

CHAMBRE DE COMMERCE
FRANCO-ARABE

Newsletter

Franco-Arabe

LETTRE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE FRANCO-ARABE - N° 139/2019 - Nov/Déc

Chers amis et adhérents, Bonne et heureuse année 2020



Cette année 2019 aura été, pour notre Chambre, et pour les relations franco-arabes, une année d'intenses activités.

Petits déjeuners, conférences, visites, rencontres institutionnelles, auront – à notre niveau - rythmé les douze derniers mois, avec succès.

Ces mêmes douze derniers mois qui auront notamment été marqués, eux en revanche, par la disparition du Président de la République, Monsieur Jacques Chirac, par l'émergence de nouvelles turbulences sociales et politiques, en Irak, en Algérie, au Liban, en Libye par exemple, par de grandes réussites économiques et industrielles ou le lancement et l'accélération de nouveaux grands projets : exposition universelle, mise sur le marché d'Aramco, renforcement de la présence française dans un certain nombre de pays.

2019 nous aura permis, une fois encore, de mesurer combien est grande l'intensité des liens qui unissent la France et le monde arabe dans sa diversité. Intensité et attentes également, de part et d'autre. Attentes d'une stabilité retrouvée pour permettre dans tel ou tel pays un nouvel essor de nos entreprises, attentes de signaux forts dans les conditions d'accueil des investisseurs étrangers, pour per-

mettre, en s'appuyant notamment sur la mise en œuvre des plans et visions stratégiques, de nouvelles réalisations françaises.

2020 est à nos portes.

Ce sera l'année du cinquantenaire de la mort du Général de Gaulle, qui avait souhaité la création de la CCFA, qui fêtera elle-aussi le cinquantenaire de sa création.

Cette année 2020 nous donnera donc l'occasion de poursuivre encore l'objectif et les missions fondamentales de notre Chambre.

Et je vous donne rendez-vous dès le mois de janvier pour nos activités d'information, de réseautage et de conseil.

C'est pourquoi je vous souhaite d'ores et déjà aussi, à tous et à toutes, pour vous-mêmes, vos proches et vos familles, à titre professionnel comme personnel, une excellente année 2020, année de paix, de sérénité et de développement.

Vincent Reina
Président CCFA

CHAMBRE DE COMMERCE FRANCO-ARABE

Chambre de commerce franco-arabe - 250 bis boulevard St-Germain 75007 Paris
Tél. 01 45 53 20 12 - Fax : 01 47 55 09 59 - e-mail : info@ccfranco-arabe.org - site web : www.ccfranco-arabe.org

1/16



2019
aura été
une année
d'intenses activités.

Mme Roula Ma'ya, ministre palestinien du Tourisme, à la CCFA

Palestine : partenariat de développement et d'affaires dans le tourisme



En dépit d'une situation éminemment complexe, la Palestine possède tous les atouts pour être une destination touristique de premier ordre. Berceau des trois religions monothéistes et carrefour de civilisations multiples qui ont forgé l'histoire, cette terre, outre l'accueil et l'hospitalité de ses habitants, abrite des sites archéologiques uniques et des villes dont le seul nom évoque l'Histoire avec un grand H.

Conscientes de ce formidable potentiel pour le développement et la croissance économiques de leur pays, les autorités ont adopté une stratégie pour renforcer ce secteur et libérer tout son potentiel. La France est un partenaire privilégié de la Palestine dans ce secteur. Elle accompagne sa stratégie de relance à travers de nombreux accords de partenariat notamment ceux qui sont établis entre voyageurs français et leurs homologues palestiniens et l'engagement dynamique du Réseau de coopérations décentralisées des collectivités territoriales auprès des autorités locales palestiniennes.

Pour présenter le potentiel du tourisme en Palestine, la Chambre de Commerce Franco-Arabe et la Mission de la Palestine en France ont organisé, le mercredi 20 novembre dernier, à la Maison de l'Amérique Latine, un séminaire qui a bénéficié de la présence d'une importante délégation d'hommes d'affaires palestiniens du secteur, présidée par Mme Roula Ma'ya, ministre du Tourisme, accompagnée de son Excellence Salman Elherfi, Ambassadeur de la Palestine en France.

« C'est un plaisir pour nous de vous accueillir, Madame la ministre. A titre personnel et au nom de tous ceux qui ont travaillé pour organiser cette rencontre, nous vous remercions pour votre présence parmi nous » a déclaré le Secrétaire général de la Chambre de Commerce Franco-Arabe, Dr. Saleh Al-Tayar, en ouvrant ce séminaire. « La Palestine pour moi est un souvenir d'enfance, un souvenir de lutte pour une cause juste et pour des droits légitimes », a-t-il dit, et de poursuivre : « depuis la prise de mes fonctions de Secrétaire général en 2004, nous avons organisé à la Chambre près de sept événements pour promouvoir le potentiel de ce pays et aider à la relance de son économie. Notre rencontre de ce matin porte sur le secteur du tourisme, un secteur porteur qui contribue à la croissance dans votre pays ». Il a renouvelé ses remerciements à Madame la ministre et adressé ses vifs souhaits de succès aux participants à ce séminaire avant de laisser la parole au Président de la Chambre, M. Vincent Reina.

Après un film de quelques minutes sur le tourisme en Palestine, M. Vincent Reina a pris la parole et exprimé sa vive joie de recevoir Mme Roula Ma'ya, ministre du Tourisme de la Palestine, M. Salman Elherfi, Ambassadeur de la Palestine en France, Mme Christine Moro, Ambassadeur, Déléguée pour l'action extérieure des collectivités territoriales, la délégation palestinienne, ainsi que tous les participants à ce séminaire, venus en nombre.

«Nous organisons cette rencontre, avec la Mission de la Palestine en France, sur le thème du partenariat de développement et d'affaires dans le secteur du tourisme entre la France et la Palestine. C'est la deuxième rencontre que nous organisons sur ce thème, après celle de 2013, pour poursuivre la mobilisation des acteurs économiques autour de la Palestine et plus particulièrement sur le tourisme» a-t-il dit.

Le secteur du tourisme est parmi les activités économiques

et sociales les plus structurantes, a-t-il dit, puisqu'il requiert entre autres, des infrastructures de transport et d'hébergement, une main d'œuvre diversifiée et qualifiée et une stratégie nationale et internationale de promotion et de communication. Le secteur du tourisme influe directement sur le développement et la performance de la formation et des infrastructures, mais aussi, sur l'économie du pays : sa croissance, ses rentrées de devises et son budget, a indiqué



M. Reina. Il a souligné la stratégie mise en œuvre pour le renforcement de ce secteur et noté que cette dernière s'appuie sur des partenariats avec des opérateurs français et des collectivités territoriales.

Mme Roula Ma'ya :
« lorsque nous évoquons la Palestine, nous avons à l'esprit la Terre Sainte de Jérusalem qui abrite l'église du Saint-Sépulcre et la Mosquée d'Al-Aqsa, de Bethlehem qui abrite l'Eglise de la nativité. Tous ces sites n'existent qu'en Palestine et nulle part ailleurs ».

que de premier ordre, il convient donc de faire en sorte d'accompagner sa stratégie ».

Son Excellence, M. Salman Elherfi, a remercié le Président et le Secrétaire général de la CCFA et l'équipe qui a travaillé pour organiser cette manifestation. Il a par ailleurs remercié Madame la ministre Roula Ma'ya qui a vivement encouragé et aidé l'organisation de ce séminaire à Paris.

Rappelant que le tourisme était une activité majeure et une source d'innovation pour son pays, Son Excellence a notamment confirmé que ce secteur était aussi générateur de revenus, porteur d'emplois et une vitrine qui expose au monde les richesses de la Palestine et les dimensions de sa civilisation et de sa culture. Il a souligné que malgré l'occupation israélienne, qui constitue un obstacle au développement de ce secteur, la Palestine attire des touristes du

monde entier en nombre, et rappelé qu'elle a été classée « destination touristique dynamique par l'OMT en 2017 ».

Prenant la parole, Madame la ministre Roula Ma'ya a remercié la CCFA et ses dirigeants, avant d'aborder le thème de la rencontre. Elle a notamment souligné que lorsque nous évoquons la Palestine, nous avons à l'esprit la Terre Sainte de Jérusalem qui abrite l'église du Saint-Sépulcre et la Mosquée d'Al-Aqsa, de Bethlehem qui abrite l'Eglise de la nativité. Tous ces sites n'existent qu'en Palestine et nulle part ailleurs, a-t-elle dit. Elle a rappelé que le secteur du tourisme en Palestine se développe dans un environnement marqué par beaucoup de difficultés à cause de l'occupation israélienne et indiqué à cet égard : « Nous ne pouvons pas avoir notre aéroport, nous ne contrôlons pas les zones de passage et nous ne décidons pas de qui, ou non, peut entrer en Palestine ». Malgré ces difficultés, le nombre de touristes et de nuitées a augmenté d'une façon remarquable durant les dernières années, du fait de la mise en place d'une stratégie qui comporte plusieurs volets notamment, la promotion du tourisme religieux et le développement du tourisme culturel.

Abordant les infrastructures de l'industrie du tourisme, Mme Roula Ma'ya a indiqué qu'à chaque fois que le nombre des touristes et de nuitées augmentait, l'amélioration et le développement des infrastructures suivaient. Ainsi, de 2.000 chambres en 2006-2007, le secteur hôtelier est passé à 12.000 chambres en 2018 et à 3 millions de visiteurs. Cela nous reconforte, a-t-elle dit, car le développement de ce secteur impacte toute l'économie du pays. « J'espère que ce séminaire ouvre la porte vers une meilleure collaboration entre la France et la Palestine au niveau officiel et surtout au niveau du secteur privé, car sans la présence des acteurs privés et leur implication nous n'arriverons pas à bon port », a-t-elle conclu.

Cette séance d'ouverture a été suivie par deux ateliers. Le premier : « Aperçu général du tourisme en Palestine » a abordé trois sujets : le tourisme culturel et le pèlerinage, le secteur de l'hôtellerie et enfin le secteur du tourisme. Alors que le deuxième intitulé « les projets touristiques au service du développement durable » a traité de la coopération avec les organismes internationaux, notamment, les collectivités territoriales en France,

Intervenant dans le premier atelier, M. Jean-François Rial, PDG de l'Agence voyageurs du monde, a tracé le parcours de son agence qui a débuté par le rêve d'envoyer des touristes en Israël et en Palestine pour promouvoir un tourisme favorable à la paix et montrer que la barrière entre les deux peuples, pouvait tomber. « Pour nous, les voyageurs que l'on appelait à l'époque, touristes, faisaient plutôt des voyages ethniques ou religieux et nous voulions que ces voyageurs découvrent plutôt le pays son histoire et sa culture ». Avec le soutien des autorités palestiniennes et israéliennes, nous avons réalisé ce rêve et près de 5.000 personnes sont parties sur les deux territoires. Pour conclure, il a indiqué : « Pour attirer la clientèle internationale, il faut mixer les deux territoires et sortir du tourisme religieux pour vendre l'histoire et la culture du pays ».

Le Père Jacky Marie Lhermite, Président de l'Association nationale des directeurs de pèlerinage (ANDP), a rejeté l'idée développée par M. Rial qui refuse au pèlerinage sa

dimension touristique. Il a indiqué que son association emmenait des milliers de pèlerins chaque année en Palestine, en Israël, en Jordanie, au Liban et en Egypte. Ces personnes sont fidèles au pèlerinage, qui n'est pas une notion abstraite, mais une foi en la paix, la fraternité et le rapprochement entre les peuples. Il a indiqué que dans l'esprit du pèlerin, il n'y avait pas la Palestine et la Terre Sainte, mais que la Palestine était la Terre Sainte, et lorsque le pèle-

sonnes, représente avec le secteur de l'artisanat 23 % de la main d'œuvre. « Nous avons 144 hôtels en Palestine offrant 12.000 chambres, qui respectent les normes internationales du secteur et assurent, sous le contrôle du ministère du Tourisme, de la Santé et de la Défense civile, le confort et la sécurité aux trois millions de touristes qui viennent visiter le pays. Toutefois, il a indiqué que ce secteur, en pleine croissance, souffrait du nombre insuffisant de cadres. Il a souhaité le développement de la coopération avec la France pour former des cadres dans ce secteur. Par ailleurs, il a invité les investisseurs à venir en Palestine, les encourageant à construire des unités afin d'augmenter le nombre des chambres disponibles et satisfaire la demande croissante des touristes. Environ 50 % de l'activité dans le secteur du tourisme est générée par le service hôtelier, a-t-il dit, et la loi encourage les investissements dans ce secteur en offrant des facilités et des garanties intéressantes.



rin voyage en Terre Sainte, il voyage en Israël et en Palestine. « C'est le choix du cœur pour combler un désir spirituel », a-t-il proclamé, ajoutant : « ce n'est pas la géographie des lieux, ni la mémoire des sanctuaires, mais le message que nous disent ces lieux que nous voulons vivre avec l'autre ». Il a remercié Madame la ministre pour l'aide qu'elle apporte aux pèlerins et qui facilite les rencontres avec leurs frères de toutes les confessions.

Madame Christine Moro :
« la coopération décentralisée, est un dialogue entre deux collectivités qui peut aider à partager les expériences pour trouver des solutions ».

tière n'a duré que quelques minutes et j'ai pu visiter toutes les villes entre Ramallah et Bethlehem sans aucune restriction ». Il a par ailleurs souligné que la visite de Jérusalem « transformait complètement l'homme ». Pour conclure il a indiqué que ce lieu béni, berceau des trois religions, devrait vivre en paix. « Ce lieu qui n'appartient à personne, seulement à dieu, doit être protégé pour préserver la paix », a-t-il dit.

Le deuxième volet de cet atelier, centré sur le secteur hôtelier, a offert une tribune à M. Jamal Nimer, Président du Conseil d'Administration de l'hôtel Al-Karmel (Ramallah) pour présenter ce secteur. Il a notamment indiqué que le tourisme, que l'on qualifie « d'industrie du XXe siècle » et « de pétrole du XXIe siècle », avait démontré sa résilience malgré le recul de la croissance en Palestine durant les dernières années. Ce secteur, qui emploie près de 38.000 per-

d'accueil des Terres Saintes a pris la parole pour expliquer la stratégie de son réseau pour aider au développement de ce secteur et faire de la Palestine une destination touristique prisée.

Il a indiqué que la Palestine, malgré la situation difficile qu'elle connaît, reste une destination sûre pour les touristes. Le passage des frontières et la circulation entre les différentes régions sont faciles, a-t-il noté. Nous proposons diverses activités pour attirer les touristes, a-t-il indiqué. Il a souhaité développer, dans ce secteur, le partenariat entre le secteur public et privé pour développer des branches d'activités comme la restauration, l'hôtellerie, les musées. « Le secteur privé est très dynamique et actif en Palestine, a-t-il dit, et notre stratégie de développement repose sur plusieurs axes, notamment : conserver l'acquis, développer des idées nouvelles et améliorer nos offres afin d'attirer davantage de touristes ». À cet égard, il a indiqué que son réseau propose aux touristes des programmes attractifs avec des parcours et des sentiers historiques, comme le sentier d'Abraham, long de 330 km et beaucoup d'autres, ainsi que des attractions interactives avec la population. Pour finir, il a qualifié « la Palestine de mosaïque historico-culturelle, et d'un trésor de la nature ».

Le deuxième atelier a abordé le thème des « projets touristiques au service du développement durable » autour de plusieurs intervenants, notamment, Son Excellence Madame Christine Moro, Ambassadeur Déléguée pour l'Action extérieure des collectivités territoriales, du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères, M. Raëd Saadeh, de l'Agence « Sentier d'Abraham », M. Raphaël Trouiller, Directeur de l'Agence Tetraktys, M. Kevin Girard, Directeur de Point Voyages, M. Patrick Gérardet, Adjoint au Maire de Chartres, en charge de la promotion de la ville, du tourisme et du patrimoine, administrateur de Cités Unies France, acteur de la coopération entre Chartres et Bethlehem et dont l'intervention avait pour thème « les projets touristiques au service du développement durable ».

Intervenant en premier, Madame Christine Moro a expliqué, tout d'abord, les défis liés au tourisme, indiquant à cet égard qu'il était à la fois la promesse d'une source de reve-

nus pour les collectivités, mais aussi un souci de responsabilités au niveau de la gestion des besoins du citoyen, surtout lorsqu'il y a un afflux saisonnier important de touristes. Elle a par ailleurs souligné le besoin de promotion et de « placement » du territoire dans un marché très concurrentiel. Sur le plan social, elle a rappelé que le tourisme posait le problème de son acceptation par la population, et de ses inconvénients lourds, comme la hausse des prix, la pression immobilière qu'il exerce, ou la dégradation de l'environne-

nat et la culture qui reflètent l'identité du pays.

M. Raphaël Trouiller, Président de Tetraktys, société spécialisée dans le tourisme rural, a souligné de son côté, que le tourisme permettait de créer des emplois nouveaux. Il a indiqué que sa société avait mis en place un large programme autour du sentier d'Abraham qui permet de découvrir plus finement le territoire et d'interagir avec la population locale. Ce projet, soutenu par 8 collectivités locales



Vincent Reina :
« la Palestine, en dépit d'une situation éminemment complexe, a tout pour être une destination touristique de premier ordre. Il convient donc de faire en sorte d'accompagner sa stratégie ».

ment. Il faut réfléchir à ces défis et y répondre, avec un tourisme durable, une approche qui doit être à la fois, économique, climatique et environnementale.

Abordant la coopération décentralisée, elle a indiqué qu'elle était « un dialogue entre deux collectivités » qui peut aider à partager les expériences pour trouver des solutions. Elle a rappelé le séminaire franco-palestinien, organisé il y a un mois à Jéricho et à Naplouse et souligné que cette coopération qui implique une cinquantaine de collectivités territoriales françaises et des communes palestiniennes menait environ 126 projets de coopération. Quant au fonctionnement de cette coopération, Madame Moro a indiqué qu'elle était soutenue par un appel à projet conjoint. « C'est un vecteur clé de notre coopération » a-t-elle dit, indiquant que les dépenses occasionnées par ces projets s'élèvent à 3 millions d'euros par an.

Abordant plus particulièrement le séminaire à Jéricho et à Naplouse, elle a indiqué qu'il avait été consacré à la préservation du patrimoine, un sujet lié au développement durable dans ses aspects économiques, écologiques et sociaux. Par ailleurs elle a rappelé que les sujets soulevés lors de ce séminaire montraient bien les difficultés rencontrées par les autorités locales, comme : l'intérêt d'avoir un service archéologique dans certaines localités, le besoin de travailler en étroite collaboration entre les autorités locales et le ministère du Tourisme, la nécessité d'avoir une stratégie de préservation du patrimoine ou le besoin de promotion des sites.

M. Raëd Saadeh a pris ensuite la parole pour présenter le « sentier d'Abraham » et plus largement pour exposer les idées pour promouvoir le secteur du tourisme afin d'attirer un plus grand nombre de touristes et développer l'économie et la croissance. L'économie de la Palestine repose notamment sur l'artisanat, a-t-il dit. En développant le tourisme, nous développons une économie inclusive. Parmi les idées qu'il a explorées, il a notamment soutenu le renforcement du partenariat entre le secteur public et privé, l'investissement dans l'industrie du tourisme, la sauvegarde de l'identité des produits locaux, le développement de l'artisa-

françaises, financé par l'AFD, a permis à 7500 randonneurs de parcourir ce sentier et d'injecter près de 2 millions de dollars dans l'économie locale en 2018. « C'est un vrai projet de développement durable », a-t-il dit. Par ailleurs il a souligné que 10 opérateurs français travaillaient sur la promotion de ce projet, notant que cette activité était aussi porteuse pour le secteur du tourisme en France.

M. Kévin Girard, le commercial du « sentier d'Abraham », élu « Trek de l'année 2018 », a relaté les témoignages des touristes sur ce sentier qui « bouleverse la vie ». Il a notamment indiqué qu'au-delà de la richesse historique, « le sentier d'Abraham » permettait de découvrir la vie quotidienne des habitants et d'apprécier leur hospitalité. « C'est un voyage extraordinaire, à tout point de vue, disent les randonneurs » a-t-il conclu.

M. Patrick Géroudet a présenté l'action des deux villes Chartres et Bethlehem pour développer le tourisme. Il a souligné que Chartres était la première ville française qui était jumelée avec Bethlehem, parce que Chartres possède le voile de la vierge, lorsqu'elle était à Bethlehem et parce que les deux villes sont citées dans le patrimoine mondial de l'Unesco. Il a noté que les deux villes avaient la même taille, le même nombre de touristes et les mêmes problématiques. Il a indiqué que les deux villes avaient la même volonté d'étendre le secteur piétonnier autour de la basilique de la nativité, à Bethlehem, et de la cathédrale à Chartres, pour favoriser le développement du tourisme durable qui stimule le commerce local à travers les produits de l'artisanat et le développement de la restauration et de l'hôtellerie, ce qui permet à termes des emplois nouveaux. Il a par ailleurs souligné la nécessité de créer de nouvelles attractivités dans les deux villes autour de l'archéologie ou de la mise en valeur, par la lumière, du patrimoine pour attirer davantage de touristes. Tous ces projets ont besoin de financements a-t-il noté. Il a proposé aux autorités de Bethlehem d'instaurer une taxe de séjour, à l'instar de celle qui existe à Chartres et qui rapporte près de 650.000 euros par an à la ville.

Les Incoterms 2020 et leur application aux échanges de marchandises dans la zone ANMO



L'idée de créer un langage international pour les affaires commerciales est née en 1919. Le but de cette initiative était de mettre en place des outils permettant de simplifier les transactions internationales et d'aider les parties à un contrat à s'entendre d'une manière claire et précise sur certaines conditions pouvant les amener à des procédures très coûteuses.

Ces règles sont d'une acceptation volontaire puisque les parties peuvent, ou non, les inclure dans leur contrat. Elles couvrent quatre principaux domaines dans une transaction : la livraison physique de la marchandise, le transfert des responsabilités et par conséquent des risques, la répartition des frais, et enfin les formalités documentaires au passage des frontières.

La Chambre de Commerce Internationale (ICC) publie depuis 1936 ces règles que l'on appelle « Incoterms » et procède depuis 1990 à leur mise à jour tous les 10 ans afin de les adapter à l'évolution du commerce international. C'est à l'occasion de la publication des nouveaux Incoterms 2020, qui rentreront en application à partir du 1er janvier prochain, que la Chambre de Commerce Franco-Arabe a demandé à M^e. Jean-Marie Salva, Avocat associé au sein du Cabinet DS Avocats, ancien inspecteur à la Direction générale des douanes françaises et droits indirects auprès du ministère des Finances, Président de la Commission réglementations douanières et facilitation d'ICC France et Vice-Président de l'ICC Customs and Trade Facilitation Committee, et à M^e. Pascal Cange, Counsel en charge de la zone ANMO au sein du Cabinet DS Avocats, de présenter la nouvelle édition et d'expliquer les nouveautés qui viennent l'enrichir.

« Merci à vous tous d'être parmi nous ce matin ; merci au Cabinet DS Avocats de nous accueillir dans ses locaux » a indiqué M. Vincent Reina, Président de la Chambre de Commerce Franco-Arabe, en ouverture de cette matinée de travail. Et d'ajouter : « nous avons décidé de déconcentrer nos actions et de nous déplacer dans les entreprises afin que vous aperceviez davantage la réalité de ces structures, ce qui explique notre présence ici aujourd'hui ». Il a adressé ses vifs remerciements à M^e. Jean-Marie Salva et à M^e. Pascal Cange pour avoir proposé cette rencontre et accepté de l'accueillir et de l'animer.

Quant au thème de cette rencontre, « Incoterms 2020 », M. Vincent Reina a indiqué qu'il collait parfaitement à l'actualité des échanges internationaux, marqués par les tensions que l'on connaît, d'autant plus que parmi les services proposés par la Chambre, le volet formalités du

commerce international est particulièrement important. Il a rappelé, à cet égard, que la CCFA, qui fêtera l'année prochaine son cinquantième anniversaire, était habilitée par agrément du Conseil économique de la Ligue des Etats arabes, à légaliser tous les documents relatifs à une exportation vers les pays arabes.

Abordant la nouvelle édition « Incoterms 2020 », qui apporte plusieurs modifications à la version antérieure de 2010, il a indiqué que le Cabinet DS Avocats et tout particulièrement M^e. Jean-Marie Salva et M^e. Pascal Cange, qui ont un parcours exceptionnel baignant dans l'environnement réglementaire des échanges internationaux, étaient les mieux placés pour présenter les changements et les évolutions de ces règles et leur utilité.

« Merci d'avoir répondu aussi nombreux à l'invitation de la CCFA dans notre Cabinet. Nous sommes heureux de vous accueillir dans nos locaux, et très heureux du nouveau partenariat entre la CCFA et le Cabinet

Visitez le site
de la Chambre
de commerce
franco-arabe
www.ccfranco-arabe.org

DS Avocats », a déclaré M^e. Jean-Marie Salva, en prenant la parole.

Entrant dans le vif du sujet sans tarder, M^e. Salva a indiqué que les Incoterms dont le but est de sécuriser les transactions internationales et d'harmoniser les pratiques commerciales, étaient un produit ancien, rappelant que depuis l'Antiquité, les acheteurs et les ven-

deurs, surtout quand ils étaient éloignés, avaient érigé des règles pour avoir une idée précise sur leurs transactions. Ces règles, a-t-il expliqué, ont été, petit à petit, codifiées et ne cessent d'évoluer en fonction des différents paramètres des échanges internationaux, comme le mode de paiement ou le moyen de transport des marchandises et autres. Il a rappelé que la CCI, qui publie ces règles depuis 1936, avait décidé en 1990 de les mettre à jour tous les dix ans, et indiqué que la dernière édition 2020 qui s'apprête à entrer en vigueur au premier janvier prochain, consolide la règle de répartition de 2010 entre Incoterms multimodaux et maritimes et garde les 4 grands groupes, à savoir les Incoterms au départ et à l'arrivée et les deux catégories intermédiaires : la famille des F et la famille des C. Par ailleurs, il a souligné l'innovation sur certains Incoterms et en particulier le DPU (Delivered at place unloaded) qui remplace le DAT (Delivered at terminal) et le FCA qui permet désormais de fournir à la banque qui le demande un connaissance maritime. Enfin, il a souligné que les commentaires qui accompagnent les Incoterms et surtout les notes explicatives, qui ont été renforcées et détaillées, sont désormais intégrées aux règles et avaient une valeur juridique.

Les 7 règles applicables pour les transports multimodaux

EXW – À l'usine
FCA – Franco-transporteur
CPT – Port payé jusqu'à
CIP – Port payé, assurance comprise jusqu'à
DAP – Rendu au lieu de destination
DPU – Rendu au lieu de destination déchargé (ex Incoterm DAT)
DDP – Delivered Duty Paid – Rendu droits acquittés

Les 4 règles applicables pour les transports maritimes

FAS – Franco le long du navire
FOB – Franco à bord
CFR – Coût et Fret
CIF – Coût, assurance et fret

deurs, surtout quand ils étaient éloignés, avaient érigé des règles pour avoir une idée précise sur leurs transactions. Ces règles, a-t-il expliqué, ont été, petit à petit, codifiées et ne cessent d'évoluer en fonction des différents paramètres des échanges internationaux, comme le mode de paiement ou le moyen de transport des marchandises et autres. Il a rappelé que la CCI, qui publie ces règles depuis 1936, avait décidé en 1990 de les mettre à jour tous les dix ans, et indiqué que la dernière édition 2020 qui s'apprête à entrer en vigueur au premier janvier prochain, consolide la règle de répartition de 2010 entre Incoterms multimodaux et maritimes et garde les 4 grands groupes, à savoir les Incoterms au départ et à l'arrivée et les deux catégories intermédiaires : la famille des F et la famille des C. Par ailleurs, il a souligné l'innovation sur certains Incoterms et en particulier le DPU (Delivered at place unloaded) qui remplace le DAT (Delivered at terminal) et le FCA qui permet désormais de fournir à la banque qui le demande un connaissance maritime. Enfin, il a souligné que les commentaires qui accompagnent les Incoterms et surtout les notes explicatives, qui ont été renforcées et détaillées, sont désormais intégrées aux règles et avaient une valeur juridique.

Poursuivant sa présentation, M^e. Salva a indiqué que le nombre des Incoterms s'élevait à 11, et qu'ils étaient classifiés entre « multimodaux » et « maritimes ». Chaque Incoterm se décline en dix règles, réparties en règles du vendeur et en règles de l'acheteur. Par ailleurs, les Incoterms se déroulent entre le point de départ de la marchandise, qui est le local du vendeur, jusqu'à son point d'arrivée, qui est le local de l'acheteur, et au fur et à mesure que cette marchandise avance, les obligations et les risques se modifient pour les deux parties. Enfin, il a précisé que l'Incoterm « n'est valable que s'il est complété par la mention de la version à laquelle il se réfère et au lieu », le

lieu pour les Incoterms maritimes étant le port et pour les Incoterms multimodaux, le lieu non portuaire convenu entre l'acheteur et le vendeur.

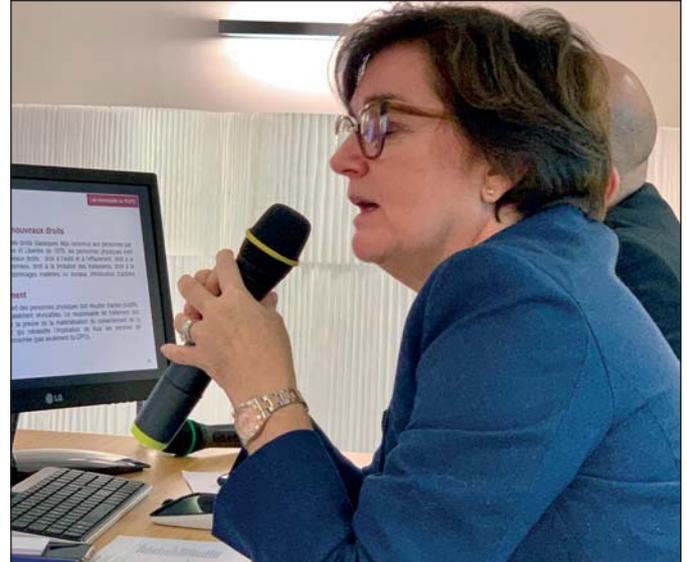
Par ailleurs, M^e. Salva a indiqué que l'on prêtait aux Incoterms des qualités et des fonctions qu'ils n'avaient pas, précisant à cet égard que les « Incoterms » s'articulent avec les différents éléments contractuels, notamment les moyens de paiement et le contrat de transport, mais qu'ils ne touchaient pas au transfert de propriété, et ne s'appliquaient pas non plus au B to C, mais restaient cantonnés au B to B ».

La présentation des Incoterms terminée, M^e. Salva a évoqué ensuite tout le travail nécessaire pour mettre à jour les Incoterms 2010 et a indiqué que ce travail, entamé en 2016, a été marqué par la participation active des pays asiatiques. Il a rappelé que les Incoterms avaient été adoptés par la CCI en juin 2019, publiés en septembre dernier, et qu'ils étaient un produit protégé, insistant sur la nécessité d'utiliser la version labellisée par la CCI « car il peut y avoir une contrefaçon », a-t-il dit.

M^e. Pascal Cange a pris ensuite la parole pour aborder les nouveautés des Incoterms 2020 sous leur angle pratique. Il a indiqué tout d'abord que d'un point de vue transactionnel, les Incoterms étaient reconnus par les Nations Unies et les tribunaux comme parties intégrantes des clauses du contrat, et souligné que les interprétations ou les explications qui leur sont annexées étaient aussi reconnues et avaient une valeur juridique. Par ailleurs, il a souligné que le choix d'un Incoterm impacte les risques et les obligations de l'acheteur et du vendeur et par conséquent indirectement le prix et l'organisation de l'acheminement de la marchandise. Il a noté que le choix de l'Incoterm EXW, par exemple, impliquait une responsabilité minimale pour le vendeur, qui serait tenu seulement de fournir une information sur la disposition de la marchandise. Cet Incoterm qui était à deux doigts de disparaître dans la version 2020 reste encore valable puisqu'il revêt un aspect important pour les douaniers et constitue une base de l'octroi de l'origine préférentielle dans la majorité des accords de libre-échange signés. Par ailleurs, il a noté qu'en cas de paiement via une sécurité bancaire, l'option « FCA + connaissance maritime à bord » permettait à l'acheteur de donner instructions au transporteur de remettre au vendeur une preuve de chargement à bord.

Au chapitre de l'assurance transport, les Incoterms 2020 font le distinguo en matière de couverture. Le terme CIP exige une couverture tous risques, alors que le CIF impose une couverture minimale : la garantie "FAP Sauf". Par ailleurs, la version des Incoterms 2020 intègre la notion de transport pour compte propre, sans faire appel à un professionnel du transport. Cette nouveauté, a-t-il dit, ne s'applique que pour les termes FCA, DAP, DPU et DDP. Enfin il a indiqué que le DAT (Delivered At Terminal) s'étend et devient le DPU (Delivered at Place Unloaded). Quant au transit des marchandises en Incoterms D : le transit éventuel avant le territoire d'importation est à la charge du vendeur, alors que le transit dans le territoire d'importation reste à la charge de l'acheteur.

Le RGPD et son extension au-delà des frontières européennes



Avec l'essor que l'on connaît des technologies de l'information et de la communication, et à l'heure de l'hyper connectivité dans nos sociétés modernes - SMS, courriels, réseaux sociaux, web, téléphones portables et applications de tout genre - la collecte massive des données explose et nous conduit de l'ère du « Big Data » à celle du « Huge Data » avec une multiplication par 6 du volume des données stockées d'ici 2025.

L'exploitation des « données collectées », que certains appellent déjà « le pétrole du 21ème siècle », est l'un des piliers de la nouvelle économie numérique mondialisée qui réalise aujourd'hui un chiffre d'affaires de 200 milliards de dollars. Parmi ces données massives, nombre de nos données personnelles et des fragments de notre identité, voire de notre intimité, circulent. Elles sont vendues et exploitées à des fins de ciblage publicitaire, le plus souvent à notre insu, sont convoitées par la cybercriminalité, et font l'objet parfois de fuites.

Pour répondre aux préoccupations grandissantes et légitimes de ses citoyens et pour les protéger contre l'exploitation abusive des données personnelles, l'Union européenne s'est dotée, le 25 mai 2018, d'un cadre législatif avec l'entrée en vigueur du RGPD : le Règlement général pour la protection des données personnelles. Celui-ci impose aux entreprises de mettre en conformité les conditions générales d'utilisation de leurs services numériques et leurs méthodes de collecte et de traitement des données.

La Chambre de Commerce Franco-Arabe a accueilli ses membres chez DS Avocats, le 26 novembre dernier, pour permettre à M^{me}. Catherine Verneret, associé au Cabinet DS Avocats, en charge du département qui recouvre la propriété intellectuelle, les technologies numériques et la data, de présenter ce règlement et dresser un bilan 18 mois après sa mise en oeuvre.

M. Dominique Brunin, Directeur Développement et Relations extérieures à la Chambre de Commerce Franco-Arabe, présentant, en ouverture de cette rencontre, les excuses de M. Vincent Reina, a remercié M^{me}. Catherine Verneret et M^{me}. Pascal Cange pour leur accueil pour cette deuxième rencontre chez DS Avocats, organisée sur le thème : « le Règlement général de protection des données et son extension à l'international ».

Prenant la parole, M^{me}. Catherine Verneret est rentrée, d'emblée, dans le vif du sujet et a indiqué que le Règlement général de la protection des données était certes un règlement européen, mais qu'il avait une application quasiment mondiale. Non pas d'un point de vue juridique, a-t-elle précisé, mais parce que beaucoup de pays, intéressés par la protection des données personnelles, font référence à ce règlement qui est en train de devenir un « standard mondial ».

Donnant quelques chiffres pour introduire ses propos et faisant référence au rapport d'activités 2018 de la CNIL, l'autorité de contrôle de la protection des données personnelles en France instaurée par la loi « Droit informatique et libertés de 1978 » qui a d'ailleurs ses équivalents dans tous les pays européens, M^{me}. Verneret a notamment indiqué que suite à l'entrée en vigueur du RGPD, l'activité de la CNIL avait augmenté de façon exponentielle. Les plaintes ont augmenté de 32 % et les visites sur le site de la CNIL ont progressé de plus de 80 % par rapport à 2017. « Cela démontre à quel point ce sujet préoccupe les entreprises et les personnes », a-t-elle souligné. Par ailleurs, elle a rappelé la pratique de la CNIL, qui fonctionnait jusqu'au 25 mai 2018 dans un système déclaratif et qui, depuis cette date, applique un système de contrôle et de conformité en interne nécessitant la mise au point de documentations qui remplacent les formalités préalables. Elle a indiqué que la CNIL avait, à cet effet, augmenté ses moyens techniques et humains, et adopté une grille de sanctions dont certaines sont importantes, notamment la condamnation de Google à une amende de 50 millions d'euros. Elle a par ailleurs rappelé qu'en 2018, la CNIL avait procédé à 204 contrôles sur

place, 51 en ligne, 51 sur pièces, et procédé à 4 auditions. Ces contrôles avaient généré 49 mises en demeure, 11 sanctions, dont 10 pécuniaires et un avertissement non public. Enfin elle a souligné que les secteurs les plus visés étaient ceux des assurances et des entreprises spécialisées dans le ciblage publicitaire.

Abordant directement le RGPD, M^e. Verneret a indiqué que

ments, le droit à la réparation des dommages matériels ou moraux, et l'introduction d'actions collectives ». Par ailleurs, elle a souligné que le RGPD renforce le principe du consentement des personnes physiques qui doit résulter « d'actes positifs, univoques et aisément révocables et que le responsable de traitement des données personnelles doit pouvoir fournir la preuve de la matérialisation du consentement de la personne ».



ce règlement qui a pour but de protéger la vie privée, impacte la vie des entreprises. Lorsque nous évoquons la protection des données personnelles, a-t-elle dit, nous visons bien sûr le nom, prénom, et adresse personnelle, mais aussi le numéro de téléphone, adresse mail, numéro de sécurité sociale, et autres données sensibles. Et là, « nous rentrons dans une sphère qui mélange vie privé et vie professionnelle », a-t-elle dit. Quant à savoir qui est concerné par cette réglementation, elle a indiqué que l'administration ainsi que toutes les entreprises basées, ou menant des activités sur le territoire de l'UE, étaient concernées par ce règlement. De même, tous les prestataires proposant des biens ou des services à des personnes se trouvant sur le territoire de l'UE, ou se contentant d'observer le comportement de ces personnes, étaient aussi concernés par ce règlement.

Abordant les apports nouveaux du RGPD, M^e. Verneret a cité le système déclaratif et de conformité en interne que le nouveau règlement instaure, la mise en place pour les groupes qui rassemblent des filiales localisées dans différents Etats, d'un guichet unique, ou interlocuteur unique, en cas de contrôle, et enfin le cumul des responsabilités entre celui qui traite des données personnelles et son sous-traitant, qui doivent mettre en place, tous les deux, des mesures techniques et organisationnelles appropriées pour prouver qu'ils sont en conformité. Cela implique, a-t-elle précisé, la mise en place et la tenue à jour d'un registre des activités de traitement, la notification des failles de sécurité, la protection des données dès la conception des services et architectures de données, et par défaut l'analyse d'impact préalable à la mise en oeuvre des traitements à risque, enfin la désignation d'un délégué à la protection des données (DPO).

Autres nouveautés du RGPD, et non des moindres, M^e. Verneret a indiqué qu'en complément des droits classiques déjà reconnus aux personnes par la Loi Informatique et Libertés de 1978, le RGPD crée de nouveaux droits, notamment « le droit à l'oubli et à l'effacement, le droit à la portabilité des données, le droit à la limitation des traite-

Quant aux principes relatifs au traitement des données personnelles, elle a noté que l'article 5 du RGPD impose que le traitement soit licite, loyal et transparent, justifié par une finalité déterminée, minimaliste, explicite et légitime. Et que les données doivent être exactes, adéquates, pertinentes et nécessaires, tenues à jour et conservées en sécurité durant un temps déterminé.

Évoquant les motifs légaux, définis dans l'article 6 du règlement, qui rendent le traitement des données personnelles licites, M^e. Verneret a noté : le consentement explicite de la personne concernée, l'exécution d'un contrat, la sauvegarde des intérêts vitaux de la personne concernée, l'exécution d'une mission d'intérêt public et enfin, l'intérêt légitime de l'entreprise.

Concernant les données sensibles, le principe de base du RGPD interdit le traitement de ces données, mais des exceptions peuvent apporter un bémol à ce principe, notamment à la sauvegarde des intérêts vitaux de la personne, à celles qui touchent à sa santé, ou celles qui rentrent dans des activités légitimes d'une fondation ou d'un organisme à but non lucratif, ayant mis en place les garanties appropriées, ou enfin des données manifestement rendues publiques par la personne concernée, ou nécessaires à la constatation, à l'exercice ou à la défense d'un droit en justice.

Rappelant que la protection des données personnelles fait appel à la sécurité informatique, elle a indiqué que le responsable de traitement et son sous-traitant doivent garantir une sécurité et une confidentialité appropriées des données à travers notamment une pseudonymisation des données, leur chiffrement, et la capacité d'une restauration rapide. Elle a par ailleurs, noté que les outils de l'entreprise et ceux qu'elle acquiert auprès de tiers doivent répondre aux nouvelles exigences. Et si, malgré tout cela, une violation est constatée, elle doit être notifiée dans les meilleurs délais à l'autorité de contrôle compétente et dans certains cas, à la personne concernée. Elle a rappelé que beaucoup de sanctions prononcées par la CNIL se rapportent à la défaillance

de la sécurité informatique des données personnelles.

Autre point important, le flux transfrontalier des données personnelles. À ce sujet, elle a indiqué qu'à l'intérieur de l'Union européenne, il y avait une libre circulation totale des données personnelles et que le flux extra européen de ces données n'était pas interdit mais « doit être simplement réalisé vers les pays qui présentent un niveau de protection

à de nombreux intervenants afin de procéder à un audit de l'entreprise, analyser, cartographier, diagnostiquer son activité, et mettre enfin en place un process organisationnel de gestion des données personnelles en conformité avec la loi.

Pour conclure, elle a indiqué que « les contraintes d'aujourd'hui seront les opportunités de demain » et que « la

LE RGPD EN UN COUP D'OEIL	
<p>PORTÉE</p>  <p>Toutes les entreprises du monde traitant les données personnelles de citoyens européens</p>	<p>OBLIGATIONS</p>  <p>Les entreprises doivent notifier les violations de données dans un déla de 72 heures</p>
<p>SANCTIONS</p>  <p>du chiffre d'affaires mondial</p>	<p>CALENDRIER</p>  <p>Promulgation par les Etats de l'E.U.</p>

Parmi les apports nouveaux du RGPD : le système déclaratif et de conformité en interne, la mise en place pour les groupes qui rassemblent des filiales localisées dans différents Etats, d'un guichet unique, et enfin le cumul des responsabilités entre celui qui traite des données personnelles et son sous-traitant.

équivalent à celui du RGPD ». Elle a noté à cet égard que ce principe a donné lieu à l'établissement d'une liste de pays adéquats, et regretté qu'aucun des pays arabes ne figure sur cette liste. Certes, il y a des pays arabes qui ont adopté une législation sur la protection des données personnelles, comme la Tunisie et le Maroc, mais l'adoption d'une législation ne suffit pas comme critère pour que la Commission intègre le pays concerné sur la liste des pays adéquats, « il faut que cette législation soit mise en œuvre de manière adéquate », a-t-elle dit.

Autre nouveauté du RGPD, la création du DPO (Data Protection Officer) qui n'est pas celui qui met en conformité la protection des données personnelles, mais la personne à l'intérieur, ou à l'extérieur, de l'entreprise, qui va vérifier la conformité et qui va être l'interlocuteur de l'autorité de contrôle. Le DPO n'est pas obligatoire sauf dans trois cas : pour les organismes publics, pour les traitants et sous-traitants qui ont des activités suivies, à grande échelle des données personnelles et des données dites sensibles. Toutefois, faut-il prendre un DPO en interne avec les conflits d'intérêts que cela peut susciter ou un DPO externe qui n'aura pas forcément la connaissance intime de l'organisation interne de l'entreprise ? Le choix n'est pas simple à ce sujet, a-t-elle confié.

Pour finir, elle a évoqué les responsabilités et les sanctions établies par le RGPD, qui sont de trois ordres : une responsabilité administrative sanctionnée par des amendes allant de 10 à 20 millions d'euros ou de 2% à 4% du chiffre d'affaires annuel mondial de l'entreprise, une responsabilité civile qui ouvre le droit à une réparation sur le fondement délictuel de droit commun (article L.1240 du Code civil) et enfin une responsabilité pénale sanctionnée par 5 ans d'emprisonnement et 300.000 € d'amende au maximum (article L.226.16 du Code pénal).

Quant aux actions à prendre pour être en conformité avec le RGPD, M^e. Vermeret a indiqué que ce process fait appel

à la mise en conformité engendrant un tri et une meilleure gestion des données personnelles et permet aux entreprises de maximiser le ciblage des besoins de leur clientèle ».

Selon un sondage réalisé en avril 2018 et visant des sociétés opérant en France, en Allemagne, en Grande-Bretagne et aux Etats-Unis :

- 7 Français sur 10 sont de plus en plus préoccupés par l'utilisation de leurs données par les entreprises et les risques que cela fait peser sur leur vie privée.
- 8 Français sur 10 sont prêts à boycotter une marque, une entreprise ou un service qui ne respecterait pas la réglementation en matière de protection des données personnelles et qui porterait atteinte à leur vie privée.
- 55% des Français sont prêts à attaquer en justice une marque, une entreprise ou un service qui ne respecterait pas la réglementation en matière de protection des données personnelles et qui porterait atteinte à leur vie privée.
- 45% des Français sont prêts à payer plus cher pour une marque, une entreprise ou un service qui fera preuve d'éthique en matière de gestion des données personnelles même s'il existe des services gratuits.
- 57% des Français font attention avant de choisir un produit, aux pratiques en matière de données personnelles de la marque, de l'entreprise ou du fournisseur de service.

Deuxième édition des Rencontres d'Affaires Francophones

La francophonie est une force économique vers l'international



La francophonie est un ensemble humain qui met à profit la langue française au service de la solidarité, du développement et du rapprochement des peuples par le dialogue des civilisations, peut-on lire dans ses textes fondateurs. C'est un espace culturel diversifié qui regroupe des communautés venant des cinq continents, mais la francophonie est aussi un espace économique doté d'un poids majeur dans l'économie mondiale.

Selon les statistiques officielles, l'ensemble francophone représente aujourd'hui 18,9 % des exportations et 19 % des importations mondiales. Les échanges commerciaux entre les pays francophones totalisent près de 700 milliards de dollars et les investissements effectués par les pays francophones atteignent 170 milliards de dollars. En 2060 près de 1,1 milliard de personnes vivront sur la planète parleront le français dont les 3/4 auront moins de trente ans et vivront en Afrique.

Consciente de ses potentiels, la francophonie des affaires s'active et se développe, à travers le partage d'expériences entre hommes parlant la même langue et partageant des sensibilités communes et en jetant des passerelles entre les différents acteurs économiques : dirigeants d'entreprises, décideurs et responsables politiques.

Les Rencontres d'Affaires Francophones et Internationales font partie de cette dynamique, et leur deuxième édition qui s'est tenue à l'hôtel Marriott Rive Gauche, à Paris, le jeudi 28 novembre dernier sous le haut patronage et en présence de M. Jean-Baptiste Lemoyne, Secrétaire d'Etat auprès du ministre de l'Europe et des Affaires étrangères, a connu un vif succès.

M. Jean-Marc Berthon, Directeur de Cabinet de la Secrétaire générale de l'OIF, Mme Louise Mushikiwabo, M. Vincent Reina, Président de la Chambre de Commerce Franco-Arabe, M. Renaud Bentégeat, Président de CCI France International, sont venus témoigner de leur expérience et appuyer cet élan d'échange et de partage, orchestré par David Kassir, Président de Mission Internationale.

Au total plus de 800 dirigeants d'entreprises, venant de différents secteurs de l'économie et de différents pays, ont assisté à cette rencontre, développée sous forme de conférences et de témoignages, sur la nécessité de prendre en compte la diversité culturelle pour la réussite de tout projet à l'international. Par ailleurs, des rencontres B2B, des tables rondes, et des ateliers ont émaillé cette journée de travail, proposant à chaque fois des thématiques fortes, avec des intervenants prestigieux et des personnalités de France et de la francophonie, venues partager leurs connaissances des affaires. Par ailleurs des focus-pays notamment, sur le Maroc, la Tunisie, le Liban et les Emirats arabes unis, ou le Vietnam, la Belgique, le Canada et d'autres, ont permis d'aborder le climat des affaires, de dresser les opportunités, et de partager les meilleures recettes pour réussir à échanger ou à s'implanter sur ces marchés.

La Chambre de Commerce Franco-Arabe, partenaire de cette rencontre, était présente à la deuxième édition de ce rendez-vous, et son Président, M. Vincent Reina a participé aux travaux de sa séance plénière.

M. David Kassir, Président de Mission Internationale, a ouvert cette rencontre et souligné la force économique de la francophonie, « porte d'entrée pour de nombreux patrons de PME qui ne parlent pas l'anglais, ou peu, d'aller chercher un premier contact dans différents pays sur les cinq continents ». La francophonie permet de créer de la confiance, et de tisser un lien, de nouer des contacts avec des personnes qui parlent la même langue et partagent parfois la même sensibilité, a-t-il notamment soutenu.

M. Jean-Marc Berthon, a adressé, de son côté, un message de soutien, et un encouragement aux PME qui font des affaires avec les pays africains et dans le monde. Les PME françaises doivent saisir les opportunités sur le marché africain, a-t-il lancé. Il a par ailleurs rappelé l'importance de l'espace économique francophone indiquant qu'il était nécessaire.

Facteurs clés du succès aux E.A.U.

Agnès LOPEZ CRUZ
*Directrice Générale,
French Business Council Dubai*



Les Emirats arabes unis, la deuxième économie du Golfe après l'Arabie Saoudite, abritent les sixième réserves pétrolières et les septième réserves de gaz au monde. Le pays est le premier pôle logistique régional, et le troisième centre mondial de réexportation. Ses fondamentaux solides génèrent des opportunités d'affaires dans divers secteurs notamment, dans les infrastructures, le transport, les secteurs liés aux énergies, et ceux répondant aux besoins d'une population grandissante comme : l'immobilier, la santé, l'éducation, la distribution, ainsi que dans les services financiers et la logistique.

Abu Dhabi, la capitale fédérale, abrite 95 % des réserves du pays en hydrocarbures et exporte 90 % de ces ressources. Il contribue à hauteur de 62 % dans la richesse nationale, et gère la manne pétrolière en multipliant les investissements dans les industries lourdes, les hautes technologies, les énergies renouvelables, mais aussi dans la culture, la santé et autres secteurs, à travers son fonds d'investissements ADIA qui compte près de 875 milliards de dollars.

Dubaï, la capitale commerciale, qui participe à hauteur de 32 % du PIB du pays, a développé, très tôt, ses infrastructures majeures, pour se transformer, en peu de temps, en hub régional pour l'exportation et la réexpédition des marchandises. Par ailleurs, l'émirat a multiplié la création de zones franches spécialisées, et développé le secteur du tourisme et de l'immobilier. Dubaï est le 1^{er} centre de conventions de la région, il abrite le 4^{ème} aéroport de transit au monde, et le 1^{er} aéroport au monde en nombre de passagers internationaux. La ville accueille l'exposition universelle de 2020 et se prépare à recevoir les 25 millions de visiteurs attendus.

Pas d'impôt sur les revenus et pas de charges patronales aux E.A.U! Toutefois il y a une Taxe d'importation et une TVA à 5 % depuis 2018, sauf pour les produits de première nécessité. Par ailleurs les zones franches sont exemptées de l'impôt sur les sociétés et parfois de la TVA.

Les relations entre la France et les Emirats sont solides et se traduisent par des coopérations dans le domaine militaire et économique mais aussi dans l'enseignement universitaire et la culture. Les Emirats arabes unis sont le 2^{ème} débouché commercial de la France dans le Golfe et son 6^{ème} excédent mondial (2018) avec 1,9 milliard d'euros.

Les produits des exportations françaises aux E.A.U. se composent de produits des industries alimentaires (11 %), d'équipements mécaniques et électroniques (23 %), de matériels de transport (12%), de textiles et habillement (11%), de produits chimiques, parfums et cosmétiques (21 %) et autres (22 %). Par ailleurs les importations françaises en provenance des E.A.U. se répartissent en produits pétroliers raffinés (77 %), hydrocarbures naturels (0,4 %), produits métallurgiques et métalliques (7,9 %), matériels de transport (2,6 %) et autres produits (11,4 %).

Parmi les facteurs clés de succès pour faire des affaires aux E.A.U., la maîtrise de l'anglais s'avère indispensable et comprendre la différence entre la langue arabe du Maghreb et celle du Moyen-Orient est important. A cela s'ajoute le poids de la parole donnée et l'adaptation des outils marketing (minima en anglais). Par ailleurs disposer d'un pouvoir décisionnel et de négociation est important, mais surtout relativiser le poids des mots.

Enfin parmi les attitudes gagnantes, figurent l'établissement d'une relation personnelle, l'obligation d'arriver à l'heure à une réunion, la valorisation de ce qui vous différencie, et surtout de maintenir le contact avec son interlocuteur en revenant plusieurs fois dans le pays.

« Nous avons besoin de cet espace », a-t-il dit, avant d'appeler à la nécessité de s'interroger, lors du cinquantième anniversaire de l'OIF, qui aura lieu en décembre 2020, pour lui donner un nouvel élan, un nouveau projet, tourné vers la jeunesse, l'emploi et la transformation numérique.



M. Jean-Batiste Lemoyne a soutenu, de son côté, que la francophonie économique était indispensable, mais qu'elle n'était pas encore à l'échelle, « d'où l'importance de la manifestation d'aujourd'hui », a-t-il dit. Nous sommes en crise au niveau des échanges internationaux, avec des tensions et des tarifs douaniers qui augmentent. Le fait d'avoir des institutions, comme la vôtre, est important pour le commerce international, a-t-il noté. Et de conclure : « la francophonie a des choses à dire sur la place internationale, elle peut être un moteur du commerce international ».



Une première table ronde réunissant M. Vincent Reina, Président de la CCFA, Mme Clara Wormser, responsable des relations internationales de la Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France, et M. Renaud Bentégeat, Président de CCI France International, animée par M. Dominique Brunin, Directeur à la CCFA, a permis de clarifier le point de vue des institutions sur l'état et l'avenir des affaires dans la francophonie et à l'international. Une occasion pour Mme Wormser de rappeler la mission de son organisation, et les services qu'elle offre pour briser les barrières de la langue et initier les chefs d'entreprises à cette dimension interculturelle à l'international. De son côté, M. Bentégeat a rappelé que les entreprises « allaient, en premier, vers les pays qui parlent le français », et souligné que son réseau assurait la formation pour intégrer les entreprises dans les pays non francophones. De son côté, M. Reina a rappelé que la CCFA, qui fêtera en 2020 ses 50 ans, « baigne dans l'interculturel du fait de sa composition et de son fonctionnement, et qu'elle est partenaire de cette francophonie, puisqu'elle accompagne les entreprises dans des pays de cultures différentes » (lire page 15).

Focus Liban

Farid ARACTINGI

Secrétaire Général de la Chambre de commerce franco-libanaise



Bordé par la Méditerranée (ouest), la Syrie (nord et est) et Israël (sud), le Liban s'étend sur 10.452 km², et s'étale sur une bande côtière qui fait 210 km de long et 50 km de large. Le pays du cèdre compte 4 millions d'habitants et bénéficie d'une diaspora de près de 10 millions de personnes réparties sur les cinq continents. Terre d'accueil et de refuge, le pays a accueilli 250.000 Arméniens en 1916, 400.000 Palestiniens en 1948, et près de 1.5 millions de Syriens après l'éclatement de la guerre.

Placé sous mandat français, à la sortie de la première guerre mondiale, le Liban accède à l'indépendance en 1943. Membre fondateur de l'ONU et de la Ligue Arabe, le pays prospère jusqu'à l'éclatement de la guerre civile en 1975 qui donna prétexte à l'armée syrienne d'occuper le pays jusqu'en 2005 pour ramener la paix, et à l'armée israélienne d'envahir et d'occuper une partie de son territoire de 1982 à 2000, sous le prétexte de protéger ses frontières du nord.

Le pays est fondé sur une association de minorités. Il pratique un système politique basé sur une « démocratie consensuelle », avec la répartition des 3 présidences : celle de la République assignée aux maronites, celle du Conseil des Ministres aux sunnites et enfin la présidence de l'Assemblée aux chiites.

Sur le plan de l'économie, la richesse nationale du pays s'élevait, en 2018, à 53 Md\$ et la croissance de son économie, la même année, était estimée à 1,5 %. Sa dette publique, talon d'Achille du pays, s'élève aujourd'hui à 153% de son PIB. C'est la 3e dette au monde, derrière celle du Japon (250%) et la Grèce (180%). Par ailleurs, le taux d'imposition appliqué aux sociétés s'élève à 17%. Dans ce pays, où les statistiques n'existent pas, on estime que moins de 10 % de la population se partage 57% des ressources du pays et 50% se partage 11% de ses revenus.

L'économie libanaise repose essentiellement sur l'agriculture (82 % du PIB), viennent ensuite l'industrie (14 %) et enfin les services (4 %). En 2018, le Liban a importé pour 20 Md\$ et exporté pour 4 Md\$. L'Union européenne compte parmi ses premiers fournisseurs (40 % de ses importations), viennent ensuite la Chine (11 %), les Etats-Unis (6 %) et l'Egypte (4 %).

Le Liban traverse actuellement une crise qui risque d'assécher les liquidités de ses banques et d'appauvrir une partie de sa population. Cette crise aura probablement un fort impact sur le marché local et régional, avec pour effet la réduction des importations du pays, et la relance de la production locale surtout dans l'agriculture et les petites industries de niche.

La situation géographique du Liban, porte d'entrée de l'Orient, compte parmi ses meilleurs atouts. Viennent ensuite, la qualité de ses hommes, le professionnalisme de ses élites et ses cadres, l'attractivité du « site Liban » et ses liens historiques forts avec la France. Alors que ses faiblesses s'articulent autour de la pauvreté de ses infrastructures et services de base, de la corruption endémique et du clientélisme et l'incapacité de sa classe politique à « penser collectif ».

Mais, les opportunités sont là, en premier chef, l'intérêt des pays occidentaux pour ce pays, et les différents accords pour aider à sa reconstruction. Il y a aussi ses réserves pétrolières et gazières offshore estimées respectivement à 800 millions de barils et à 25.000 milliards de pieds cubes et qui attendent leur exploitation. Enfin il y a aussi les projets de reconstruction dans les pays voisins et « le Libanais » détient une clé naturelle pour entrer sur ces marchés.

Une conférence sur l'intelligence et le management interculturel en francophonie a permis d'aborder la nécessité de s'adapter aux us et coutumes locales pour réussir à l'international. M. Laurent Goulvestre, animateur de cette conférence, a souligné notamment, le besoin d'être « comme un caméléon », mobile et flexible et la nécessité de s'adapter à l'autre, afin de créer un climat de confiance propice au développement des affaires. Il a par ailleurs, suggéré des attitudes clés pour réussir à l'international et conseillé notamment, de prendre « le temps avec l'autre », de « trouver la bonne personne dans un groupe » et enfin de « rassurer son interlocuteur ».



Une deuxième table ronde, réunissant Mme Isabelle Bébéar, Directrice de l'international chez Bpifrance, M. Guilherme Spadinger, Directeur Général de Euler Hermes SFAC Direct, Philippe Lesage, Senior Consultant in New Business and Strategy chez Airbus Defence and Space, Agnès Lopez Cruz, Managing Director chez French Business Council Dubai & Northern Emirates a permis aux intervenants d'apporter un témoignage clair sur la nécessité d'adapter son comportement aux habitudes du pays d'implantation. Il faut savoir rester humble et observer, pour être capable de s'adapter aux comportements de ses interlocuteurs ont-ils affirmé. Et de confirmer que même si nous parlons la même langue, nous ne sommes pas totalement identiques sur le plan culturel. Certes, il y a des formations, que l'on peut suivre, ont-il signalé, mais la meilleure formation, reste la pratique.

Autres temps forts de cette matinée de travail, la présentation du Village francophone au CES 2020 à Las Vegas, ou comment créer dans la sphère francophone, un lien d'affaires entre acteurs du digital, et la présentation de la plateforme digitale de Mission Internationale, véritable marketplace d'expertises internationales au service des entreprises.

Après une pause, bien méritée, les travaux ont repris. Et chacun pouvait choisir parmi les différents ateliers et tables rondes le sujet qui l'intéresse et participer aux débats. Nous avons assisté à deux focus pays : un panorama des Affaires aux Emirats arabes unis, présenté par Agnès Lopez Cruz, Directrice Générale du French Business Council Dubai, et un atelier sur le Liban, présenté par M. Farid Aractingi, Secrétaire Général de la Chambre de Commerce Franco-Libanaise.





Nous publions, dans son intégralité, l'intervention de M. Vincent Reina lors de sa participation à la table ronde sur le point de vue institutionnel sur l'état et l'avenir des affaires dans la francophonie et à l'international.

Quelle est votre vision de l'interculturel, et comment votre institution accompagne-t-elle les entreprises qui en sont membres ?

La CCFA baigne dans l'interculturel ! Dans ce cadre, la francophonie en est une composante importante, mais qui ne peut être exclusive. L'adjectif interculturel qualifie ce qui concerne les rapports entre plusieurs cultures, ou groupes de personnes de cultures différentes. L'adjectif «interculturel» inclut une notion de réciprocité et se distingue ainsi de «multiculturel».

La CCFA créée en 1970 couvre les 22 états de la Ligue des Etats Arabes, de la Mauritanie à l'Arabie Saoudite, incluant les pays du Maghreb, du Machrek et du CCG. Certains de ces pays sont francophones, membres de l'OIF ; certains sont totalement anglophones ou arabophones, mais sont membres observateurs de l'OIF, voire souhaitent y rentrer. Au-delà de la langue, on le sait, la francophonie ce sont des valeurs, des projets communs. Et les pays arabes pour certains oeuvrent à la promotion et au rayonnement de notre patrimoine francophonie.

Regardez Abu Dhabi avec le Louvre, avec la Sorbonne, le Qatar, l'Arabie Saoudite qui s'appuie sur nos savoir-faire pour son développement touristique et bien d'autres. Sans parler de la présence de nos entreprises. Et du coup, on peut être raisonnablement optimiste sur l'avenir de la francophonie.

D'un point de vue d'organisation, notre propre gouvernance est un symbole d'interculturel ! Pour le Conseil d'Administration, 25 membres français et 25 membres arabes,

patronats ou réseaux nationaux des Chambres de Commerce. Le Président est français, le Secrétaire général est arabe.

Notre communication est en français et en arabe : site internet, Newsletter, colloques... et en anglais parfois pour des discussions plus resserrées.

Nous sommes donc « dans le bain » en permanence de la francophonie, à travers la promotion et l'accompagnement de nos entreprises, la promotion de l'attractivité de la France, mais aussi par l'explication des programmes de développement des pays que nous couvrons et comment les entreprises françaises doivent s'y positionner. Et nous sommes en permanence dans le bain de l'interculturel et de la nécessaire adaptation que cela représente. Pour l'illustrer, je reprendrai juste la citation bien connue de ceux et celles qui pratiquent le monde arabe : l'arabesque est la ligne droite du monde arabe. Ce n'est pas peu dire que nous sommes Occidentaux!

Quels services proposez-vous à vos membres pour les aider à s'adapter à ce contexte interculturel, à s'y préparer ?

La CCFA est un facilitateur, un décrypteur de ce qui se passe dans certains marchés de la région ANMO. Par nos réseaux, par l'influence que l'on peut y déployer et que l'on peut utiliser pour comprendre et réagir.

Par la veille, la mobilisation de l'information, son partage et sa diffusion. Les grands groupes en ont plutôt l'habitude ; les PME et PMI beaucoup moins. Et puis, au-delà de l'accompagnement individualisé au développement commercial, un accompagnement dans la résolution alternative de conflits à travers le Centre de Médiation et d'Arbitrage près la Chambre. Il dispose d'un règlement conforme au standard des règlements des institutions d'arbitrage et de médiation, et il offre ainsi à toute personne, physique ou morale, un mode de résolution des litiges spécifique qui repose sur les doubles cultures françaises et arabes. C'est vraiment une spécificité.

Si vous aviez une recommandation aux institutions en charge de la francophonie, quelle serait-elle ?

Très certainement de ne pas avoir une vision trop étroite, trop étriquée de la francophonie. La francophonie n'est jamais meilleure que quand elle s'inscrit dans un mode de coopération, de partage, au-delà de la langue. Ce sont les savoir-faire partagés qui doivent être la priorité, qu'ils soient industriels, en matière de service ou culturel. Et donc pour les acteurs en charge de la francophonie, d'être plus entrepreneurs.

Visitez le site
de la **Chambre**
de commerce
franco-arabe
www.ccf Franco-Arabe.org

Commerce mondial : +1,2 % en 2019 et +2,7 % en 2020



Face à l'escalade des tensions commerciales et au ralentissement de l'économie mondiale, les économistes de l'OMC considèrent désormais que le volume du commerce mondial des marchandises devrait augmenter de 1,2 % seulement en 2019, et de 2,7 % l'année prochaine.

Au premier semestre de 2019, le commerce mondial des marchandises a enregistré une hausse de 0,6 % par rapport à la même période de l'année précédente. Durant cette période, les exportations des économies développées ont enregistré une hausse de 0,2 %, contre 1,3 % pour les économies en développement. S'agissant des importations, les économies développées ont enregistré une croissance de 1,1 %, tandis que les pays en développement ont enregistré un déclin de -0,4 %.

Au premier semestre de 2019, en glissement annuel, toutes les régions géographiques ont enregistré une croissance positive des exportations malgré un affaiblissement notable de la demande mondiale. L'Amérique du Nord a affiché la croissance des exportations la plus rapide de toutes les régions, à savoir 1,4 %, suivie par l'Amérique du Sud avec 1,3 %, l'Europe 0,7 %, l'Asie 0,7 %, et les autres régions 0,1 %.

Côté importations, l'Amérique du Nord a enregistré une croissance des importations de 1,8 %, suivie par l'Europe 0,2 %. Deux régions ont enregistré des baisses : l'Amérique du Sud -0,7 % et l'Asie -0,4 %. Les importations des autres régions ont quant à elles augmenté plus vite que celles de l'Amérique du Nord, à savoir 2,4 %.

La demande d'importations a été particulièrement faible en Asie, ce qui a lourdement pesé sur les exportateurs de produits manufacturés. Les exportateurs de ressources naturelles ont également vu la demande de leurs produits s'affaiblir.

S'il n'existe pas de statistiques complètes sur le commerce des services en volume car les données sur les prix ne sont généralement pas disponibles, une mesure approximative du volume du commerce des services peut être obtenue en ajustant les statistiques du commerce des services commerciaux en valeur nominale de façon à tenir compte des taux de change et de l'inflation. Cet indice montre que, tout comme le commerce des marchandises, le commerce des services a récemment marqué le pas.

OCDE : la croissance mondiale sous la barre des 3 %

La croissance mondiale devrait passer cette année sous la barre des 3 %. Elle devrait atteindre à la fin de cette année 2,9 %, et rester pratiquement stable à 3 % en 2020, selon les prévisions actualisées de l'OCDE publiées vers la fin du mois de septembre dernier.

C'est la plus faible croissance depuis la crise économique de 2008. Pour expliquer cette contre-performance, l'OCDE met en avant la guerre commerciale entre les États-Unis et la Chine, le Brexit, le ralentissement de l'économie chinoise et l'endettement privé qui se dégrade.

L'OCDE prévoit pour les États-Unis une progression de 2,4 % de leur économie cette année et 2 % en

2020. Pour la Chine, l'OCDE prévoit une croissance de 6,1% cette année et 5,7% l'année prochaine.

Pour la première économie européenne, la croissance devrait atteindre 0,5 % cette année et à peine mieux l'an prochain à 0,6 % alors que l'économie britannique, en pleine incertitude sur le Brexit, ne devrait croître qu'au rythme de 1 % cette année et de 0,9 % l'an prochain.

Dans l'Hexagone, cette croissance est estimée à 1,3 % pour cette année comme pour l'année prochaine, un niveau qui, en l'absence de nouvelles réformes, sera insuffisant pour entraîner une décreue rapide du chômage et une amélioration notable des finances publiques, selon l'OCDE.

Face à cette situation, l'OCDE appelle les états à « mettre fin à l'envolée des droits de douane et des subventions qui faussent les échanges » et à « rétablir des règles prévisibles pour les entreprises ». Par ailleurs, elle recommande aux gouvernements de « limiter la dépendance à l'égard d'une politique monétaire sollicitée à l'excès ».

