

L'édito.

“Pour la fourmi, la rosée est une inondation”.

Proverbe indien

Sandrine Rol

Rédactrice en chef d'Accomex

Le Sud... voilà un terme qui, comme "Tiers-monde" en son temps, regroupe des réalités tellement diverses qu'il en perd tout son sens... Difficile, en effet, de trouver des similitudes entre les pays les moins avancés (PMA) et les pays dits "émergents", que ce soit en termes de trajectoire, de taux de croissance, d'indicateurs de développement, de degré d'internationalisation, etc.

De la Banque mondiale au Fonds monétaire international, en passant par les Nations unies, les grandes banques de marché ou les Centres d'études économiques, les définitions du Sud sont multiples... quand elles existent ! Parler du Sud revient alors surtout à regrouper "tout ce qui n'est pas le Nord" ! Ce Nord qui fait, lui, référence aux pays industrialisés (ou "pays avancés" ou "pays développés").

Pourquoi alors consacrer un numéro d'Accomex à ce Sud qui n'existe pas ?! Parce que ce Sud se transforme, s'émancipe et parvient même, parfois, à se passer du Nord... ; parce que ce Sud, multiple, est devenu un acteur incontournable des relations économiques - mais aussi géopolitiques - internationales ; parce que la progression des échanges et des flux d'investissement Sud-Sud est une réalité ¹ ; parce que, enfin, le rachat d'entreprises argentines par les Brésiliens, les investissements des Qataris ou des Indiens en Afrique noire, la création d'une Banque du Sud, la multiplication des prêts financiers de la Chine aux pays africains, la reconnaissance de la légitimité du G20 au niveau de la gouvernance mondiale, etc. sont autant de réalités qui concourent à reconfigurer les relations économiques internationales.

On ne peut parler de rupture, de raz de marée, ou d'autonomisation complète des pays du Sud vis-à-vis du Nord ; ce développement des relations Sud-Sud a même un goût de déjà vu... caractérisé par la naissance de nouvelles coopérations, de nouvelles alliances en fonction d'intérêts plus ou moins divergents, qui instaurent de nouvelles relations de dépendance entre pays "plus" ou "moins" développés du Sud et en fige d'autres.

Les conséquences ne sont pas neutres pour les entreprises françaises à l'international : concurrence accrue, modification des rapports de force dans les négociations, développement de nouveaux marchés, de nouvelles opportunités, incitation supplémentaire à se démarquer en montant en gamme, évolution du risque politique, etc.

Il faut donc dès à présent que chaque entreprise soit attentive à ces évolutions, qu'elle comprenne ces nouveaux acteurs, pour s'adapter et conserver la place qui lui revient à l'international.

(1) En hausse de + 12,5 % l'an entre 1990 et 2005, les exportations du Sud vers le Sud représentent désormais 6 % du commerce mondial ; la part des investissements directs (IDE) réalisés par les pays émergents dans l'ensemble des IDE à destination des émergents est passée de moins de 20 % en 1995 à plus de 40 % dix ans plus tard (Direction des études du Crédit Agricole, 2007).

Sommaire

Relations Sud-Sud Les Sud bousculent le commerce international

Analyses

- 5 Un nouveau Sud : quelques effets de la mondialisation sur le risque politique
♦ *Nicolas Meunier*
- 9 Développement durable : une nécessité aussi pour les pays émergents
♦ *Laurence Tubiana*
- 12 Au loin, les multinationales du Sud s'activent
♦ *Héloïse Brière*
- 16 La Chine en Asie : vers la fin d'un jeu "gagnant-gagnant" ?
♦ *Jean-Raphaël Chaponnière*
- 20 Le Brésil et la coopération Sud-Sud : l'Amérique du Sud prioritaire
♦ *Daniel Solano*
- 24 La téléphonie mobile en Afrique : qui sont ces investisseurs ?
♦ *Laura Recuero Virto*
- 28 Pour aller plus loin

L'interview !

- 29 Questions à **Anthony Bouthelier**, Président délégué du CIAN ; Administrateur de l'AFD

En Pratique

- 33 Stratégies d'acquisition et de protection des marques au Maghreb
♦ *Marie-Anne Genand, Sébastien Calmont*
- 37 La modernisation de la distribution au Vietnam : du secteur aux consommateurs
♦ *Nathalie Prime*
- 41 Travailler avec les Sénégalais : les *challenges* interculturels
♦ *Marie-Hélène Gomis*
- 43 L'Afrique du Sud : un marché d'opportunités
♦ *Sophie Ferrand-Hazard*
- 45 Investir en Zone Franc

Zoom sur ...

- 46 Processus d'internationalisation : se poser les bonnes questions
♦ *Lionel Bobot, Bruno Duberga*
- 53 **L'essentiel** - résumés des articles

L'essentiel

Résumés des articles

Analyses

Un nouveau Sud : quelques effets de la mondialisation sur le risque politique

Le monde est désormais "partitionné en entités souveraines et juridiquement égales". C'est dans ce contexte qu'il faut analyser la montée en puissance des pays du Sud sur la scène internationale. Cette nouvelle configuration géopolitique (nécessaire "partage des pouvoirs" des pays du Nord, reconnaissance du rôle des émergents dans les instances de gouvernance mondiale, autonomisation financière des pays du Sud) ne sera pas sans conséquences sur le risque politique.

Nicolas Meunier, Économiste, Consultant spécialisé en risque pays

Développement durable: une nécessité aussi pour les pays émergents

La prise de conscience, par les pays du Sud, de la nécessité de se tourner vers un mode de développement moins gourmand en ressources naturelles est désormais réelle : les coûts économiques et sociaux de la dégradation environnementale se sont ajoutés aux pressions internationales. Reste désormais à trouver un compromis entre développement durable et croissance économique, une tâche rendue plus difficile par la diversité des situations nationales et des enjeux propres à chaque pays.

Laurence Tubiana, Économiste, Fondatrice de l'IDDRI

Au loin, les multinationales du Sud s'activent

L'activisme des entreprises "du Sud" sur la scène internationale va au-delà des rachats, largement médiatisés, de fleurons occidentaux. Les multinationales originaires de pays émergents se tournent de plus en plus vers le monde en développement : marchés en croissance, sources directes d'approvisionnement en matières premières, normes moins contraignantes, etc. sont autant de facteurs qui incitent ces entreprises à faire des pays du Sud leur terrain de jeu privilégié.

Héloïse Brière, Chargée de mission - HEC Eurasia Institute

La Chine en Asie : vers la fin d'un jeu "gagnant-gagnant" ?

Une véritable recomposition de l'Asie s'est opérée au cours des dix dernières années, au profit de la Chine, qui en occupe désormais le centre. La multiplication des échanges régionaux, qui repose notamment sur la division du processus productif entre pays asiatiques, apparaît plutôt comme un jeu "gagnant-gagnant". Mais la concurrence chinoise s'intensifie, même vis-à-vis des économies les plus développées de la zone, un processus que la crise actuelle pourrait bien renforcer.

Jean-Raphaël Chaponnière, Économiste - Département Asie, AFD

Le Brésil et la coopération Sud-Sud : l'Amérique du Sud prioritaire

Le Brésil s'est ouvert sur le monde dans les années 1990, sous l'impulsion de F.H. Cardoso. Attaché au multilatéralisme, Brasilia n'en reste pas moins soucieux à la fois de son indépendance et des intérêts du monde en développement. Sa stratégie vis-à-vis des pays du Sud consiste avant tout à assurer sa place de *leader* en Amérique du Sud. Mais depuis le début des années 2000, le renforcement des liens du Brésil avec le Sud passe aussi par l'Afrique, le monde arabe et l'Asie.

Daniel Solano, Spécialiste de l'Amérique latine, Directeur du cabinet de conseil spécialisé Norte Sur Consulting

La téléphonie mobile en Afrique : qui sont ces investisseurs ?

Le marché de la téléphonie mobile se développe rapidement en Afrique subsaharienne et attire de nombreux investisseurs étrangers. Ces derniers viennent d'Europe, mais également du Moyen-Orient, d'Afrique du Sud ou encore d'Égypte. Sur ce marché en plein essor et à fort potentiel, les stratégies de baisse des prix se multiplient, chaque opérateur cherchant à augmenter ses parts de marché ; une première étape avant la guerre de l'itinérance... ?

Laura Recuero Virto, Économiste - Équipe Europe, Moyen-Orient et Afrique, Centre de Développement de l'OCDE

L'interview !

Questions à Anthony Bouthelier, Président délégué du CIAN ; Administrateur de l'AFD

Qui sont ces pays du Sud qui investissent en Afrique ? Et quelles sont les conséquences, pour les entreprises françaises installées sur le continent africain, de la présence croissante des pays émergents ? Renforcement de la concurrence, opportunités en termes de partenariat ou de sous-traitance, retombées positives - à moyen terme - sur le développement de l'économie locale, apparaissent comme autant de facteurs de satisfaction pour le Président délégué du CIAN.

En pratique

Stratégies d'acquisition et de protection des marques au Maghreb

L'Algérie, le Maroc et la Tunisie disposent de législations similaires en matière de propriété intellectuelle. Leurs lois relatives aux marques, récemment modernisées, sont depuis longtemps inspirées du droit français. Ainsi, pour l'acquisition comme pour la défense de la marque, l'arsenal législatif du Maghreb est bien développé. Mais face à l'importance de la contrefaçon, les entreprises françaises doivent être très vigilantes ; nombre d'entre elles rencontrent des difficultés pour faire respecter leurs droits.

*Marie-Anne Genand, Juriste ;
Sébastien Calmont, Responsable des départements Éditions - Web et Formation - Colloques - IRPI*

La modernisation de la distribution au Vietnam : du secteur aux consommateurs

La modernisation de la distribution de détail est en cours au Vietnam. Impulsée par les politiques de libéralisation économique, elle est progressive et a donné lieu à l'introduction successive, sur une dizaine d'années, des supermarchés, hypermarchés, centres commerciaux, etc. Si ces nouveaux formats de vente sont plutôt bien accueillis par les Vietnamiens, les distributeurs doivent tout de même adapter leurs stratégies de développement aux consommateurs locaux.

Nathalie Prime, professeur associé - ESCP Europe

Travailler avec les Sénégalais : les challenges interculturels

Développer ses relations d'affaires à l'international et optimiser ses chances de réussite passe par une connaissance de la culture et des valeurs des pays partenaires. L'exercice s'applique ici au Sénégal, un pays qui accueille plus de 250 entreprises françaises. L'auteur rappelle quelques caractéristiques culturelles du Sénégal, propose des conseils pour travailler avec les Sénégalais et revient sur les erreurs à ne pas commettre dans le monde des affaires.

Marie-Hélène Gomis, Chef de projet Afrique de l'Ouest, Consultante - Itinéraires interculturels

L'Afrique du Sud : un marché d'opportunités

La "nation arc-en-ciel" est encore trop peu connue des entreprises françaises. Elle offre pourtant de nombreuses opportunités dans différents secteurs d'activité. Inutile d'attendre la Coupe du Monde de football en 2010 pour s'intéresser à l'Afrique du Sud ! La Chambre de commerce et d'industrie française en Afrique du Sud (FSACCI) vous invite dès à présent à développer votre activité et vos relations d'affaires avec ce pays de la pointe Sud de l'Afrique.

Sophie Ferrand-Hazard, Directeur - FSACCI

Investir en zone franc

L'association IZF, "Investir en Zone Franc", créée à l'initiative des Ministres de l'économie et des finances de la Zone Franc CFA il y a une dizaine d'année, a pour ambition de promouvoir les investissements et l'activité commerciale dans les pays de la zone. Elle propose ses services à partir d'un site Internet d'informations et de mise en relation des investisseurs et des opérateurs économiques.

Association IZF

Zoom sur ...

Processus d'internationalisation : se poser les bonnes questions

« *Se poser les bonnes questions* »... "*au bon moment*" pourrait-on ajouter ! Une démarche d'internationalisation doit être réfléchie, préparée, dans la mesure où elle engage les ressources financières et humaines de l'entreprise. Déterminer ses objectifs, ses atouts, ses handicaps, etc. constitue une étape préalable indispensable à la décision de s'engager à l'international. Trop souvent négligée par le chef d'entreprise, elle permet pourtant de donner toutes ses chances au projet.

*Lionel Bobot, professeur en négociation et stratégie internationale - Negocia
Bruno Duberga, Directeur - Cabinet de conseil IPAD*