

TURQUIE

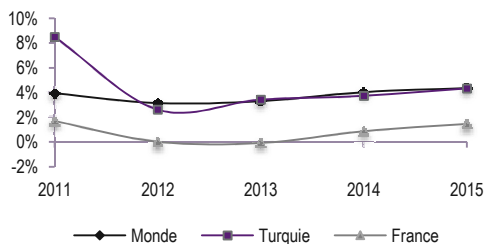
« Les entreprises françaises ne mesurent pas encore suffisamment l'importance de la Turquie qui possède pourtant un énorme potentiel ». (Les Echos)



S'implanter en Turquie

- ▲ Economie diversifiée et en croissance
- ▲ Marché intérieur important, classe moyenne développée
- ▲ Système d'investissement libéral et attractif, système d'incitation très performant
- ▲ Secteur industriel et tertiaire performants
- ▼ Développement régional hétérogène
- ▼ Proximité de zones de tensions
- ▼ Dépendance vis-à-vis des investissements et marchés étrangers
- ▼ Forte dépendance énergétique

Evolution de la croissance du PIB entre 2011 et 2015



International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, April 2013

Sources: FMI, Banque Mondiale, Prud, Coface, UNCTAD

1. Aperçu global du pays

17^{ème} économie mondiale et 9^{ème} économie émergente, la Turquie a fait preuve, ces dix dernières années, d'une réelle constance dans le progrès, le développement et la croissance. Grâce à un contexte politique stabilisé, des résultats économiques probants et sa proximité avec l'Union Européenne, la Turquie figure désormais parmi les destinations privilégiées par les investisseurs internationaux. Dans un pays de près de 77 millions de consommateurs qui connaît une augmentation de la demande intérieure, les opportunités d'affaires fleurissent.

2. Risque et climat des affaires

Risque souverain Standard & Poor's [AAA – CC]	BBB
Rating Coface et risque de défaillance entreprises [A1 – D]	A4
Rating Coface environnement des affaires [A1 – D]	A4

3. Indicateurs clés

Indicateur	Turquie	France
Rang du pays (PIB)	17	5
PIB (en Mds\$)	822	2 807
Croissance du PIB (2013/2014)	2,40%	0,20%
PIB /hab. (en \$)	10 482	44 538
Population (en M)	77	64
Population urbaine	73,00%	79,00%
Rang du pays (population)	18	22
Stock d'IDE entrants (en Mds\$)	140	964
Rang du pays (IDE entrants)	31	4
IDH* [0 – 1]	0,759	0,884
Part de la population connectée à Internet	46,00%	82,00%
Dette publique (du PIB)	33,50%	95,00%
Facilité de faire des affaires [1 – 185]	69	31

* IDH (Indice de Développement Humain) : se fonde sur trois critères majeurs que sont l'espérance de vie à la naissance, le niveau d'éducation et le niveau de vie.

4. Données générales

- Capitale : Ankara
- Langue officielle : Turc
- Monnaie : Livre Turque

Contact :

Virginie SABAG
Responsable Communication et Partenariats
Tel : +33 (0)1.72.69.44.70
virginie.sabag@pramex.com

La Turquie vue par Pramex International

1. La Turquie aujourd'hui

Quel est le contexte économique turc actuel ?

Malgré des facteurs internes (fragilités politiques, inflation, chômage) et externes (conflits régionaux et politique monétaire de la FED) potentiellement préjudiciables à son succès économique, la Turquie a su garder son statut d'économie stable et dynamique en 2014.

La croissance repose désormais sur des bases stables et diversifiées. Les exportations ont enregistré une hausse de 11,4 % prenant en partie le relai de la consommation des ménages.

Par ailleurs la formation d'un nouveau gouvernement, suite aux élections de juin 2015, va permettre de relancer l'ensemble des grands projets engagés, qui se poursuivent en Turquie indépendamment de la conjoncture politique.

Quelles sont les perspectives du marché ?

L'ambitieux programme de développement prévu à l'horizon 2023 et les investissements associés rendent les secteurs stratégiques particulièrement attractifs : énergie (3 centrales nucléaires et énergies renouvelables), construction & BTP, industrie ferroviaire, aéronautique et défense nationale.

Le fort développement des nouvelles technologies implique également des opportunités majeures sur des marchés porteurs, tels que la Smart City, les ITS (Intelligent Transport Systems) ou encore les systèmes de diffusion vidéo (passage à la TNT en 2015).

De manière plus générale, les produits et services innovants disposent d'importants débouchés à l'export en Turquie sur des marchés variés comme l'agroalimentaire, les secteurs bancaire et financier, le tourisme, le secteur médical...

2. Opportunités pour les entreprises françaises

Pourquoi une entreprise française devrait-elle investir en Turquie aujourd'hui ?

La Turquie bénéficie d'atouts majeurs, aux premiers rangs desquels une large population synonyme de vaste marché intérieur, une main-d'œuvre qualifiée et compétitive, des infrastructures récentes et très bien développées ou encore une proximité géographique et commerciale avec l'Union Européenne (Union douanière avec l'UE depuis 1996).

Investir en Turquie, c'est bénéficier d'un cadre juridique, légal et fiscal à la fois libéral et sécurisé. En effet, la Turquie se démarque par l'ouverture, la liberté et la protection offertes aux investisseurs étrangers. La Turquie est ainsi devenue l'une des destinations les plus prisées pour les investissements directs étrangers.

Investir en Turquie, c'est également disposer d'un véritable ancrage au niveau régional permettant de rayonner sur l'ensemble des pays de la région EMEA. Le pays s'impose comme une plateforme de production et un hub de distribution régional.

« la Turquie se démarque par l'ouverture, la liberté et la protection offertes aux investisseurs étrangers »



Que conseillez-vous aux entreprises françaises qui souhaitent s'implanter en Turquie ?

En premier lieu, s'implanter en Turquie nécessite de fortes capacités d'adaptation et d'intégration, pouvant aller jusqu'à la remise en cause d'un business model. Cela se traduit notamment par l'importance des services avant et après-vente en Turquie. Les entreprises ne doivent pas être effrayées par un tel changement dans leurs usages, bien au contraire. Une société française démontrant sa capacité à adapter son offre aux modes de consommation turcs bénéficiera d'un succès décuplé.

Par ailleurs la réussite d'une implantation dépend beaucoup de la qualité des partenaires choisis, qu'ils soient investisseurs, fournisseurs, prestataires ou autres. Il convient de prendre le temps de bien qualifier ses partenaires potentiels afin de vérifier que leur structure, leurs savoir-faire et stratégies à moyen et long termes correspondent au(x) profil(s) recherché(s). Il en va de la pérennité de la filiale.

3. Business Case

Une société française s'implante en Turquie avec Pramex International

Présentation de l'entreprise

Notre client est importateur et fournisseur majeur de fruits et légumes semi-séchés surgelés à destination de l'industrie agroalimentaire (B2B), réalisant un chiffre d'affaires de 18 M€. Depuis 10 ans, l'entreprise importait des produits surgelés semi-séchés à hauteur de 600 tonnes par an. Mais l'entreprise s'est retrouvée dans la nécessité de répondre à des process de qualité auxquels ses fournisseurs ne correspondaient pas. La société souhaitait également augmenter ses quantités en développant de nouvelles gammes de produits.

Ainsi, s'est-elle tournée vers la Turquie dans sa recherche de nouveaux fournisseurs afin de profiter des importantes ressources en fruits et légumes dont bénéficie le pays. Un partenariat avec des producteurs locaux était également envisagé.

Solutions / Prestations apportées par Pramex International

Après une analyse des disponibilités des ressources agricoles et des producteurs, nous avons réalisé une qualification des fabricants répondant aux critères définis puis accompagné l'entreprise en audit. Il s'est avéré que les ressources étaient disponibles mais que les fabricants ne répondaient pas aux process qualité requis.



Après une analyse comparative d'implantation, l'entreprise a pris la décision de produire elle-même l'ensemble des fruits et légumes semi-séchés à valeur ajoutée, tout en continuant à acheter des produits basiques chez les fabricants turcs. Aujourd'hui, l'usine est en cours de construction dans la ville d'Aydin (côte égéenne).

Interview de : M. Ilker Onur, Représentant Turquie
Tél. : +90 216 622 622 8
ilker.onur@pramex.com