

NATIONS EMERGENTES

REVUE DE COMMERCE INTERNATIONAL www.nations-emergentes.org

N°43

Janvier
2021

L'INDONÉSIE, en quête de puissance



Suluban Beach, Bali

From Indonesia with love



@INDONESIAINPARIS



@KBRI_PARIS

WWW.KEMLU.GO.ID/PARIS

L'Indonésie, en quête de puissance

L'Indonésie actuelle mise sur l'ouverture économique et le libre-échange pour opérer le rattrapage économique. Elle est consciente du fait qu'elle s'est laissée distancer par rapport à ses voisins de l'ASEAN : Malaisie et Singapour qui ont une longueur d'avance sur le plan du développement économique. Pourtant, la taille de l'Indonésie composée de 17 000 îles s'étirant sur 6 000 km d'ouest en est et sur 1 770 km du nord au sud, fait pâlir d'envie ses voisins puisqu'elle occupe un positionnement géographique clé, au carrefour de plusieurs routes maritimes. La diversité de ces îles et la richesse du sous-sol sont ses avantages compétitifs que le pays cherche à exploiter pour opérer le décollage. L'Indonésie est riche en ressources naturelles comme le gaz, le pétrole, le cuivre, le nickel, riche aussi en une diversité d'épices et essences naturelles. La priorité du président Jokowi est de donner une base industrielle au pays par la promotion de « make in Indonesia ». En effet, l'Indonésie ne veut plus être uniquement un fournisseur de matière première étant donné qu'elle souhaite acquérir une autonomie sur le plan industriel. La production sur le territoire est privilégiée à l'exportation des ressources naturelles. Par exemple, en 2019 le gouvernement indonésien a interdit la vente du nickel du fait qu'il est considéré comme une ressource stratégique. Ce minerai est un composant clé pour les voitures électriques et pour les batteries. L'Indonésie veut tirer parti sur son

potentiel pour intégrer les chaînes de production régionale et mondiale en incitant les entreprises à produire sur son territoire. ⁽¹⁾ De plus, la disponibilité des terres et de la main d'œuvre sont des facteurs qui caractérisent l'Indonésie. Elle veut aussi tirer avantage de la jeunesse de sa population, bien formée et malléable pour attirer les investisseurs. Elle a réussi à attirer les délocalisations des multinationales en leur offrant un cadre légal avec des règles du jeu transparentes. La guerre commerciale entre la Chine et les États-Unis ont incité les firmes étrangères à diversifier leur centre de production en les délocalisant en Asie du Sud-Est. L'Indonésie a su tirer profit de ce contexte, pour accueillir des industries à l'affût d'une main d'œuvre bon marché. C'est le cas par exemple, du secteur textile occupé par des entreprises chinoises. L'Indonésie d'aujourd'hui, et davantage demain, s'achemine progressivement sur le chemin de la puissance en opérant une catharsis. Elle s'est donné un cadre légal avec des règles du jeu valables pour tous. Sa puissance économique s'appuie sur le contrôle de ses ressources naturelles et de ses moyens de production pour opérer un bond en avant. Mais, ce processus reste fragile parce qu'il risque d'être sapé par des menaces qui pèsent sur le pays.

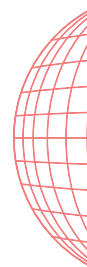
En mai 2018, l'Indonésie a été surprise par des attaques terroristes prenant pour cible des postes de police et des églises, toutes revendiquées par l'organisation État islamique. Ces attentats ont frappé les esprits dans la mesure où l'Indonésie croyait avoir réussi à contenir la menace extrémiste depuis l'attentat de Bali en 2002. ⁽²⁾ Elle remet en question les

fondements de la démocratie pluraliste qui s'appuient sur les principes du Pancasila, à savoir l'unité dans la diversité. Cette menace extrémiste semble être neutralisée par des contre-pouvoirs bien établis depuis les élections générales de 2019. De toute évidence, le résultat du scrutin a écarté les candidats des partis extrémistes tout en renouvelant la confiance des Indonésiens au président Jokowi, un homme de compromis connu pour son pragmatisme.

« La puissance écrit Pierre Buhler, s'inscrit dans la durée, ne doit rien pourtant au hasard, elle doit un peu au génie ou à l'audace et beaucoup à la méthode. La puissance appartient à ceux qui en comprennent les règles, qui savent en assembler les ressources et en forger les instruments, (...) bref à ceux qui savent appliquer à leur profit la grammaire subtile et changeante de la puissance ». ⁽³⁾ Il en est ainsi de l'Indonésie car si elle parvient à s'acheminer progressivement sur le chemin de la puissance, en évitant les écueils alors elle sera en mesure d'influencer les autres en devenant un modèle de démocratie tolérante et prospère. ☉

Douraya ASGARALY

Nous vous invitons à réagir à cet éditorial en nous écrivant à l'adresse mail suivante : contact@nations-emergentes.org



NATIONS EMERGENTES

N°43 | Janvier 2021

Association de loi 1901 | W931002897

ISSN : 2429-7461

Email : contact@nations-emergentes.org

web : www.nations-emergentes.org

• Directrice de publication •

Douraya ASGARALY

Tél. : (33) 6 16 63 45 19

Email : nat.emergentes@yahoo.fr

• Directrice de rédaction •

Sri Damayanty MANULLANG

• Consultant éditorial •

Hervé THÉRY – <http://confins.revues.org>

• Ont collaboré à ce numéro •

Son Excellence Mr Arrmanatha Christiawan NASIR

Eric MOTTET - Son Excellence Mr Olivier CHAMBARD

Mr le député Raphaël Gérard

• Avec •

Chantal Caraman, maquette

Gwendal LE SCOUL, conception graphique

• Photo de couverture •

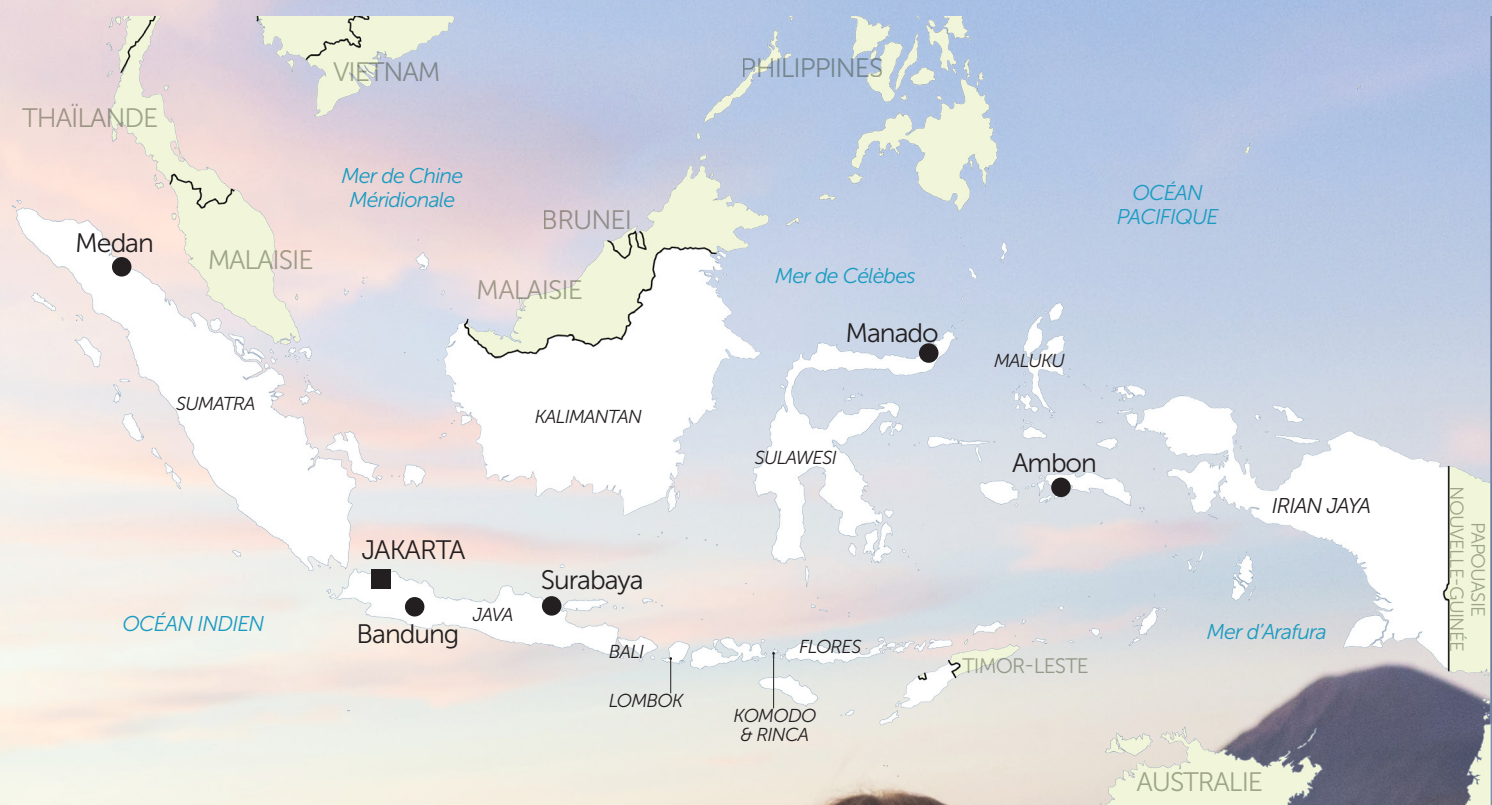
Penglipuram village - Bali - Indonésie

Auteur Ruben Mutaburat

SOMMAIRE

ÉDITORIAL	3
FICHE PAYS	4
LE PAYS... VU PAR UN SPÉCIALISTE.....	8
FOCUS: CONQUÉRIR LE MARCHÉ DU PAYS.....	13
LES SECTEURS PORTEURS	16
EXPORTER AU PAYS : MODE D'EMPLOI	20
LES ENTREPRISES FRANÇAISES	22
FOIRES ET SALONS	23

INDONÉSIE



Les infrastructures

→ TRANSPORT AÉRIEN

186 aéroports en Indonésie dont 24 sont enregistrés comme aéroports internationaux. Bali, Jakarta, Medan et Surabaya concentrent l'essentiel du trafic international.

→ RÉSEAU ROUTIER

496 607 km dont 293 102 km sont goudronnées. Il continue à dominer les autres modes de transport en valeur absolue et en passagers-km et fret-km. Les parts des différents modes de transport sont estimées à 90 % pour le transport routier, 9 % pour le transport maritime et 1 % pour le ferroviaire et l'aérien.

→ RÉSEAU FERROVIAIRE

8 159 km. La densité du réseau ferroviaire est faible et se limite à une liaison est/ouest sur l'île de Java.

→ TRANSPORT MARITIME

Les principaux ports d'Indonésie

- Tanjung Priok (Jakarta)
- Tanjung Peral (Surabaya)
- Belawan (Medan)
- Tanjung Emas (Semarang)
- Banjarmasin (Kalimantan)
- Palembang (Port pétrolier de Kalimantan)
- Jayapura (Papouasie)
- Sungai Pakning (Sumatra)
- Panjang (Sumatra)

Source : CIA - Factbook - 2019

Télécharger les principales villes de l'Indonésie :

<https://nations-emergentes.org/wp-content/uploads/2020/12/Villes-Indonesie.pdf>

Mot d'introduction de son Excellence

Son Excellence Mr l'Ambassadeur Arrmanatha Christiawan NASIR



L'Indonésie comprend une société très diversifiée. Avec plus de 260 millions d'habitants et plus de 700 langues, elle constitue un défi majeur pour les professionnels. Un esprit d'aventure ne suffit pas pour se lancer. Il vaut mieux disposer quelques repères pour nouer des contacts. En Indonésie, ce qui est bon pour un groupe particulier (ethnie) ne l'est pas pour un autre. Il est indispensable de segmenter le marché, faire preuve d'empathie et de maîtriser quelques phénomènes interculturels qui peuvent vous être utiles dans votre négociation. Être accompagné sur le terrain en recourant à un professionnel ou à la diaspora indonésienne peut vous faciliter l'entrée. Il est conseillé de nouer des relations durables avec les acteurs locaux de la région où vous souhaitez vous implanter et le gouvernement. Le principale est se faire connaître et rompre l'anonymat. Il existe de nombreux exemples d'entreprises qui ont su saisir des opportunités en prospectant sur le terrain et en se fiant à leur réseau. Ma priorité est de créer une passerelle entre la France et l'Indonésie qui partagent certaines valeurs.

Les valeurs communes à la France et l'Indonésie

L'Indonésie et la France partagent les valeurs de démocratie, de pluralisme et de tolérance. Elles sont constitutives pour les deux pays tant dans le domaine politique que dans leur zones d'influence respectives. En tant que deux démocraties matures et membre du G20, la France et l'Indonésie militent pour promouvoir le multilatéralisme dans les instances internationales.

2021 est l'année fêtant les 71 ans des relations diplomatiques entre l'Indonésie et la France. Elles s'appuient depuis 1950, sur le principe du respect et du bénéfice

réciroque pour les deux pays. Depuis 2011, l'Indonésie est un partenaire stratégique de la France et la coopération bilatérale s'est rapidement intensifiée dans tous les secteurs d'activité. Elle s'est traduite par une meilleure compréhension entre les deux partenaires.

De nos jours, l'Indonésie est une économie ouverte. Elle mise sur ses ressources naturelles pour intégrer le club « des émergents ». Les opportunités sont diverses du fait du rattrapage. Il faut savoir que plus de 53% de sa population vit dans les villes. Elle utilise plusieurs fois par jour, internet et dispose d'un pouvoir d'achat en augmentation. Sa main d'œuvre est jeune et flexible. C'est cette tranche de la population qui va représenter la classe moyenne productive en 2025-2035, selon les estimations.

“
**Nous
pouvons
faire un
chemin
ensemble**
”

Quelques projets prioritaires du gouvernement

Pour la décennie à venir, le gouvernement indonésien veut assurer une meilleure connectivité entre les îles en favorisant des projets d'infrastructures. Il souhaite également développer une industrie 4.0 dans les secteurs agroalimentaire, le textile et de l'habillement, l'automobile, l'électronique, des produits chimiques et pharmaceutiques sans oublier le tourisme (en ciblant de 10 destinations prioritaires) et la production énergétique. Le pays s'est fortement engagé à faire évoluer son système énergétique actuel vers une énergie propre et durable car il dispose de grandes réserves de gaz et de géo-thermie du monde, ainsi que d'autres sources d'énergie renouvelables comme par exemple, le vent, les vagues océaniques, le solaire et la biomasse. La pandémie actuelle par exemple, a permis à l'Indonésie de mettre en œuvre des projets à faible intensité de carbone pour réduire les émissions de gaz à effet de serre. La priorité du gouvernement est de privilégier les énergies renouvelables pour lutter contre le changement climatique.

La construction d'une nouvelle capitale à Kalimantan Est (île de Bornéo) ouvre des nouvelles perspectives aux entreprises. Pour ces projets, mon équipe est à votre disposition pour vous apporter assistance, conseil et accompagnement car il y a au sein de mon ambassade, une cellule de veille économique. 🌐

<https://kemlu.go.id/paris/lc>

INDONESIE : DEPLACEMENT DE LA CAPITALE EN 2024



Le pays, sa population, sa langue et ses données sociologiques

L'Indonésie

L'Indonésie est en Asie du Sud-Est. Sa capitale est Jakarta. Elle compte 267 millions d'habitants en 2020. C'est le plus grand archipel du monde avec un peu plus de 16 000 îles, dont seulement 3 000 sont habitées. Elle s'étend le long de l'équateur et a comme voisins la Malaisie, Singapour, les Philippines, la Papouasie-Nouvelle-Guinée, l'Australie et Timor oriental. Elle est située sur une des plus importantes routes maritimes de par son positionnement géographique. Ses plus grandes îles sont Sumatra, Java, Bornéo (que le pays partage avec la Malaisie et Brunei), Célèbes et la Nouvelle-Guinée (que le pays partage avec la Papouasie-Nouvelle-Guinée).

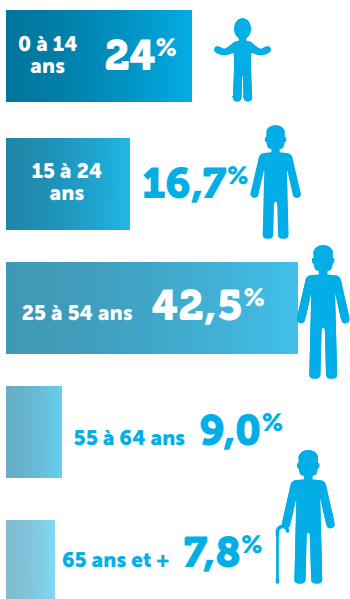
L'archipel compte plus de 1 100 groupes ethniques selon le recensement de 2010 et plus de 700 langues. Le groupe le plus important sont les Javanais, qui représentent 40 % de la population.

La constitution indonésienne a un préambule qui énonce les cinq principes, «Pancasila» en sanskrit, qui fondent l'Etat indonésien. Le premier principe est «la croyance en un Dieu unique», mais la constitution ne mentionne aucune religion. Les Indonésiens sont néanmoins tenus de déclarer leur religion parmi six reconnues officiellement : le bouddhisme, le catholicisme, le confucianisme, l'hindouisme, l'islam et le protestantisme. Les jours fériés officiels reflètent cette reconnaissance. Toutefois de nombreuses autres religions soient présentes, parmi lesquelles les religions traditionnelles, qualifiées simplement de «courants de croyance». Plus de 87% des Indonésiens se déclarent musulmans.

En matière de relations étrangères, l'Indonésie s'efforce de pratiquer une politique de non-alignement qu'elle a adopté dès le début de la Guerre froide peu après la fin de la Seconde Guerre mondiale. Hôte de la conférence de Bandung de 1955, l'Indonésie est d'ailleurs une des fondatrices du Mouvement des non-alignés.

L'Indonésie est la 16^e puissance économique mondiale (7^e en parité de pouvoir d'achat). Elle a réussi sa transition démocratique depuis la démission de Soeharto en 1998.

→ STRUCTURE DE LA POPULATION PAR ÂGE EN 2019 (%)

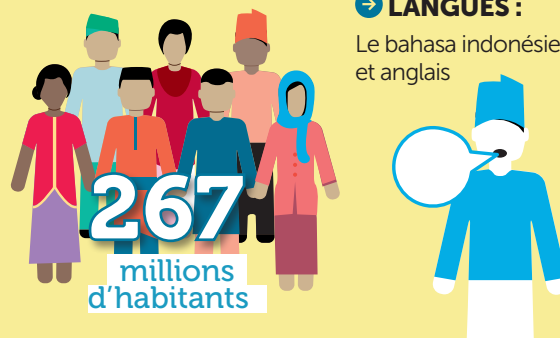


→ RÉPARTITION DE LA POPULATION EN 2018 (%)



→ LANGUES :

Le bahasa indonésien et anglais



→ LES PRINCIPALES RELIGIONS DE L'INDONÉSIE (%)

Musulmans	87,0 %
Protestants	7,0 %
Catholiques	3 %
Hindous	1,7 %
Bouddhistes	0,7 %
Autres	2,3 %



→ LES PRINCIPAUX GROUPES ETHNIQUES DE L'INDONÉSIE (%)

Javanais	40,1	Bantenais	2,0
Soundanais	15,5	Banjar	1,7
Malais	3,7	Balinais	1,7
Batak	3,6	Acehnais	1,4
Madourais	3,0	Dayak	1,4
Betawi	2,9	Sasak	1,3
Minangkabau	2,7	Chinois	1,2
Bugis	2,7	Autres	15,1

Source : CIA - Factbook - 2020

Les données politiques

TYPE DE RÉGIME :

↓
République

NATURE DU RÉGIME :

↓
Démocratie, régime présidentiel

- **Président de la République** : Joko Widodo (depuis 2014, réélu en 2019)
- **Vice président** : Ma'ruf Amin (depuis 2019)

LES CHIFFRES CLÉS DE L'ÉCONOMIE INDONÉSIENNE

Monnaie :
Rupiah (IDR)
1 € = 17 373,85 IDR
1 \$ = 14 678 IDR

PIB (milliards de \$)

2017	1 016
2018	1 042
2019	1 119

Croissance du PIB (%)

2017	5,0
2018	5,1
2019	5,0

Sources : World Bank

PIB par habitant (\$)

2017	3 530
2018	3 850
2019	4 050

Source : World Bank

Le commerce entre le Kazakhstan et le monde

Commerce en 2019

Export : 180,21 milliards €
Import : 188,71 milliards €

Source : UN Comtrade

Les échanges entre la France et l'Indonésie en 2019

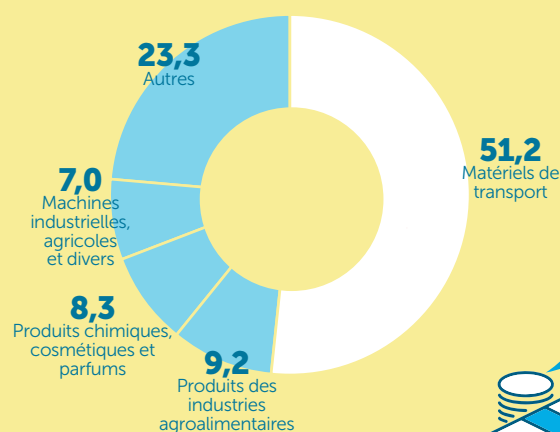
Export France / Indonésie : 1 561,9 milliards €

Import Indonésie / France : 1 874,1 milliards de €

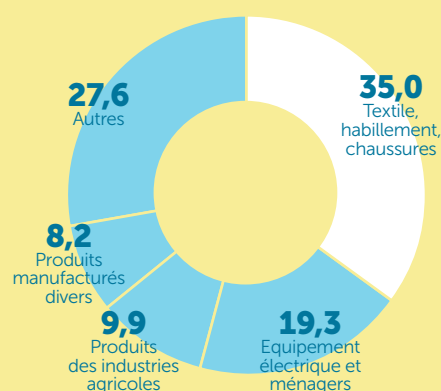
Source : Examen des politiques commerciales – OMC



LES PRODUITS EXPORTÉS PAR LA FRANCE EN INDONÉSIE EN 2019 (%)



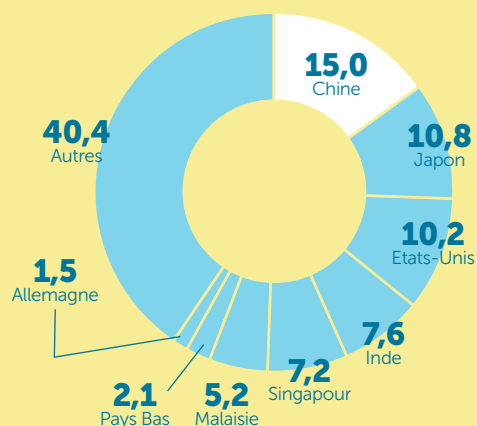
LES PRODUITS IMPORTÉS D'INDONÉSIE EN 2019 (%)



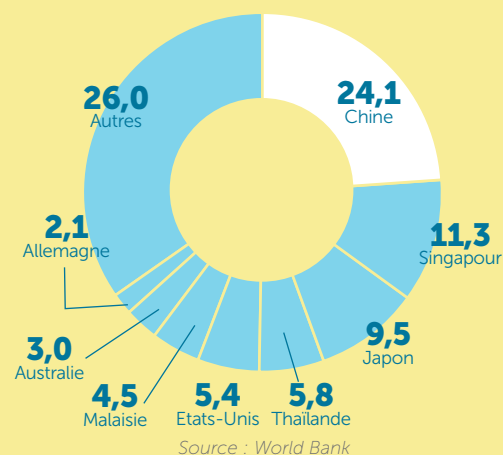
Source : France diplomatie

<https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/diplomatie-economique-et-commerce-exterieur/la-france-et-ses-partenaires-economiques-pays-par-pays/asie/article/indonesie>

LES PRINCIPAUX PARTENAIRES DE L'INDONÉSIE EN 2018 (%) (EXPORT)

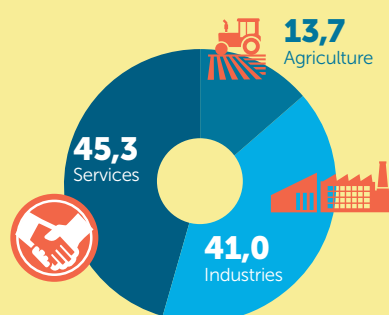


LES PRINCIPAUX FOURNISSEURS DE L'INDONÉSIE EN 2018 (%) (IMPORT)



Source : World Bank

PIB PAR SECTEURS D'ACTIVITÉ EN 2018 (%)



Source : CIA Factbook

►►► SITES UTILES :

Ministère des Affaires étrangères Indonesia
<https://kemlu.go.id/portal/en>
Ministère du Commerce extérieur
<https://www.kemendag.go.id/en>
Ambassade d'Indonésie en France
<https://kemlu.go.id/paris/en>
Ambassade de France en Indonésie
<https://www.gov.kz/page/sdg?lang=en>
Ambassade de France au Kazakhstan
<https://id.ambafrance.org/>
Direction du Trésor – fiche Indonésie
<https://www.tresor.economie.gouv.fr/Pays/ID?listePays=ID>
Team France export
<https://www.teamfrance-export.fr/>
Indonésie, une démocratie invisible
<https://www.youtube.com/watch?v=XV83KzRt2KQ&t=3s>

PRESSE LOCALE

Quotidien national
<https://www.kompas.com/>
Journal en langue anglaise
<https://www.thejakartapost.com/>
Hebdomadaire de langue anglaise
<https://www.tempo.co/>
Quotidien des classes moyennes conservatrices
<https://www.republika.co.id/>
<https://www.gatra.com/>
Mensuel dédié à la ville de Surabaya
<https://www.suarasurabaya.net/>
<https://investor.id/>
<https://tiras.id/>



L'INDONÉSIE, un archipel au cœur de l'Indo-Pacifique

Auteur : Éric MOTTET

Éric Mottet est professeur de géopolitique et de géoéconomie à l'Université du Québec à Montréal (UQAM), directeur de l'Observatoire de l'Asie de l'Est (OAE), directeur adjoint du Conseil québécois d'études géopolitiques (CQEG) ainsi que chercheur associé à l'Institut de recherche sur l'Asie du Sud-Est contemporaine (IRASEC). Il est l'auteur de nombreux articles et ouvrages sur l'Asie du Sud-Est.

Dans cet entretien, il montre les atouts de l'Indonésie, ses ambitions et ses défis à relever si elle veut devenir une puissance régionale en Asie du Sud-est.

Première économie de l'Asie du Sud-Est (PIB de 1 100 milliards de \$ en 2019), l'Indonésie semble promise à un bel avenir quand on regarde son taux de croissance (7,7% en 2019, mais entre 0,3 et 1,5 % pour 2020), son marché intérieur en forte augmentation et les immenses réserves de matières premières qui lui assurent des dividendes considérables. De nombreux indicateurs concordent pour le désigner comme une puissance incontournable dans la 2^e moitié du XXI^e siècle. Mais qu'en sera-t-il d'ici là, et à quel prix se fera ce développement spectaculaire si celui-ci se confirme? L'Indonésie reste en effet, vingt ans après le début de son processus de démocratisation, un pays confronté à une multitude de défis que son immense territoire (1,9 million de km², soit 42 % de la superficie totale de l'Asie du Sud-Est), sa population et son éclatement (archipel de près de 17 000 îles sur plus de 6 000 km d'est en ouest) ne font qu'amplifier.

Quel bilan de la politique du président Jokowi ?

Au-delà des symboles et de l'espoir qu'a suscité son arrivée au pouvoir, le premier mandat de Joko Widodo (2014-2019), dit Jokowi, n'a pas permis de répondre aux principaux enjeux politiques de l'Indonésie, à savoir la bonne gouvernance, dont la lutte contre la corruption et la poursuite des réformes de la bureaucratie, ainsi que la stabilisation de la vie politique après les turbulences provoquées par les manifestations islamistes (2016 et 2017) au cours du premier mandat. Bien qu'il ait dû faire des compromis importants dans la formation du nouveau cabinet (armée et islamistes) après sa réélection (2019), d'autant que contrairement à nombre de ses prédécesseurs, Jokowi n'est pas issu du sérail traditionnel (armée, élites économiques et religieuses), ce dernier n'a pas pu ou su se garder de la tentation autoritaire pour préserver la stabilité du pays.

En effet, le début du 2^e mandat de Joko Widodo a été marqué par la répression violente de manifestations et par la restriction des libertés individuelles dans le nou-

veau Code pénal proposé par le Parlement. Par ailleurs, en octobre 2019, le gouvernement mettait sous la tutelle du pouvoir exécutif la Commission d'Éradication de la Corruption (KPK), lui faisant perdre son indépendance, alors que cette dernière, aux compétences larges et d'une efficacité notoire, constituait l'une des garanties les plus importantes de l'indépendance de la justice du pays. De ce fait, si Jokowi a été élu avec une avance de 10 points environ sur son rival, Prabowo Subianto (mais avec près ou plus de 90 % des voix dans certaines régions), ces dernières évolutions lui ont fait sans doute perdre du crédit auprès d'électeurs. Reste à voir si la stratégie d'accommodements politiques lui permettra de mener le 2^e mandat à bien (jusqu'en 2024) et selon les objectifs qu'il s'est fixé.

Quels sont les chantiers prioritaires du président Jokowi ?

La démocratie indonésienne est encore très fragile, et l'un des principaux signes – mais aussi révélateurs – de cette fragilité est la relation entre le gouvernement central et les régions. C'est pourquoi Jakarta s'est efforcée de jeter les bases d'une décentralisation qui, si elle reste imparfaite, constitue une réponse aux risques de séparatismes. La croissance économique est maintenue à un rythme soutenu depuis quelques années, mais elle ne masque pas les innombrables défis auxquels l'archipel fait face, dont la dégradation accélérée de l'environnement.

L'économie indonésienne reste fragile et confrontée à une multitude de défis, dont les effets sur la société et la vie politique sont importants. La corruption reste un fléau considérable, et elle a même progressé selon plusieurs rapports; les déséquilibres économiques et sociaux entre les différentes provinces de l'immense archipel n'ont fait qu'augmenter au cours des deux dernières décennies; la dépendance aux exportations, très forte dans l'industrie minière et de l'huile de palme, est potentiellement déstabilisante et la pauvreté reste très visible. Les transformations de



“ La réélection de Jokowi laisse malgré tout entrevoir la possibilité de réformes intensifiées qui permettraient de gonfler la confiance, l’investissement étranger et la croissance, une fois que la crise de la Covid-19 aura été résorbée. ”

▷▷▷ l’économie indonésienne ont eu des effets positifs au niveau macro-économique, en favorisant la croissance du PIB, mais restent trop déséquilibrées. On relève ainsi que l’emploi n’a pas bénéficié de l’industrialisation du pays, et les disparités sociales restent, en conséquence, très marquées. À ce titre, la réélection de Jokowi laisse malgré tout entrevoir la possibilité de réformes intensifiées qui permettraient de gonfler la confiance, l’investissement étranger et la croissance, une fois que la crise de la Covid-19 aura été résorbée.

Est-il possible de mener une politique économique autonome ?

Seul pays d’Asie du Sud-Est membre du G20, 1^{ère} puissance économique de la région, l’Indonésie représente 40 % de l’économie de l’ASEAN contre la Thaïlande, 15 %, la Malaisie, 13 %, Singapour, 11 % ou les Philippines, 11 %. L’Indonésie est donc le géant économique de l’Asie du Sud-Est et la 16^e plus grande économie mondiale en 2018 (7^e place par PIB à parité du pouvoir d’achat). Le décalage avec les autres pays de l’ASEAN s’explique par la superficie et la population de l’archipel, mais aussi par sa croissance économique au cours des deux dernières décennies, même si le décollage fut nettement plus tardif que dans d’autres pays de la région, l’archipel étant d’ailleurs longtemps montré du doigt pour l’inefficacité de ses réformes économiques.

Toutefois, l’Indonésie dépend largement des énergies fossiles pour ses exportations. Le pays doit son développement économique aux hydrocarbures (qui restent la première source de revenus) mais au rythme de production actuel il ne lui resterait que peu de réserves. Autre ressource importante, le charbon (7 % du charbon mondial) qui lui assurerait des revenus pour plusieurs décennies. Or, toutes ces ressources, et en particulier le charbon, sont de grandes émettrices de CO² et sont utilisées dans la production d’électricité, que le gouvernement souhaite maintenir à bas coût afin de développer une base industrielle et manufacturière capable de s’intégrer dans les chaînes de valeur régionale et mondiale. De même, l’Indonésie est le 1^{er} producteur mondial d’huile de palme. Cette dépendance aux ressources naturelles polluantes rend particulièrement complexes les ajustements en termes d’objectifs environnementaux.

En outre, le développement du tourisme constitue depuis longtemps une priorité. Les stations littorales traditionnelles, élaborées – rarement planifiées – à partir des années 1970 sont bien identifiées (Bali, Mille Îles, etc.). Cependant, leur croissance s’est souvent traduite par des problèmes environnementaux du fait du sous-dimensionnement et des insuffisances des services

urbains (eau, assainissement, déchets, transports, etc.). Afin de faire venir plus de visiteurs (16 millions en 2019), des grands projets et autres zones économiques spéciales à vocation touristique vont voir le jour.

Enfin, on assiste en Indonésie à un essor inégalé de l’utilisation des nouvelles technologies. Les Indonésiens se classent parmi les plus grands utilisateurs de réseaux sociaux au monde en moyenne (plus de 3h20 par jour) et la question de la maîtrise de l’outil connecté se pose. Ainsi, les nouvelles technologies contribuent au développement fulgurant de l’économie numérique (cybercommerce, services, finances, etc.) à travers des entreprises comme Gojek et Grab (transport) ou Tokopedia et Bukalapak (plateformes commerciales en ligne). De nombreux Indonésiens connectés ont une activité professionnelle en ligne (cosmétique, nourriture, transport, etc.), cette dernière représentant souvent un complément non négligeable à leurs revenus, quand il ne s’agit pas de leur source principale, notamment pour les femmes.

Quel rôle joue le nationalisme économique dans ce pays ?

La prise en main du développement national par l’État est associée à des mesures en faveur du nationalisme économique et de l’investissement privé, y compris étranger. Concentrée sur le développement économique, l’administration de Jokowi accorde une attention particulière à d’ambitieux projets d’infrastructures, en encourageant l’investissement privé (du fait d’un important endettement de l’État) et en finançant des compagnies d’État (142), dont seulement une quinzaine sont rentables. Toutefois, on note une position ambiguë du gouvernement vis-à-vis de sa politique économique. En effet, Jokowi rappelle régulièrement que les problèmes économiques indonésiens ne peuvent être résolus par des acteurs externes, mais qu’il est essentiel de renforcer la souveraineté économique nationale. Malgré ces déclarations, les fonds étrangers conservent un poids significatif dans l’économie du pays.

Une relocalisation de la capitale du pays ?

Un plan de relocalisation de la capitale politique indonésienne de l’île de Jakarta à Kalimantan Est est en cours. Annoncée en 2019, et estimée à 32 milliards de \$ américains, cette relocalisation s’explique pour plusieurs raisons. Premièrement, cela permettrait de rééquilibrer la charge fonctionnelle que Jakarta n’est plus en mesure de porter du fait de son poids démographique (plus de 30 millions d’habitants pour l’agglomération) et de son engorgement routier chronique. Deuxièmement, le site pressenti à Kalimantan Est pour l’installation de la nouvelle capitale est peu sujet aux catastrophes naturelles, alors que l’agglomération de Jakarta est particulièrement vulnérable aux séismes et

“ Les Indonésiens se classent parmi les plus grands utilisateurs de réseaux sociaux au monde en moyenne (plus de 3h20 par jour). ”

aux inondations. Troisièmement, la nouvelle capitale se situerait au centre de l'archipel, ce qui est intéressant sur les plans stratégique et symbolique.

Quel équilibre face aux géants asiatiques ?

Sur le plan international, l'Indonésie est soucieuse d'accroître son rayonnement en profitant de ses caractéristiques physiques (ressources abondantes) et de sa position géographique. En d'autres termes, le pays s'efforce de se positionner comme un acteur clé de l'Indo-Pacifique, poursuivant l'ambition qu'il porte de devenir un pivot maritime global. Toutefois, elle n'est qu'en 11^e position des 25 pays de l'Indo-Pacifique en termes d'influence militaire, diplomatique, économique et culturelle. Contrairement aux multilatéralismes, qui permettent à l'Indonésie, d'une part, de garder sa position d'État non-aligné, et, d'autre part, d'acquérir un poids multiforme dans la région, les relations bilatérales manifestent des déséquilibres significatifs en défaveur de l'Indonésie.

Avec la Chine, un partenariat stratégique global est mis en œuvre depuis 2014 pour accroître l'influence régionale et mondiale des deux pays. Les deux partenaires renforcent chaque jour, davantage les coopérations en matière d'investissement et de commerce. La puissance économique de la Chine a largement bénéficié à l'Indonésie ces dernières années.

Par ailleurs, en misant sur la coopération internationale dans différents domaines (ex. lutte antiterroriste), de nombreux accords ont été discutés et ratifiés avec des acteurs importants de l'Indo-Pacifique comme l'Inde, la Corée du Sud, le Japon ou l'Australie.

Finalement, les dynamiques actuelles indiquent que le pays s'efforce de renforcer son rôle régional, essentiellement en prenant appui sur son influence multilatérale (ASEAN, G20). L'Indonésie multiplie les initiatives bilatérales afin de limiter sa dépendance vis-à-vis de chacune des puissances asiatiques partenaires.

Face aux catastrophes environnementales, l'Indonésie connaît-elle une prise de conscience ?

L'Indonésie est fortement touchée par les effets du changement climatique. Des efforts notables de réduction et d'adaptation sont à relever, mais ils restent très en deçà des engagements de réduction des émissions de CO₂ pris dans le cadre de la Contribution décidée à l'échelle nationale (CDN) lors de la COP21 de 2015 (-70 % d'ici 2030). À cela s'ajoutent d'autres enjeux environnementaux d'origine anthropique, à savoir la pollution et la déforestation.

Avec la 4^e population mondiale (271 millions), les besoins énergétiques de l'Indonésie sont immenses. Seuls 12 % de la production électrique proviennent des énergies renouvelables alors que le gouvernement s'est fixé comme objectif de porter cette part à 23 % d'ici 2030 (géothermie et hydroélectricité). Cependant, une grande majorité de la consommation énergétique provient toujours des énergies fossiles (66 %), notamment du charbon. Les engagements

“ La nouvelle capitale se situerait au centre de l'archipel, ce qui est intéressant sur les plans stratégique. ”

très ambitieux pris lors de la COP21 révèlent que le gouvernement a conscience de ses principaux enjeux environnementaux et de l'urgence d'agir : reste à savoir à quel point il impulsera des politiques nationales fortes visant à la réduction des GES et à l'adaptation au changement climatique. Au plan local, on observe depuis une vingtaine d'années la montée en puissance d'associations environnementales et une meilleure prise de conscience des enjeux par une partie de la population. Les mouvements de protestation contre de grands projets infrastructurels, immobiliers ou récréotouristiques de masse ne sont plus rares aujourd'hui.

Qu'il s'agisse des sols, des cours d'eau, des mers et océans ou de l'air, la pollution est importante en Indonésie. Deuxième plus gros contributeur à la pollution plastique de la planète, le pays paie sa faible prise en charge coordonnée de la gestion des déchets ménagers, notamment plastiques. Face aux répercussions catastrophiques de la pollution par les plastiques, le gouvernement central indonésien s'est engagé à réduire les déchets plastiques de 70 % d'ici 2025. En parallèle, l'inorganisation nationale dans la gestion des déchets plastiques a convaincu certaines régions d'adopter récemment des politiques visant à réduire l'usage du plastique, travail auparavant dévolu à la société civile, aux ONG ou à des organisations privées. Par exemple, depuis janvier 2019, Bali demande aux clients d'apporter leurs propres sacs. Idem à Jakarta qui interdit depuis janvier 2020 les plastiques à usage unique.

La question de la gestion des eaux usées est prégnante aux abords des cours d'eau comme sur les littoraux. L'Indonésie détient le palmarès des rivières parmi les plus polluées au monde. Bien qu'il existe des lois et des programmes internationaux (ex. Banque asiatique de développement), la mise en application de ces derniers se heurte au manque de moyens et à la corruption (secteur du textile, notamment). De plus, les pompages excessifs dans les nappes phréatiques ont conduit à une pollution et à une salinisation des eaux souterraines et des sols (à Bali par exemple). Quant à la pollution de l'air, celle-ci est importante dans les villes où le nombre de véhicules est en constante expansion (triplement entre 2005 et 2015). À ce titre, l'extension des systèmes de transports collectifs, particulièrement électriques, est l'un des grands enjeux à court et moyen terme.

En ce qui concerne la déforestation, l'Indonésie occupe la 2^e place à l'échelle mondiale et la 1^{ère} place en Asie du Sud-Est pour l'ampleur de la destruction de sa forêt. La déforestation étant un important émetteur de gaz à effet de serre (GES), cela fait du pays le cinquième émetteur mondial de GES, avec 4,9 % du volume total (1,7 % sans la prise en compte de la déforestation). ●

“ L'Indonésie multiplie les initiatives bilatérales afin de limiter sa dépendance vis-à-vis de chacune des puissances asiatiques partenaires. ”





InaExport

YOUR RELIABLE SOURCING GUIDE FOR INDONESIA

PRODUCT CATALOGUE

Access to product catalogue containing best products from verified Indonesian exporters

REQUEST AND INQUIRY

Send requests and communication directly to exporters

3103

INDONESIAN
EXPORTERS

2935

PRODUCTS

MINISTRY OF TRADE REPUBLIC OF INDONESIA

Jl. M.I. Ridwan Rais No.5
Jakarta Pusat 10110
Indonesia

<http://inaexport.id/>

INDONESIAN TRADE ATTACHE

Embassy of the Republic of Indonesia
47 rue Cortambert 75116 Paris

atdag-fra@kemendag.go.id



L'Indonésie, un partenaire stratégique pour la France

Son Excellence Mr l'Ambassadeur de France en Indonésie Olivier CHAMBARD

La France voit l'Indonésie comme un pays stratégique compte tenu de son système démocratique fort et stable, ainsi que de la taille et du dynamisme de son économie et de sa population, les plus importantes d'Asie du Sud-Est. La France et l'Indonésie sont toutes deux membres du G20, l'Indonésie étant le seul pays de l'ASEAN faisant partie de ce groupe.

L'Indonésie est également un pays stratégique pour de nombreuses entreprises françaises. Il existe environ 240 filiales d'entreprises françaises en Indonésie. Elles adoptent une approche à long terme, et emploient environ 50 000 personnes, contribuent aux exportations et au développement des compétences locales et transfèrent leurs technologies. Elles exercent des activités dans tous les secteurs de l'économie, de la finance aux transports en passant par les industries agroalimentaires ou les services de haute technologie. De nombreuses autres entreprises françaises, dans le luxe et la restauration par exemple, sont actives via des distributeurs ou des partenaires franchisés. Parmi les investissements les plus récents, on peut mentionner parmi d'autres :

- L'usine de caoutchouc synthétique de Michelin et Chandra Asri, inaugurée en novembre 2018 et le rachat de Multistrada, l'un des principaux fabricants de pneus indonésiens, par Michelin ;
- Le site de production de structures de ponts métalliques issu d'un partenariat entre l'entreprise française Matière et une entreprise publique de construction indonésienne ;
- Dans les secteurs de l'eau et des déchets, Veolia a construit une usine de recyclage de bouteilles en plastique à Pasuruan, près de Surabaya ;
- La mise en service par Engie de sa première centrale géothermique au monde à Sumatra en partenariat avec l'entreprise locale Supreme Energy et une entreprise japonaise.

La coopération entre nos deux pays ne se limite pas au commerce et aux investissements. Nous avons une coopération financière solide et maintenons des dialogues institutionnels réguliers.

La France est le troisième partenaire officiel bilatéral d'aide au développement de l'Indonésie, principalement grâce aux travaux de l'Agence française de développement (AFD). L'AFD engage environ 300 M € chaque année en Indonésie.

La France soutient également l'Indonésie grâce à ses prêts du Trésor. Ainsi, CLS a signé le 23 novembre 2020 un contrat avec le BMKG (agence de météorologie indonésienne) pour un projet de renforcement de ses capacités météorologiques marines. Il s'agit du troisième projet financé par le Trésor pour le BMKG depuis 2012, faisant



ainsi de la météorologie un axe fort de la coopération bilatérale franco-indonésienne avec la mobilisation de l'expertise reconnue des entreprises françaises.

Enfin, nous continuons à développer notre coopération bilatérale à travers des dialogues institutionnels sur l'énergie, le tourisme et le développement urbain durable. À la suite du dernier dialogue sur le développement urbain durable, l'Ecole nationale française des travaux publics (ENTPE) travaille à l'établissement d'un partenariat avec l'Université polytechnique de Semarang du Ministère indonésien des Travaux Publics et du Logement.

L'Indonésie est également un partenaire stratégique de l'Union Européenne. C'est la raison pour laquelle l'UE et l'Indonésie ont lancé la négociation d'un accord de partenariat économique global (CEPA) avec l'Indonésie dans le but de faciliter et d'améliorer l'accès au marché, d'accroître les échanges entre l'UE et l'Indonésie ainsi que d'augmenter les investissements directs. Huit cycles de négociations ont déjà eu lieu. Ce type de négociations est long mais les progrès sont réels et l'objectif commun est de finaliser les négociations d'ici 2021.





Du point de vue du monde des affaires, la connaissance de l'Indonésie en France doit être améliorée. Certes, le marché indonésien est bien connu des grandes entreprises françaises, la plupart étant déjà implantées en Indonésie avec un objectif de répondre aux besoins de son important marché intérieur et à la forte croissance de sa classe moyenne. Cependant, la marge de progrès est forte concernant les PME. C'est à ce travail que s'attellent notre Service économique et Business France au sein de la « Team France export ». Nous avons sélectionné les secteurs prioritaires en Indonésie où notre expertise française serait utile et qui ont un marché à fort potentiel. Nous prévoyons d'attirer davantage d'entreprises dans le domaine des infrastructures, telles que les installations portuaires, le traitement des eaux, la santé, les télécommunications, les énergies renouvelables, les aéroports et les transports urbains verts.

La France s'est fermement engagée au sein de l'Union européenne dans l'Accord de Paris et dans sa réglementation nationale à diminuer de 40% ses émissions de gaz à effet de serre d'ici 2030 par rapport à 1990. Pour aller plus loin, la France s'est fixée l'objectif ambitieux de

neutralité carbone à l'horizon 2050 et fait du secteur de l'énergie une pierre angulaire de sa stratégie nationale bas-carbone. Alors que l'Indonésie de son côté a l'objectif d'augmenter la part des énergies renouvelables dans son mix énergétique à 23% d'ici 2025, la France est prête à accompagner le développement des différentes technologies renouvelables en Indonésie comme le solaire, la géothermie et la biomasse.

Le gouvernement indonésien a souhaité améliorer la compétitivité et l'attractivité de l'Indonésie avec sa loi Omnibus pour la création d'emplois. La communauté d'affaires française, entre autres, considère que cette loi améliore l'accès au marché et l'ouverture du pays, notamment dans le domaine de l'investissement et du commerce. Cela pourrait être très bénéfique en termes d'avantages économiques pour le pays. Par ailleurs, nous pouvons imaginer que le RCEP (Regional Comprehensive Economic Partnership) aura des effets positifs sur les échanges dans la région et que l'Indonésie pourra en tirer parti par une meilleure intégration dans les chaînes de valeurs mondiales.

D'une manière plus générale, la pandémie de la COVID-19 affecte le monde entier et la plupart des investissements mondiaux sont actuellement affectés. La pandémie a ainsi révélé dans tous les pays du monde des faiblesses nationales liées aux chaînes de valeur régionales et mondiales. Loin de nuire à l'Indonésie, cela pourrait être précisément l'occasion pour le pays de se repositionner au sein de ces chaînes de valeur et également de développer l'économie digitale et numérique. Tant la loi omnibus que le RCEP pourraient être des outils qui permettront à l'Indonésie et à l'ASEAN de rappeler leur centralité dans la région Indopacifique, espace inclusif que promeuvent la France et l'Indonésie. 

**“ Du point de vue
du monde des affaires,
la connaissance
de l'Indonésie en France
doit être améliorée. ”**

FORMATIONS EN LANGUES À DISTANCE POUR LES PROFESSIONNELS

Anglais

Allemand

Espagnol

F.L.E.*

Italien

Portugais

Néerlandais

Russe

Japonais

...

- ✓ **Cours individuels par téléphone ou visioconférence**
réellement adaptés au niveau et aux besoins de chaque stagiaire
- ✓ **Formateurs expérimentés** enseignant leur langue maternelle
- ✓ Mise en place rapide, **horaires souples**, organisme certifié



Plus de 20 années d'expérience dans la formation en langues à distance

Campus de l'Artisanat et des Métiers - Rue du Tertre de la Motte - 22440 Ploufragan



* Français Langue Etrangère



TRADEXPO indonesia

Exhibition | TTI Forum | Business Matching | Business Forum & Counseling

THE BIGGEST TRADE EXHIBITION IN INDONESIA

www.tradexpoindonesia.com

INDONESIA IS OPEN TO BUSINESS

Secteur Agricole

Source : <https://beritabaru.co/tahun-2021-ketahanan-pangan-menjadi-sektor-prioritas-pemerintah/> - 11 septembre 2020

LES CHANTIERS PRIORITAIRES DU PRÉSIDENT JOKOWI



Un des objectifs prioritaires du gouvernement Jokowi est de parvenir à la sécurité alimentaire. Pour le mener à bien, il a accordé une enveloppe budgétaire de 104,2 trillions de roupies au secteur agricole. Il veut encourager la production agricole en construisant des installations, en achetant des équipements et des machines.

La seconde priorité est de relancer la production agricole sur tout le territoire. Cela passe par une réforme agricole, un renforcement des coopératives, un soutien de la pêche et un système de distribution plus performant. Le but est d'augmenter la productivité du secteur à moyen terme et parvenir à l'autosuffisance alimentaire du pays.

Selon les données du ministère des Statistiques (BPS - <http://bkp.pertanian.go.id/>), l'agriculture est un secteur clé, car elle a crû de 16,2 % durant la crise sanitaire. Selon Agung Hendriadi, chef de l'Agence de sécurité alimentaire du ministère de l'Agriculture (Kementan), la croissance du secteur agricole est liée aux besoins fondamentaux du pays : « Nous avons toujours besoin de manger, ce qui signifie que ce secteur connaîtra une croissance positive dans les années à venir ». Selon les experts, « il est urgent d'assurer une nutrition saine à l'ensemble de la population et renforcer le système immunitaire du corps pour augmenter sa capacité à résister au virus et à la crise sanitaire. » ☉

Secteur industrie pharmaceutique

Source : <https://www.tagar.id/jokowi-negara-kita-kaya-90-obat-dan-bahan-bakunya-impur> - 5 novembre 2020

L'INDONÉSIE, RICHE EN RESSOURCES NATURELLES SOUS-EXPLOITÉES

À l'occasion d'une rencontre avec l'association des pharmaciens indonésiens, le président Jokowi a souligné la nécessité pour l'Indonésie, d'être indépendante sur le plan pharmaceutique. Elle doit réduire ses importations de médicaments et d'intrants : « Nous importons encore environ 90 % de matières premières, alors que l'Indonésie est un pays très riche en biodiversité et en matières premières. Si on continue sur cette voie, alors on va vers un déséquilibre de la balance commerciale et entraver le développement de notre industrie pharmaceutique ». Le président Jokowi considère qu'il est temps que l'Indonésie reprenne le contrôle de ses matières premières pour produire localement pour retrouver sa souveraineté économique.

Selon Jokowi, la crise sanitaire a fait naître un sentiment de vulnérabilité dans la population. Elle a stimulé la recherche et le développement, augmenté la dépendance aux matières premières et incité les partenaires à fabriquer localement : « Les atouts de l'Indonésie en matière de biodiversité font partie de ses avantages compétitifs qui sont utiles au secteur. Le pays doit miser sur ses ressources naturelles pour renforcer ses capacités et pour relever les défis. Les médicaments naturels (phytopharmaceutiques) doivent être intégrés dans des essais cliniques et dans le processus de normalisation afin qu'ils puissent devenir une option alternative ». On peut espérer, à moyen terme, que la relance de l'industrie pharmaceutique permettra de renforcer le secteur à la fois pour ceux qui travaillent en amont comme en aval pour plus de compétitivité. ☉

Le secteur de la pêche

Source : <https://m.bisnis.com/amp/read/20200830/99/1284975/maluku-kuat-di-perikanan-tangkap-sektor-budidaya-tetap-didorong> - 30 août 2020

LES MOLUQUES, UN POTENTIEL INEXPLOITÉ !

Compte tenu du potentiel des Moluques en matière de pêche, le gouvernement a décidé d'encourager ce secteur en créant un entrepôt frigorifique de poissons et de fruits de mer. Selon le ministre de la Pêche Edhy Prabowo, le potentiel de la pêche à Moluques est estimé à 4,6 millions de tonnes par an (soit 37 % des 12,5 millions de ressources halieutiques totales).

Selon le ministre, l'aquaculture a également des chances de se développer aux Moluques et il a demandé aux responsables de poursuivre leur effort dans ce sens. «La ville d'Ambon est connue pour son potentiel halieutique où elle a ses avantages compétitifs par rapport aux autres régions indonésiennes. Sur l'île de Seram par exemple, il y avait un entrepôt de pêche que je souhaite restaurer».

A l'occasion de sa visite, le ministre a présenté un projet de financement alternatif en dehors du budget

national, via le fond de l'Agence du service public (BLU) qui est géré par le Marine and Fisheries Business Capital Management Institute (LPMUKP - <https://blupmukp.id/>). Il a ainsi accordé une subvention de 1,8 milliard de roupies. Elle sera distribuée dans toute la région. Ce financement est destiné au développement du secteur. Le ministre a pu constater sur le terrain les efforts entrepris en matière de conservation d'un certain nombre de poissons, comme par exemple, le vivaneau, le bubara, le mérou et les poissons d'ornement marins. Il a également été témoin des efforts réalisés pour conserver le homard.

Avant son départ, il a inauguré avec le gouverneur des Moluques l'envoi de 2,2 tonnes de thon au Japon. Il a insisté sur ce projet de faire des Moluques un fournisseur national pour la pêche, car il s'accorde avec les priorités du pays en matière de sécurité alimentaire. ☺



Secteur cosmétiques

Source : <https://www.thejakartapost.com/life/2020/01/28/indonesian-beauty-trends-to-look-out-for-in-2020.html> - 28 janvier 2020

LE MARCHÉ DES COSMÉTIQUES, EN PLEINE EXPANSION

Pour Maria Fifi, les produits de maquillage et de soins de la peau de marques locales font partie des achats quotidiens. Depuis 2015, elle utilise divers produits, dont le savon liquide de The Soap Corner (<http://thesoapcorner.com/>), l'eau de rose et le baume pour le corps de Biotalk et l'ombre à paupières liquide de The Bath Box : « Je suis une fervente supporteur des marques locales, en particulier de celles qui mettent en valeur les ingrédients naturels. Je souhaite soutenir les petites et moyennes entreprises (PME) locales et prouver que les marques locales sont capables de proposer des produits de haute qualité à des prix abordables. Je pense que les marques locales se développent rapidement, car de nombreuses personnes en ont conscience ».

Selon Chrisanti Indiana, cofondateur et directeur du marketing de l'entreprise biotechnologique PT Social Bella Indonesia, l'intérêt pour les produits de soins de la peau et de maquillage a considérablement augmenté au cours des cinq dernières années. L'entreprise gère un site de e-commerce Sociolla, spécialisé dans les produits de beauté (<https://www.sociolla.com/>). « Les tendances en matière de beauté, ont été plus présentées grâce aux médias sociaux et les gens se sont rapidement intéressés à ce secteur », indique M. Chrisanti.

En 2019, les tendances passées ont influencé l'industrie de beauté. Cependant, de nos jours, de nouveaux produits de maquillage reflètent mieux les

différentes couleurs de peau des Indonésiens, comme par exemple le modèle de cushion compact, très prisé des consommateurs. Il a été lancé par les marques sud-coréennes : un cushion compact est composée d'une éponge imprégnée de fond de teint ou d'un hydratant teinté, selon byrdie.com (<https://www.byrdie.com/balinese-beauty-secrets>) Les cushion compacts ne sont pas nouveaux pour les clients indonésiens, mais seul un petit nombre de leurs produits est adapté à une diversité de teinte de peau. En 2019, la situation a changé quand plusieurs marques locales ont lancé des cushion compacts pour les teints plus foncés, comme par exemple, Make Over et Purbasari.

Dans les soins de la peau, les marques locales ont commencé à intégrer des ingrédients actifs uniques dans leurs produits - une tendance introduite par l'entreprise canadienne The Ordinary Deciem (www.decim.com). Selon Fashionista.com, cette pratique simplifie la vie de clients, car ils savent quel ingrédient ils appliquent sur leur peau. En Indonésie, la nouvelle entreprise Somethinc (<https://somethinc.com/>) fait partie des marques qui intègrent un ingrédient unique dans leurs produits.

En 2020, on prévoit que la tendance du maquillage passera du teint aux yeux. Selon Elizabeth «Lizzie Parra» Christina, PDG de By Lizzie Parra (BLP) Beauty, les clients trouvent divers produits de maquillage pour les yeux qui s'associent avec les couleurs et les pail-



lettes, comme dans les eye-liners et les ombres à paupières. *« Je pense que les couleurs fluorescentes deviennent également populaires comme dans d'autres pays cette année - ce qui renforce la confiance dans ses produits ».* Pour Chrisanti de Social Bella, les produits de maquillage multifonctionnels, tels que le rouge à lèvres qui peut être utilisé comme fard à joues et les produits de maquillage ayant des effets bénéfiques sur la peau sont également très prisés.

En ce qui concerne les soins de la peau, selon Affi Assegaf, passionné de beauté, les produits qui se concentrent sur un seul ingrédient sont toujours demandés, car les consommateurs sont de plus en plus, conscients de ses composants actifs. *« Les produits qui contiennent un seul ingrédient et qui sont conditionnés dans un emballage simple permettent aux clients de les reconnaître plus facilement ».*

En 2019, des ingrédients comme l'Aloe vera et la Centella asiatica (cica) étaient parmi les plus demandés en Indonésie du fait de la popularité de certaines marques sud-coréennes. Les deux produits sont censés apaiser et hydrater la peau. Affi, qui a cofondé le populaire site de beauté Female Daily Network, (<https://editorial.femaledaily.com/blog/tag/affi-assegaf/>) prévoit que les produits comme bakuchiol et les pro-biotiques seront les grands gagnants en 2020. Le bakuchiol est perçu comme une alternative plus douce au rétinol, car il revitalise la peau en réduisant les irritations. Quant aux pro-biotiques, ils aident à combattre les mauvaises bactéries pour prévenir l'inflammation et le vieillissement prématuré. Lancôme

et First Lab sont quelques-unes des marques actuelles qui utilisent des pro-biotiques dans leurs produits.

En 2019, la clinique de beauté ZAP (<http://zapclinic.com/>) a mené une enquête sur l'indice de beauté auprès de 6 460 femmes âgées de 13 à 65 ans dans toute l'Indonésie. L'enquête montre que 57,6 % d'entre elles préfèrent les produits de soins de la peau en provenance de Corée du Sud, suivis par les produits locaux (37,4 %) et les produits japonais (22,7 %).

Selon M. Affi, les marques internationales ont encore un avenir car elles sont bien intégrées, alors que les autres marques récemment lancées en Indonésie opèrent sur des segments de marché. *« De nouvelles marques provenant d'Australie, des États-Unis et d'Europe sont également présentes sur le marché indonésien. La concurrence devient intense car les consommateurs ont plus de choix. Les marques locales ont fait leur preuve car elles ont intégré des technologies plus avancées et plus innovantes, comme les autres. Elles vont rendre le marché plus compétitif car elles se positionnent en challengers ».* ☉

►►► QUELQUES REPÈRES :

- Le marché des cosmétique est de **2,7 milliards de \$** en 2016
- Soins pour cheveux : **37 %**
- Soins de peau : **32 %**
- Maquillage : **10 %**

Source : Euromonitor - 2017

Secteur industrie du jeu

Source : <https://www.thejakartapost.com/life/2020/10/20/indonesia-france-team-up-to-develop-gaming-industry.html> - 30 octobre 2020

PARTENARIAT ENTRE LA FRANCE / INDONÉSIE DANS L'INDUSTRIE DU JEU

L'Ambassade de France en Indonésie, représentée par l'Institut Français d'Indonésie (IFI), et l'Association indonésienne des jeux (AGI) ont signé le 30 octobre à Jakarta un accord de partenariat dans le secteur des jeux. Selon cet accord, les deux pays organiseront diverses activités liées à la promotion de l'industrie et échangeront des talents et des informations sur l'écosystème de l'industrie du jeu, notamment sur les réglementations, les données du marché et les opérateurs.

« L'industrie du jeu est un secteur de pointe en France. Elle est l'un des pays qui possède un écosystème dynamique dans l'industrie du jeu », a souligné Stéphane Doyert, conseiller pour la coopération de l'ambassade de France en Indonésie. Selon M. Doyert, il y a quelques 300 entreprises employant plus de 5 000 personnes avec une enveloppe budgétaire de plus de 500 millions € par an pour la production, la recherche et le développement de l'industrie.

Les jeux «Made in France» particulièrement appréciés en Indonésie sont *Assassin's Creed*, *Far Cry*, *Prince*

of Persia et *Gameloft*. La France compte actuellement 35 écoles de jeux et 42 studios de jeux et d'animation. Parmi ces derniers, Ubisoft, qui a créé *Assassin's Creed*, et Arkane Studios, qui a produit *Dishonored*. Selon Cipto Adiguno, président de l'AGI, l'Indonésie a de grands talents dans l'industrie. Cependant, ceux qui ont des normes internationales et des mentors expérimentés pour créer des jeux à l'échelle mondiale sont rares. *« La qualité du jeu dépend de la qualité des talents ».* *« Améliorer la qualité et augmenter le nombre de talents par la formation et l'expérience professionnelle sont les clés pour le développement de l'industrie du jeu en Indonésie ».* L'Association prévoit d'organiser un séminaire en ligne pour inviter les développeurs de jeux de France et faciliter les rencontres entre les associations, les communautés, le gouvernement et les parties prenantes des deux pays. Elle prévoit aussi d'envoyer des délégations à la semaine annuelle du jeu à Paris et de visiter les centres de l'industrie du jeu dans différentes villes de France, une fois la pandémie COVID-19 terminée. ☉



Les clés

L'Indonésie est un pays à l'économie ouverte ayant conclu plusieurs accords commerciaux avec divers pays. La concurrence est intense et la demande en constante évolution. La clé pour entrer sur ce marché, c'est de trouver un bon partenaire local qui dispose d'un bon réseau et qui connaît très bien le terrain et les acteurs clés des régions et des provinces.

Comme les affaires se nouent au sein d'un réseau, il est indispensable de s'armer de patience. Il est recommandé de bien vérifier la solvabilité de vos clients avant la livraison de vos marchandises. Comme dans d'autres pays du monde, la pratique du bahasa indonésien peut vous faciliter l'entrée sur ce marché.

L'Indonésie est membre de l'APEC, le forum de coopération économique en Asie-Pacifique, qui contribue à faire progresser la libéralisation des échanges entre les États membres. Le pays est également membre de l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (ASEAN) qui, depuis 2015, a pour objectif de créer un marché unique et une base de production unique tout en mettant en place la libre circulation des biens et des travailleurs qualifiés à l'échelle de l'ASEAN. Depuis 1995, le pays est membre de l'Organisation mondiale du commerce (OMC). Il a aussi négocié un accord bilatéral avec le Japon, l'Australie, la Chine, la Corée du Sud, la Nouvelle-Zélande et l'Inde. Il fait également partie du G20.

En 2010, l'Indonésie et l'Union européenne (UE) ont signé un accord de partenariat global couvrant le commerce, l'investissement et les services.

Consulter le site : <https://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/indonesia/>

① LA PROCÉDURE DES ÉCHANGES

Pour commercer avec l'Indonésie, l'importateur doit demander son enregistrement sur le site de la douane indonésienne : www.beacukai.go.id/. Le Customs Importer Registration envoie, après l'enregistrement, un certificat avec un numéro d'identification à conserver. Il sera exigé lors du dédouanement (voir le site : <https://www.beacukai.go.id/register-imei.html>) et le site : <https://madb.europa.eu/madb/viewPageI FTPu-bli.htm?countryid=ID&hscod=&doc=npwp.html>

• Les documents d'accompagnement la déclaration de douane :

- La facture commerciale en trois exemplaires rédigée en anglais. Elle doit comprendre les mentions habituelles en particulier, le pays d'origine, l'incoterm ainsi que la désignation commerciale des produits. Elle doit mentionner la valeur FOB et CIF en détaillant tous les frais et d'une lettre de transport.
- Un certificat d'origine établi sur la demande de l'importateur et visé par la Chambre de Commerce et d'Industrie compétente.
- Un certificat phytosanitaire pour les fruits, les semences et autres végétaux. Il est délivré par le service régional de la protection des végétaux relevant de la direction régionale de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt,
- Un certificat sanitaire indispensable pour les viandes, les produits d'origine animale. Il est délivré par la direction départementale des services vétérinaires. Voir le site : <http://agriculture.gouv.fr/reforme-territoriale-la-nouvelle-carte-des-draaf-0> Pour les produits alimentaires, il est obligatoire de s'enregistrer auprès

de l'Agence de contrôle de denrées alimentaires et des produits pharmaceutiques afin d'obtenir une licence de mise sur le marché. Voir le site : <http://e-lppommui.org/>

- Un certificat de vente libre pour les produits cosmétiques. Par ce document, établi par des organismes agréés, la société garantit que les produits figurant sur le CVL sont conformes au Règlement n°1223/2009 du 30 novembre 2009 relatif aux produits cosmétiques et sont donc en vente libre et courante en France ainsi que dans tous les pays européens. Outre le visa de ces organismes, le certificat doit être légalisé par la Chambre de Commerce et d'Industrie du ressort des organismes agréés, puis par le ministère des Affaires étrangères et le consulat.

• Les droits de douane en Indonésie

Le taux des droits de douane varie entre 0 % et 15 %. Les produits qui subissent les tarifs élevés sont les bois-sous alcoolisés, les automobiles et les composants automobiles.

L'Indonésie est membre de l'ASEAN qui favorise la circulation des marchandises entre les pays membres avec pour conséquence une réduction des tarifs intra-Asean à un niveau de 5 %

• Les droits d'accise

Les produits soumis à ce droit sont les cigarettes, l'alcool éthylique et les boissons alcoolisées.

• Le dédouanement

Les autorités douanières indonésiennes acheminent les importations par trois voies différentes.

- Les marchandises dédouanées par la voie rouge par exemple, sont des marchandises à haut risque ou les envois faits par des importateurs qui n'ont jamais été en contact avec les autorités douanières indonésiennes auparavant. Ils font l'objet d'un examen documentaire et d'un examen physique.
- La voie orange nécessite une vérification des documents avant la délivrance de la lettre d'approbation pour la mainlevée des marchandises; pas d'inspection matérielle.
- Le dédouanement par la voie verte ne nécessite que l'inspection des documents d'accompagnement. Les importateurs qui répondent aux critères stipulés par l'autorité douanière peuvent faire dédouaner leurs marchandises par la voie prioritaire supplémentaire, c'est-à-dire que les envois ne seront pas inspectés et seront donc dédouanés dans les quatre heures suivant la soumission de toutes les données pertinentes.

• Les restrictions à l'importation

Les produits suivants sont soumis à des restrictions aux points d'entrée: a) produits alimentaires et boissons, jouets, produits électroniques, chaussures et vêtements; b) produits horticoles; c) perles; d) substances appauvrissant la couche d'ozone; e) sel; f) boissons alcooliques; et g) matières dangereuses. Ces produits sont soumis à un contrôle de conformité réalisé par des entreprises compétentes.

• L'ouverture économique indonésienne aux échanges

Depuis 2018, le gouvernement indonésien a simplifié les procédures d'import-export dans le but de faciliter les échanges. Il a modifié les procédures de contrôle des importations avec la nouvelle réglementation sur le contrôle post-frontière (*post-border control*) et il a instauré un guichet unique de demande d'autorisations pour les importations et exportations (*Indonesia National Single Window*, INSW). L'INSW permet d'accélérer les procédures de traitement des licences d'importation et d'exportation grâce à un système de gestion centralisé. Ce guichet permet aux importateurs et exportateurs d'obtenir des informations globales sur le coût, la durée et les modalités de délivrance d'une autorisation de commercer. C'est une plateforme informatique qui centralise l'ensemble des démarches à effectuer pour l'obtention d'une autorisation d'importer/exporter. A terme, l'INSW doit s'intégrer dans un système régional : l'ASW (*ASEAN Single Window*) dont l'application est encore subordonnée à des contraintes logistiques internes à chaque pays.

Pour plus d'info : <https://www.insw.go.id/>

Source : Trésor international – 2018

② ÉTIQUETAGE

Depuis janvier 2000, les indications figurant sur tous les produits importés en Indonésie doivent être traduits en indonésien. Les étiquettes doivent contenir les éléments suivants : nom du produit et nom de l'adresse du fabricant ; le lieu de production, la composition du produit et ses principaux ingrédients, son poids, son volume et sa quantité, les dates de fabrication et de péremption. Pour les produits alimentaires, il faut mentionner les quantités ; le poids exact ; le contenu ; la date de production ; les ingrédients et additifs ; la date limite de consommation,

des indications pour la conservation ; le mode d'emploi. Le meilleur moyen de vous assurer que votre étiquetage est conforme est de demander à votre client. Vous pouvez ainsi vous protéger en précisant par le contrat que le client doit approuver les échantillons et les étiquettes. Pour plus d'info : https://madb.europa.eu/madb/datasetPreviewFormATpubli.htm?datacat_id=AT&from=publi

③ LOGISTIQUE ET DOUANE

À l'export	JAKARTA	ASIE DU SUD-EST & PACIFIQUE
Procédures frontalières (heures)	51h	57,5h
Coût des opérations	207 \$	381,1\$
Préparation des documents (heures)	60 h	55,6 h
Frais documentaires	130 \$	109,4 \$

A l'import	JAKARTA	ASIE DU SUD-EST & PACIFIQUE
Procédures frontalières (heures)	80h	68,4h
Coût des opérations	384 \$	422,8 \$
Préparation des documents (heures)	106 h	53,7 h
Frais documentaires	160 \$	108,4 \$

Source : Banque mondiale – *Doing Business* 2020

④ MOYENS DE PAIEMENT

Meilleure monnaie de facturation la plus utilisée : le dollar américain et l'euro

Les meilleurs moyens de paiement sont :

- le virement Swift car il est très pratique et rapide
- le crédit documentaire car il est couramment utilisé et offre la garantie de paiement par une banque
- le chèque, peu utilisé dans les échanges internationaux

Privilégier le paiement d'avance de 75 % de la transaction. Accorder un délai de 30 jours maximum.

»»» Sites de référence

<https://www.beacukai.go.id/>

Douane indonésienne

<https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/i/indonesia/IDN.pdf>

Doing Business Indonesia

<https://www.kemenkeu.go.id/en>

Ministère de l'économie Indonésie

<https://asean.org/>

Site de l'Asean

https://madb.europa.eu/madb/datasetPreviewFormIFpubli.htm?datacat_id=IF&from=publi

Etiquetage de vos produits

<https://www.tresor.economie.gouv.fr/Pays/ID?listePays=ID>

Trésor public – section Indonésie

<https://www.coface.fr/Etudes-economiques-et-risque-pays/Indonesie>

Les Études économiques de la Coface Indonésie

<https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/dossiers-pays/indonesie/>

Conseil aux voyageurs – Ministère des Affaires étrangères

<https://www.tresor.economie.gouv.fr/Articles/2018/09/25/li-indonesie-continue-ses-reformes-pour-simplifier-les-echanges>

Trésor international - réformes en Indonésie

LE SOFT POWER de la France en Indonésie

Vaste mosaïque de peuples et de cultures, situé au carrefour des océans indien et pacifique, l'Indonésie constitue un partenaire stratégique de la France dans l'affirmation de son ambition maritime et mondiale.

Lors de la clôture du sommet « Choose La Réunion » à Sainte-Clotilde en décembre 2019, le président de la République Emmanuel Macron a réaffirmé la volonté de la France de s'ancrer durablement dans l'espace indo-pacifique et de renforcer les liens de coopération avec ses voisins. De par sa dimension archipélagique, son héritage multiculturel et son modèle de vivre-ensemble, sa longue tradition artisanale et sa capacité d'innovation culturelle, l'Indonésie présente de nombreux points de convergence avec la France et pourrait devenir, au cours des prochaines décennies, un des avant-postes du rayonnement français à l'échelle régionale.

Le français demeure en Indonésie une des langues les plus enseignées après l'anglais. Cette situation s'explique par une longue tradition d'enseignement du français dans les établissements d'enseignement secondaire indonésiens. Si celle-ci tend à être remise en cause au cours de ces dernières années, l'Ambassade de France, via son réseau de l'Institut français, continue de proposer des cours de langue française et des ateliers de familiarisation à la culture française à une dizaine de milliers d'indonésiens.

Dans un contexte où un nombre croissant de familles l'indonésiennes ont l'ambition d'envoyer leurs enfants étudier à l'étranger, la consolidation de cet enseignement du français constitue un levier essentiel pour faciliter la poursuite des études des jeunes indonésiens en France. L'enseignement supérieur français continue de jouir d'une excellente réputation, notamment grâce à un réseau de plusieurs milliers d' alumni qui, après avoir obtenu un master ou un doctorat, deviennent de véritables ambassadeurs de l'excellence universitaire française. Ce rayonnement laisse entrevoir des opportunités de renforcement des partenariats et des échanges universitaires sur des sujets stratégiques pour la France et l'Indonésie, comme c'est le cas en Charente-Maritime autour de l'économie bleue.



**Mr le Député Raphael Gérard,
président du groupe d'amitié
France Indonésie**

Compte tenu de la place centrale occupée par les métiers de la main dans les cultures indonésiennes, en particulier dans le textile, ou encore, l'orfèvrerie, l'industrie du luxe et les métiers d'art constitue un axe privilégié du soft power français en Indonésie. De nombreuses marques françaises de la Mode & Maroquinerie sont ainsi présentes sur le territoire à l'instar de Louis Vuitton qui séduit une classe moyenne supérieure en plein essor.

L'Indonésie accorde également un intérêt particulier au secteur du design d'objets en encourageant l'organisation de nombreux événements de promotion et de valorisation comme la Bandung Design Week ainsi que l'ouverture d'une université d'enseignement du design à l'ITB (Institut de Technologie de Bandung). Jusqu'à présent, la participation de créateurs français à ces événements demeure extrêmement marginale, faute de notoriété. Le secteur qui pèse plus de vingt-huit milliards d'euros de chiffres d'affaires en 2018 constitue ainsi un levier majeur de coopération économique avec le développement des résidences croisées de designers et une meilleure valorisation de l'expertise événementielle française en Indonésie. ○

<http://raphaelgerard.fr/>

SECTEUR AGROALIMENTAIRE**INDO PACK**

Lieu : Jakarta
2/06/2021 au 5/06/2021
Septembre 2022
Secteur : produits alimentaires, agro-alimentaire, machines emballage..
<http://www.smda.messe-dusseldorf.com>
info@mda.com.sg

ALL PACK INDONESIA EXPO

Lieu : Jakarta
Octobre 2021
Secteur : produits alimentaires, machines d'emballage
<http://www.kristamedia.com>
info@kristamedia.com

FOOD & HOTEL INDONESIA

Lieu : Jakarta
28/07/2021 au 31/07/2021
Secteur : gastronomie, produits alimentaires, aménagement boutique
<http://www.pamerindo.com>
sales@pamerindo.com

SIAL INTERFOOD

Lieu : Jakarta - Novembre 2021
Secteur : produits alimentaires
<http://www.comexposium.com>
contact@comexposium.com

SECTEUR ARTISANAT**INACRAFT**

Lieu : Jakarta
31/03/2021 au 4/04/2021
<https://inacraft.co.id/>

SECTEUR AUTOMOBILE**INAPA (Autopart, accessoires...)**

Lieu : Jakarta
24/03/2021 au 26/03/2021
Secteur : véhicules, caravanes, motos..
<http://www.gem-indonesia.com>
info@gem-indonesia.com

SECTEUR BIEN D'ÉQUIPEMENT ET CONSOMMATION**TRADE EXPO INDONESIA**

Lieu : Jakarta
Octobre / Novembre 2021
<http://www.tradexpoindonesia.com/>

SECTEUR CONSTRUCTION**INDOBUILD TECH**

Lieu : Jakarta
Mars 2021 - Août 2021
Secteur : techniques de construction, matériaux de construction
<http://www.hyve.group>
info@hyve.group

MEGA BUILD INDONESIA

Lieu : Jakarta
Mars 2021 - Secteur : construction
<http://www.reedpanorama.com>
info@reedpanorama.com

INDOBUILD TECH (2^e phase)

Lieu : Jakarta
Août 2021 - Secteur : construction
<http://www.hyve.group>
info@hyve.group

CONSTRUCTION INDONESIA

Lieu : Jakarta
15/09/2021 au 18/09/2021
<http://www.pamerindo.com>
sales@pamerindo.com

SECTEUR CONSTRUCTION NAVALE**INAMARINE**

Lieu : Jakarta
Août 2021
Secteur : construction navale, équipement portuaire, technologie marine
<http://www.gem-indonesia.com>
info@gem-indonesia.com

MARINETEC INDONESIA

Lieu : Jakarta
8/09/2021 au 11/09/2021
<http://www.pamerindo.com>
sales@pamerindo.com

SECTEUR COSMÉTIQUE**COSMOBEAUTÉ INDONESIA**

Lieu : Jakarta
Octobre 2021
Secteur : cosmétique, hygiène du corps
<http://www.ecmi.com.my>
enquiry@ecmi.com/my

SECTEUR ÉNERGIE**INDOSOLAR INDONESIA**

Lieu : Surabaya
Juillet 2021
Secteur : énergie conventionnelle et renouvelable
<http://www.wpcitra.co.id>
Info@wpcitra.co.id

ELECTRIC POWER & RENEWABLE ENERGY

Lieu : Jakarta
Septembre 2021
Secteur : énergie conventionnelle et renouvelable
<http://www.pamerindo.com>
sales@pamerindo.com

SECTEUR INDUSTRIEL**INDOPLUS**

Lieu : Jakarta
2/06/2021 au 5/06/2021
Secteur : plastique et caoutchouc
<http://www.mda.messe-dusseldorf.com>
info@mda.com.sg

INDO INTERTEX

Lieu : Jakarta - Avril 2021
Secteur : machines textile, machines pour habillement
<http://www.peragaexpo.com>
info@peragaexpo.com

MANUFACTURING SURABAYA

Lieu : Surabaya - Juillet 2021
Secteur : salon multisectoriel biens d'investissement
<http://www.pamerindo.com>
sales@pamerindo.com

MACHINE TOOL INDONESIA

Lieu : Jakarta - Décembre 2021
Secteur : usinage, transformation des métaux, soudure
<http://www.pamerindo.com>
sales@pamerindo.com

SECTEUR MÉDICAL**CMEF INDONESIA**

Lieu : Jakarta - 17/06/2021 au 19/06/2021
Secteur : technique médicale, santé, pharmacie
<http://www.reedexpo.com.sg>
ask@reedexpo.com.sg

IMCAS ASIA

Lieu : Bali - Juin 2021
Secteur : technique médicale, santé, pharmacie
<http://www.imcas.com>
Imcas19@imcas.com

SECTEUR MEUBLE**IFEX Indonesia International Furniture Expo 2021**

Lieu : Jakarta
11/03/2021 au 14/03/2021
<https://ifexindonesia.com/>

JOGJA INTERNATIONAL FURNITURE & CRAFT

Lieu : Jogjakarta
13/03/2021 au 16/03/2021
<http://www.jiffina.co.id>

SECTEUR NETTOYAGE URBAIN**INDOWATER**

Lieu : Jakarta
21/07/2021 au 23/07/2021
Secteur : nettoyage urbain, élimination des déchets..
<http://www.napindo.com>
info@napindo.com

NATIONS ÉMERGENTES**REVUE DE COMMERCE INTERNATIONAL**

<http://www.nations-emergentes.org>
NUMÉRO 43 | JANVIER 2021

Liste de nos Partenaires

Embassy of The Republic of Indonesia Paris France..... <https://kemlu.go.id/paris/en>
Inaexport..... <http://inaexport.id/>
Izidia..... <https://izidia.fr/>
Trade Expo Indonesia..... <http://www.tradexpoindonesia.com/>
Ministry of Trade Republic of Indonesia..... <https://www.kemendag.go.id/id>

INDONESIA AS TOP SUPPLIER FOR THE FRANCE MARKET



cinnamon



nutmeg



frog legs



musical instruments



footwear



frozen fish



cocoa butter



pepper



vanilla

DO YOU KNOW IT IS FROM INDONESIA?

it is always a good business with Indonesia

trademap data 2019



KEMENTERIAN
PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA
MINISTRY OF TRADE

trade with



Indonesian Trade Attache
Embassy of the Republic of Indonesia
atdag-fra@kemendag.go.id