actuellement un véritable essor économique. Sa richesse en ressources naturelles (pétrole, gaz naturel, huile de palme, essences tropicales, etc.) constitue une source de revenus réguliers. L'Indonésie exporte également du textile et de l'habillement, du caoutchouc, de l'huile et des produits en bois.



Pour Goldman Sachs, l'Indonésie fait partie du cercle de pays disposant des meilleures chances de devenir une puissance économique au XXI^e siècle. Il n'en reste pas moins que le quart de la population vit en dessous du seuil de pauvreté et que la moitié de la population vit de l'agriculture.

Le bois indonésien a-t-il ses chances sur le marché européen?

Les changements climatiques et la déforestation illégale posent aujourd'hui des questions essentielles de gestion responsable des forêts. Les principaux acheteurs en Europe et aux Etats-Unis exigent aujourd'hui des certificats attestant l'origine légale du bois. Le FSC fait partie des labels reconnus. Le gouvernement indonésien prend ces questions très au sérieux, il a introduit en 2009 un système national de certification de la légalité du bois. Les accords de partenariat volontaire (APV) que l'Indonésie a signés en mai dernier avec l'UE dans le cadre du système FLEGT ont été particulièrement salués puisqu'ils prévoient d'améliorer la transparence dans le développement des partenariats, le processus de surveillance des abattages ainsi que l'intégration d'un processus d'amélioration en continu. De plus, l'association des fabricants de meubles indonésiens (ASMINDO) a lancé en 2009 une aide à la certification de façon à soutenir l'industrie du meuble dans ses démarches pour l'obtention du certificat FSC. Le 6 septembre 2011, deux forêts gérées par l'entreprise publique Perum Perhutani, soit la KPH Kendal (SA-FM/COC-002952) et la Kebon Harjo (SA-FM/COC-002951), ont été certifiées FSC. Accédant désormais à 38 043,43 hectares supplémentaires de bois certifiés, les entreprises ont la garantie de pouvoir se fournir en bois légal. Il est dès lors tout à fait possible que l'industrie indonésienne du meuble remplisse les exigences de la réglementation européenne sur le bois qui entreront en vigueur en mars 2013.



Info SECO.

Le SECO soutient depuis de nombreuses années le développement économique en Indonésie et au Vietnam. En Indonésie, il vise principalement à améliorer la gouvernance économique ainsi que les conditions d'affaires, à augmenter les exportations et la compétitivité, ainsi qu'à freiner les changements climatiques. En matière de promotion du commerce, divers projets ont été réalisés dans le domaine du cacao, du poisson et des produits bio. De nouveaux projets sont également identifiés. Le SIPPO travaille au développement de synergies et continuera de le faire à l'avenir. Au Vietnam, le SECO déploie des stratégies visant à améliorer les conditions macroéconomiques, à soutenir l'internationalisation des PME et à promouvoir une politique commerciale durable sur la base des règles de l'OMC. Dans ce domaine, le SECO a élargi le champ d'action de l'agence vietnamienne de promotion du commerce (VIETRADE) afin qu'elle puisse être en mesure de répondre aux exigences formulées par les entreprises exportatrices. De nombreuses perspectives s'ouvrent à l'export dans la production de chaussures notamment, l'artisanat et les meubles en bois. Ces domaines bénéficient d'une promotion ciblée. VIETRADE et le SIPPO continueront d'agir en tant que partenaires importants du SECO pour la promotion des exportations du Vietnam.

La broderie au Vietnam: bien plus qu'une tradition.

C'est un fait: le linge de table et le linge de lit vietnamien brodé à la main vont avoir la vie dure sur le marché international, car la Chine, qui produit à la machine, en masse et à bas coût, est un gros concurrent pour le Vietnam sur ce marché.

Depuis trois ans, le SIPPO apporte soutien et conseil aux producteurs asiatiques de linge de maison en termes de design, de tendance et de marketing à l'export et leur donne accès chaque année à une plate-forme importante: Heimtextil, salon du linge de maison à Francfort. La broderie artisanale permet des motifs complexes et exclusifs impossibles à réaliser à la machine. Les producteurs vietnamiens sont ainsi en mesure de faire valoir sur le marché des qualités, telles que créativité, flexibilité, savoir-faire artistique et rapidité d'exécution.

Une centaine de milliers de femmes maîtrisent cet art en particulier dans les régions rurales reculées faiblement développées en termes de structures. Le modeste revenu qu'apporte la broderie à ces populations représente une prestation en argent qui ne peut être substituée par aucune autre activité. Cette pratique permet de maintenir vivants la tradition et le savoir-faire artisanal tout en maintenant le contact avec les usages suprarégionaux et internationaux. Pour beaucoup de jeunes femmes, cette occupation leur offre la possibilité de démarrer dans la vie active. Elles prennent conscience des exigences imposées par le marché et développent de l'aplomb et de la fierté pour cet art ancestral.



Le Népal au salon Biofach.

Le salon mondial des produits bio a lieu à Nuremberg en février de chaque année. Cette année, Biofach a attiré en l'espace de quatre jours plus de 44 000 visiteurs professionnels venus de 131 pays. Les quelques 2500 exposants participant ont présenté des aliments bio, des textiles écologiques et des cosmétiques naturels novateurs. Des exposants sont venus du Népal pour participer au salon. Le Népal n'avait plus été représenté à Biofach depuis des années. Cette participation a été l'occasion d'entamer une collaboration entre la coopération allemande (Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GIZ), l'agence népalaise Trade and Export Promotion Centre (TEPC) et le SIPPO. Cinq exposants népalais ont planté leur stand sur le Pavillon du SIPPO. Très bien préparés pour l'occasion, ces exposants étaient fin prêts à relever les défis du circuit commercial international. Ils ont notamment été en mesure d'établir de très nombreux contacts. Il s'agit là de conditions de départ idéales pour réussir à l'export. Une participation à Biofach est aussi au programme en 2012. Les entreprises auront bien évidemment l'opportunité d'approfondir les relations établies. Elles devront bien sûr aussi s'atteler à développer leur base de clients potentiels pour le marché export. Visitez le Népal sur le SIPPO Pavillon à Biofach 2012!

Vietnam: survol

Le passage de l'économie planifiée à un système de libre-marché a été initié au début des années 1990. Le 11 janvier 2007, le Vietnam est devenu le 150^e membre de l'OMC. Conséquence de l'accession à l'OMC: le commerce extérieur vietnamien a augmenté de 21,5% par rapport à 2007. Le Vietnam fait partie des pays d'Asie du Sud-Est qui enregistrent l'essor économique le plus dynamique. Toutefois, malgré la croissance rapide des centres économiques et la contraction du secteur agricole, les trois quarts de la population vivent en zones rurales. Près des deux tiers tirent leurs re-



venus de l'agriculture, de la sylviculture et de la pêche. La culture du riz et du café sont d'importants produits d'exportation, de même que les huiles végétales brutes, le bois, le textile et les fruits de mer.

Salons.

- **Heimtextil**, 11–14 janvier 2012
Salon international des textiles pour la maison et les espaces tertiaires, Francfort, Allemagne
- **Swissbau**, 17–21 janvier 2012
Salon de la construction et de l'immobilier, Bâle, Suisse
- **IMM**, 16–22 janvier 2012
The International Furnishing Show, Cologne, Allemagne
- **Fruit Logistica**, 8–10 février 2012
Salon international du marketing des fruits et légumes, Berlin, Allemagne
- **Ambiente**, 10–14 février 2012
Internationale Frankfurter Messe, Francfort, Allemagne
- **Biofach**, 15–18 février 2012
Salon pilote mondial des produits bio, Nuremberg, Allemagne
- **ITB**, 7–11 mars 2012
The World's leading Travel Trade Show, Berlin, Allemagne
- **CEBIT**, 6–10 mars 2012
Heart of the digital world, Hanovre, Allemagne

Contact.

Osec

Swiss Import Promotion Programme

Stampfenbachstrasse 85

CH-8006 Zurich

Téléphone +41 44 365 51 51

Fax +41 44 365 52 02

sippo@osec.ch

www.sippo.ch

Indonésie: un marché d'avenir.

Quel marché succèdera aux Etats BRIC? Goldman Sachs a révélé le nom des prochains candidats: onze nations émergentes en font partie. Parmi lesquelles l'Indonésie, qui est en très bonne position. Mais que représente le marché indonésien en termes d'approvisionnement? Premièrement, on sait que l'Indonésie s'est imposée en vingt ans comme un fournisseur important de l'industrie automobile japonaise. Toyota, Honda, Nissan profitent plei-



nement de la proximité géographique de ce marché, de son infrastructure logistique, de l'immense potentiel d'une main-d'œuvre jeune et volontaire et de leurs bonnes connaissances de l'anglais. Sans oublier que pour ces constructeurs, l'Indonésie est un des plus grands marchés de matières premières et que les salaires y sont beaucoup plus bas que dans les autres pays asiatiques. L'industrie de la sous-traitance indonésienne est diversifiée et offre aux industriels suisses et européens de multiples potentialités: dans la transformation des métaux (traitement mécanique, haute précision, construction métallique), dans la fonderie (outillages, moules), les équipements d'extraction, les plastiques, la connectique ou autres technologies. L'étendue de l'offre permet de revoir entièrement différents volets de la supply chain en mettant en œuvre des projets de sourcing plus complexes et plus élaborés.

A venir.

Natural Ingredients, Buyer Mission to Lima, 17–22.09.2012

Le voyage «Ingrédients naturels du Pérou pour l'industrie alimentaire, cosmétique et pharmaceutique européenne» prévoit des visites d'entreprises et de salons (PeruNatura, Ex-poalimentaria).

Ceci est le dernier numéro de la SIPPO Newsletter. Nous continuerons de vous informer des activités du SIPPO sur le site www.sippo.ch