

Emirats Arabes Unis

Petits par leur taille, les Emirats Arabes Unis sont des marchés hyper concurrentiels. Les principaux débouchés concernent l'agroalimentaire, la santé, la construction, la décoration, la mode et les équipements industriels. Les entreprises wallonnes ne sont pas très présentes sur ces marchés. Pierre Annoye (*en photo*), Conseiller Economique et Commercial de l'AWEX à Dubaï nous livre quelques conseils d'approche.

Tests et autorisations préalables à la mise sur le marché, passage obligatoire

Les produits à base de viande, transformés ou non, doivent impérativement obtenir le certificat halal. « Paradoxalement, l'importation de viande de porc est autorisée et non soumise à la certification halal, étant destinée à la population non musulmane » explique P. Annoye. Les autres produits transformés doivent subir des tests demandés par l'importateur auprès d'un des trois laboratoires municipaux des EAU, Dubaï, Sharjah ou Abou Dhabi. « C'est à l'importateur d'en introduire la demande ». Les biens concernant le secteur de la santé doivent également obtenir une autorisation préalable. « Les marchandises destinées à être exposées sur les salons et foires obéissent à une réglementation plus souple ».

"Le luxe, un marché de niche"

Selon Pierre Annoye, le luxe est un marché de niche, contrairement à l'image véhiculée par la presse internationale. « Si l'on considère le marché de la construction, les acheteurs souhaitent avant tout acheter bon mar-

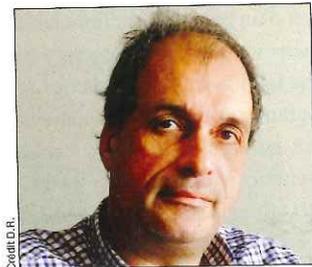
ché en Chine, en Inde ou au Pakistan. Et les prescripteurs pour des réalisations de prestige comme Jean Nouvel par exemple ne sont pas à Dubaï mais à New York, Londres ou Paris. Le luxe est finalement un marché limité ». Lire aussi page 54.

Fiscalité nulle ne veut pas dire faible coût de la vie, bien au contraire

L'absence d'imposition tant sur le revenu (IR) que les sociétés (IS) pourrait laisser à penser que les EAU sont "the place to live in", « mais lorsque vous cumulez l'ensemble des taxes dont le particulier/entrepreneur doit s'acquitter (habitation, visa, sponsors, trade licence, frais de scolarité, de santé...), le coût de la vie est très élevé » observe P. Annoye.

Création de société : zone offshore ou inshore ?

Les investisseurs étrangers qui veulent créer une société de droit local ont deux possibilités. Soit ils choisissent de s'établir dans une zone franche (il en existe une cinquantaine aux EAU dans de nombreux secteurs d'activité : médias, logistique, santé, internet...), l'investisseur peut alors être propriétaire à 100% de



CREDIT: D.R.

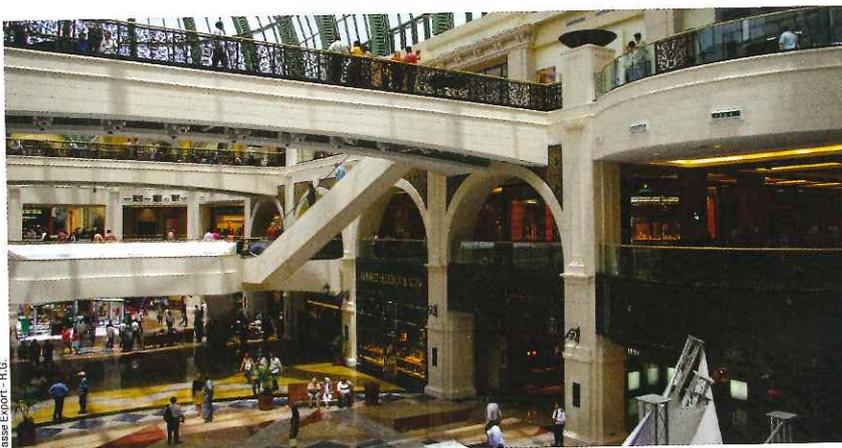
sa société. Soit ils créent une société "inshore". Dans ce cas, le partenaire local est obligatoire. Il détiendra la majorité des capitaux (51%). « Généralement, le partenaire émirati est passif. Il délègue contre rémunération le droit de gestion sur les bénéfices et aussi les pertes de la société. Attention, prévient Pierre Annoye, l'accord est renouvelable au bout d'un an et ce partenaire passif peut ne pas le rester et imposer du jour au lendemain de nouvelles règles du jeu, dont il sera maître ». Moyennant sa signature une fois par an, l'entreprise étrangère sponsorisée devra lui verser une redevance. Une sorte d'impôt en quelque sorte ! Environ 160 000 sociétés sont enregistrées à la Chambre de commerce de Dubaï.

Les informations commerciales sont peu disponibles

« L'information légale sur les sociétés est difficile à obtenir. Le droit local ne prévoit pas d'obligation de dépôt du bilan annuel auprès des tribunaux. Une base d'informations légales tel qu'Infogreffe en France, par exemple, n'existe pas aux Emirats » !

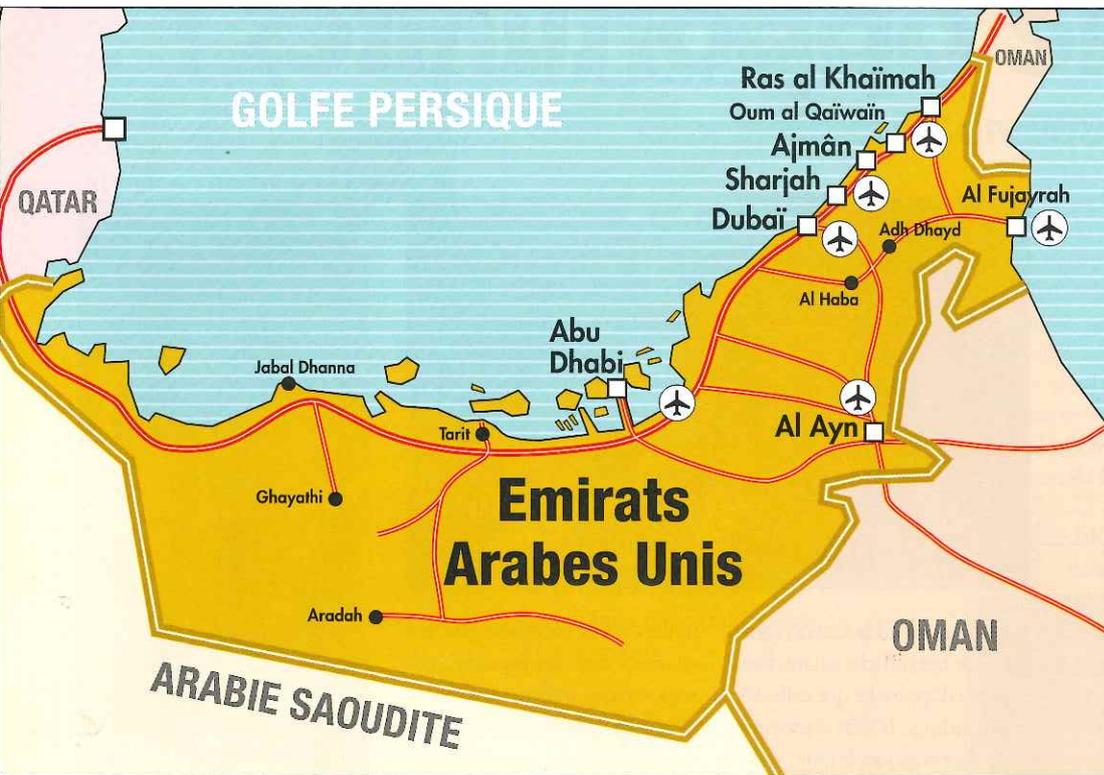
Le temps, un concept tout relatif

« L'entreprise doit comprendre qu'aux Emirats, la notion de temps est toute relative. Lorsqu'elle est en situation de solliciter un Emirati, l'entreprise ne doit pas s'attendre à une réponse rapide. A l'inverse, lorsqu'elle est sollicitée, elle doit faire vite ! Le temps est un concept tout relatif aux Emirats ». S.Etaix



CLASSE EXPORT - H.G.

ce qu'il faut savoir



Risque politique

Court terme 1 à 7 **2**

Risque commercial

Échelle de A à C **B**

Short-term political risk

U.A.E.	2
Saudi Arabia	1
Qatar	1

MLT political risk

U.A.E.	2
Saudi Arabia	2
Qatar	3

Commercial risk

U.A.E.	B
Saudi Arabia	B
Qatar	A

Source CREDENDO

DEUX ENTREPRISES TÉMOIGNENT

“Dubai, une excellente plateforme logistique”

Fabricant de compresseurs industriels destinés à la fabrication d'emballages pour denrées alimentaires, la société liégeoise **Atelier François** est implantée à Dubai depuis 2007. Pas pour le marché local mais pour ses avantages logistiques comme l'explique son directeur commercial Georges Alard.

Atelier François fournit ses équipements aux producteurs de boisson et compte parmi ses clients de grands noms tels Coca-Cola, Pepsi, Danone ou encore Oasis Water. « Pour chaque machine vendue, nous vendons des prestations de SAV et devons livrer des pièces de maintenance. Pour cela, Dubai est une plateforme intéressante. Elle présente des atouts logistiques qui permettent de livrer à la fois l'Asie et l'Afrique. Sa position géographique permet de jongler avec les créneaux horaires et ainsi de gagner en réactivité d'autant que nos équipes locales travaillent le samedi et le dimanche, mais pas le vendredi » résume Georges Alard. Après avoir travaillé avec un logisticien international qui lui facturait d'importants coûts, la société a décidé de créer son centre logistique avec son propre personnel. « Nous avons 150 machines en Arabie Saoudite, nos clients régionaux, égyptiens par exemple apprécient de recevoir leur pièce de Dubai plutôt que de Belgique ! ». Dubai permet également de livrer l'Afrique de l'Est, « Au Nigéria, beaucoup d'Indiens occupent des postes de direction, la connexion avec Dubai est simple ».



WEIF 2014, le Séminaire sur les opportunités d'affaires aux E.A.U. a fait salle comble. De g. à d. D. Delattre, P. Annoye, G. Alard M. Merten

“Il faut être réactif !”

Michel Merten est le CEO de la société bruxelloise Memnon Archives Services (60 personnes dont 20 aux USA) spécialisée dans la numérisation et l'archivage de documents audiovisuels.

Face à la réduction des budgets de la clientèle européenne, la société a décidé de s'attaquer à certains marchés lointains dont les Etats-Unis, l'Inde et les Emirats Arabes Unis. Suite à des premières démarches infructueuses, le dirigeant a compris « qu'aux Emirats, le temps n'avait pas d'importance ». Au fil des ans, Memnon finit par faire la bonne rencontre, « un Indien actif dans les médias » avec lequel une société est créée à Dubai. « Nous avons recruté 35 Indiens mais nous n'avons aucun représentant de Memnon sur place, ce qui ne va pas car il faut être extrêmement réactif. Quand vous êtes sollicités, les offres de prix doivent être remises en 3 jours, pas en quinze... ». *S.Etaix*

Derrière le luxe, mille et une opportunités !

Décryptées par Pierre Annoye

BIG Five, Arab Health, Cabsat et Gulfood, des rendez-vous incontournables

« Aux EAU, quatre secteurs se distinguent particulièrement : la construction/matériaux, les TIC, la santé et la restauration/hôtellerie. Ils correspondent d'ailleurs à quatre grands salons qui rythment l'activité de notre bureau de Dubaï : BIG Five, Arab Health, Cabsat et Gulfood. L'AWEX est présente avec une collectivité d'entreprises wallonne, à chacune de ces grandes manifestations internationales ».

Les acheteurs ne restent que 6 mois à leur poste

« Il faut en moyenne deux à trois ans avant de signer un contrat. Localement les donneurs d'ordres ont une approche assez lente à l'image des Indiens. De plus il y a un grand roulement au sein des entreprises. Les responsables achats par exemple ne restent parfois pas plus de six mois en



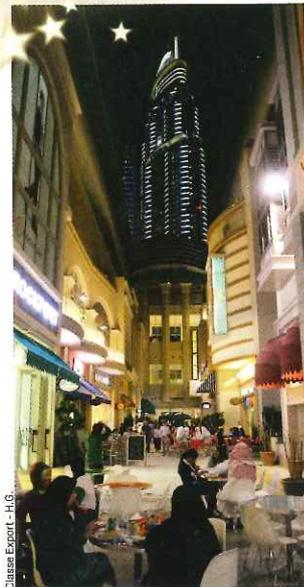
Classe Export - H.G.

poste, ce qui rend la relation commerciale très difficile autant dans la phase d'approche que celle des négociations. Il faut entretenir une relation au jour le jour. Notre bureau local propose en ce sens un incubateur qui accueille les entreprises qui n'ont pas de représentation en propre. Celles-ci bénéficient d'une base locale provisoire ».

Le luxe ne concerne qu'une infime partie de la population

« Il faut relativiser la notion d'interculturel dans les EAU. En effet, la population est composée à seulement 10 % d'Emiratis et 90 % d'étrangers. L'exportateur

traitera d'ailleurs le plus souvent en direct avec des expatriés, des anglo-saxons, indiens ou libanais, qui sont nommés aux postes clés des grandes entreprises localement implantées. Ce melting pot est aussi visible au sein des grands canaux de distribution locaux qui sont gérés par des communautés différentes selon le type de biens vendus. Le marché du luxe ne concerne qu'une infime partie de la population ce qui désacralise l'image "haut de gamme" vendue par les autorités notamment à travers l'hôtellerie de luxe. Il existe donc un marché plus traditionnel à destination d'une classe moyenne (largement représenté par les Indiens) qui gagne entre 1200 et 2000 € par mois ».



Classe Export - H.G.

Des droits de douanes très hétérogènes

« Les droits de douane sont calculés à partir de la valeur CIF du produit. Le tarif douanier moyen est de 5% et s'applique sur les principaux biens importés : les produits alimentaires et les médicaments. Les produits soumis à des droits de douane élevés sont l'alcool et le tabac (entre 50 et 80 %). Les produits dont la valeur est inférieure à 500 AED (102 euros environ) sont exemptés de droits de douane et de TVA. Il n'y a pas de grands conseils généraux à donner sinon celui de ne pas prospecter entre juin et septembre qui correspond localement à une période de "vide" économique. Les principaux rendez-vous pour le business restent ces grands salons internationaux durant lesquels tout se décide ».



Landino