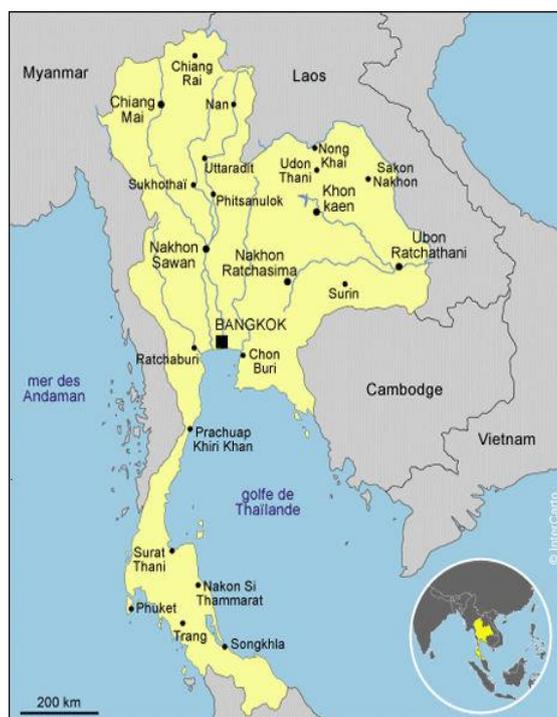




PRINCIPAUX INDICATEURS

Population : 67.96 millions d'habitants
PIB : 395 milliards USD nominal (2015)
Taux de croissance : 2,8%
Taux d'inflation : 0.68%
Exportations vers la France : € 1,73 Mds
Importations françaises : € 2,6 Mds
Position de la France : 4 partenaire européen - 16 fournisseur et 23 client
IDE entrants : USD 12,946 Mds

Carte du Pays



PRESENTATION ECONOMIQUE DU PAYS

Située au **cœur de l'Asie du Sud-est**, la Thaïlande, de par sa situation géographique avantageuse, se place comme un **pays carrefour** des échanges commerciaux. La capitale, **Bangkok**, située au centre du pays, compte plus de 12 millions d'habitants.

En dehors des épisodes de crises économiques qui ont touché le pays, à savoir la crise asiatique de 1997 et la crise mondiale de 2008-2009, la Thaïlande a profité d'une **économie stable et performante** au cours de ces dernières années. Suite à une baisse significative de -3,0% en 2009, la Thaïlande a connu une croissance exceptionnelle de 7,8% en 2010. En 2011 la croissance s'est contractée à 1,5% en raison des terribles inondations qui ont frappé le pays, toutefois, l'économie s'est redressée en 2012, en témoigne une croissance du PIB de 5.5% suivie par une croissance de 3,1% en 2013. En 2014, le pays connaît de nouveau un ralentissement économique avec un taux de croissance de seulement 1 % du fait du coup d'Etat militaire et des tensions politiques survenues à la fin de l'année 2013. L'année 2016 enregistre une croissance de 2,8% grâce à l'environnement politique relativement calme et à la restauration de l'investissement public. Une croissance de 3.5% est prévue pour 2017.

Le pays est un **membre actif de l'ASEAN** et bénéficie ainsi d'un accès stratégique vers ce marché, comptant 68 millions d'habitants. Bangkok est également le siège régional de nombreuses entreprises (pour l'Asie, l'ASEAN ou la sous-région du Grand Mékong).

Le volume d'investissements directs étrangers représente 35% de son PIB. La Thaïlande est le **3^{ème} exportateur** (derrière Singapour et le Vietnam) et le **2nd importateur** (derrière Singapour et la Malaisie) **de l'ASEAN**. Le secteur du tourisme contribue au dynamisme économique du pays, avec plus de 32.13 millions de touristes en 2016.

Enfin, la Thaïlande est un pilier essentiel pour ancrer **l'économie de ses pays voisins**, en voie de développement, comme le Laos, la Birmanie et le Cambodge. L'émergence de ces nouveaux marchés offre d'importantes perspectives de business-développement.

LES TENDANCES DE L'ÉCONOMIE

La Thaïlande s'est remise lentement de la crise économique asiatique de 1997, pour se transformer en **l'un des acteurs économiques les plus dynamiques de la région** sur la période 2002-2008. Elle accueille aujourd'hui un grand nombre d'investissements étrangers et affiche une nette augmentation dans sa consommation de biens et services. Après les grands évènements politiques ainsi que le décès du roi RAMA IX durant cette décennie, l'économie du pays a été affectée mais cela ne dure qu'à court-terme. La Thaïlande a terminé

La Thaïlande est une économie émergente très dépendante des exportations. Celles-ci comptent pour près de trois quarts du PIB. Le pays est la 2^{ème} nation la plus riche de l'ASEAN avec un PIB de 395 million USD en 2015, après l'Indonésie (32^{ème} mondial) et d'une population de 68 million d'habitants. L'économie Thaïlandaise repose principalement sur l'industrie (40,6% du PIB) et les services (44,7% du PIB). L'agriculture n'y contribuant qu'à hauteur de 12% alors que cette filière emploie près de 40% de la population active. Les principaux biens exportés étant les produits manufacturés (88,5%) et agroalimentaire (7,9%), tandis que les importations portent sur les produits énergétiques (20%) et les machines et équipements (19,5%).

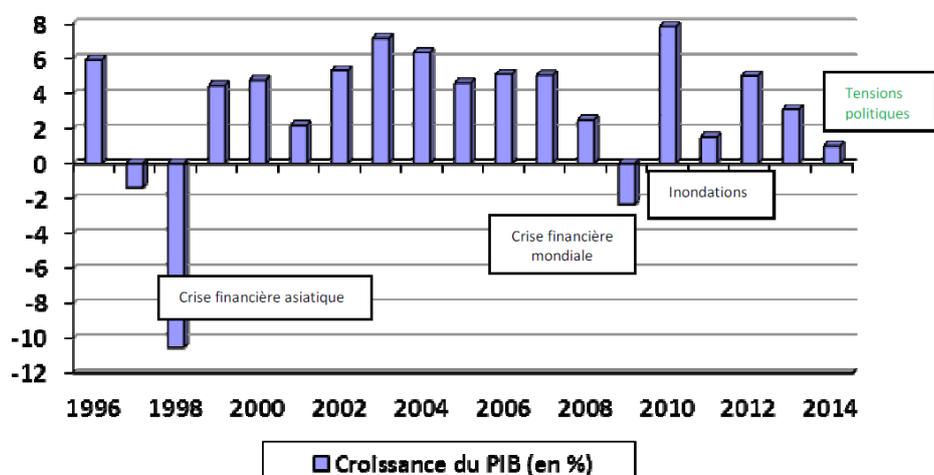
Le pays est un des principaux producteurs et exportateurs de caoutchouc, de thon en boîte, de crevettes de sucre, d'ananas en boîte, de manioc et de riz, (avec 10,97 millions de tonnes de riz en 2014 et 9,79 millions de tonnes de riz en 2015). Les industries de l'automobile et des matériels électroniques font aussi partie des secteurs porteurs de l'économie thaïlandaise, notamment grâce aux exportations. Dans le même temps, les importations n'ont pas cessé d'augmenter, notamment pour les biens de consommation, les matières premières, les biens d'équipement et le carburant.

Malgré les aléas climatiques, le tourisme continue de jouer un rôle important dans la bonne santé de l'économie du pays (plus de 14% du PIB), avec plus de 22 millions de touristes en 2012 puis, plus de 26,55 millions en 2013 ce qui représente un record pour le pays. En 2014, la Thaïlande a vu son nombre de touristes chuter à 24,8 millions du fait des tensions politiques et des nombreuses manifestations qui ont eu lieu à travers le pays. En revanche, des belles années, soit 2015 se termine avec 29,88 million, en 2016 plus de 32.13 million de touristes étrangers, les autorités ne cessent pas à promouvoir plusieurs projets pour développer le tourisme du pays. La Thaïlande est une des destinations de voyage favorites des français avec 600 000 touristes.

Le pays dispose d'une main d'œuvre de qualité et le taux de chômage reste très bas et stable; 0,7% en 2014, autour de 0,88% en 2015 et baissé à 0.7% en 2016.

Selon la Banque Mondiale, Juin 2016, la Thaïlande se place au 46^{ème} (49^{ème} en 2015) parmi les 189 pays en matière de facilité à faire des affaires et 3^{ème} de l'ASEAN après Singapour et Malaisie, notamment en matière de création d'entreprises.

► Une économie résiliente



Malgré les crises qui ont frappé le pays (la crise asiatique en 1997, la crise financière mondiale en 2008 et les inondations en 2011), le pays a toujours su rebondir grâce au dynamisme et à la réactivité de ses différents acteurs économiques.

LES ECHANGES COMMERCIAUX FRANCO-THAÏE

En 2016, la France et la Thaïlande fêtent le 160ème anniversaire de relation franco-thaïlandaise.

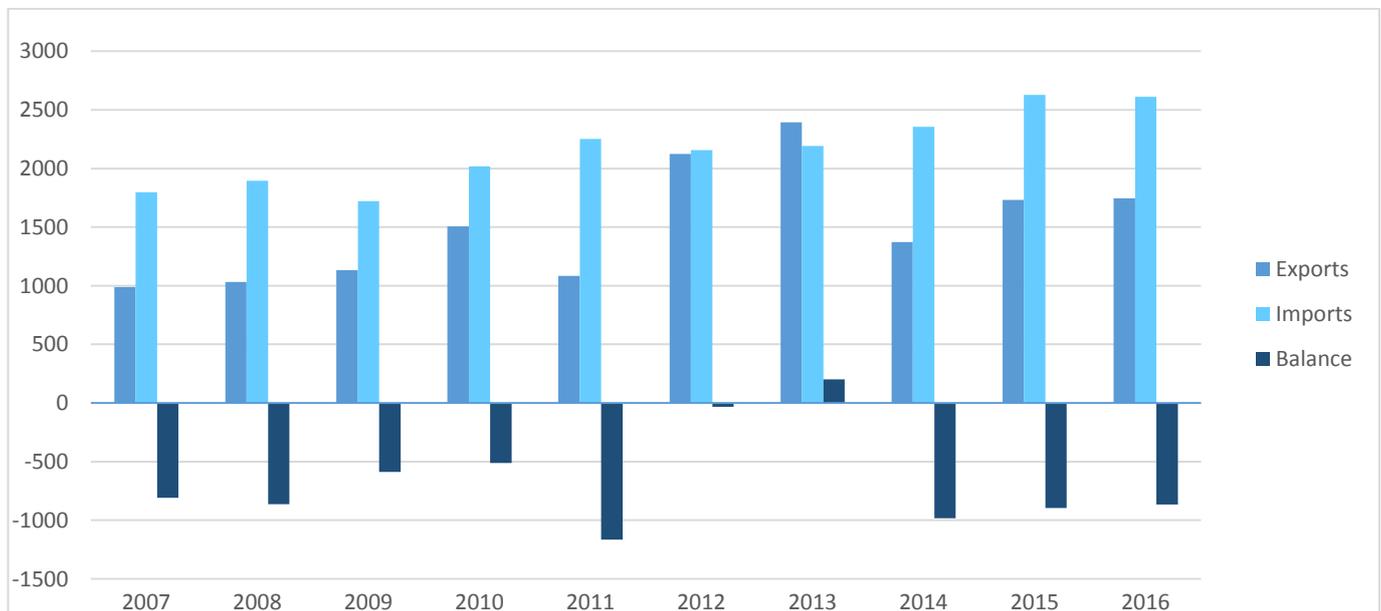
De nombreux groupes français s'efforcent à maintenir leurs offensives stratégiques dans l'implantation et le développement de leurs activités en Thaïlande. Cette stratégie répond à trois objectifs principaux

- ▶ augmenter le volume des ventes
- ▶ utiliser la Thaïlande comme une base de production régionale pour l'exportation.
- ▶ utiliser la Thaïlande comme un hub régional pour transférer les biens vers les pays voisins

Certaines entreprises françaises ont créé un **bureau régional** en Thaïlande pour approcher le marché Sud-Est asiatique. Le récent accord de libre-échange au sein de l'ASEAN et entre l'ASEAN et la Chine, prévoyant la suppression des taxes douanières sur 90% des échanges régionaux, donnent ainsi naissance à la plus grande zone de libre-échange au monde. Cet accord offre de réelles opportunités économiques pour la Thaïlande grâce à sa situation géographique centrale.

Aujourd'hui, plus de 350 entreprises françaises sont implantées en Thaïlande, comprenant plus de soixantaine filiales de grands groupes français et près de 300 PME et chefs d'entreprise. Ces sociétés emploient près de 70 000 salariés et elles œuvrent dans divers domaines tels que l'industrie, la construction, l'énergie, les services, les biens de consommation. Tous ces domaines d'activités symbolisent la diversité du savoir-faire français. Mais les investissements français en Thaïlande demeurent toutefois beaucoup moins importants que ceux du Japon ou des États-Unis.

Malgré de bonnes relations économiques, la Thaïlande et la France peuvent encore améliorer leurs échanges commerciaux.

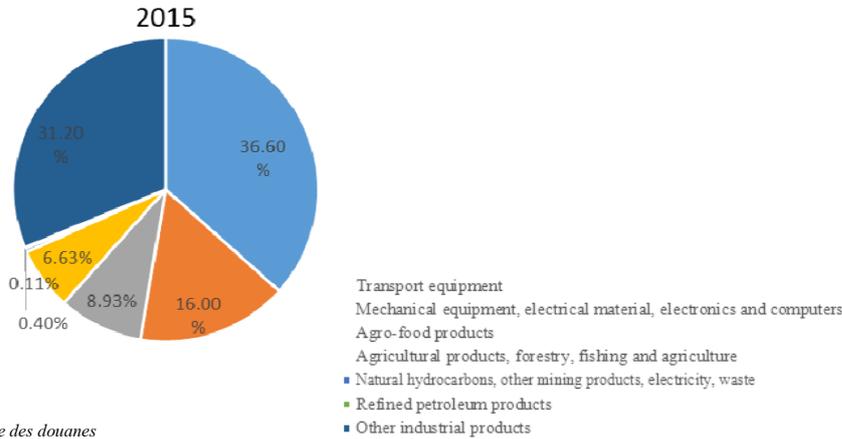


Source : French Customs, February 2017.

En 2015, les **exportations françaises** vers la Thaïlande enregistrent €1,73 Mds et sont dominées par les matériels de transport (36,6%). La France détient 1,34% part de marché thaïlandais, le 2e fournisseur européen après l'Allemagne.

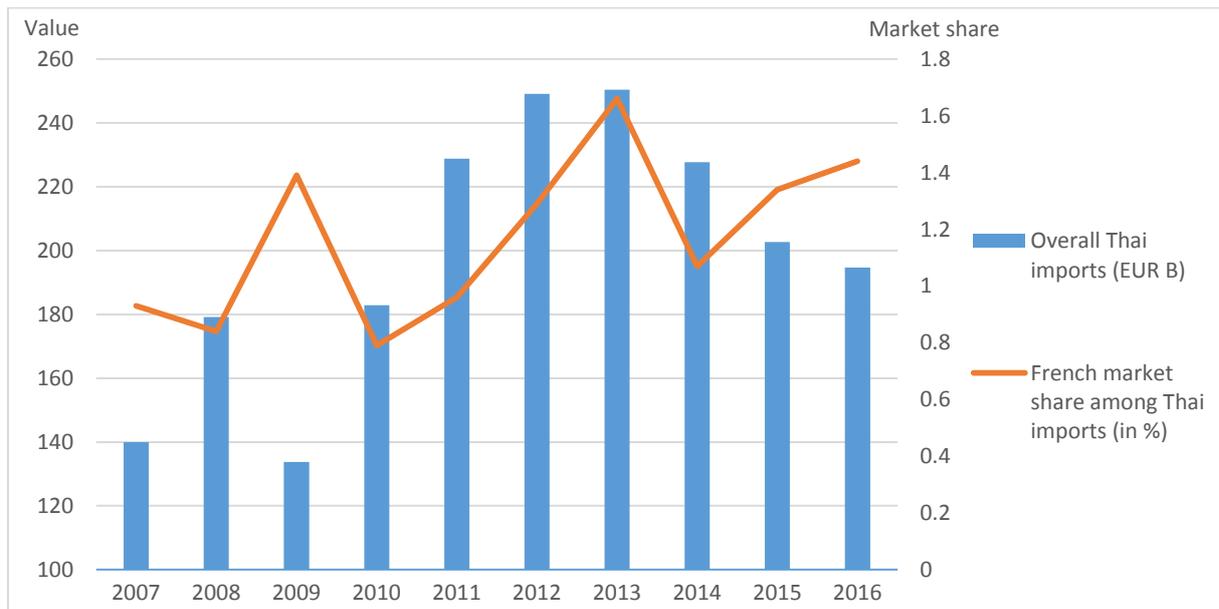
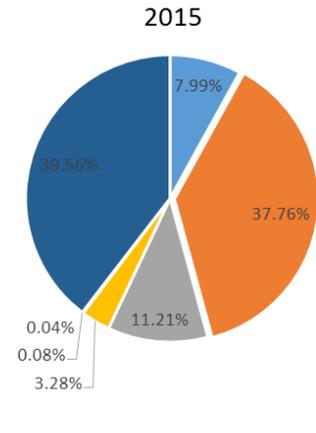
Les **importations françaises** en provenance de Thaïlande ont augmenté de 10% et enregistre à €2,6 Mds. La Thaïlande est le 2e fournisseur de l'ASEAN après Vietnam. Elles comprennent principalement les produits industriels autres (39,56%) et les équipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique (37,76%). La France est le 4ème client européen de la Thaïlande.

Exportations françaises vers la Thaïlande en 2015



Source: Service des douanes

Importations françaises depuis la Thaïlande en 2015



Source: Thailand Customs Departement (data compiled by Bank of Thailand), Trade Classified by Country (US\$), February 2017.

Les investissements français en Thaïlande

En 2015, la France est le **4ème investisseur européen et le 10ème mondial** en Thaïlande après le Royaume-Uni, les Pays-Bas et l'Allemagne, mais détient toujours une faible part de marché (0,83%).

▶ Les principaux investisseurs en Thaïlande

Principaux investisseurs en Thaïlande en 2015	Part des IDE (en %)
 Japon	53
 Etats-Unis	12
 Royaume-Uni	11
 Singapour	7
 Hong Kong	5
 France	1,67

LES SECTEURS PORTEURS

De **nombreuses entreprises françaises** ont déjà implanté leurs activités en Thaïlande, principalement dans les secteurs suivants :

- ▶ l'industrie
- ▶ l'énergie
- ▶ les services aux entreprises
- ▶ la restauration, le tourisme et l'hôtellerie

Les opportunités pour les entreprises françaises seront essentiellement centrées sur les secteurs qui bénéficient d'un **fort potentiel de développement**, tels que :

- | | |
|--|----------------------------|
| ▶ les infrastructures de transport et de | ▶ le textile - habillement |
| ▶ Télécommunications | ▶ l'automobile |
| ▶ la santé | ▶ le bien-être |
| ▶ l'agro-alimentaire | ▶ la bijouterie |
| ▶ l'énergie et le développement durable | ▶ l'art de vivre |

AUTOMOBILE

Secteur d'activité central en Thaïlande doté d'un tissu d'entreprises dynamiques (2 000 équipementiers, 450 000 salariés), le secteur automobile connaît une progression significative depuis 2005. La Thaïlande est **le premier assembleur automobile de l'ASEAN** et enregistre une production de 2,46 millions de véhicules en 2013 (dont **54% est destiné au marché domestique**). En 2015 elle est classée au 12ème producteur mondial et restée en tête dans les 10 premiers exportateurs mondiaux. Le pays bénéficie d'une main d'œuvre bien formée et d'excellentes infrastructures logistiques.

Le marché local est essentiellement dominé par les constructeurs japonais avec 80,5% de parts de marché, notamment par TOYOTA avec 33,48 %. Seules les marques Citroën et Peugeot sont distribuées en Thaïlande. De **nombreux équipementiers** s'y sont installés également (Michelin, Saint-Gobain Sekurit, Valeo, Gremco, Inergy, Plastic Omnium,...). **Les perspectives en Thaïlande pour les entreprises françaises, sont excellentes.**

AGRO-ALIMENTAIRE:

La Thaïlande a obtenu la désignation de « cuisine du monde » grâce à la diversité de ses produits et à l'abondance de ses ressources naturelles. Près de 41% des terres thaïlandaises sont agricoles.

L'industrie agricole et alimentaire représente 28% du PIB et plus de 116 000 entreprises dont 96% sont des PME. Plus de 50% de la production de produits transformés est destinée à l'exportation. Selon le National Food Institute, la Thaïlande a exporté 897 529 million de bahts de nourriture en 2015.

D'autre part, les thaïlandais étant plus conscients de leur santé aujourd'hui, les produits renforçant le bien être se développent.

L'objectif du gouvernement est de faire de la Thaïlande, le plus grand centre de commerce et de distribution alimentaire en Asie. Pour cela il va développer les exportations à de nouveaux marchés potentiels, en particulier l'ASEAN, la Chine, l'Inde, la Russie et l'Afrique.

AGRO-ALIMENTAIRE:

La Thaïlande a obtenu la désignation de « cuisine du monde » grâce à la diversité de ses produits et à l'abondance de ses ressources naturelles. Près de 41% des terres thaïlandaises sont agricoles.

L'industrie agricole et alimentaire représente 28% du PIB et plus de 116 000 entreprises dont 96% sont des PME. Plus de 50% de la production de produits transformés est destinée à l'exportation. Selon le National Food Institute, la Thaïlande a exporté 897 529 million de bahts de nourriture en 2015.

D'autre part, les thaïlandais étant plus conscients de leur santé aujourd'hui, les produits renforçant le bien être se développent.

L'objectif du gouvernement est de faire de la Thaïlande, le plus grand centre de commerce et de distribution alimentaire en Asie. Pour cela il va développer les exportations à de nouveaux marchés potentiels, en particulier l'ASEAN, la Chine, l'Inde, la Russie et l'Afrique.

ENERGIE ET DEVELOPPEMENT DURABLE:

La Thaïlande joui d'un fort développement énergétique, dû à l'augmentation de sa consommation d'énergie permettant d'alimenter son expansion industrielle. La Thaïlande est notamment le premier consommateur d'électricité d'Asie du Sud-Est. Le gouvernement a récemment mis en avant un plan de développement de ses infrastructures énergétiques afin d'approvisionner le pays et suffire à ses besoins d'expansion.

D'autre part, la Thaïlande a pour ambition de devenir le « green hub energy » de l'Asie. Actuellement, 9% de la production d'énergie en Thaïlande provient des énergies renouvelables. Désormais, dans le cadre de sa politique de promotion des énergies renouvelables, le pays s'est fixé pour objectif d'atteindre les 25% dans son mix énergétique national d'ici 2030.

BIJOUTERIE

Confortée d'une tradition, d'une main d'œuvre de qualité et de technologies modernes sophistiquées, l'industrie des pierres précieuses en Thaïlande brille parmi les leaders mondiaux. Grâce à ses ressources naturelles, à sa capacité de production supérieure, le pays est un leader dans la coupe et le polissage, le design innovateur et le contrôle de qualité. On compte 1600 sociétés travaillant dans l'industrie des pierres précieuses. La Thaïlande est le 1^{er} producteur de bijoux en argent, le 5^{ème} plus grand centre de coupe de diamants et se situe dans le Top 5 des centres de polissage bijoutier. Le pays est également classé au 12^{ème} rang au niveau des pierres colorées.

Les exportations thaïlandaises de bijoux s'élevaient à 8,5 millions USD en 2013 et sont majoritairement tournées vers Hong Kong (28%), les USA (13%) et la Suisse (12%), avec pour produits phare les bijoux fins. Les importations sont quant à elles diminuées entre 2013 et 2014 passant de 18,5 millions USD à 7,7 millions USD avec en tête des importations, l'or semi-manufacturé ou brut.

SPA ET COSMETIQUES

Le secteur du spa thaïlandais est connu mondialement grâce à l'ancien héritage dans le rituel, le traitement et la technique de massage avec l'usage des herbes médicinales pour renforcer le bien être. Par ailleurs, l'hospitalité renommée des thaïs et la qualité du service contribuent au développement de cette industrie, qui a connu une croissance phénoménale de 202% entre 2002 et 2012.

Le marché des cosmétiques est très concurrentiel. Plus de 300 marques locales et importées sont vendues en Thaïlande et la majorité des grandes marques internationales est représentée dans le pays. La majorité des produits cosmétiques proviennent des Etats-Unis (20% des importations) tandis que la France domine le marché des parfums et eau de toilette avec une part de marché de 64%. En 2013, le niveau des importations a atteint 576,58 M d'euros

Le marché se segmente de façon suivante : Produits capillaires : 34% - Soins de la peau : 31% - Maquillage : 29% - Parfumerie : 6%

CONSEILS POUR UNE ENTREPRISE SOUHAITANT APPROCHER LA THAÏLANDE

Préparer sa démarche

Il existe de nombreuses opportunités d'investissement en Thaïlande. Il s'agit d'un marché en croissance constante dans de nombreux secteurs d'activités. Les entreprises thaïlandaises sont aussi réputées pour la qualité du travail fourni et les faibles coûts de production. Malgré tout, une sélection précise des cibles ainsi qu'un déplacement en Thaïlande sont fortement recommandés afin d'établir un contact avec les professionnels pertinents. Il est en effet difficile d'évaluer le potentiel de ce marché ou bien d'accomplir une démarche de sourcing à distance.

Optimiser son premier contact

L'anglais est assez répandu dans le milieu des affaires en Thaïlande ; ainsi, il est relativement aisé de communiquer et d'obtenir des documents officiels en anglais. Les Thaïlandais s'appellent par leur prénom précédé du mot « Khun » et jamais par leur nom. Toutefois, les entreprises thaïes présentent généralement une structure très hiérarchisée et il est souvent difficile de joindre la personne souhaitée. Dans ce contexte, une approche en Thaïe peut constituer un atout certain. De plus, un contact dans la langue de son interlocuteur est toujours fortement apprécié.

Prendre en compte l'écart culturel dans la communication et la négociation

Les thaïlandais expriment très peu leurs sentiments et évitent toutes sources de conflit pouvant les mettre dans une position inconfortable, ou leur faire « perdre la face ». Le refus est rarement exprimé tout de suite ; l'usage du « non » est parfois prohibé. Ainsi, le « Oui » ou « Ok » peut signifier « peut-être », « je vais réfléchir » ou encore masquer une négation. Il faut donc être précis et ne pas hésiter à reformuler. Néanmoins, les thaïlandais font preuve d'un fort esprit de compromis, ne jamais oublier que « tout est négociable en Thaïlande »

Entretenir un suivi régulier

Il est important de conserver un contact régulier afin d'établir une relation de confiance stable et solide et s'assurer que l'entreprise respecte toutes les conditions commerciales. La prise de décision peut sembler relativement longue en Thaïlande. La négociation sous pression est fortement déconseillée. Si la partie contractante thaïlandaise a le sentiment de ne pas être respectée, elle peut facilement annuler l'affaire.

Contactez les entreprises françaises en Thaïlande

Près de 300 entreprises françaises sont implantées en Thaïlande et emploient près de 70 000 salariés. Ces entreprises sont présentes dans de nombreux secteurs et domaines d'activité. Certaines proposent des prestations pour aider les entreprises à mieux approcher le marché thaï depuis la France. La Chambre de Commerce Franco-Thaïe peut vous accompagner dans votre démarche d'approche et vous mettre en relation avec toutes ces entreprises.

LA CCIF THAÏLANDE

► La CCFT en chiffres

Un réseau de plus de 345 membres représentant tous les secteurs d'activité
 Plus de 60 événements organisés chaque année
 18 collaborateurs
 6 collaborateurs dédiés à l'appui aux entreprises
 400 demandes d'entreprises françaises traitées par an
 30+ prestations lourdes réalisées pour le compte de sociétés françaises

► Historique et missions

Créée à Bangkok en 1966 à l'initiative de 20 entrepreneurs français, la Chambre de Commerce Franco-Thaïe est une association à but non lucratif de droit thaïlandais dont l'objectif est de promouvoir les investissements et les échanges commerciaux entre la Thaïlande et la France. Ses principales missions sont les suivantes :

Mission	Service en charge	Personne responsable à la CCFT
La fédération et l'appui à la communauté d'affaires franco-thaïe en Thaïlande	Service communication et événementiel - Événement networking/contenu - Communication : newsletter, site web - Représentation et lobbying via comité de travail	Suphalak PHUTPHENG suphalak@francothaicc.com
L'appui commercial des entreprises	Service d'appui aux entreprises - Appui France + centre d'affaires - Appui Thaïlande + Promosalons (représentation des salons français)	Sommawan LOWHAPHANDU sommawan@francothaicc.com
L'appui RH	Service RH - Placement de Français à la recherche d'un emploi en Thaïlande - Recrutement pour le compte de sociétés membres	Kaewta SRICHA-PETIT kaewta@francothaicc.com

Pour plus d'informations, contactez :
 la Chambre de Commerce Française en Thaïlande :
 Kian Gwan House III, 5th Fl., 152 Wireless Rd., Lumpini, Pathumwan, Bangkok, 10330
 Tél : +66 (0)2650 9613 - Fax : +66 (0) 2650 9739
 contact@francothaicc.com- Site: <http://www.francothaicc.com/>