



La 23^e édition du salon Classe Export qui s'est tenue à Eurexpo les 26 et 27 novembre de Rhône-Alpes, avec la venue de délégations étrangères : tunisienne, allemande,



De droite à gauche : Mehdi Jomaâ, 1er ministre tunisien, Jean Jack Queyranne, président de la Région Rhône-Alpes, Marc Hofmeister, président de Classe Export, organisateur du Salon

Tunisie

“Une transition porteuse d'espoir”

Alors que le pays célèbre le troisième anniversaire de la “Révolution de jasmin”, l'adoption de la nouvelle constitution progresse lentement. La Tunisie poursuit bon gré mal gré sa mue économique et sociale. « Il faut être patient. Nous sommes dans un processus de transition qui prendra du temps, un temps indispensable pour créer un modèle différent qui doit faire l'objet d'un consensus pour durer » déclarait le nouvel homme fort du gouvernement tunisien, **Mehdi Jomaâ**, lors de la grande conférence plénière du salon Classe Export de Lyon. Il était alors Ministre de l'industrie. Il est devenu depuis 1er Ministre.

En effet, le visage de la Tunisie change très vite à l'image de son gouvernement. A 51 ans, Mehdi Jomaâ, nommé ministre de l'Industrie en mars 2013, a pris ses fonctions de premier ministre le 10 janvier dernier. Beaucoup d'espoirs reposent dorénavant sur cet homme de terrain rompu aux réalités économiques. Cet ancien directeur de la division aéronautique et défense de Hutchinson, filiale de Total pratique le discours d'un chef d'entreprise et porte des messages positifs et argumentés sur le devenir de son pays.

« La Tunisie est en phase de transition. Personne ne cache bien sûr sa préoccupation mais je vais vous rassurer : les partenaires sociaux et le gouvernement sont en négociation constante. La décision finale prendra du temps mais l'essentiel est que l'on aboutisse à une décision commune. Nous visons des élections courantes 2014 ».

Le premier Ministre tient également à rassurer sur la situation économique du pays : « la Tunisie

affiche une croissance de 3 % malgré la crise. Une véritable performance pour un pays en pleine mutation. La parité dinar / dollar qui s'érode au détriment de notre monnaie n'est pas une bonne chose – bien que favorable dans une certaine mesure aux exportateurs – mais l'essentiel reste la disponibilité de nos ressources et pour l'instant nous avons une visibilité à 100 jours. Notre endettement quant à lui est de 48% du PIB ce qui est nettement meilleur que la plupart des pays européens. Nous avons donc de la marge, et notre pays est solvable. L'important étant de nous orienter vers une politique d'investissements qui seront, vous le comprenez, financés grâce à nos ratios qui sont très corrects. À préciser que nous avons connu des crises beaucoup plus aiguës qu'actuellement ».

Quelle stratégie pour la Tunisie ?

La question est posée et Mehdi Jomaâ répond sans détour : « Nous misons sur le dynamisme

de notre industrie. La Tunisie reste une terre ouverte aux investissements étrangers. Nous allons renforcer notre politique en matière d'IDE, apporter plus de transparence et de garantie. Nous demanderons en retour aux investisseurs un certain niveau de responsabilité pour que nous puissions bâtir une croissance durable ».

L'étiquette low-cost qui a longtemps collé à l'industrie tunisienne est en passe de laisser la place à une stratégie basée sur la haute valeur ajoutée compétitive. « 10 000 personnes travaillent dans le secteur aéronautique en Tunisie. Il y a dix ans, ce secteur était quasi inexistant. Plus de la moitié des A320 qui circulent dans le ciel, possède des tronçons de fuselage fabriqués en Tunisie. Le secteur automobile par ailleurs, représente 5 % du PIB ».

Les arguments ne manquent donc pas. Sur une population de 10 millions d'habitants, 365 000 personnes sont inscrites à l'université qui sanctionne 65 000

diplômés chaque année. De quoi renforcer le contingent de cadres et d'ingénieurs du pays.

La transition énergétique est un autre axe stratégique de développement pour les autorités tunisiennes. « Nous sommes déçus en énergie fossile. Bien que nous produisions du pétrole, nous importons tout de même 65 % de brut et 50% de gaz. Nous nous orientons donc résolument vers des énergies durables. Pour cela nous allons investir massivement – 8 à 9 Mds € d'ici 2030 – dans les énergies vertes en multipliant les incitations financières et surtout en arrêtant de subventionner l'énergie fossile, subventions qui ne bénéficient qu'à une poignée d'industriels et qui se font au détriment du plus grand nombre. Bien sûr les tarifs vont augmenter mais ils permettront de dégager des marges pour les investisseurs ». Mehdi Jomaâ le répète : « La Tunisie est une valeur sûre de l'Afrique du Nord et la transition qui s'opère est porteuse d'espoir ».

Julien Thibert

dernier proposait un programme complet et sur-mesure aux entreprises malaisienne, canadienne, russe, tchadienne, macédonienne...

Relations franco-allemandes : trouver de nouvelles pistes de coopération

En ce cinquantenaire du Traité de l'Élysée (1963/2013), la relation franco-allemande était à l'honneur lors du salon Classe Export de Lyon. De nombreux professionnels des deux pays sont venus débattre de sujets de fonds : innovation collaborative, fusion-acquisition, implantation, transport et logistique, financement des exportations, recrutement etc.... Un pavillon Allemagne a réuni les meilleurs experts du marché outre-Rhin : Rhenus Logistics, Ubifrance Düsseldorf, Erai Allemagne, Mazars Berlin, centre d'Affaire franco-allemand, Villa France, Mainstream Export...

Trois émissions TV ont été enregistrées et retransmises en direct sur TLM le 26 novembre matin. Ulrich Koepfen, directeur du BVMW, syndicat du Mittelstand allemand pour le Land du Bade-Wurtemberg a expliqué les défis auxquelles les entreprises allemandes étaient confrontées : manque de main d'œuvre et d'ingénieurs, coût de l'énergie et des infrastructures « *Les carnets de commande sont pleins* » explique-t-il mais les sociétés allemandes doivent trouver des solutions, au risque de perdre des marchés à l'exportation. « *Il y a sans doute de nouvelles coopérations à trouver avec les entreprises françaises* ». Autre sujet d'actualité qui pourrait dégager de nouvelles pistes de rapprochement : la reprise d'entreprises. Il y a en Allemagne plusieurs milliers d'entreprises, souvent familiales qui recherchent un repreneur. Plutôt que de tomber entre les mains de groupes étrangers, autant essayer de trouver des coopérations entre partenaires. Une réflexion est à l'étude entre le Cgpm et le BVMW.

Comment les Allemands perçoivent-ils la France ? « *Beaucoup de sociétés sont intéressées par le marché français mais*



Ulrich Koepfen, directeur du BVMW, pour le land du Bade-Wurtemberg

ont gelé leurs projets d'investissement. Elles souhaitent davantage de visibilité et de stabilité dans la politique économique française » résume Jörn Bousseimi, directeur général de la Chambre de commerce allemande en France (AHK). Pour Manuel Emig, jeune entrepreneur allemand qui a créé sa société, **Solorea** nouvel acteur de la filière photovoltaïque en France, « *tout est aussi question de mentalité et de motivation. Malgré le contexte incertain, on peut monter une entreprise en France et créer des emplois* ».

Les sociétés françaises doivent se décomplexer

Autre message répété en force lors de la conférence « **Implantation en Allemagne ; les clés**

du succès », les sociétés françaises doivent se décomplexer vis-à-vis de leurs homologues allemands. « *Certes, il faut un produit qui apporte une valeur ajoutée certaine au marché, mais il faut aussi s'intéresser un minimum à la culture, au pays et à la langue* » rappelle Dominique Cherpin fondateur de Villa France à Cologne. « *Pour réussir en Allemagne, il faut être allemand !* » résume Céline Eheim, d'Erai Allemagne : respecter ses engagements, apporter de la qualité, du service et être présent sur place. Et ne pas hésiter « *à exposer sur les salons allemands, véritables*

vitres du marché mondial » selon le directeur d'Ubifrance Allemagne, **Patrick Imbert** qui rappelle le succès du V.I.E outre-Rhin. « *Plus de 150 offres sont encore à pourvoir, il faut que les jeunes Français se mettent à l'allemand !* »

En résumé, les entreprises françaises n'ont pas à avoir honte de leur savoir-faire. Celles qui ont "osé" l'Allemagne ne le regrettent pas. Alors Soyez fiers de vous, dépassez vos craintes, vos complexes (souvent infondés !). Et osez l'Allemagne !

Sylvain Etax



Le plateau TV sur le thème des relations franco-allemandes

Le déjeuner des 200 qui font l'international

Sous la présidence de Jean-Jack Queyranne, ce moment fort rassemble de nombreuses personnalités du monde institutionnel et des chefs d'entreprises qui œuvrent à l'international

Mario Ohoven (Président de la Fédération Allemande du Mittelstand BVMW), Mehdi Jomaâ, 1er Ministre de Tunisie), Philippe Bernard (Président de l'aéroport de Lyon Saint-Exupéry) et Pascal Nadobny (Président Rhône-Alpes des Conseillers du Commerce Extérieur de la France) ont, entre autres, témoigné sur les grands sujets qui animent la sphère du commerce extérieur français. L'Allemagne a-t-elle encore besoin d'un partenaire français ? Sa réussite insolente sera-t-elle pérenne ? Quelle stratégie des entreprises françaises pour leur développement à l'international ?



Une occasion de réunir les institutionnels national et régional avec les chefs d'entreprises qui, au quotidien, font l'international en Rhône-Alpes

L'avenir du Maghreb est-il tourné vers l'Europe ou vers l'Afrique ? L'Afrique, une fois résolus ses problèmes de gouvernance, sera-t-elle le nouveau relais de croissance ?

Malaisie : destination stratégique pour les entreprises



Actuellement, en Asie du Sud-Est, toutes les attentions se concentrent sur la Malaisie. Considérée aujourd'hui comme l'une des locomotives de l'ASEAN, cette jeune nation a su se structurer économiquement grâce à une politique de libre entrepreneuriat basée sur la culture internationale des affaires. Les incitations financières sont nombreuses pour attirer les investissements étrangers. Dans leur ensemble les experts s'accordent à dire que la Malaisie doit s'envisager comme une plateforme de réexportation à haute valeur ajoutée vers le vaste marché d'Asie du Sud-Est.

La visite du nouvel Ambassadeur de Malaisie à Lyon, Tan Sri Ismail Omar, sur le salon n'est qu'une preuve de plus que le savoir-faire de nos entreprises intéresse les responsables malaisiens. Ce dernier a profité d'une conférence pour exhorter les Pme à se développer en Malaisie.

La Russie en mode décryptage

Considérée souvent par les exportateurs comme un pays à risque qui, de surcroît, impose des certifications et des réglementations changeantes, la Russie est pourtant l'un des rares pays où la France accroît significativement ses parts de marché.

Cette année, plus d'une dizaine d'experts du marché ont animé le pavillon Russie et ont accueilli les entreprises soucieuses de s'informer des réalités de ce marché gigantesque : canaux de distribution, optimisation douanière, négociation avec un partenaire local. La réussite des entreprises françaises à l'occasion des JO de Sochi, qui vont bientôt avoir lieu, prouve que les possibilités existent.

