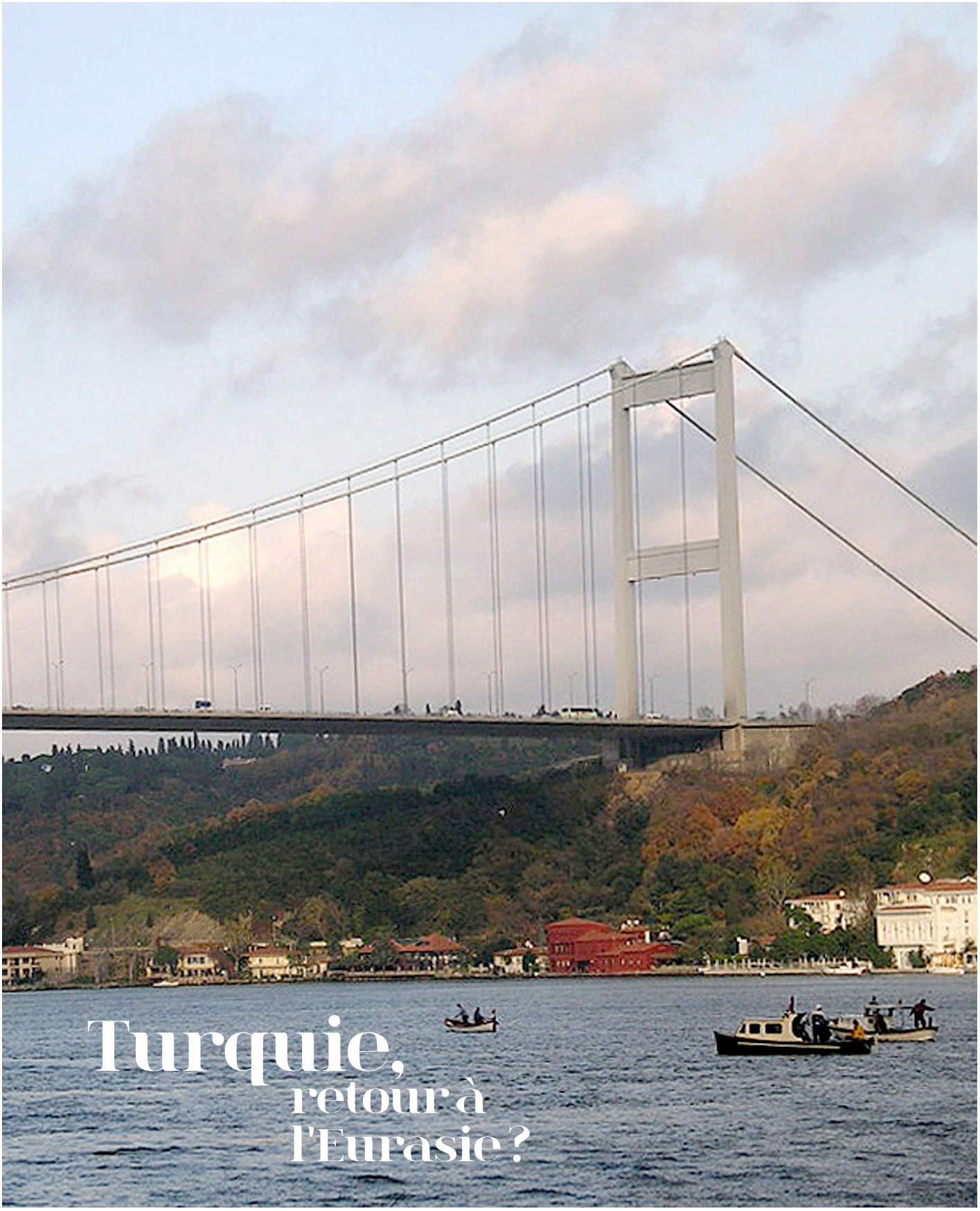
NATIONS EMERGENTES

N°20
Mai 2014

REVUE DE COMMERCE INTERNATIONAL www.nations-emergentes.org



Turquie, retour à l'Eurasie ?

«Rien ne développe l'intelligence comme les voyages.» Emile Zola

L'alchimie la plus délicate à produire dans notre métier est certainement l'adéquation entre destination et réceptif.

Dans son rôle spécialiste de la TURQUIE, le Réceptif **DMC Wisdom & Blue days Travel** est là pour vous guider.

Une équipe professionnelle, engagée, audacieuse, dynamique, rigoureuse, qui affirme sa différence pour que chaque voyage devienne une occasion unique.

Le Réceptif **DMC Wisdom & Blue Days Travel** propose sur la Turquie, des voyages sur-mesure pour des opérations MICE, Meeting, Incentives, Congrès, Évènements et/ou de Tourisme d'affaires.

Le Réceptif **DMC Wisdom & Blue Days Travel** dispose d'une compétence, d'un savoir faire et d'une expérience unique de la part de ses équipes possédant des réponses adaptées à tous vos besoins.

Vous disposez d'une véritable infrastructure aussi complète que moderne pour vos activités professionnelles. En somme, de tout ce qu'il vous faut pour recharger vos batteries entre deux séances de travail.

Votre sourire est notre énergie... Au plaisir de vous revoir.

Mme Nurten KESKIN ROLLIER

http://www.wisdomtravel.com.tr/

Turquie, retour à l'Eurasie?

La Turquie actuelle se tourne de plus en plus vers l'Eurasie – et non plus l'Europe seule – pour y acquérir des parts de marché et pour ses besoins énergétiques. De fait, depuis 2002 les échanges entre la Turquie et l'Union européenne (UE) ont tendance à diminuer, passant de 57% à39 % en 2012. Parallèlement, on observe une nette progression du commerce avec le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord (32% des exportations). Quant à la Russie, elle est devenue le principal fournisseur (10 % des importations turques) et un de ses premiers partenaires commerciaux avec 4,6% des exportations turques. Comment peut-on Interpréter ces chiffres du commerce extérieur turc? L'UE a-t-elle perdu son attractivité en Turquie, l'intérêt turc s'est-il définitivement déplacé vers l'Eurasie?[1]

Selon Halford J. Mackinder,[2] l'Eurasie est le "heartland" (le cœur continental) car elle opère une jonction entre l'Europe occidentale, le Moyen-Orient au sud et la Russie à l'est. Elle est le chemin qui va de Lisbonne à Vladivostok (Russie) via un certain nombre de pays riches en ressources énergétiques et matières premières. L'échiquier eurasien englobe 75% de la population mondiale, une partie importante des richesses physiques sous forme d'entreprises et des gisements de matières premières. Il constitue un enjeu car il abrite une classe moyenne disposant d'un pouvoir d'achat.[3]

Sur cet échiquier, la Turquie est un pays pivot car elle ouvre l'accès aux pays du golfe Persique, riches en ressources énergétiques. Le pays veut tirer avantage de sa position géostratégique pour opérer des rapprochements avec ses voisins: Syrie, Iran et Irak... et aussi pour devenir un acteur majeur capable d'exercer son influence en cas de conflit dans la région. Sur la question palestinienne par exemple, la Turquie a adopté une attitude critique vis-à-vis d'Israël en soutenant la cause palestinienne à Gaza. Le fait a eu un profond écho dans tout le Moyen-Orient – permettant à la Turquie d'améliorer son image dans la région.[4]

En renouant ses relations avec la Russie, la Turquie vise à créer des liens avec les pays de l'ex-URSS en Asie centrale. Ils abritent une importante communauté turcophone qui peut offrir des relais pour l'influence turque dans la région et aussi pour couvrir ses besoins en pétrole et gaz. Ce retour à l'Eurasie a été interprété comme une inspiration "néo-ottomane", avec une préférence pour les espaces anciennement dominés par les Ottomans.[5]

Il ressort de cette analyse que l'UE ne constitue plus le centre de gravité pour la Turquie. Elle a réussi à réorienter son commerce en Eurasie afin de compenser ses pertes liées à une faible demande provenant des marchés occidentaux.

La Turquie maintient sa candidature à l'UE mais reste ouverte à d'autres coalitions qui peuvent émerger en Eurasie. On se réfère ici au projet russe de construire un espace eurasien qui sera "un pont efficace entre l'Europe et la région Asie-Pacifique". Il sera ouvert à d'autres Etats comme la Turquie et l'Inde permettant ainsi de faire contrepoids à l'influence chinoise dans la région.[6]

Face à l'incertitude liée à l'entrée – ou non – de la Turquie à l'UE, le pays se prépare à trouver sa place en Eurasie. L'avenir peut réserver des surprises, à condition toutefois qu'il y ait une évolution positive dans les relations entre la Russie et la Turquie.

Douraya ASGARALY

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

1. Turkstat, Betam.
2. Halford John Mackinder (1861-1947) est un des pères fondateurs de la géographie moderne britannique et de la géopolitique. Référence de l'article: "The geographical pivot of history". *The Geographical Journal*, 1904, 23, p. 421-37.
3. *Le Grand Échiquier* – Zbigniew Brzezinski.
4. *Géopolitique de la Turquie* – revue Hérodote n°148, 2013.
5. Ramsès 2013.
6. *Bilan économique du monde 2014*, page 113, édition du Monde.

NATIONS EMERGENTES
N°20 | Mai 2014

Association de loi 1901 | W931002897
4, rue des Arènes | 75005 PARIS (France)
Tél.: (00 33) 616 634 519
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

• Consultant éditorial •
Hervé THÉRY - http://confins.revues.org

• Avec •
Elsa da SILVEIRA, directrice de communication
elsa.dasilveira@nations-emergentes.org
Gwendal LE SCOUL, conception graphique
Stéphanie HAMELIN, maquette

• Photo de couverture •
Pont de Bosphore © Turquie vision
www.turquievision.com

SOMMAIRE

ÉDITORIAL p.3
FICHE PAYS p.4
LA TURQUIE... VUE PAR UN SPÉCIALISTE p.8
FOCUS: CONQUÉRIR LE MARCHÉ DE LA TURQUIE p.12
LES SECTEURS PORTEURS p.15
EXPORTER EN TURQUIE: MODE D'EMPLOI p.20
LE CARNET D'INVESTISSEMENT p.22
FOIRES ET SALONS p.23

LES DONNÉES POLITIQUES

- Nature de l'État : République centralisée dans laquelle l'Armée exerce une influence via le Conseil de Sécurité nationale (MGK).
- Nature du régime : Parlementaire.
- Chef de l'État : Abdullah Gül, président de la République (depuis le 28.8.07).
- Chef du gouvernement : Recep Tayyip Erdogan (depuis le 14.3.03, reconduit le 3.9.07 et le 6.7.11).

ÉCHELLE (Km)
0 200

LES PRINCIPALES VILLES

• ANKARA est située en Anatolie centrale et est la capitale de la Turquie. Elle est peuplée de 5 millions d'habitants et est située à 938 mètres d'altitude. Le climat est continental avec hiver froid et été chaud et sec. Elle est reliée au reste du monde par un aéroport international, Esenbõga, situé au nord. Elle est bien desservie par les transports urbains.

• ISTANBUL est la plus grande métropole à cheval sur l'Europe et l'Asie. Elle est un point de rencontre exceptionnel entre plusieurs cultures et fut jadis la prestigieuse capitale de l'Empire ottoman. Elle est peuplée par 13 millions d'habitants. La ville est également le centre financier, commercial et industriel du pays. Elle abrite un grand port de commerce. Istanbul contribue à hauteur de 174 milliards de dollars dans le PIB. Elle concentre de nombreux sièges de multinationales. Elle est reliée par deux aéroports internationaux : Atatürk sur la rive européenne et Sabiha Gökçen sur la rive asiatique. Elle compte également de nombreuses universités et centres de recherche.

• IZMIR est le second port de la Turquie après Istanbul. Elle comprend 2,9 millions d'habitants en 2010. Elle est située sur la mer Égée et possède plusieurs universités. La ville est reliée par un aéroport international Adnan Menderes situé à 18 km au sud d'Izmir.

• BURSA est située au nord-ouest de l'Anatolie. Elle comprend 1,9 million d'habitants. Elle était autrefois, un nœud central de la route de la soie. Elle est reliée à Ankara, Istanbul et Izmir par le train. Bursa est également à la pointe de la production automobile turque. De grands constructeurs automobiles sont implantés dans la région. Elle est connue également pour sa production textile, son industrie alimentaire dont la production des conserves. La ville accueille des multinationales comme Coca-Cola, Pepsi-Cola. Elle est aussi une importante destination touristique car elle compte plus de 300 monuments et d'importants musées.

• ANTALYA est la ville touristique au sud du pays qui attire des millions de visiteurs, la plupart des Européens. Elle bénéficie d'un climat méditerranéen. Elle possède un aéroport international.

• ADANA est située à 30 km de la côte méditerranée. Pour les Turcs, la ville est associée à la gastronomie, aux oranges, à un climat chaud et à la culture de coton. Elle est également un centre industriel et commercial avec une vaste zone de production de coton, agrumes, sésame et légumes. De ce fait, elle attire de nombreux paysans en quête de travail.

• GAZIANTEP est située au sud-est de l'Anatolie. C'est un pôle industriel relativement peu développé qui compte 1,2 million d'habitants. Il abrite également des usines de fabrication de tapis.

Aspect culturel

Les télé-feuilletons turcs, qui ont envahi ces dernières années le monde arabe, sont devenus le "soft power" de la diplomatie turque, qui fait la promotion de l'image de la Turquie et permet une entrée en devises importante, générée aussi bien par les ventes de la production artistique turque que par le flux des touristes qui viennent, par millions chaque année, admirer de visu la Turquie et le style de vie des Turcs véhiculé par ces téléfilms.

Des séries célèbres, telles que *Siècle magnifique*, *L'Amour interdit*, *La Vallée des loups* ou *La chute des feuilles,* ont enregistré des taux d'audience jamais égalés au Moyen-Orient et en Afrique du Nord, dépassant de loin les séries américaines, égyptiennes, syriennes et mexicaines, qui avaient la cote auparavant dans cette région.

En 2010, le dernier épisode de la série *Nour* (Lumière) a été suivi par 85 millions de téléspectateurs, de la Syrie au Maroc, selon la presse turque, qui cite le site Internet *dailybeast.com*.

Ce genre de téléfilms a amplement contribué à promouvoir l'image de la Turquie et son influence à l'extérieur pour devenir le «soft power» de la diplomatie turque, occupée ces derniers mois par les nouveaux développements dans le monde arabe, qui entame une phase de transition politique profonde où la Turquie semble ne pas vouloir rester un simple observateur des événements.

La riche production artistique turque caractérise l'essor du paysage culturel de la Turquie, qui s'inscrit dans le sillage du progrès que connaît le pays dans plusieurs autres domaines, notamment commercial, industriel, social.

«Avec la progression des ventes à l'étranger des feuilletons turcs, l'apprentissage de la langue et de la culture turques est devenu très importants dans les pays arabes et les Balkans. C'est ce que nous appelons le "soft power" dans le contexte de l'industrie culturelle», estime Nilufer Narli, sociologue turc, professeur à l'université de Bahçesehir à Istanbul.

D'aucuns n'hésitent pas à qualifier la montée en puissance de séries télévisées turques comme une "arme secrète" du Premier ministre turc, Recep Tayyip Erdogan, qui a gagné en popularité ces dernières années notamment dans son voisinage arabe. L'engouement des téléspectateurs arabes pour les "soap operas" turcs s'explique essentiellement par la proximité culturelle entre le monde arabe et la Turquie. Une jeune égyptienne, une femme au foyer jordanienne, un étudiant marocain ou un commerçant syrien, s'identifient facilement à un héro ou une héroïne turcs, qu'à des stars américaines ou françaises. Ce rapprochement culturel fait donc le bonheur des sociétés de production turques qui connaissent un fort développement ces

dernières années. Selon des statistiques rendues publiques par le secteur, la Turquie a commercialisé, en 2011, plus de 100 télé-feuilletons dans 20 pays, ce qui a généré plus de 60 millions de dollars pour le pays. Le prix de l'épisode varie entre 500 et 15000 de dollars, indique Firat Gulgen, directeur de "Calinos Holding", une société de production qui s'accapare 80 % du secteur des téléfilms turcs à l'exportation.

Le printemps arabe semble affecter les ventes des télé-feuilletons turcs, mais d'autres marchés commencent à ouvrir leurs portes à la production turque, comme les pays des Balkans et de l'Extrême-Orient, estime-t-il.

Les télé-feuilletons turcs ont amplement contribué à promouvoir l'image de la Turquie et son influence à l'extérieur pour devenir le "soft power" de la diplomatie turque dans le monde arabe. Certains qualifient la montée en puissance de séries télévisées turques comme une "arme secrète" du Premier ministre turc.

Outre les pays arabes, les téléfilms turcs sont suivis dans plusieurs pays de l'Europe centrale et de l'Europe de l'Est comme la Serbie, la Croatie, la République Tchèque, la Roumanie, la Pologne et la Hongrie, ainsi que dans des pays asiatiques tels que la Malaisie, l'Indonésie, Taiwan, la Thaïlande, Singapour, le Japon et le Vietnam, précise-t-il.

Avec cette percée notable essentiellement dans le monde arabe, les téléfilms turcs contribuent à créer un lien profond entre la Turquie et les pays arabes et à renforcer la compréhension entre ces deux régions, qui se sont ignorées pendant plusieurs décennies, malgré les multiples liens qui les unissent.

La Turquie et les pays arabes, qui partagent une histoire commune, la religion, la géographie, sont promis à un avenir commun qui s'annonce prospère et mutuellement bénéfique avec le rapprochement économique et politique qui s'est opéré ces dernières années.

Source : *Au fait Maroc* – 13 décembre 2011.

© http://static.panoramio.com/

© DR

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

Sources : La Turquie, l'essentiel d'un marché

25,9% 0 à 14 ans

17% 15 à 24 ans

42,7% 25 à 54 ans

7,9% 55 à 64 ans

6,5% 65 ans et +

774 820 km²

Les langues

- Turc
- Anglais, qui est largement parlé dans le milieu des affaires

72,7 millions d'habitants en 2012

LE PAYS

La Turquie est à cheval sur deux continents : l'Europe et l'Asie. Elle a des frontières communes avec la Grèce (206 km), la Bulgarie (240 km), la Géorgie (252 km), l'Arménie (268 km), l'Azerbaïdjan (9 km), l'Iran (499 km), l'Irak (352 km) et la Syrie (822 km). Elle est bordée au nord par la mer Noire, à l'ouest par la mer d'Egée et au sud par la Méditerranée. La Thrace orientale (Europe) et l'Anatolie (Asie) sont séparées par la mer de Marmara et les détroits du Bosphore à l'est et des Dardanelles à l'ouest. La Turquie est un grand pays agricole; elle est le 1er producteur européen de coton et de laine: les secteurs automobile et de la défense sont très dynamiques. Autres ressources importantes: l'hydro-électricité, le transit d'hydrocarbures et l'industrie du tourisme. La Turquie possède 3% de son territoire en Europe avec la Thrace orientale. Elle fait le lien entre l'Orient et l'Occident, ce qui lui confère un positionnement géostratégique clé. La capitale est Ankara.

Infrastuctures

TRANSPORT MARITIME

La Turquie s'ouvre sur 4 mers : la Méditerranée, la mer Égée, la mer Noire et la mer de Marmara.

LES PRINCIPAUX PORTS DE LA TURQUIE	CAPACITÉ EN TEU / AN
Haydarpasa, port d'importation	360 000
Izmir, port d'exporation	800 000
Akport	250 000
Gemport (Gemlik)	255 000
Marport (Ambarli)	17 000 000
Kumport (Ambarli)	1 000 000
Mardas (Ambarli)	160 000
Mersin	549 000
Derince et Samsum	---

AÉROPORTS

34 aéroports dont 10 ouverts aux trafics national et international. Les principaux aéroports internationaux sont: Atatürk (Istanbul); Esenboga (Ankara) ; Andan Menderes (Izmir) ; Antalya et Dalaman (Mugla).

RÉSEAU ROUTIER

Il représente 95 % du trafic passager et 90 % du fret domestiques. Il se compose de 60 000 km de routes asphaltées dont 1774 km d'autoroutes.

RÉSEAU FERROVIAIRE

10 933 km dont 8 682 km de lignes principales et 2 251 km de lignes auxiliaires. Seules 2 133 km sont électrifiées – soit 18,5 % du total.

Les principales lignes sont :
Ankara / Istanbul (564 km) ; Istanbul / Kapikule (Grèce) et Divrigi / Iskenderun (577 km).

Les chiffres clés de l'économie

Sources : FMI - World Economic outlook Database

Monnaie : Livre turque (TRY)
2,48 TRY ..... 1€
(au 6/01/2013)

PIB (en milliards de $)
2010 731,4
2011 774,78
2012 788,30
2013 831,80
2014 ..... 851,43 (estimation)

Croissance du PIB (en %)
2010 9,2
2011 8,8
2012 2,2
2013 3,8
2014 3,5

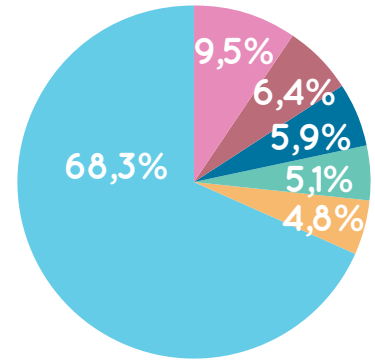
◇◇◇◇◇◇◇

Les échanges entre la France et la Turquie en 2012 (en milliards de $)
Export 8,87
Import 7,28

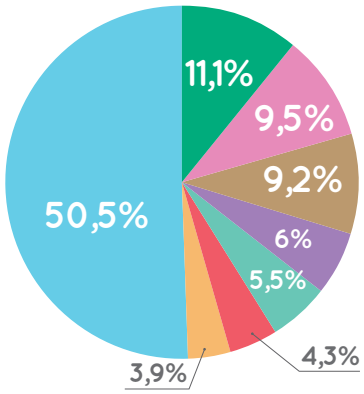
▷▷▷ CONTACTS CLÉS

Association des hommes d'affaires et industriels de Turquie
http://www.tusiad.org
European journal of Turkish studies
http://ejts.revues.org
Fondation Tesev, un think tank réputé
http://www.tesev.org.tr/en/homepage
Quotidien de langue anglaise
http://www.hurriyet.com.tr/english/home
Centre non gouvernemental d'information sur la Turquie
http://www.info-turk.be
Actualités de la Turquie
http://www.turquie-news.fr
Site d'information favorable à l'adhésion de la Turquie
http://turquieeuropeenne.eu

LES PRINCIPAUX CLIENTS DE LA TURQUIE EN 2012 (EXPORT)



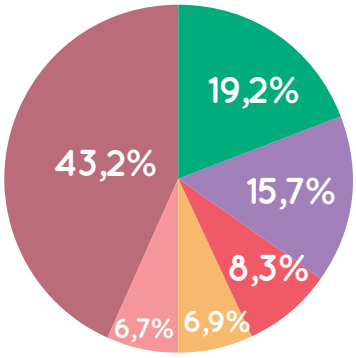
LES PRINCIPAUX FOURNISSEURS DE LA TURQUIE EN 2012 (IMPORT)



Grande-Bretagne · États-Unis · Chine · Irak · France · Iran · Autres · Allemagne · Italie · Russie

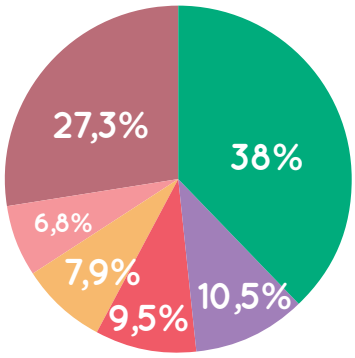
Source : UN – Comtrade

LES PRODUITS EXPORTÉS PAR LA FRANCE EN 2012 VERS LA TURQUIE



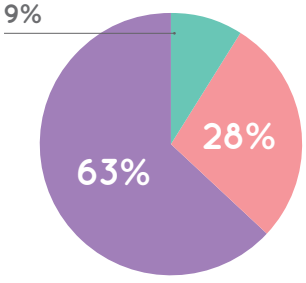
Automobiles et pièces détachées
Réacteurs nucléaires, chaudières
Machines et équipement électrique
Fer et acier
Aéronefs, véhicules spatiaux
Autres

LES PRODUITS IMPORTÉS DE TURQUIE EN 2012



Véhicules
Vêtement et accessoires en bonneterie
Réacteurs nucléaires, chaudières, machines
Machines et équipement électrique
Autres vêtement et accessoires
Autres

Source : UN – Comtrade



RÉPARTITION DU PIB PAR SECTEURS EN 2011

Agriculture
Industrie
Services

Source : Images économiques du monde 2014

KM SERVICES
POUR UN MONDE SANS FONTIÈRES

LÉGALISATIONS SIMPLES, RAPIDES ET SÉCURISÉES DE VOS DOCUMENTS POUR L'IRAK & L'IRAN.

KM SERVICES - SPÉCIALISTE DES VISAS, LÉGALISATIONS, CARTES GRISES ET COURSES EXPRESS
TÉL : 0826 960 992 • SITES INTERNET : WWW.KMSERVICES.EU • EMAIL : SANDRINE@EXPRESSFORMALITES.EU

à Paris

சரவணபவன்®
(உயர்தர சைவ உணவகம்)

Une présence Internationale

Inde, UEA, USA, Canada, Singapour, Malaisie, Bahrain, Oman, Qatar, UK
Explorer de nouvelles destinations...

Maintenant en France

Une ambiance

Une aventure Culinaire

L'atmosphère inimitable est un hommage à l'hospitalité et à la délicatesse traditionnelles du Sud de L'Inde

maintenant les saveurs culinaires maintenant indiennes à paris

Nos plats

La formule de notre succès allie le goût et la qualité des plats que nous préparons. Nos menus comprennent des Petits déjeuners, les Déjeuners , les Diners , des Tandooris, des spécialités traditionnelles et Indo-chinoises, des desserts et autres douceurs , ainsi que des boissons alcoolisées.

Mettez des épices dans votre votre vie

Notre adresse

Venez nous visiter et découvrir nos savoureux mets indiens servis avec passion ....
170 rue du Faubourg Saint Denis 75010.
Horaires: 8 :00 à 23:00 7jours sur 7

paris

SARAVANAA BHAVAN®
(INDIAN VEGETARIAN RESTAURANT)
170, Rue Du Faubourg Saint - Denis 75010, Paris. Ph. 01 40 05 01 01.
Une synergie de goût et de qualité dans le monde entier... chaque jour... chaque heure...

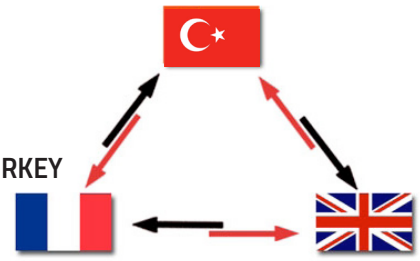
Dil traduction

D.I.L
Département International des Langues
Traductions & Interprétariats & Conseils
65, Rue de Faubourg Saint Denis - 75010 PARIS
Tel: 33.(0)6.03.90.56.99 / 33.(0)9.53.00.02.61
Fax : 33.(0)1.73.76.86.32
www.dil-traduction.com

CABINET DE TRADUCTION & INTERPRÉTARIAT & CONSEILS
CABINET PROFESSIONNEL POUR RÉALISER VOS TRADUCTIONS EN ASSERMENTÉES VALABLES EN FRANCE ET EN TURQUIE
VOUS ACCOMPAGNE POUR VOS DÉMARCHES JURIDIQUE ET COMMERCIALE EN FRANCE ET EN TURQUIE
SERVICE APOSTILLE ET CONSULAIRE

YEMİNLİ TERCÜMAN VE ÇEVİRİ HİZMETLERİ
TÜRKİYE VE FRANSA ARASINDA RESMİ-TİCARİ ZİYARETLER VE
KONGRE-FUARLARDA YEMİNLİ TERCÜMANLIK HİZMETLERİ VE ORGANİZASYON
AVRUPA- TÜRKİYE YATIRIM-HUKUKİ VE TEKNİK DANIŞMANLIK VE MİRASÇILIK-MİRAS ARAŞTIRMA HİZMETLERİ
TÜRKİYE-FRANSA İTHALAT VE İHRACAT İŞLEMLERİ DANIŞMANLIK VE ÇEVİRİ HİZMETLERİ
KONSOLOSLUK TASDİK İŞLEMLERİ

CABINET OF TRANSLATION & INTERPRETING & CONSULTANCY
PROFESSIONAL CABINET TO FULFILL YOUR SWORN TRANSLATIONS AND AVAILABLE
IN FRANCE AND TURKEY
ACCOMPANIES YOU FOR YOUR LEGAL AND COMMERCIAL APPROACHES TO FRANCE AND TURKEY
APOSTILLE AND CONSULAR SERVICE



Selma YASAK
Expert Judiciaire près la Cour d'Appel de PARIS
Paris İstinaf Mahkemesi ve Paris Türkiye Başkonsolosluğu Yeminli Tercümanı
Legal Expert near the court of Appeal of Paris and the Consulate General of Turkey

La Turquie, un modèle pour les pays du "printemps arabe"?

Özge ARTIK est doctorante à l'Institut français de Géopolitique. Elle a récemment écrit un article sur la Turquie publié dans la revue française de géopolitique, Hérodote.
Dans ce dossier, elle analyse le modèle turc, tant admiré par les pays du "printemps arabe", sa réussite économique, sa capacité à résister aux chocs exogènes et ses aléas politiques.
La Turquie actuelle se tourne de plus en plus vers la Russie et le Moyen-Orient pour son commerce. Y a-t-il une rupture de l'équilibre en faveur de l'Eurasie au détriment de l'Union européenne ? Non, car le pays conçoit toujours son avenir comme lié à l'UE.

En Turquie, on constate depuis quelques années, une confiance retrouvée dans l'avenir du pays. Comment expliquez-vous ce phénomène subjectif qui semble atteindre tout le monde arabe ?

Cette confiance repose sur des éléments objectifs qui ont marqué les quinze dernières années. La mondialisation et la transformation des marchés sous l'égide du libéralisme ont permis d'attirer l'attention sur de nouveaux marchés qui présentaient, tels la Turquie, les potentialités de la croissance et du pouvoir d'achat de leurs habitants.

C'est un fait incontournable qu'entre 2000 et 2012 le PIB nominal du pays a été multiplié par trois (il représente aujourd'hui 789 milliards de dollars) et que le PIB nominal par habitant, en tenant compte de la parité de pouvoir d'achat, a été multiplié par deux (18190 dollars en 2012). Le premier moteur de la confiance est économique. La croissance résulte d'une stabilité politique et économique.

À la suite de la crise de 2001, des réformes et des mesures structurelles ont été rigoureusement appliquées par Kemal Dervis (ministre de l'Économie entre 2001 et 2002) et elles ont été prolongées jusqu'à ce jour par les différents gouvernants AKP (Parti pour la justice et le développement) qui lui ont succédé. Cette persévérance a renforcé la résilience du pays face aux chocs économiques et politiques et lui a permis de dynamiser le marché national. Depuis qu'AKP est au pouvoir, en novembre 2002, la Turquie est devenue la 17e économie mondiale (en 2004) et l'écart avec les autres économies développées a constamment diminué.

En 2002, la Turquie représentait 0,7% de l'économie mondiale. En 2012, elle est passée à 1,1% (à titre de comparaison la France est à 3,63%). Dans la même période, sa croissance annuelle a été de 5,2%. Avec de tels taux de croissance, la Turquie est devenue progressivement un marché attractif pour les investisseurs étrangers. Ce qui s'est traduit par un afflux des investissements étrangers, multipliés par deux entre 2005 et 2007, passant de 10 à 22 milliards de dollars. Certes, la crise financière mondiale de 2008 a provoqué une réduction des ces flux, qui ne représentent plus que 12 milliards de dollars en 2013. L'essentiel de cet argent est allé vers des secteurs comme l'alimentation, la construction, la finance et l'assurance.

Il faut remarquer ici que la part des exportations turques vers dix-neuf pays du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord est passée de 12% à 32% et lui procure un important excédent.

À côté de cette réussite économique il y a d'autres faits qu'il convient de retenir. La fin de la guerre froide, les évènements liés au 11 septembre 2001 et la mondialisation ont redessiné les relations internationales. Cela s'est traduit pour la Turquie par une politique étrangère visant à diversifier ses partenaires et faire émerger un "soft power" turc. Cette évolution a contribué à la transformation de l'image de la Turquie. Elle parvient à formuler une politique qui lui est propre et en même temps elle tente d'influencer les procédures régionales de policy making. Sa puissance géopolitique a augmenté dans sa zone d'influence, notamment au Moyen-Orient et en Afrique. La Turquie, autrefois cataloguée comme proche de l'Occident, a amorcé un tournant vers le monde arabe et son impact a pris un aspect spectaculaire avec l'arrivée d'AKP au pouvoir.

La normalisation des relations avec la Syrie, dès 1999, a permis de faire évoluer la perception de la Turquie dans la région. À partir de 2005, Ankara est progressivement passé d'un discours de Realpolitik à celui de la "politique des valeurs", adoptant une attitude de "facilitateur" et de "médiateur" de paix dans les crises régionales, puis en développant une attitude critique envers Israël. On songe ici, entre autres, aux déclarations du Premier ministre Tayyip Erdogan, à Davos (déclaration à Shimon Pérez en faveur de l'offensive menée par la Turquie dans la bande de Gaza), ou après l'affaire de la flottille Mavi Marmara pour Gaza, qui ont trouvé un écho certain auprès de gouvernements et de peuples arabo-musulmans de l'ancienne aire ottomane. Les aides humanitaires, la présence importante dans les organisations internationales, la présence de militaires dans les zones de conflits, l'ouverture d'ambassades, le retrait des procédures de visas et la création d'instances de dialogue avec les pays voisins comme le Quatuor du Levant (Syrie, Jordanie, Liban), la signature des Accords de libre-échange dans le cadre de l'Euro-Med sont autant de facteurs de l'émergence du pouvoir politico-économique de la Turquie. Le troisième point déterminant est l'évolution démocratique du pays. Entre la reconnaissance de sa candidature par le Conseil européen en 1999 et l'ouverture des négociations d'adhésion avec l'UE en 2005, la Turquie a accompli des réformes démocratiques importantes. Ainsi, par exemple, la reconnaissance de certains droits pour les Kurdes a diminué la tension sociopolitique issue d'un long conflit.

Pourtant, en mai 2013 un mouvement de contestation sans précédent a secoué le régime. Peut-on percevoir des signes d'essoufflement du modèle turc ?

Le discours sur le modèle turc est une rhétorique occidentale, reprise dans les analyses et médiatisée largement durant les "révolutions arabes". L'idée était de promouvoir une démocratie musulmane, une démocratie au rabais. La Turquie a été ravie de reprendre l'expression pour promouvoir sa politique dite "néo-ottomane", vis-à-vis du Moyen-Orient. Celle-ci contient un discours unificateur autour d'une histoire commune, mais aussi de l'Islam, celui de l'AKP, qui n'offre que peu de place aux autres tels que les Alévis (islam hétérodoxe de tendance soufiste). Les retombées de cette idéologie peuvent être observées dans la proximité de l'AKP avec des partis tels que les Frères musulmans en Égypte ou Ennahda (parti islamique) en Tunisie. Ce modèle turc se veut la coexistence pacifique de l'islam et de la démocratie.

Mais lorsqu'on se réfère à l'idéologie de l'AKP (parti islamo-conservateur et à ses électeurs), le discours s'avère problématique et contre l'essence même de la démocratie, qui ne suggère pas différentes versions, musulmanes ou chrétiennes. En fait, il s'agit d'une démocratie "bonne pour l'Orient". Si l'AKP est apparu comme démocratique aux yeux de l'Occident, c'est parce qu'il luttait contre l'Armée et sa tradition laïque-autoritaire, mais une fois éliminé cet État dans l'État que constituait l'Armée, il a révélé toutes ses limites.

Pourtant pour le monde arabe, ce modèle turc demeure attractif non par ses qualités démocratiques, mais parce qu'il démontre la capacité d'un parti islamiste à conserver le pouvoir sans s'attirer les foudres de l'Occident et pour sa réussite économique. À chacun de ces pays, son modèle turc.

Si l'on perçoit les signes d'essoufflement, c'est depuis 2011 celui du gouvernement. Fort de ses succès économiques et de son autorité sans partage, Tayyip Erdogan semble grisé par le pouvoir. C'est probablement son incapacité à supporter les critiques qui le pousse vers une "dérive autoritaire". Il est parvenu à faire croire à son électorat que les urnes c'est la démocratie et comme sa légitimité sort des urnes, il est "la volonté nationale". Dès lors, l'exécutif, le législatif et même le judicaire c'est lui ; quant à la presse, elle est maîtrisée.

Or les événements de Gezi entre les mois de mai-juin 2013 ont été un déclencheur de l'expression critique. Ils ont créé un espace qui manquait pour qu'une société civile puisse s'exprimer. Ce mouvement était l'expression massive de la jeunesse urbaine pour "plus de démocratie", pour "plus de gouvernance". Paradoxalement, l'AKP par sa ligne économique libérale, l'adoption de critères européens au début de son mandat, sa volonté de redessiner l'identité du pays sur une base moins ethnique et plus religieuse et enfin sa lutte "judiciaire" contre l'Armée a contribué à faire émerger les aspirations démocratiques de ceux qui s'opposent à lui aujourd'hui. À Gezi, on a pu voir émerger une société civile, un nouveau discours – issu de la base et non du gouvernement – qui propose une société turque réconciliée avec son histoire, ses ethnies et ses confessions, et de passer d'une génération de consommateurs à des consommateurs de politique. On doit cependant souligner ici que les fondamentaux économiques demeurent sains et que le pays démontre sa capacité à résister face à la crise politique qu'il traverse.

En 2012, la Russie est le premier fournisseur de la Turquie. Conçoit-elle son destin lié à l'Eurasie et non plus à l'Union européenne ?

Depuis 2006, la Russie est le premier fournisseur de la Turquie. Cependant les parts des importations de la Russie, de la Chine et de l'Allemagne sont très proches, autour de 9 ou 10 milliards de dollars en 2013. Les combustibles minéraux, huiles miné-

© Turquie vision - www.turquievision.com

rales et produits de leur distillation, matières bitumineuses et cires minérales représentent 68,30 % des importations en provenance de la Russie et le fer et l'acier 11,67 %. Autrement dit, plus de 85 % des importations provenant de Russie sont des matières premières.

Certes, sur le plan géopolitique et géostratégique, la Turquie et la Russie ont établi un mécanisme diplomatique nommé "Conseil supérieur de Coopération", en mai 2010. En mai 2011, les visas touristiques ont été supprimés et 29 accords ont été signés. Mais la Turquie, depuis 2006, participe à ce type d'organisation pour consolider ses relations avec ses partenaires importants ; il en est de même pour l'Organisation de coopération de Shanghai avec la Russie et la Chine. Il s'agit donc d'un choix rationnel et aussi pour faire pression sur l'UE.

La Turquie, qui a accepté l'Union douanière européenne en 1996, ne peut s'écarter de la politique économique de l'UE. Ankara a toujours considéré l'UE comme son partenaire le plus important. Elle demeure toujours candidate à l'UE (depuis 1999). En 2013, la part de l'UE dans les importations turques était de 36,70 % et de41,52 % pour ses exportations. Parmi les dix premiers fournisseurs de la Turquie, on trouve cinq pays européens.

La Russie est essentiellement un fournisseur énergétique, alors que les pays européens sont des partenaires économiques et stratégiques. La trajectoire géopolitique de la Turquie est en Occident et si certains évènements internationaux récents (Libye, Syrie, Crimée) nous ont montré que, même si la Turquie essaie de s'ouvrir un espace plus autonome dans sa politique étrangère dans le but de diversifier ses marchés, in fine, elle demeure orientée vers l'Occident. Ni son ouverture vers le Moyen-Orient ni son rapprochement de la Russie ne sont un chemin fondamental pour l'avenir de la Turquie.

La Turquie, un concurrent sérieux pour les entreprises françaises en Afrique ?

L'ouverture vers l'Afrique a commencé en 1998 et a été reprise par l'AKP en 2005.

En 2008, la Turquie a obtenu le statut de partenaire stratégique au sommet de l'Union africaine. Depuis 2009, elle a ouvert 24 nouvelles ambassades, Turkish Airlines offre 38 nouvelles destinations. Sur le plan culturel, plus de 100 écoles turcophones (majoritairement de la confrérie Gülen) sont implantées dans 34 pays d'Afrique.

En 2013, la Turquie est devenue membre de la Banque africaine de développement, qui facilitera les investissements turcs dans la région. Ils se situent autour de 6 milliards de dollars, dont un tiers vers l'Égypte, tandis que l'investissement direct vers l'Afrique du Nord représente 65 millions de dollars mais seulement 4 millions de dollars vers l'Afrique subsaharienne.

Les exportations françaises représentent 70 milliards d'euros. Or, plus de 80 % de l'exportation de la France vers l'Afrique constitue des produits à haute valeur ajoutée. Du fait d'une faible intensité technologique des produits turcs, la concurrence turque est réduite et se limite sur un certain nombre de produits comme les machines ou bien quelques projets dans la construction, comme la création des structures aéroportuaires en Tunisie, Égypte et Libye.

«Le discours sur le modèle turc est une rhétorique occidentale.»

Le secteur militaire, sur certains segments, est en mesure de concurrencer l'industrie française d'armement car il se développe rapidement, par exemple dans le secteur des véhicules blindés légers.

Source : Les statistiques sont extraites des données provenant de la Banque mondiale, l'Institut de Statistique de la Turquie et du ministère de l'Économie de la Turquie.

NATIONS EMERGENTES
REVUE DE COMMERCE INTERNATIONAL

«Ne manquez pas votre prochain numéro spécial Mexique!»

N°21

www. nations-emergentes.org

La Turquie peut encore vous surprendre

Auteur: Stéphane Salvetat - Chambre de commerce franco-turque

Stéphane Salvetat est secrétaire générale de la Chambre de commerce franco-turque.
Dans cette interview, il dévoile les atouts et les handicaps de la Turquie et incite les entreprises françaises à s'aventurer sur ce marché très dynamique.
Venez en Turquie et vous serez surpris de constater sur le terrain des budgets colossaux mis en place par le gouvernement pour opérer la transformation économique du pays.

Assiste-on à un renouveau dans les relations entre la France et la Turquie ?

Depuis l'élection de François Hollande à la Présidence de la République, les relations entre les deux pays se sont apaisées. Les échanges commerciaux ont évolué de façon significative et l'on peut penser que sa croissance sera plus importante que par le passé. Ils se traduiront par plusieurs investissements turcs en France, qui ont quinze ans de retard. Mais nous devrions le rattraper dans les prochaines années. Les Turcs pourront ainsi créer des emplois en France.

Quels sont, selon vous, les atouts et les handicaps de la Turquie ?

Il est difficile de définir un pays en termes cartésiens car bien souvent cela en fait une caricature. Définir les handicaps de la Turquie, sachant qu'elle évolue très rapidement, est une opération assez risquée et aléatoire. Je préférerais évoquer les incertitudes momentanées plutôt que les handicaps sachant que les Turcs gèrent bien les crises à court terme. Par exemple la Turquie est aujourd'hui sensible à l'économie irakienne, son premier partenaire export. Si jamais la situation en Irak se complique, la Turquie pourrait en ressentir les effets.

Ensuite, la Turquie a toujours une politique monétaire évolutive avec des dépréciations importantes, voire même des dévaluations. Ainsi, lorsque vous travaillez avec la Turquie, la politique monétaire est importante.

Concernant les points positifs de la Turquie, nous pouvons citer la qualité de sa main-d'œuvre, le système éducatif performant, son positionnement géographique, son choix délibéré d'être un pays industriel et le nombre de personnes maniant couramment différentes langues européennes. Nous avons neuf collèges et lycées français en Turquie, et une université.

> «Le moteur de l'économie turque est bien l'industrie et sa capacité de planification.»

Quels sont les secteurs moteurs de l'économie turque ?

Le moteur de l'économie turque est bien l'industrie et sa capacité de planification. À la différence de la France, où les entreprises ont du mal à définir une vision à long terme, les entreprises turques disposent d'un plan d'investissement jusqu'en 2023. Elles connaissent ainsi à l'avance les secteurs prioritaires et la localisation des investissements. C'est un outil très important pour la Turquie, qui souhaite poursuivre sa croissance économique. Les secteurs prioritaires sont : les biens de consommation (produits blancs et bruns), l'automobile, le textile. L'aéronautique connaît depuis dix ans une forte crois-

Photo DR

sance. La Turquie est en phase de devenir, un eldorado dans ce secteur.

Si vous deviez faire un sondage auprès des entreprises françaises implantées en Turquie, qu'en ressortirait-il?

La présence française est importante en Turquie. On compte plus de 500 sociétés françaises implantées dans le pays. Certains chiffres évoquent même plus de 1100 implantations françaises. Les Français qui connaissent ce pays vous renverront un écho positif. Travailler en Turquie permet de développer ses affaires d'une façon pragmatique et d'acquérir des qualités de négociation très fines.

Selon Ubifrance, il existe des entreprises françaises qui "ont une vision très négative de la Turquie" (AFP – 14/01/2013). Que leur répondez-vous?

La Turquie reste encore un pays très méconnu en France. Depuis des années, nous entendons parler des pays émergents comme les BRIC (Brésil, Russie, Inde et Chine). Mais si vous examinez le commerce entre la France et ces pays et si vous additionnez les chiffres, vous n'atteindrez pas le volume des échanges entre la France et la Turquie. Le commerce entre ces deux est équivalent à celui du Japon. Les flux sont positifs. Ce qui est rare. Faites votre expérience de la Turquie et vous serez surpris !

AUSTRALIAN BUSINESS IN EUROPE FRANCE
Live in VICTORIA
VisOZ

ABIE FRANCE A LE PLAISIR DE VOUS CONVIER À UNE RENCONTRE AUTOUR DE L'AUSTRALIE
"INVESTIR, ENTREPRENDRE ET RÉSIDER EN AUSTRALIE"
Date : Mardi 27 mai 2014 a 18 heures 30
Ambassade d'Australie a Paris • 4 rue Jean Rey 75015 Paris • www.abie-france.com
Inscription obligatoire : Zane.Rebronja@dsdbi.vic.gov.au avant le 22 mai

La Turquie parie sur l'avenir

Secteur transport aérien

Source: La Tribune - 24 janvier 2013

LA TURQUIE LANCE LA CONSTRUCTION DU PLUS GRAND AÉROPORT DU MONDE

La Turquie va bel et bien se doter d'un troisième aéroport à Istanbul, destiné à devenir le plus important de la planète. Le gouvernement turc a lancé en janvier 2013 l'appel d'offres avec remise des copies au plus tard le 3 mai pour la construction d'une plateforme aéroportuaire colossale pouvant accueillir 100 millions de passagers par an, avant d'être étendu pour atteindre 150 millions de passagers, deux fois plus (largement) que l'aéroport de Roissy aujourd'hui.

En 2012, le plus grand aéroport du monde, celui d'Atlanta a accueilli plus de 90 millions de passagers. « Nous avons évalué le coût du projet à plus de sept milliards d'euros sans compter les frais de financement », déclarait le ministre des Transports, Binali Yildirim. Un investissement pharaonique comprenant six pistes de décollage et d'atterrissage à la hauteur de celui qu'envisage de se doter Dubai.

Les premiers vols sont prévus en 2016 et 2017. «Je souhaite qu'un consortium puissant s'empare du projet et réalise l'aéroport au plus vite. Cela se fera bien sûr par étapes, mais notre objectif est d'achever ça en trois à quatre ans», a indiqué mardi le Premier ministre turc Recep Tayyip Erdogan.

Ce projet traduit la croissance du trafic aérien en Turquie, tirée par la croissance du pays mais aussi par la stratégie de Turkish Airlines. Moins médiatisée que les compagnies du Golfe comme Emirates, Qatar Airways ou Etihad, elle n'a rien à leur envier en termes de développement. Les commandes se succèdent les unes après les autres. La croissance du trafic est hallucinante. Et les profits suivent. La stratégie de montée en gamme ou de sponsoring est également comparable à celle des compagnies du Golfe. Et sans faire de polémiques sur des soutiens financiers de l'État actionnaire (Turkish est une entreprise privée, cotée en Bourse avec l'État turc au capital).

©DR

Ce nouvel aéroport doit être construit près de la mer Noire, au nord-ouest de la ville, sur l'un des derniers terrains d'importance encore inoccupés d'une agglomération stambouliote à la population estimée entre 15 et 18 millions d'habitants.

Pour le Premier ministre, cet aéroport s'inscrit dans un ensemble plus vaste de «projets fous» qui seront mis en œuvre «immédiatement après» son achèvement. A proximité un large canal de 150 mètres de large et 25 mètres de profondeur sur 45 à 50 kilomètres de long sera creusé pour relier la mer Noire à la mer de Marmara afin de détourner le trafic maritime qui engorge le détroit du Bosphore, en plein cœur d'Istanbul. En outre, deux villes nouvelles d'un million d'habitants chacune, dont une près de ce canal seront construites.

©DR

Secteur mines & énergie

Source: Les Affaires – 16 juin 2012

MINES ET ÉNERGIE : LE FILON TURC

Les secteurs des mines et de l'énergie offrent de nombreuses occasions en Turquie. Pour y percer, la formule est assez simple : il suffit de viser tout ce qui peut aider à diminuer le déficit commercial du pays ou à augmenter sa productivité.

Dans un vaste appartement surplombant la capitale et converti en bureaux, Ümit Akdur témoigne de son industrie encore jeune en Turquie, l'industrie minière. Le pays s'est tourné vers une plus grande exploitation de ses ressources minières depuis une trentaine d'années, relate le directeur général en Turquie de la minière canadienne Inmet Mining. Plusieurs occasions s'offrent pour de l'exploration, notamment celle du cuivre, du zinc et du chrome, précise celui qui est également président de l'Association des producteurs d'or de Turquie. Cet État compte maintenant huit sociétés aurifères, dont plusieurs nouveaux acteurs.

Ümit Akdur parle de la dernière modification réglementaire venant d'être adoptée lors de notre passage en avril 2012 : elle vise les producteurs d'olives, qui représentent un obstacle à l'activité minière dans l'ouest de la République. Avant, une zone tampon de 3 km devait subsister coûte que coûte entre une oliveraie et une mine. Maintenant, si des études environnementales démontrent que ce n'est pas dangereux pour la culture du petit fruit, l'exploitation d'une mine pourra être autorisée à l'intérieur de cette limite de protection dans certaines circonstances. « L'or a un très grand potentiel », car le pays a des réserves d'environ 6500 tonnes du métal précieux, selon Investment Support and Promotion Agency of Turkey. Par contre, ces réserves sont encore considérées comme « inexplorées ». Généralement, les gisements se situent à une profondeur de moins de 2000 mètres, ce qui aide à diminuer les coûts d'exploitation par rapport

©DR

à d'autres endroits, ajoute M. Akdur. La main-d'œuvre qualifiée reste plus abordable qu'en Europe notamment, et en nombre suffisant pour répondre à la demande. Ces avantages compensent le coût élevé de l'énergie. La liste des richesses naturelles du sous-sol turque est longue, que ce soit du côté des minerais métalliques ou non métalliques. Le marbre est très répandu – 1500 entreprises, 33 % des réserves mondiales – mais n'est pas le seul à avoir la cote. Le pays possède aussi plus de 72 % des gisements connus de bore du monde, un minerai utilisé dans l'industrie du verre, en agriculture, en électronique, en construction et en automobile, sauf que le gouvernement conserve le monopole dans ce secteur par l'intermédiaire de la société Eti Maden. Il reste tout de même aux investisseurs étrangers le chrome, le feldspath, le cuivre, le zinc, le charbon et le lignite, ainsi que la pierre ponce et d'autres encore.

Dans le secteur énergétique, la Turquie a d'immenses besoins, non seulement pour alimenter sa croissance, mais aussi pour réduire son déficit commercial de 106 milliards de $ en 2011, dont la moitié est imputable à l'importation de ressources énergétiques. Pour la produc-

LES MINÉRAUX DISPONIBLES EN TURQUIE

Chrome utilisé pour la chimie, la métallurgie et la fonderie
Feldspath utilisé pour le verre, la céramique et la peinture
Pierre ponce utilisée dans l'industrie textile et pour l'isolation
Cuivre
Zinc
Charbon (1,2 milliard de tonnes) et lignite (8,3 milliards de tonnes)
Perlite
Bentonite

tion d'électricité, il y a donc une forte volonté de se tourner vers les sources renouvelables. Le nucléaire a particulièrement la cote auprès du gouvernement qui veut lancer la construction de trois centrales d'ici cinq ans. L'éolien, le solaire et l'hydroélectricité sont aussi dans la mire d'Ankara. Dans l'ensemble, le gouvernement veut que 30 % de l'électricité du pays provienne de sources renouvelables d'ici à 2023. Pour y arriver, on compte faire passer la capacité éolienne de 1700 à 20 000 MW, développer un potentiel d'énergie solaire de 5 000 MW, et plus que doubler la production hydroélectrique.

Des entreprises veulent leur propre éolienne pour répondre à leurs besoins. Des industriels sont prêts à acquérir des turbines de moins de 500 kW de puissance pour diminuer leur facture d'électricité, explique Mark James, directeur des ventes internationales de Free Breeze, une société établie à Waterloo, en Ontario, et active en Turquie depuis 2009.

« La croissance est lente, mais solide, nous a-t-il confié lors d'un entretien à Istanbul. Plusieurs éoliennes ont été implantées en Turquie par de plus grandes entreprises que nous, mais nous cherchions une autre niche. » Les turbines de moins de 500 kW de Free Breeze peuvent alimenter des installations dans le textile, la transformation de poisson ou les cimenteries, par exemple. En plus du grand besoin en énergie de la Turquie, le pays compte plusieurs régions où les vents sont très favorables, remarque M. James.

Certains écueils subsistent. La réglementation et les méthodes pour relier ces éoliennes au réseau national, lorsque la production d'électricité dépasse la consommation de l'usine, ne sont pas encore en place. De plus, les turbines de plus de 500 kW nécessitent un permis pour les exploiter, sans compter qu'il existe plusieurs fournisseurs en Turquie. D'un côté, ceux qui veulent acheter turc, ou encore, ceux qui s'intéressent beaucoup aux prix des infrastructures et se tournent vers des entreprises chinoises produisant des éoliennes à moindre coût. De l'autre, ceux qui désirent mettre la main sur la meilleure technologie et pour qui le coût n'est pas le premier critère en jeu. Mais l'énergie éolienne, et même solaire, recèle un « fort potentiel », assure M. James. Au-delà du fait qu'il s'agit d'un marché doté d'une forte croissance – le PIB a crû de 8,5 % en 2011 –, il pense que la génération montante jouera un grand rôle.

Secteur tourisme

Source: AFP – 13 août 2013

LA TURQUIE POURSUIT SON OPÉRATION SÉDUCTION

Malgré un été difficile en 2013, la Turquie met tout en œuvre pour accueillir près de 50 millions de visiteurs d'ici 2018. Même si les experts s'accordent à dire que la Turquie est la grande perdante de l'été 2013 en raison des manifestations qui ont secoué le pays en juin, elle n'en reste pas moins une destination d'avenir. Et pas des moindres. Celle qui se classe à la 17e position des puissances mondiales envisage de rejoindre le top 10 d'ici 2023, à l'occasion du 100e anniversaire de sa république. Pour y parvenir, tous les secteurs de l'économie sont mis à contribution, dont celui du tourisme.

L'activité a rapporté 23,4 milliards de dollars en 2012 et l'objectif est d'atteindre 45 milliards de dollars à l'horizon 2018, d'après un communiqué du ministère de l'Investissement et de la Coopération internationale. Quant au premier semestre de 2013, il est resté plus qu'encourageant: le tourisme a enregistré 6,9 millions de dollars de recettes, soit une augmentation de 28,4% par rapport à l'an passé sur la même période.

Pour se positionner parmi les leaders, la Turquie poursuit son développement sur un pas cadencé. Si, en 1970, elle comptait à peine plus de 28 000 lits pour 292 établissements homologués par le ministère du Tourisme et de la Culture; en 2012, 2870 hébergements regroupaient 706 019 lits. À cela s'ajoutent les licences pour l'investissement délivrées à 960 établissements rien qu'en 2012.

Les grands groupes hôteliers ne s'y sont pas trompés et améliorent leur implantation dans le pays, à l'instar du Carlson Rezidor qui a annoncé au début du mois d'août l'ouverture d'un quatrième hôtel à Istanbul sous l'étiquette Radisson Blu. Ainsi, 130 chambres supplémentaires voient le jour dans le quartier de Pera (Beyoglu) Taksim, réputé pour ses boutiques, ses restaurants et sa vie nocturne. Désormais, le groupe dispose de 7 hôtels et de 1500 chambres sur l'ensemble du territoire.

Le pays met toutes les chances de son côté pour prendre du galon: construction de la plus grande mosquée du monde à Istanbul, lancement d'un troisième aéroport où seront attendus 150 millions de passagers par an, chantier d'un canal reliant la mer Noire à celle de Marmara, etc. Ces projets ont vocation à attirer certes de nouveaux visiteurs (la Turquie se met en tête d'accueillir 48,5 millions de touristes en 2018, contre 31,8 millions en 2012), mais aussi à montrer que le pays est le candidat idéal pour les Jeux Olympiques de 2020, face à Madrid et Tokyo.

Secteur e-commerce

Source: Gulf Business - Le Monde du 2 avril 2013

LES SITES TURCS D'E-COMMERCE ATTIRENT LES CONVOITISES

En Turquie, les investisseurs internationaux se délectent des acteurs de l'e-commerce local. Markafoni, un site de ventes privées en vogue, est aux mains de Naspers, géant sud-africain des médias. De son côté, l'américain eBay a misé sur GittiGidiyor, le plus grand site d'enchères du pays. Selon le cabinet Deloitte, dix-sept grosses opérations de fusions-acquisitions se sont conclues en Turquie en 2012, et 500 millions de dollars (391 millions d'euros) ont été investis par les sociétés étrangères en deux ans. La consommation des 75 millions d'habitants du pays explose, tout comme le commerce électronique.

Le seul secteur de l'habillement affiche un chiffre d'affaires en ligne de 500 millions de dollars.

Secteur du luxe

Source: AFP - 11 décembre 2012

LE LUXE FRANÇAIS S'EXPORTE BIEN EN TURQUIE

Après la Chine, la Russie, le Brésil ou le Moyen-Orient, le Comité Colbert, qui réunit les grands noms du luxe français, a organisé en janvier 2013, des manifestations culturelles à Istanbul, capitale du luxe en Turquie, et un marché "très prometteur" pour le secteur, selon l'organisation. Après les BRIC (Brésil, Inde, Chine, Russie), le Comité Colbert estime aussi qu'il est «temps désormais de penser aux relais de croissance que constitue les CIVETS, a souligné à la presse sa déléguée générale Elisabeth Ponsolle des Portes.

Les CIVETS sont composés de la Colombie, l'Indonésie, le Vietnam, l'Égypte la Turquie et l'Afrique du Sud, autant de pays perçus comme de nouveaux relais de croissance. Actuellement, la Turquie, qui connait une croissance positive (+8,5 % en 2011, 3,2% estimé en 2012), ne représente que 2 % des 31 milliards d'euros de chiffre d'affaires des 75 maisons du luxe français, dont 1,75 % en Turquie même et 0,25 % du fait de consommateurs turcs qui voyagent.

Durant les cinq dernières années, les maisons de luxe françaises présentes en Turquie ont enregistré une croissance de 30% en moyenne de leur chiffre d'affaires, selon le Comité parmi lequel figurent les Dior, Chanel, Hermès, Baccarat, les faïences de Gien et manufacture de Sèvres ou Christofle.

Istanbul joue un rôle régional de plus en plus important attirant «depuis deux, trois ans, les riches clientèles du Golfe, après Beyrouth, et les consommateurs à fort pouvoir d'achat en provenance des ex-Républiques d'URSS voisines», a indiqué la déléguée à la presse.

Sous le thème de la "Modernité", a eu lieu en janvier 2013, un "Festival Colbert", sous la forme d'un parcours dans le quartier de Nisantasi qui concentre des griffes de luxe ainsi que dans le centre commercial de luxe Istinyepark. Du 16 au 22 janvier 2013, 26 maisons de luxe français ont présenté leur vision de la modernité via des collaborations avec des artistes ou des créations spéciales. Le 15 janvier a été inauguré à Istanbul Modern, le musée d'art moderne de la ville, une exposition dont le mécène est le Comité Colbert, réunissant des artistes contemporains français et turcs.

Wisdom & Bluedays Travel Turquie présentent “erten konak istanbul”!

Villa Ottoman a été construite en 1892 par le général Cemal Bey.

La maison privée est classée **patrimoine nationa**l.

Le **Konak** a été acheté et restauré en 2004 par une société privée.

Aujourd’hui, Villa Ottoman a conservé une architecture authentique et comprend seulement 16 chambres ainsi qu'une maison d'arts et artisanats turcs et ottomans.

Elle est située dans le plus vieux quartier stambouliote, très calme, à deux pas des incontournables d'Istanbul comme le palais de Topkapi, Sainte-Sophie, la Mosquée bleue et le Grand Bazar…

http://www.wisdomtravel.com.tr/

Les clés

La clé de la réussite sur ce marché consiste à trouver un partenaire commercial compétent et fiable qui vous permettra de vous familiariser avec les règles du jeu et vous introduire dans un réseau de contact. Des visites régulières sur le terrain et l'apprentissage de la langue turque vous permettront de pérenniser votre projet. Il est néanmoins indispensable de vérifier la solvabilité de vos clients avant la livraison de la marchandise.

Depuis 1995, la Turquie est membre de l'Organisation mondiale du commerce. Elle est également membre de l'OCDE et du G20. Elle est liée à l'Union européenne (UE) par un accord d'association depuis 1963 et par un accord d'union douanière en 1996. Ce qui s'est traduit par une suppression des droits de douane sur un grand nombre de produits.

Le pays est aussi partie prenante du programme d'Union pour la Méditerranée lancé par l'UE. Ce partenariat comporte plusieurs volets : politique et sécurité, économique et financier, social, culturel et humain.

① LA RÉGLEMENTATION DES ÉCHANGES

Depuis 1990, toutes les importations sont libres avec des exceptions pour des motifs de protection de l'ordre public, des raisons sanitaires et de sécurité nationale. Les démarches administratives ont été simplifiées et les produits d'origine européenne sont largement exemptés des taxes douanières du fait de l'accord douanier entre la Turquie et l'UE.

Les autorisations d'importation

Toutefois, certains biens comme les produits et équipements électriques, les équipements de télécommunication, les véhicules sont assujettis à une demande de licence. Elle doit être obtenue auprès du ministère de la Science, de l'Industrie et de la technologie.

Pour les produits pharmaceutiques, la licence d'importation est du ressort du ministère de la Santé. Pour les importations agricoles, elle doit être accompagnée d'un certificat de contrôle sanitaire adressé au ministère de l'Agriculture et des Affaires rurales.

Pour les importations d'alcool, un certificat de conformité est demandé. Il doit être délivré par TAPKS (http://www.tapdk.gov.tr/tr.aspx)

Selon le journal officiel turc du 31/12/2007, les importateurs doivent obtenir un certificat de contrôle du ministère de l'Environnement pour des matériaux considérés comme préjudiciables à l'environnement comme par exemple, le charbon, le pétrole, les produits chimiques, les déchets des métaux…

L'importation des métaux et des pierres précieuses se fait par les banques et avec l'autorisation de la Banque Centrale et par les membres de l'Istanbul Gold Exchange.

Les droits de douane

Tout comme les tarifs de l'UE, le tarif douanier turc est conforme au système harmonisé. Les produits en provenance de l'UE circulent librement et sans restriction. La grande majorité des droits de douane pour les biens industriels et les biens agricoles transformés sont passés de 10 % à 0 %. Les entreprises désireuses de connaître les droits de douane applicables à leurs produits, elles peuvent consulter le site : *http:// madb.europa.eu/ mkaccdb2/ indexPubli.htm*.

Les droits de douane sont calculés sur la valeur des marchandises à leur arrivée sur le territoire turc. Il s'agit dans la majeure partie, des droits ad valorem.

L'importation temporaire des échantillons

L'importation temporaire des échantillons vous permet une exonération totale et partielle des droits d'importation. Les produits doivent être réexpédiés sans aucune modification de leur valeur. Aucun paiement n'est demandé et la caution est suffisante.

② LE DÉDOUANEMENT

Avant que vos produits n'arrivent en Turquie, la douane turque doit être informée via le formulaire électronique. Les procédures et les délais sont les mêmes que ceux qui sont en vigueur dans l'UE. Le formulaire de douane doit être accompagné de la facture commerciale, de la liste de colisage, de la lettre de fret et d'une licence d'importation en fonction de la nature des produits. Ces documents doivent être rédigés en langue turque mais le français et l'anglais sont également acceptés.

Etiquetage de vos marchandises

Vos marchandises doivent impérativement comprendre les mentions suivantes : nom du produit ; date de fabrication et d'expiration ; contenus et ingrédients ; mode d'emploi ; condition d'entreposage ; numéro d'identification du lot ; pays d'origine et nom et adresse du fabricant.

Ces informations doivent être traduites en anglais, turc et arabe.

Procédure à l'export en 2013	Nombre de jours	Coût par conteneur de 20 EVP
Préparation des documents	6	220 $
Dédouanement et inspection technique	2	200 $
Manutention portuaire	3	270 $
Transport dans le pays	2	300 $
Total	13	990 $

Procédure à l'export en 2013	Nombre de jours	Coût par conteneur de 20 EVP
Préparation des documents	8	280 $
Dédouanement et inspection technique	2	200 $
Manutention portuaire	3	355 $
Transport dans le pays	1	400 $
Total	14	1235 $

Source : Banque mondiale – *Doing Business 2013*.

③ LES MOYENS DE PAIEMENT

Condition de paiement

Environ 20 % de paiement d'avance et 20 % de paiement à vue. Délais accordé entre 30 à 60 jours maximum.

Un acompte est fortement recommandé.

▹▹▹ CONTACTS CLÉS

Le service des douanes turques
http://www.gtb.gov.tr/

Ministère de la Santé
http://www.saglik.gov.tr/EN/ana-sayfa/2-0/20140304.html

Market access database de la commission européenne
http://madb.europa.eu/mkaccdb2/indexPubli.htm

Pour le certification d'importation d'alcool
http://www.tapdk.gov.tr/tr.aspx

Site sur les entreprises turques
http://www.anorbis.com/eng/

Ministère de la Science, de l'Industrie et de la Technologie
http://www.sanayi.gov.tr/Default.aspx?lng=en

MOYENS DE PAIEMENT	À CONSEILLER	A PROSCRIRE	REMARQUES
Facturation en euros	X		Vivement recommandé
Virement bancaire (Swift)	X		En fonction du montant
Lettre de crédit stand by	X		Garantie de sécurité
Remise documentaire		X	Aucune sécurité

LE CENTRE CULTUREL ANATOLIE EXISTE DEPUIS 30 ANS
IL DISPENSE DES COURS DE LANGUE TURQUE
(COURS AGRÉÉS PAR LA FORMATION PROFESSIONNELLE)

77, rue La Fayette 75009 PARIS • Tél. 01 42 80 04 74
http://www.cca-anatolie.com/ • Mail : cca-anatolie@wanadoo.fr

Renforçons le partenariat Turquie/France

C'est avec un grand plaisir que j'accueille l'initiative prise par *Nations émergentes* de consacrer son numéro du mois de mai en grande partie à la Turquie. Je salue à cet effet les efforts de tous ceux qui ont contribué à la réalisation de ce projet.

Au cours des dix dernières années, un changement important s'est produit en Turquie. Des réformes politiques, économiques et sociales importantes ont été mises en œuvre. Les négociations pour l'adhésion à l'UE ont commencé depuis 2004. La Turquie respecte les critères de Maastricht et de Copenhague, est devenue un vrai "soft power" dans sa région, avec son niveau de démocratisation et de libéralisation de ses marchés. Aujourd'hui, la Turquie, est la 16e plus grande économie dans le monde et la 6e d'Europe, avec un marché énorme et croissant et un PIB approchant un trillion de dollars, alors qu'il était de 231 milliards de dollars il y a 10 ans.

De 2002 à 2012, la Turquie a un taux de croissance moyen de 5,15 %. Le revenu par habitant est proche de 12000 dollars. Le taux de chômage était de 9,7 % en 2013, dans un pays de 76 millions d'habitants, ce qui est bien inférieur à de nombreux États de l'UE. La Turquie a dépassé de nombreux États membres de l'UE sur le plan du rapport déficit budgétaire/PIB selon les critères de Maastricht qui est de 3 %. Notre ratio était de 2,2 % pour 2012 et 1,1% en 2013. De même, le ratio de la dette publique au PIB était de 74% en 2002 et de 36 % en 2012. La Turquie est l'un des pays les moins touchés par la crise économique mondiale qui sévit depuis 2008. Elle a créé 6 millions de nouveaux emplois en plus, ces quatre dernières années.

Pour le commerce extérieur, le dynamisme est encore plus manifeste. L'économie turque est une économie ouverte s'appuyant sur la libre entreprise et avec un grand réseau de PME. Les échanges extérieurs représentent 48 % du PIB. Le volume commercial annuel de la Turquie était de 88 milliards de $ en 2002, il est de 404 milliards de dollars en 2013. La valeur des investissements directs étrangers en Turquie a atteint 123 milliards de dollars en 10 ans, dont 13 milliards de dollars d'investissements pour l'année 2013. Par sa réussite, elle est classée 13e pays le plus attractif pour les investissements directs étrangers. L'UE demeure toujours le 1er partenaire commercial de la Turquie, en dépit de l'élargissement des marchés.

Située à proximité de principales réserves de gaz et pétrole (70 % des réserves prouvées), la Turquie est un terminal énergétique majeur dans la région en matière de transit d'énergie. Plus de 5 % de la consommation mondiale du pétrole transite pars la Turquie.

En 2013, 39,2 millions de touristes ont visité notre pays. La Turquie est au 6e rang parmi les destinations les plus prisées, derrière la France, les États-Unis, la Chine, l'Italie et l'Espagne. Nos recettes touristiques annuelles dépassent 32 milliards de $.

Ouvrir une entreprise en Turquie prend seulement 6 jours, alors que la moyenne de l'OCDE est de 12 jours. Cela reflète l'efficacité de la bureaucratie envers les investisseurs étrangers ou turcs.

Les relations ancestrales entre la Turquie et la France constituent la base des flux commerciaux réciproques avec une croissance régulière. La présence de la communauté turque en France atteint aujourd'hui plus de 611000 personnes, dont environ 200000 ont la nationalité française, faisant partie de la société française depuis un demi-siècle. La visite du Président François Hollande en Turquie, en janvier 2014, possède une valeur historique car elle est la première visite présidentielle depuis 22 ans. Le volume du commerce entre les deux pays a dépassé les 12,2 milliards d'euros en 2013. Les deux présidents se sont fixé comme objectif d'accroître ce chiffre à 20 milliards d'euros. Les stocks des investissements français en Turquie s'élèvent à 10,3 milliards de dollars. La Turquie offre des opportunités d'affaires aux entrepreneurs français. Travailler avec les Turcs vous permet d'accéder à leurs réseaux en Eurasie, au Moyen-Orient et en Afrique du Nord. Le pays est à 3 heures de vol depuis la France.

Cette bonne performance économique de la Turquie en dépit de la persistance de la crise économique, nous permet de garder tout notre optimisme et notre détermination pour réaliser des objectifs ambitieux pour 2023, la date qui correspond au centenaire de la fondation de la République. Selon la "Vision 2023", la Turquie ambitionne de devenir l'une des 10 grandes économies mondiales avec l'augmentation du PIB nominal à 2 trillions de dollars et être membre de l'UE.

J'espère que les femmes et hommes d'affaires français nous accompagneront dans cette aventure et que les échanges turco-français se développeront. La tâche qui incombe aux milieux d'affaires franco-turcs est de favoriser le renforcement de cette coopération. Permettez-moi de finir en soulignant que notre Ambassade, avec tous ses services, est à la disposition des investisseurs français qui sont prêts à nous joindre pour la réalisation de nos objectifs de 2023.

SON EXCELLENCE M. HAKKI AKIL
Ambassadeur de Turquie à Paris

FOIRES ET SALONS

FOIRES ET SALONS EN TURQUIE EN 2014

SECTEUR AGRICOLE & AGROALIMENTAIRE

WORLD FOOD
4/09/2014 au 7/09/2014
Lieu : Istanbul (Turquie)
Secteur : produits alimentaires, machines d'emballage
Site Internet : **www.euf.com.tr**
Email : **info@ ite-turkey.com**

AGRO EXPO EURASIA
18/09/2014 au 21/09/2014
Lieu : Izmir (Turquie)
Secteur : agriculture, sylviculture, viticulture...
Site Internet : **www.orionfair.com**
Email : **info@ orionfair.com**

EURASIA PACKAGING
18/09/2014 au 21/09/2014
Lieu : Istanbul (Turquie)
Site Internet : **www.reedtuyap.com.tr**
Email : **info@ reedtuyap.com.tr**

GROWTECH EURASIA
Décembre 2014
Lieu : Antalya (Turquie)
Secteur : agriculture, sylviculture, viticulture...
Site Internet : **www.growtecheurasia.com**
Email : **info@ growtecheurasia.com**

SECTEUR AUTOMOBILE

OTOMOTIV
4/12/2014 au 7/12/2014
29/11/2015 au 2/12/2015
Lieu : Istanbul (Turquie)
Secteur : automobiles, véhicules utilitaires, moto
Site Internet : **www.cnr.net**
Email : **info@ cnr.net**

SECTEUR CONSTRUCTION

YAPI TURKEY BUILD ISTANBUL
6/05/2014 au 10/05/2014
Lieu : Istanbul (Turquie)
Secteur : technique de construction, machines de construction
Site Internet : **www.turkeybuild.com.tr**
Email : **info@ turkeybuild.com.tr**

DOMOTEX
26/05/2014 au 29/05/2014
Lieu : Gaziantep (Turquie)
Secteur : revêtement de sol
Site Internet : **www.hfturkey.com**
Email : **info@ hf-turkey.com**

SECTEUR CHAUSSURES

AYSAF
17/09/2014 au 20/09/2014
10/06/2015 au 13/06/2015
10/12/2015 au 13/12/2015
Lieu : Istanbul (Turquie)
Secteur : machines à fabriquer les chaussures et fabrication
Site Internet : **www.pozitiffuarcilik.com**
Email : **info@ pozitiffuarcilik**

SECTEUR COSMÉTIQUE

BEAUTY EURASIA
12/06/2014 au 14/06/2014
Lieu : Istanbul (Turquie)
Secteur : cosmétique, hygiène du corps
Site Internet : **www.beautyeurasia.com**
Email : **info@ beautyeurasia.com**

SECTEUR ÉNERGIE

GAS TURKEY
18/09/2014 au 21/09/2014
Lieu : Istanbul (Turquie)
Secteur : énergie renouvelable et conventionnelle
Site Internet : **www.senexpo.com.tr**
Email : **info@ senexpo.com.tr**

SECTEUR ENVIRONNEMENT

WATECO
Mai 2014
Lieu : Istanbul (Turquie)
Secteur : services communaux, élimination des déchets...
Site Internet : **www.tuyap.com.tr**
Email : **sales@ tuyap.com.tr**

REW ISTANBUL
12/06/2014 au 14/06/2014
Lieu : Istanbul (Turquie)
Secteur :
Site Internet : **www.rewistanbul.com**
Email : **rew@ ifo.com.tr**

SECTEUR INDUSTRIES MINIÈRES

INTERGEO EURASIA
28/04/2014 au 29/09/2014
Lieu : Istanbul (Turquie)
Site Internet : **www.hinte-messe.de**
Email : **info@ hinte-messe.de**

WIN WORLD OF INDUSTRY
5/06/2014 au 8/06/2014
12/02/2015 au 15/02/2015
Lieu : Istanbul (Turquie)
Secteur : usinage et transformation des métaux
Site Internet : **www.hfturkey.com**
Email : **info@ hf-turkey.co**

SECTEUR MÉTALLURGIE

ANKIROS/ ANNOFER/ TURKCAST
11/09/2014 au 13/09/2014
Lieu : Istanbul (Turquie)
Secteur : fonderie, métallurgie
Site Internet : **www.hmankiros.com**
Email : **info@ ankiros.com**

SECTEUR SANTÉ

CPHI PHARMA EXPO
4/06/2014 au 6/06/2014
Lieu : Istanbul (Turquie)
Secteur : technique médicale, santé, pharmacie, cosmétique
Site Internet : **www.cphi.com/istanbul/home**
Email : **cphi@ ubm.com**

SECTEUR TEXTILE

CLOTHING MACHINERY
24/04/2014 au 27/04/2014
Lieu : Istanbul (Turquie)
Secteur : machines textile, tissus...
Site Internet : **www.tuyap.com.tr**
Email : **sales@ tuyap.com.tr**

TEXBRIDGE
29/10/2014 au 31/10/2014
Lieu : Istanbul (Turquie)
Secteur : textile, tissus...
Site Internet : **www.itf-exhibitions.com**
Email : **info@ itf-exhibitions.com**

NATIONS EMERGENTES
REVUE DE COMMERCE INTERNATIONAL
www. nations-emergentes.org
NUMÉRO 20 | MAI 2014

LISTE DE NOS PARTENAIRES

Wisdom Travel	www.wisdomtravel.com.tr
KM Services	www.kmservices.eu
Saravanaa Bhavan	01 40 05 01 01
Dil Traduction	www.dil-traduction.com
Visoz	www.abie-france.com/
Expat Blog	www.expat-blog.com
Wisdom Travel	www.wisdomtravel.com.tr
Centre Culturel Anatolie	www.cca-anatolie.com
Planète PME	www.planetepme.org

Planète PME
LA VITALITÉ DES TERRITOIRES

Le 19 juin 2014, Planète PME se réinvente pour donner plus aux entrepreneurs.

6 opérations spéciales autour des grands thèmes de l'actualité qui mettent en valeur le dynamisme et l'implication des PME dans les territoires : croissance et investissement, formation et emploi, nouveau mode de financement et politique d'innovation, leviers de croissance et opportunités à l'international, ... Avec un dénominateur commun : apporter des réponses et des solutions, partager de belles réussites et renforcer son réseau d'affaires.

Plus d'informations

www.planetepme.org

Palais des Congrès de Paris Porte Maillot

GRANDS PARTENAIRES

LA BANQUE QUI DONNE ENVIE D'AGIR

KPMG

bpifrance

agefa PME

CGPME