



INDONESIE

DONNEES GENERALES

SUPERFICIE : 1 919 440 km²

CAPITALE : Jakarta

MONNAIE : IDR (Indonesian Rupiah)

LANGUE : Bahasa Indonesia

POPULATION : 261 millions



Source : « GEOATLAS.com @ 2009 © Graphi-Ogre »

DEMOGRAPHIE

Croissance démographique de 1,1 % en 2016. Avec une espérance de vie estimée à 70 ans, la population indonésienne devrait atteindre près de 400 millions d'habitants d'ici 2030.

INFRASTRUCTURES

En 2017 le Gouvernement alloue 27,1 Mds EUR destinés à financer 6 projets d'infrastructures prioritaires ; 815 km de routes, 9 399 m de ponts, 13 aéroports, 55 ports, 550 km de chemins de fer, et 3 nouveaux terminaux.

DONNEES POLITIQUES

TYPE DE REGIME

L'Indonésie est une république démocratique. Le pouvoir législatif est partagé entre la chambre des députés (DPR) et la chambre des représentants des régions (DPD). Au niveau régional, le cadre institutionnel est calqué sur les structures de l'État central avec à sa tête le gouverneur, élu, qui s'appuie sur une chambre régionale et une administration locale. L'autonomie régionale a été mise en œuvre le 1er janvier 2001 en application de la loi de décentralisation n° 22/1999 et a été progressivement renforcée par des allocations budgétaires croissantes accordées par l'État central aux instances régionales.

LES ELECTIONS EN 2014

L'année 2014 aura été marquée par deux scrutins : en avril les élections parlementaires et en juillet les présidentielles. Depuis 2004, le chef de l'État est élu au suffrage universel pour un mandat de 5 ans. Le nouveau Président Joko Widodo, élu officiellement le 22 juillet 2014 par la Commission électorale (KPU) suite au scrutin du 9/07/14, a pris ses fonctions le 20 octobre 2014.

LES PRINCIPAUX DIRIGEANTS

Président de la République : Joko Widodo depuis le 20 octobre 2014

Vice-président de la République : Jusuf Kalla depuis le 20 octobre 2014

Ministre coordinateur de l'Économie : Darmin Nasution, nommé en août 2015

Gouverneur de la Banque centrale : Agus Martowardojo, nommé le 24 février 2013.

DONNEES ECONOMIQUES EN 2016

PRINCIPAUX INDICATEURS ECONOMIQUES

INDICATEURS	INDONESIE
PIB	932 Mds USD
PIB par habitant	3524 USD
Taux de croissance	5,1 %
Taux d'inflation	4,2 %
Taux de chômage	6 %

Source : Service économique de Jakarta

SITUATION ECONOMIQUE ET FINANCIERE DU PAYS

Avec un PIB estimé à 932 Mds USD en 2016, l'Indonésie est la première économie d'Asie du Sud-Est (40 % du PIB de l'ASEAN) et la 16e au monde. Comptant plus de 261 millions d'habitants, elle est également le quatrième pays le plus peuplé de la planète, en position de bénéficier dans les prochaines années d'un important dividende démographique (45 % de la population a moins de 25 ans).

Son PIB par habitant de 3524 USD, multiplié par deux en 20 ans, situe déjà l'Indonésie parmi les pays à revenu intermédiaire ; sa classe moyenne atteint désormais 70 millions de personnes. Celle-ci joue d'ailleurs un rôle essentiel dans la croissance et la résilience du pays, dont l'ouverture économique est limitée (17 %) : 55 % du PIB y est généré par la consommation des ménages, tandis que l'investissement et les dépenses de consommation du gouvernement, représentent respectivement 32 % et 9 % du PIB. Plusieurs défis demeurent, notamment la gestion du secteur informel et la réduction de la pauvreté et des inégalités.

POLITIQUES FISCALE ET ECONOMIQUE DU PAYS

Le président Joko Widodo (Jokowi) a été élu dans un contexte économique difficile. Après avoir bénéficié du cycle des matières premières au début des années 2010, l'Indonésie a vu progressivement sa croissance ralentir, passant de 6,2 % en 2011 à 5,1 % en 2016. Ce ralentissement a notamment souligné la carence en infrastructures et l'importance des matières premières pour les finances publiques. Jokowi a été élu en 2014 en promettant de répondre à ces problèmes. Son programme repose ainsi sur deux piliers : la Nawa Cita, un agenda de neuf priorités visant notamment à améliorer la qualité de vie, à accroître la compétitivité et à renforcer les secteurs économiques stratégiques, et « l'axe maritime », la volonté de faire de l'Indonésie une puissance maritime d'envergure mondiale.

Les deux premières années de mandat ont été marquées par l'adoption d'importantes mesures structurelles. La première d'entre elles a été l'abandon des subventions à l'énergie qui représentaient près de 20 % du budget de l'Etat en 2014 (31 Mds USD). Jokowi s'est ainsi dégagé les marges de manœuvres budgétaires nécessaires pour lancer un programme d'investissements dans les infrastructures. Deuxième mesure forte, ce programme vise à réduire les coûts de transports et améliorer l'accès à l'énergie, deux des principaux freins à la compétitivité du pays. En 2015 et en 2016, l'Etat indonésien a ainsi investi 22,8 et 23,8 Mds USD dans ces infrastructures, et prévoit d'investir 25,7 Mds USD en 2017 (les besoins dans ce secteur sont estimés à 465 Mds USD sur la seule période 2015-2019). Troisième mesure, le gouvernement a initié à partir de septembre 2015 des « paquets économiques » (14 au total), rassemblant de nombreuses mesures thématiques visant à simplifier la réglementation, libéraliser certains secteurs d'activité et alléger certains prélèvements. Le dixième paquet a ouvert de nombreux secteurs d'activités aux investisseurs étrangers (révision de la liste négative des investissements).

Le gouvernement a initié en 2016 la rationalisation des finances publiques. En matière de recettes, l'enjeu pour le gouvernement est d'accroître les revenus fiscaux (10,6 % du PIB) afin de réduire sa dépendance aux revenus générés par l'exploitation des matières premières. Le ministère des Finances a d'abord opté pour une amnistie fiscale. Courant de juillet 2016 à mars 2017, son objectif est de générer un supplément de recettes à court terme et d'élargir la base fiscale. Cette année, le gouvernement prévoit de réviser la politique fiscale, afin de la rendre plus lisible et plus attractive, et l'organisation de la Direction de l'impôt (y compris son dispositif informatique) pour gagner en efficacité.

L'objectif du ministère des Finances est également de « mieux dépenser ». Le budget pour 2017 (156 Mds USD) a été voté à niveau constant par rapport au premier budget révisé pour 2016. Seules les dépenses jugées productives (infrastructures, système de santé et éducation) bénéficient d'augmentations. Parallèlement, une part croissante du budget (environ 40 %) est allouée aux collectivités territoriales, jugées plus à même de répondre aux besoins en infrastructures. Malgré une dette restreinte (28 % du PIB) et des taux de plus en plus attractifs, l'Indonésie se refuse à augmenter le déficit qui devrait atteindre cette année 2,5 % du PIB.

L'action du gouvernement a été saluée par les organisations internationales et commence à porter ses fruits. La croissance devrait s'établir à 5,0 % sur l'ensemble de l'année 2016, portée par la consommation des ménages qui continue à progresser (+5,0 %) et l'investissement privé (+4,6 %). Les derniers rapports publiés par l'OCDE, la Banque mondiale et le FMI soulignent la bonne tenue de l'économie indonésienne dans un contexte international défavorable. Leurs recommandations convergent également avec la stratégie du gouvernement. La Banque mondiale pointe en outre les premiers résultats obtenus en matière de lutte contre la pauvreté et les inégalités. Le climat des affaires s'améliore également : l'Indonésie a gagné 15 places dans le classement Doing Business pour atteindre le 91^e rang. Les organisations internationales anticipent toutes une nouvelle accélération de la croissance cette année.

LE SECTEUR FINANCIER

La Banque centrale indonésienne (BI) a été active au cours de l'année 2016. La BI a baissé son taux directeur de 150 points de base, entre janvier et octobre, lequel s'établit depuis à 4,75 %. Malgré cet assouplissement important, l'inflation est restée modérée et atteint 3 % sur l'ensemble de l'année 2016. La BI est également intervenue pour maintenir la stabilité du taux de change pendant les périodes récentes de fortes volatilités (référendum sur le Brexit, élections aux Etats-Unis) tout en augmentant les réserves de change à 116,4 Mds USD.

Le secteur financier est considéré comme solide dans un contexte de désintermédiation croissante des financements.

Les nombreuses banques indonésiennes conservent des ratios prudentiels élevés, malgré la progression des prêts non performants (3,2 %). La supervision est en ligne avec la réglementation de Bâle et le Parlement a adopté en 2016 un système de gestion des crises financières. A la suite de la révision du taux directeur, les taux proposés par les banques commerciales ont commencé à baisser, mais la croissance du crédit continue à ralentir. Elle s'est établie en novembre à 8,5 % sur un an, contre 9,8 % un an plus tôt et plus de 20 % au début de la décennie. En parallèle, les financements désintermédiés ont fortement progressé : en octobre, la capitalisation de la Bourse de Jakarta gagnait 24,8 %, à 441 Mds USD.

La position extérieure de l'Indonésie s'est stabilisée, contribuant à mitiger les risques. A la faveur des échanges commerciaux, le déficit courant s'est réduit à 1,8 % du PIB en septembre 2016 contre 2,3 % fin 2015. La balance des paiements affiche globalement un excédent de 7,6 Mds USD sur neuf mois, grâce à l'excédent du compte financier (21,4 Mds USD sur neuf mois, contre 16,8 Mds USD sur un an en 2015). Sur les trois premiers trimestres de 2016, l'Indonésie a en effet enregistré des rentrées nettes à hauteur de 10,7 Mds USD pour les IDE et de 19,2 Mds USD pour les investissements de portefeuille. Quant à la dette externe, elle s'élève à 35,8 % du PIB (323,2 Mds USD), majoritairement à long terme (86,7 %) et libellée en dollar (68,8 %).

LE SECTEUR DU TOURISME

En dépit d'un potentiel avéré, l'Indonésie attire moins de touristes que d'autres destinations régionales ; le poids du secteur dans l'économie reste en conséquence limité, à l'exception de Bali – qui reçoit à elle seule 40% des arrivées internationales du pays. Les autorités centrent leur politique de développement autour de « 10 destinations prioritaires » et de la mise en place des infrastructures afférentes. L'Indonésie et la France ont signé en juillet 2011 un accord pour renforcer la coopération bilatérale dans le secteur du tourisme. Un groupe de travail bilatéral se réunit annuellement.

LE SECTEUR DE L'ENERGIE

La capacité de production électrique de l'Indonésie repose à 90% sur les énergies fossiles ; elle est aujourd'hui insuffisante pour faire face à la hausse de la demande. Le Président Jokowi a engagé un plan de développement de 35 GW au cours des cinq prochaines années, qui pourrait permettre de faire émerger des projets renouvelables. Le partenariat stratégique signé entre la France et l'Indonésie en 2011 a permis de formaliser un groupe de travail bilatéral dédié aux questions énergétiques, dont la dernière réunion remonte au 17 juin 2016.

LE SECTEUR DU PETROLE ET DU GAZ EN INDONESIE

L'industrie pétrolière et gazière joue un rôle moteur dans l'économie du pays, représentant 3,3% de son PIB en 2015. Malgré des réserves importantes, l'Indonésie est confrontée au défi du remplacement des gisements en cours d'exploitation en voie d'épuisement et à l'obsolescence de ses infrastructures. Les investisseurs étrangers demeurent confrontés à de nombreux obstacles même si de timides efforts sont engagés par l'Etat. Le contexte international et la localisation des ressources potentielles (offshore profond dans l'est de l'archipel) compliquent les opérations d'exploration.

LE SECTEUR DE L'ELECTRICITE

Le secteur de l'électricité en Indonésie connaît d'importantes évolutions, les autorités escomptant sur une participation majoritaire du secteur privé pour mettre en œuvre leur plan de développement de la capacité installée – afin de nourrir une demande en électricité croissante.

LE COMMERCE BILATÉRAL ENTRE LA FRANCE ET L'INDONÉSIE EN 2016

En 2016, nos échanges s'élèvent à 4,4 Mds EUR, en hausse de 13 % sur un an. Principalement industriels, ces échanges sont soutenus par la forte progression (+27%) de nos exportations dans l'aéronautique (1,9 Md EUR, 72 % des exportations). Malgré un recul des importations indonésiennes, la part de marché de la France, deuxième fournisseur européen, progresse nettement (1,16 %).

1. Des exportations en forte hausse grâce au dynamisme des livraisons aéronautiques.

Les exportations françaises vers l'Indonésie sont dynamiques, atteignant 2,7 Mds EUR en 2016, soit 22 % de plus qu'en 2015. Toutes les catégories sont en progression soutenue à l'exception des produits agricoles (-60 %, impact de la fermeture technique de nos exportations à partir de février 2016) et des produits des industries agroalimentaires (-8 %).

Elles sont dominées par les exportations de matériels de transport (1,96 Md EUR, 72 % des exportations). En hausse de 27 % sur un an, elles atteignent un nouveau record (+ 170 % par rapport à la moyenne sur dix ans). Il s'agit pour l'essentiel des avions (1,94 Md EUR) commandés à Airbus et ATR par les compagnies aériennes indonésiennes (notamment Lion Air et Garuda), qui connaissent une forte croissance depuis le début de la décennie. En hausse de 24,5 %, à 314 M EUR, les « autres produits industriels » constituent la deuxième catégorie d'exportation. Il s'agit notamment de produits chimiques et parfums (101 M EUR) et de produits métallurgiques et métalliques (85 M EUR).

Troisième catégorie d'exportations, les ventes d' « équipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique » se sont élevées à 282,1 M EUR, en progression de 24 % par rapport à 2015. Il s'agit pour l'essentiel de machines industrielles et agricoles (129 M EUR, + 48 %). La performance des produits des industries agroalimentaires, 148 M EUR d'exportations contre 161 M EUR l'année dernière, apparaît décevante notamment en raison de l'image positive dont bénéficie la France dans cette catégorie.

Déception également pour les produits agricoles, sylvicoles et de la pêche, qui ont été pénalisés par le refus du Ministère de l'agriculture d'émettre le certificat sanitaire nécessaire pour exporter nos fruits et légumes. Les exportations de la catégorie se sont limitées à 16,9 M EUR. En ce qui concerne les autres catégories d'exportations, les performances sont bonnes malgré des volumes limités. Les ventes d'hydrocarbures naturels et autres produits des industries extractives atteignent 4,5 M EUR, en hausse de 42 %, tandis que celles de produits divers, notamment produits de l'édition et de la communication (1,7 M EUR) s'élèvent à 2,3 M EUR en progression de 2 %.

La hausse des exportations françaises dans un contexte commercial international dégradé permet à la France d'accroître fortement sa part de marché en Indonésie. Après avoir progressé de 0,75 % à 0,94 % en 2015, elle a atteint 1,16 % en 2016, au troisième rang des pays européens après l'Allemagne (2,33 %) et l'Italie (1,19 %). La Chine, Singapour et le Japon restent les principaux fournisseurs du pays à respectivement 22,5 %, 10,6 % et 9,7 %. Il est à noter en outre que les chiffres français sont probablement inférieurs à la réalité, une partie importante des flux commerciaux en direction de l'Indonésie transitant par Singapour.

2. Des importations stabilisées, dominées par les biens manufacturés

Sur l'année, les importations françaises depuis l'Indonésie ont atteint 1,69 Md EUR en 2016, un niveau légèrement supérieur à celui atteint l'année précédente (+ 0,7 %), après avoir pourtant enregistré une baisse de 1,3 % au premier semestre.

Il s'agit principalement de biens manufacturés intermédiaires ou finis, 1,4 Md EUR (83 % des importations), lesquels sont regroupés par les Douanes françaises dans les catégories « autres produits industriels » (914 M EUR) et « équipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique » (497 M EUR). En hausse de 2,3 % sur un an, la première catégorie comprend principalement les textiles, habillement, cuir et chaussures (565 M EUR, +11 %) – les seuls achats de chaussures représentant 332 M EUR (20 % des importations totales), en hausse de 16 % – suivis par les produits manufacturés divers (159 M EUR, -5 %).

La seconde catégorie se compose pour l'essentiel des importations d'équipements électriques et ménagers (359 M EUR, soit 21 % des importations totales, en hausse de 14 %), ainsi que de celles de produits informatiques, électroniques et optiques (116 M EUR, en baisse de 15 %). Les autres principales catégories d'importation française depuis l'Indonésie sont en baisse. Les importations de produits des industries agroalimentaires sont en recul de 10 % à 130 M EUR. Celles de produits agricoles, sylvicoles et de la pêche chutent de 19 % à 109 M EUR.

La part de marché de l'Indonésie dans les importations françaises reste stable sur un an à 0,33 %, plaçant le pays au 42^e rang parmi nos fournisseurs.

3. L'excédent commercial continue de croître

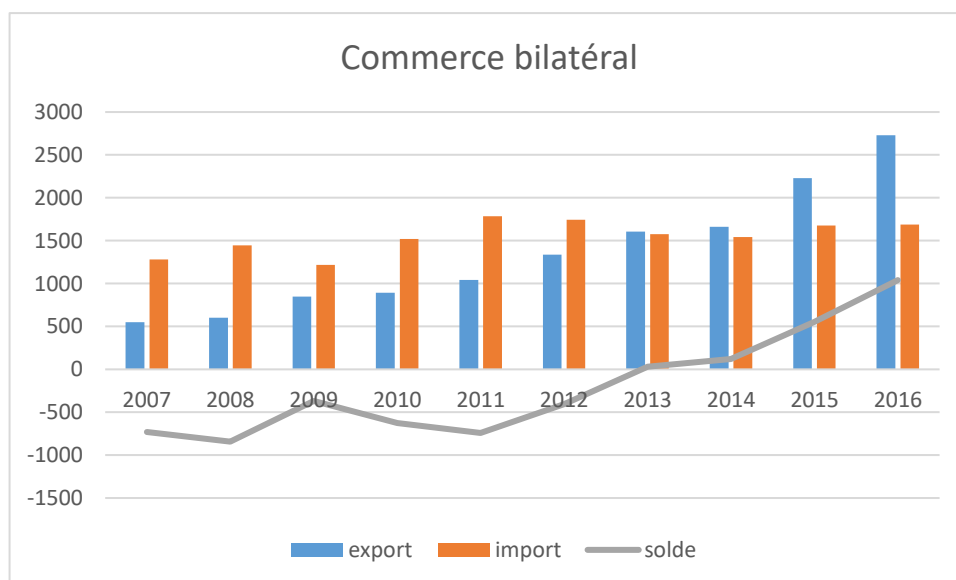
L'excédent commercial poursuit son expansion, dépassant 1 Md EUR, un niveau record pratiquement deux fois supérieurs (+98,9 %) à l'excédent enregistré l'année dernière (553 M EUR). Pour rappel, entre 2005 et 2015, les échanges commerciaux ont été surtout déficitaires pour la France (- 387,9 M EUR en moyenne). L'excédent commercial n'est apparu qu'en 2013 avec le décollage des exportations dans l'aéronautique. Celles-ci génèrent désormais un surplus de 1,9 Md EUR, couvrant les déficits commerciaux réalisés par les autres échanges de biens industriels. En effet, la balance des autres produits industriels (2^{ème} catégorie d'exportation, 1^{ère} d'importation) est

déficitaire à hauteur de 600 M EUR en 2016, après 641 M EUR constatés en 2015, tandis que celle des équipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique (3^{ème} catégorie d'exportation, 2^{ème} d'importation) se situe à -214 M EUR, contre -246 M EUR en 2015.

4. Des exportations dominées par les grandes entreprises

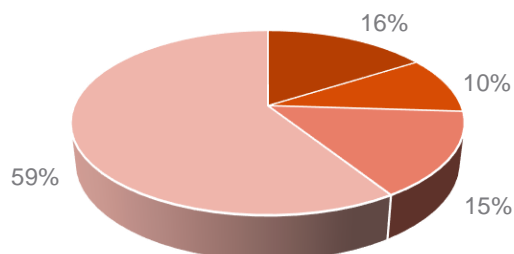
Contrairement au niveau régional où les PME représentent 70 % des entreprises françaises exportant vers la zone, on compte presque autant de grands groupes que de PME françaises exportant vers l'Indonésie. Sur 222 exportateurs, 1019 sont des PME ou des microentreprises et 1003 sont des grandes entreprises (257) ou des ETI (746). Ce deuxième groupe réalise toutefois 97 % de nos exportations vers l'Indonésie.

Pour ces entreprises, le marché indonésien représente en moyenne 5 % du chiffre d'affaires. Une soixantaine d'entreprises y réaliserait toutefois plus de 50 % de leurs ventes.



EXPORTATIONS FRANÇAISES VERS L'INDONESIE (EN %)

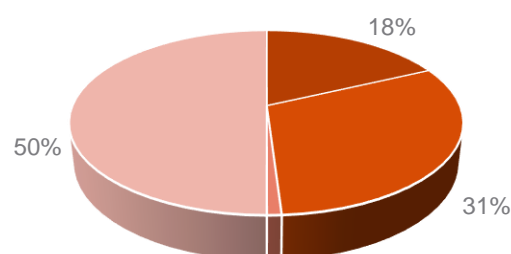
Ventilation des importations indonésiennes en provenance de France



- Autres produits industriels
- Produits agroalimentaires et agricoles
- Biens d'équipements
- Matériels de transport

IMPORTATIONS FRANÇAISES DEPUIS L'INDONESIE (EN %)

Ventilation des exportations indonésiennes vers la France



- Produits agroalimentaires et agricoles
- Biens d'équipements
- Matériels de transport
- Autres produits industriels

LES SECTEURS PORTEURS ET LA PRESENCE FRANÇAISE

Pour définir les secteurs porteurs en Indonésie, il suffit de consulter d'une part le Master-Plan 2011-2025 et d'étudier l'évolution du comportement des consommateurs.

Le Master Plan, feuille de route du gouvernement indonésien pour l'accélération du développement économique au cours des 12 prochaines années, prévoit un investissement de 470 Mds USD dont 13,5 % soit près de 27 Mds USD seront alloués au développement des réseaux. La logistique est la clef de voûte du développement de la consommation domestique sur laquelle repose majoritairement l'essor économique. Evolution de ces secteurs

L'INDONESIE DEMAIN EN « MIEUX »

Mieux vivre en ville est sans doute ce à quoi aspirent le plus les Indonésiens : les blocages de la circulation à Jakarta deviennent légendaires, tandis que la majorité des quartiers de la capitale sont inondés au moindre orage. L'accès à l'eau courante est loin d'être généralisé ; la plupart des habitations sont dotées d'un puit par lequel elles pompent directement la nappe phréatique. Le traitement des eaux usées n'en est qu'à ses balbutiements de même que celui des déchets tant ménagers qu'industriels. La construction se développe extrêmement rapidement mais sans concept de développement durable.

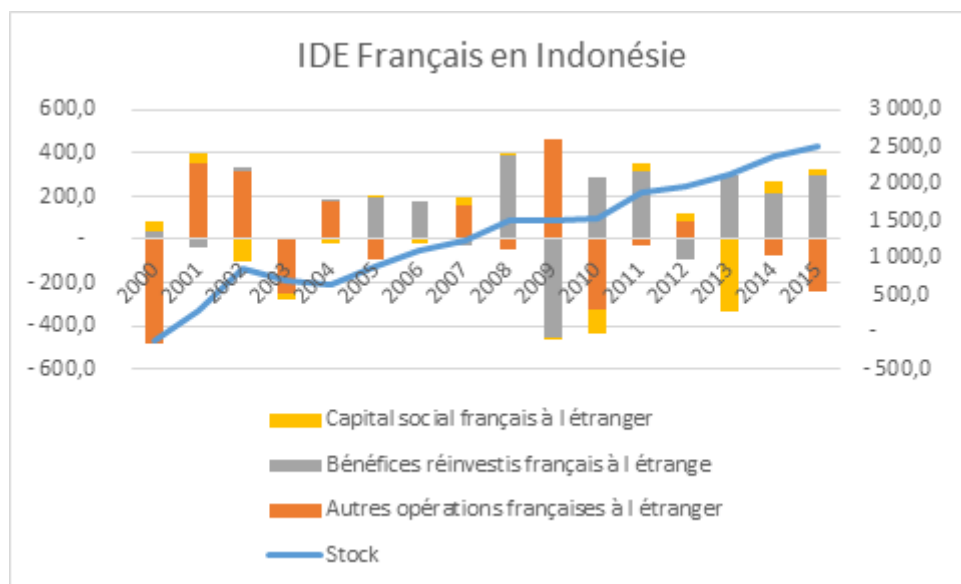
13,5 % du montant d'investissements prévu au Master Plan seront alloués au développement des infrastructures et des réseaux. Si le taux de pénétration de la téléphonie mobile dépasse 100 %, et si l'Indonésie est le premier client de BlackBerry au monde et le troisième utilisateur de Facebook, il n'en demeure pas moins vrai que Mieux communiquer fait partie de ses priorités : la 4G LTE se déploie progressivement, les offres « triple-Play » (Internet, TV, Téléphonie fixe) aussi et une personne sur 25 possède une ligne de téléphone fixe. Enfin, le haut débit est loin de relier toutes les îles, même les principales. Quant aux services à valeur ajoutée, ils n'en sont qu'à leurs premiers pas.

Concernant la consommation alimentaire, entre scandales liés à l'usage excessifs de produits nocifs et le non-respect de la chaîne du froid dans les grandes enseignes de la distribution, la qualité et la traçabilité sont en phase de devenir les maîtres mots du développement de l'industrie agroalimentaire de demain où Mieux se nourrir devra passer par mieux produire. Loin d'être homogène, le marché indonésien est caractérisé par l'émergence de grands clusters de consommation. Ainsi, les consommateurs citadins des classes aisées et de la nouvelle classe moyenne revoient-ils leurs standards à la hausse. Ils sont de plus en plus préoccupés par la qualité des produits qu'ils sont amenés à consommer.

Cette évolution va de pair avec celle de la santé. Avec une généralisation de la couverture d'assurance maladie, les Indonésiens peuvent depuis 2014 Mieux se soigner. Il est également prévu d'augmenter d'une centaine par an le nombre d'hôpitaux, actuellement de 2 083, soit 1 pour 120 000 personnes. On s'oriente davantage vers des équipements plus sophistiqués en provenance d'Europe ou des États-Unis, conservant aux Chinois, lorsqu'elle ne peut être domestique, la fourniture des consommables ou des équipements basiques. Les besoins en produits pharmaceutiques et cosmétiques évoluent eux-aussi au rythme de l'évolution des habitudes de consommation et de l'accroissement du pouvoir d'achat.

Mais le classique plaît toujours : luxe, art de vivre, automobile, aéronautique, métallurgie et mécanique, énergie, sont autant de domaines où la France pourra apporter sa pierre à l'édifice du Mieux vivre des Indonésiens dans les décennies à venir.

LES FLUX D'IDE



Source : Service Economique

L'Indonésie est une destination attractive pour les entreprises françaises, surtout présentes dans les industries extractives et le commerce. Troisième destination des IDE français en ASEAN, les flux vers l'Indonésie se sont élevés à 90,6 M EUR en 2015, à comparer à 200,1 M EUR en 2014 et -36,4 M EUR en 2013. Cette attractivité se reflète également par une croissance constante du stock d'IDE qui s'élève en 2015 à 2,5 Mds EUR en hausse de 5,3 % sur un an et de 185 % sur dix ans. Elle a été alimentée notamment par les industries extractives (1,25 Mds EUR, contre 8 M EUR en 2004), qui ont profité du boom des matières premières au cours de la dernière décennie. Le retrait de Total des activités extractives prévu cette année (fin du mandat d'exploitation du champ de Mahakam) devrait en conséquence entraîner une forte chute de notre stock d'IDE à partir de 2017. Le commerce (580,8 M EUR), principalement commerce de gros, est la deuxième composante du stock d'IDE, suivi par l'industrie manufacturière (477,4 M EUR) et les activités financières et d'assurance (-149,3 M EUR, dont 197,2 M EUR et -346,4 M EUR d'autres opérations). **Les flux d'IDE sont principalement réalisés par les entreprises déjà implantées en Indonésie.** Il s'agit en effet majoritairement de bénéfices réinvestis, 298,4 M EUR (140 M EUR en moyenne depuis 10 ans). Les principaux secteurs contribuant aux flux d'IDE sont les activités financières et d'assurance (-163,2 M EUR), l'industrie manufacturière (71,1 M EUR), l'information et la communication (64,1 M EUR) et le commerce (y compris automobiles) (55,9 M EUR). Les nouveaux investissements sous forme de capital social se limitent à 31,3 M EUR, mais sont relativement meilleurs en 2015 que la moyenne depuis 10 ans (-25,1 M EUR par an, 4 M EUR hors cession de Carrefour en 2013).

LA PRESENCE FRANÇAISE

La présence économique française en Indonésie s'appuie principalement sur les grands groupes (Total, Danone, Alstom, l'Oréal, Sanofi-Aventis, Accor, GdF-Suez, EADS, Michelin, CMA-CGM, SDV, AXA, Alcatel, Sofrecom, Thalès, Schneider Electric...) ; elle est diversifiée au plan sectoriel et connaît une bonne dynamique, à l'image de la croissance soutenue du pays. L'Indonésie attire de plus en plus les entreprises françaises dont certaines sont désormais de taille plus modeste (CLS-Argos, Technip, In-Vivo, Mane, Terreal, LMS Water...). Si de nombreuses entreprises françaises sont satisfaites de leur investissement en Indonésie, les désinvestissements de Carrefour et de Palyja (Suez Environnement – concession distribution d'eau à Jakarta) illustrent les difficultés que peuvent rencontrer les investisseurs. Parmi les implantations récentes ou en cours, on peut citer : Galeries Lafayette, Soget (guichet unique électronique), Prova (arômes pour l'industrie alimentaire) ou encore Ecovert (développement de projet carbone à travers la culture de jatropa).

Le nombre total d'entités françaises présentes en Indonésie a progressé, pour atteindre le nombre de 166 aujourd'hui. Le nombre total d'emplois directs générés par les entreprises françaises a aussi largement progressé et est estimé à 40 000 (en considérant la perte des 11 000 emplois portés par Carrefour).

Enfin il convient de mentionner la présence de sociétés créées localement par des ressortissants français dans des secteurs variés. Leur nombre est difficile à évaluer avec précision mais pourrait atteindre plus d'une centaine. Elles sont surtout concentrées à Bali (tourisme, restauration, import-export, artisanat...) et à Java (distribution, services, fabrication de meubles...). Un exemple de réussite est celle de la société de gestion et conception hôtelière *Tauzia*, créée il y a plus de 10 ans par son actuel PDG et dont l'expansion est impressionnante.

ENVIRONNEMENT DES AFFAIRES ET CONSEILS PRATIQUES

LES USAGES DU PAYS

L'Indonésie est le quatrième pays le plus peuplé au monde et celui comptant la plus importante population musulmane (87 % de la population). L'islam qui y est pratiqué est considéré comme tolérant et, d'une manière générale, le pays est marqué par une grande ouverture d'esprit.

En dehors de la province autonome spéciale d'Aceh et de certaines écoles publiques de la province de Sumatra Ouest, le port du voile n'est pas obligatoire. Signalons cependant qu'une certaine discrétion vestimentaire est recommandée, comme dans tout pays musulman, et qu'il convient d'éviter d'utiliser la main gauche dans vos échanges.

La semaine ouvrée normale va du lundi au vendredi, avec un après-midi souvent raccourci le vendredi. Cependant, de nombreux secteurs ne suivent pas ces horaires, comme c'est le cas de la distribution ou encore de la construction qui sont aussi en activité le soir et le week-end. Les administrations ouvrent en général à 9 heures et ferment entre 15 et 17 heures, du lundi au jeudi. Le vendredi se termine plus tôt, parfois à 11 h 30. Les banques sont pour la plupart ouvertes du lundi au vendredi à partir de 8 ou 9 heures et jusqu'à 16 heures. Les magasins, en revanche, ont des horaires d'ouverture très larges. Dans les galeries commerciales, les boutiques ouvrent généralement tous les jours de 10h à 22 heures, y compris la plupart des jours fériés. Les hypermarchés ouvrent plus tôt le matin. Certaines supérettes sont ouvertes 24 h/24. En revanche, les boutiques spécialisées ferment parfois plus tôt, aux alentours de 18 heures.

La langue officielle de l'Indonésie est le *Bahasa Indonesia*. Bien que l'anglais soit relativement bien parlé dans les cercles d'affaires, du moins par les membres des équipes de direction, il vaut

mieux s'assurer à l'avance que vos interlocuteurs parlent couramment anglais, ou, le cas échéant, prévoir un recours à un interprète.

LES PRATIQUES COMMERCIALES DU PAYS

Ne soyez pas surpris si, lors de votre premier entretien avec un partenaire potentiel indonésien, il vous pose des questions sur votre vie privée. Contrairement à la France où une relation professionnelle se transformera en relation amicale au fil du temps, en Indonésie on ne développe un courant d'affaires qu'avec un partenaire que l'on connaît et que l'on apprécie sur un plan personnel. L'approche est donc longue avant d'établir un réel partenariat d'affaires.

La présence est la deuxième règle d'or de la relation commerciale. Les Indonésiens ont besoin de pouvoir parler à leur partenaire ou de le voir, sans devoir subir un décalage horaire de 6 heures et un barrage linguistique de standard téléphonique. Pensez à prendre en considération la création d'un bureau de représentation si vous remarquez un fort potentiel pour vos produits ou services.

Même si la lenteur donne l'impression d'un certain laxisme, ne vous y trompez pas : vos interlocuteurs sont généralement ponctuels, si toutefois les embouteillages, constants dans la capitale, n'ont pas empirés en raison de conditions atmosphériques exceptionnelles.

À la première rencontre, lors de l'échange de cartes de visite, il est recommandé de remettre votre carte de visite à votre interlocuteur de la main droite (la coutume javanaise veut par ailleurs que l'on supporte son poignet droit de sa main gauche). Essayez de recevoir de vos deux mains la carte de visite que l'on vous tendra.

Sachez aussi que les Indonésiens n'ont pas de nom de famille. Vous pouvez appeler vos interlocuteurs par Monsieur ou Madame suivi de leur « prénom », c'est-à-dire le premier nom indiqué sur une carte de visite.

Enfin et surtout, n'arrivez pas en Indonésie avec des idées toute faites : adaptez votre modèle au pays !

En matière de commerce international, le paiement de « faveurs » peut s'avérer une pratique courante afin de favoriser la conclusion d'une affaire. Une quelconque facilité (matérielle ou pécuniaire) peut être attendue en échange de services fournis par l'administration, ou par d'autres entreprises. Ainsi, certaines entreprises qui travaillent régulièrement à l'international peuvent être invitées à payer des pots-de-vin en vue de gagner des contrats, ou des « pourboires » afin d'obtenir un traitement prioritaire de leur dossier au sein des administrations.

L'entreprise doit cependant être consciente que pratiquer la corruption peut être dangereux d'une part parce que certains pays la condamnent fortement au travers de mesures anti-corruption, d'autre part parce que la corruption peut avoir des implications directes sur la gestion de l'entreprise.

Le manager international doit être très attentif à tracer une ligne distincte entre « la voie raisonnable » pour faire du commerce international, et des pratiques relevant directement de la corruption. Les pots-de-vin ouvrent la voie vers une performance de mauvaise qualité et à la perte de repères moraux parmi le personnel de l'entreprise. La corruption mène à la propagation de pratiques commerciales contraires à l'éthique.

C'est pourquoi l'OCDE a adopté une convention, en décembre 1997, sur la lutte contre la corruption qui établit des normes juridiquement contraignantes tendant à faire de la corruption d'agents publics étrangers dans les transactions commerciales internationales une infraction pénale et prévoit un certain nombre de mesures visant à mettre en œuvre efficacement cette infraction.

Notre Agence souscrit aux principes de cette convention et invite l'ensemble de ses clients à prendre connaissance du décret n° 2000-948 du 28 septembre 2000 portant publication de cette Convention et à en mesurer les enjeux dans le cadre de leurs pratiques professionnelles.

AUTRES SERVICES ET PRODUITS BUSINESS FRANCE

Business France vous propose quatre gammes complètes de produits et services d'accompagnement pour vous aider à identifier les opportunités des marchés et à concrétiser vos projets de développement international.

- Gamme Conseil : pour obtenir la bonne information sur les marchés étrangers et bénéficier de l'expertise des spécialistes du réseau Business France.
- Gamme Contacts : pour identifier vos contacts d'affaires et vous faire bénéficier de centaines d'actions de promotion à travers le monde.
- Gamme Communication : pour communiquer à l'étranger sur votre entreprise, vos produits et votre actualité.
- Volontariat International en Entreprise : pour optimiser votre budget ressources humaines à l'international.

Retrouvez le détail de nos produits sur : www.export.businessfrance.fr

© 2016 - BUSINESS FRANCE

Toute reproduction, représentation ou diffusion, intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, sur quelque support que ce soit, papier ou électronique, effectuée sans l'autorisation écrite expresse de Business France, est interdite et constitue un délit de contrefaçon sanctionné par les articles L.335-2 et L.335-3 du code de la propriété intellectuelle.

CLAUSE DE NON-RESPONSABILITE

Business France ne peut en aucun cas être tenu pour responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication dans un but autre que celui qui est le sien, à savoir informer et non délivrer des conseils personnalisés. Les coordonnées (nom des organismes, adresses, téléphones, télécopies et adresses électroniques) indiquées ainsi que les informations et données contenues dans ce document ont été vérifiées avec le plus grand soin. Business France ne saurait en aucun cas être tenu pour responsable d'éventuels changements.

AUTEUR

BUSINESS FRANCE Indonésie – Bureau de Jakarta

Adresse : Jalan Thamrin 20
10350 Jakarta Pusat - Indonésie

Rédigée par : Yan Gotteland
Revue par : Loïc Bergerot
Sur la base des analyses mises à disposition par le Service
économique de Jakarta.

Version originelle du : 27 mars 2015
Version mise à jour le : 28/09/2017