



Thaïlande

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

Données générales

Superficie : 514 000 km²

Capitale : Bangkok (Krung Thep), 9,3 M hab (estimations de l'ONU)

Monnaie : baht (THB)

Langue : thaï

Population : 68,77 M (estimation 2013 du FMI)

Démographie :

La croissance actuelle de la population s'élève à 0,543 %, avec un indice de fécondité de 1,5 (le renouvellement des générations n'est donc plus assuré). Néanmoins, la population reste jeune du fait des années de forte croissance avant 1976, avec un âge moyen de 36,2 ans.

Infrastructures

4 091 km de voies ferrées, 212 060 km de routes, dont 313 km d'autoroutes auxquels s'ajoutent 5 247 km de voies navigables.



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

Données économiques en 2013

Principaux indicateurs économiques par pays

Indicateurs	Pays	France
PIB	400 Mds USD	2 066,5 Mds EUR
Déficit public en % du PIB	NC	4,1 %
Dette publique en % du PIB	47,5 %	92,7 %
PIB par habitant	5 878 USD	27 640 EUR
Taux de croissance	+ 2,9 %	0,3 %
Taux d'inflation	2,2 %	0,9 %
Taux de chômage	0,8 %	10,5 %

Sources : Commission européenne, INSEE, NESDB, Banque mondiale, FMI



Situation économique et financière du pays

Grâce à la solide économie du pays et aux efforts de reconstruction suite aux inondations en 2011, le Royaume avait réalisé 6,4 % de croissance en 2012. Toutefois, à cause de l'instabilité politique et en conséquence du ralentissement de l'activité économique du pays, la Thaïlande enregistre en 2013 seulement 2,9 % de croissance.

L'économie thaïlandaise est très ouverte (les échanges représentent plus de 119 % du PIB en 2013). Les principaux moteurs de la croissance sont la consommation des ménages (émergence d'une classe aisée), l'investissement des entreprises et les exportations.

Afin de soutenir le pouvoir d'achat des ménages et d'encourager la consommation, le gouvernement a pris un ensemble de mesures, notamment le salaire minimum, fixé à 300 THB par jour et étendu à tout le pays depuis le 1^{er} janvier 2013.

En outre, on notera également la réduction de l'impôt sur les sociétés qui était passé de 30 % à 23 % en janvier 2012 pour atteindre 20 % à partir de 2013 (décret royal 530).

Politiques fiscale et économique du pays

Représentant près de 60 % du PIB, les exportations thaïlandaises ont été progressivement réorientées vers des zones plus dynamiques (Moyen-Orient, Chine, ASEAN, Asie centrale, Océanie...) que les traditionnels clients européens, japonais ou nord-américains. La Thaïlande s'est donc recentrée sur son rôle de *leader* régional au sein de l'Asie du Sud-Est en multipliant les actes de coopérations.

Le Royaume dispose d'une très bonne santé financière, tant interne, qu'externe (la dette externe représente 47,5 % du PIB en 2013 d'après la CIA). Les agences de *rating* estiment donc que le risque pays est modéré.

Accords politiques, juridiques et multilatéraux

La Thaïlande est un des membres fondateurs de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) ; elle est également signataire de la convention relative à l'Agence multilatérale de garantie des investissements (MIGA) depuis octobre 2000 et de la convention pour le règlement des différends relatifs aux investissements entre États et ressortissants d'autres États depuis 1985, mais elle n'a jamais ratifié ce texte et celui-ci n'est, par conséquent, jamais entré en vigueur. Le Royaume n'a pas non-plus adopté l'accord sur les marchés publics de l'OMC.

La Thaïlande est aussi particulièrement impliquée au niveau régional par son rôle actif au sein de plusieurs organisations de coopération : ASEAN (Association des Nations d'Asie du Sud-Est), ASEM (*Asia-Europe Meeting*), APEC (forum des États du Pacifique), etc. Cette intégration économique régionale devrait franchir un nouveau cap en décembre 2015 avec la mise en place du marché commun entre les membres de l'ASEAN (*ASEAN Economic Community, AEC*).

À l'échelon sous régional, la Thaïlande maintient des relations étroites en matière économique et commerciale avec les pays voisins dans le cadre de deux grands groupements sous régionaux : le Triangle de croissance (Indonésie, Malaisie, Thaïlande) et le Groupe de coopération économique de la sous-région du Grand Mékong.

La Thaïlande est signataire d'une trentaine d'accords bilatéraux de protection et de promotion réciproques des investissements avec des pays aussi bien asiatiques qu'europeens. Mais aucun traité de ce type n'existe encore avec la France.

Enfin, la Thaïlande a conclu des traités visant à éviter la double imposition et à lutter contre l'évasion fiscale (*Double Tax Agreement* ou DTA) avec 52 pays, dont la France depuis 1974.

En janvier 2013, le gouvernement thaïlandais a approuvé le principe d'un accord de libre-échange entre la Thaïlande et l'Union européenne pour 2015. Les échanges bilatéraux de biens se sont élevés à 32 Mds EUR en 2013.

Commerce extérieur

Exportations en 2013 :	228,65 milliards USD
Importations en 2013 :	<u>248,85 milliards USD</u>
Solde :	- 20,2 milliards USD

Poids de la France dans les importations de la Thaïlande en 2013 (en valeur) : 1,67 %

Sources : Information and Communication Technology Center of Thailand, Customs Department of Thailand, 2014

Le déficit commercial peut s'expliquer par l'augmentation des importations en 2012 suite aux inondations qui ont touché le pays en fin d'année 2011 d'une part, et la baisse des exportations en 2013, en raison d'un contexte politique et économique difficile d'autre part.

En 2012, la France représentait 1,29 % des importations de la Thaïlande, soit une augmentation de 0,38 % en 2013.

Par ailleurs, la France est le 14^e fournisseur et le 25^e client de la Thaïlande. Les principaux grands partenaires commerciaux du Royaume sont la Chine, le Japon et les États-Unis.

État des lieux du commerce bilatéral

Les échanges commerciaux entre la France et la Thaïlande sont traditionnellement modestes ; ils restent néanmoins croissants depuis 2008 et atteignent 3,5 Mds EUR en 2012 et 4,2 Mds EUR en 2013 (estimations des douanes thaïlandaises).

En 2013, les exportations françaises vers la Thaïlande ont augmenté de près de 13 % par rapport à l'année précédente, et les exportations thaïlandaises vers la France enregistrent une hausse de 1,5 % pour la même période.

La Thaïlande est le 3^e client de la France au sein des pays de l'ASEAN, derrière Singapour et la Malaisie.

De ce fait, notre part de marché s'établit à 1,67 % en 2013, mais permet néanmoins à la France de conserver son second rang au sein de l'Union européenne derrière l'Allemagne (2,4 %), et devant le Royaume-Uni (1,33 %) et l'Italie (0,96 %).

Les exportations thaïlandaises concernent principalement les produits industriels (notamment le textile) ainsi que les produits électriques (informatique et électroménager).

Exportations et importations vers et depuis la Thaïlande en 2013

Échanges France-Thaïlande, structure sectorielle des échanges en CPA 17/36 en 2013 (en milliers d'EUR)

Secteurs	Exportations FAB	Importations CAF
Sylviculture et agroalimentaire	9 742	96 696
Hydrocarbures, produits raffinés et coke	26 512	1 269
Équipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique	248 605	720 712
Matériel de transport	1 483 631	167 454
Textile, habillement, cuir et chaussures	50 619	226 616
Produits chimiques, parfums et cosmétiques	171 091	58 117
Produits pharmaceutiques	86 569	8 993
Produits manufacturés divers	46 575	348 178
Autres	270 731	549 330
Total	2 394 075	2 177 365

Sources : Douanes françaises



Les secteurs porteurs et la présence française

Le poste « matériel de transport » (principalement **aéronautique**) est le poste majeur d'exportation. Le secteur aéronautique prend une place importante dans les exportations françaises avec notamment les livraisons en 2012 de trois A 380 à la compagnie aérienne Thai Airways.

Avec 171 M EUR de ventes, les **parfums et cosmétiques** constituent également un élément important de la présence française en Thaïlande. D'après un distributeur thaïlandais, le marché des cosmétiques devrait augmenter de 10 % en 2014. Le niveau des importations avait atteint 576,58 M EUR en 2013, soit une croissance de 10,21 % par rapport à 2012. La croissance des importations de parfums et cosmétiques s'élevait à 13,81 % en 2013 (janv.-nov.). Quant aux produits français, leurs importations ont augmenté de 14,51 %. La France se positionne toujours comme le premier fournisseur de parfums et eaux de toilette et reste parmi les trois premiers pays importateurs de produits de beauté et de soin de la peau du marché thaïlandais. Ces derniers ont connu une croissance de 36,67 % entre 2012 et 2013.

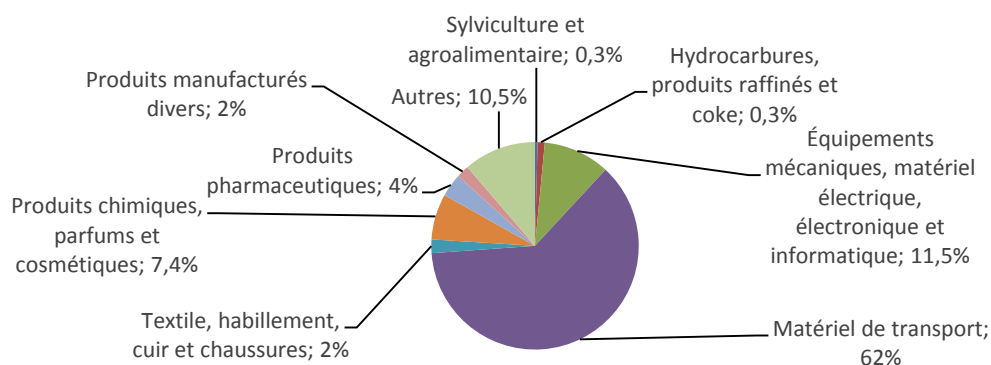
En 2013, le secteur **automobile** a augmenté de 0,14 % (en glissement annuel), enregistrant une croissance en volume de 9,9 % des exportations (soit en valeur 11,7 M EUR). On estime à 2,46 M, le nombre de véhicules produits en Thaïlande en 2013 (soit plus que sur le sol français : 1,8 M d'unités). Le Royaume deviendrait le 10^e producteur mondial et le 7^e exportateur mondial d'automobiles, ainsi que le 1^{er} centre de production et d'assemblage de véhicules en ASEAN. 54 % de la production totale est destinée au marché domestique. 1,13 millions de véhicules sont exportés.

Bien que principalement importatrice d'**équipements électroniques, informatiques et mécaniques**, la France représente néanmoins une offre importante dans ce domaine avec près de 248 M EUR exportés vers la Thaïlande.

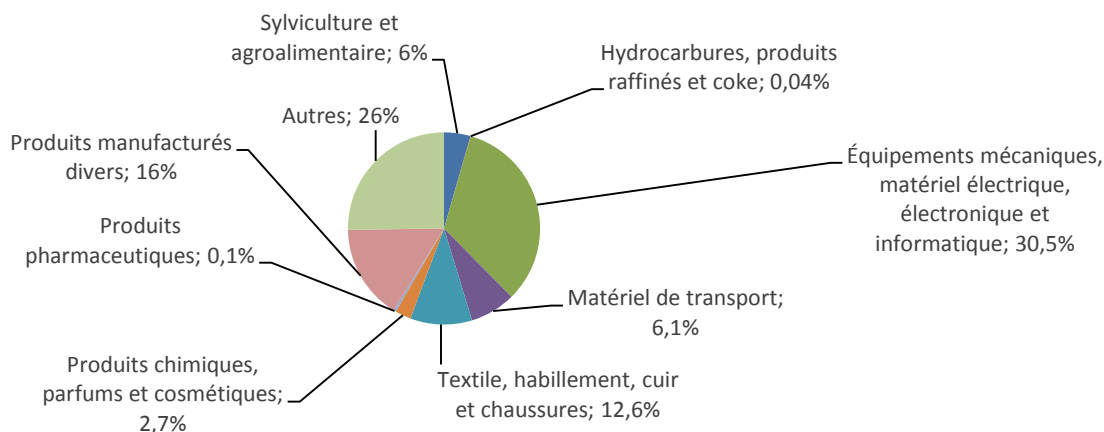
Enfin, nos exportations de **produits agroalimentaires** continuent de croître avec, en 2013, des ventes à hauteur de 130 M EUR. La France se positionne sur le marché thaïlandais du vin en tant que 1^{er} exportateur en valeur avec 35 % de parts de marché tandis qu'elle occupe un rôle plus modeste dans le secteur des spiritueux avec 9 % du marché des produits importés. L'accès à ce marché reste difficile principalement à cause de taxes dissuasives.

Par ailleurs, les principaux produits gourmets importés dans le Royaume sont composés de céréales de type « *Corn flakes* » (33 M EUR), de lait et de crème, concentrée ou sucrée (296 M EUR) et de thé, café et cacao (332 M EUR). Les exportations françaises en Thaïlande sont principalement le foie gras, les huîtres, le fromage, les produits de boulangerie, pâtisserie et biscuiterie, les confitures, purées de fruits et compotes, avec un taux de croissance significatif ces dernières années.

Exportations (France vers Thaïlande)



Importations (Thaïlande vers France)



Les investissements

Comme dans d'autres pays de l'ASEAN, le développement économique de la Thaïlande s'est largement appuyé sur les investissements étrangers à partir des années 1980. Selon les dernières statistiques publiées par le *CIA World FactBook* (2013), le stock d'IDE en Thaïlande était estimé à 193,7 Mds USD en 2013, soit environ 15 % du stock investi en Asie du Sud-Est. La Thaïlande se classe ainsi troisième, derrière Singapour (50 % du stock d'IDE dans la région), et l'Indonésie.

Les investissements étrangers en Thaïlande s'élèvent à 8,8 Mds EUR en 2013 ; parmi lesquels 102 M EUR d'investissements français. Les investisseurs asiatiques constituent les principaux apporteurs de capitaux ; ainsi, d'après la Banque de Thaïlande, en 2013, 53,8 % des flux provenaient du Japon, 12,2 % des États-Unis et 5,3 % de Hong-Kong. Les apports de la France représentent 1,15 %, la plaçant ainsi 13^e investisseur mondial et 2^e de l'Union européenne (derrière le Royaume-Uni et l'Allemagne).

En l'absence de statistiques sur les stocks d'investissements, une analyse du montant agrégé des flux depuis 1970 permet néanmoins d'évaluer la présence française à environ 1,2 Md USD. À noter toutefois que ces statistiques sous-évaluent fortement la réalité de notre présence, puisque plusieurs investissements importants d'entreprises françaises n'ont pas été réalisés directement à partir de France (Total, Michelin, Casino...). Une quinzaine de projets français sont habituellement validés par le BOI chaque année, principalement dans les secteurs du textile, des biens d'équipement et de l'énergie électrique. Signalons également la croissance des investissements français dans le domaine des services (hôtellerie).

Environnement des affaires et conseils pratiques

Les usages du pays

L'apparence

Comme dans de nombreux pays d'Asie, une personne est souvent jugée sur son apparence et d'après le choix de ses vêtements. De manière générale, notamment dans les relations d'affaires, les personnes se serrent la main pour se saluer, mais plus traditionnellement, les Thaïlandais utilisent le *wai* (geste dans lequel les deux mains sont jointes au niveau de la poitrine et la tête s'incline légèrement vers l'avant).

L'image de soi est très importante pour les Thaïlandais. Critiquer ou contredire quelqu'un publiquement peut être extrêmement mal perçu. En effet, les Thaïs sont très soucieux de ne pas « perdre la face » et si cela devait arriver, ils pourraient être amenés, dans certaines situations, à rompre le dialogue. Il est donc fortement recommandé de modérer ses propos vis-à-vis de son interlocuteur thaïlandais.

Bien que très moderne, la société thaïe n'en demeure pas moins fortement attachée à ses traditions. La religion, en particulier, joue un rôle considérable dans le quotidien. En outre, la famille royale, et le Roi plus spécialement, jouissent d'un statut très important et sont profondément respectés. Il est vivement déconseillé de porter en public un jugement critique ou insultant sur l'un de ses membres.

La carte de visite

Il est indispensable de se munir de cartes de visite en anglais, voire également en thaï, très appréciées et systématiquement échangées lorsque l'on rencontre une personne pour la première fois.

À noter également : compte tenu du trafic urbain à Bangkok, imprévisible, il faut penser à bien espacer ses rendez-vous et à prévoir une marge suffisamment large pour ne pas arriver en retard. Les Thaïlandais apprécient la ponctualité.

Les pratiques commerciales du pays

L'approche commerciale

Toutes les approches commerciales traditionnelles peuvent être utilisées en Thaïlande : recours à un agent exclusif ou non, vente à un importateur, création d'un bureau de représentation, d'une succursale, d'une filiale ou développement d'un réseau de franchise. Cependant, compte tenu des difficultés liées à la langue et aux réglementations locales, il est recommandé dans un premier temps de choisir un intermédiaire local, puis d'établir une représentation permanente dans un second temps. Dans tous les cas, une bonne approche du marché nécessite plusieurs déplacements sur place.

Les formes d'implantation

Les exportations de prestations de services nécessitent souvent le séjour d'un ou plusieurs ressortissants étrangers dans le pays. Certaines procédures administratives comme l'obtention d'un visa, d'un permis de travail, ou l'autorisation d'importation des outils de travail, peuvent se révéler complexes. Si le client est l'État, les problèmes éventuels sont facilement résolus.

Lorsqu'il s'agit d'une entreprise privée, deux formules sont couramment adoptées :

- la première consiste à faire engager des expatriés par une entreprise thaïlandaise ; les grandes sociétés thaïlandaises offrent parfois cette possibilité et s'occupent de toutes les formalités ;
- la seconde consiste à utiliser les services d'un intermédiaire local, agent ou société de transport, qui se charge de négocier le contrat, de fournir la sous-traitance locale, de transporter l'équipement nécessaire dans le cas d'un service d'ingénierie.

Les moyens de paiement

Près de 70 % des transactions entre la Thaïlande et l'étranger sont libellées en dollars américains.

Du fait de son rapport qualité/prix, la **lettre de crédit** est le moyen de paiement le plus utilisé en Thaïlande : c'est l'instrument recommandé à des exportateurs qui travaillent avec un client thaïlandais pour la première fois. Le crédit documentaire est un moyen de paiement relativement courant. Il peut être confirmé ou non.

Le virement bancaire international, qui passe par le réseau Swift, est rarement utilisé en Thaïlande. Dans la mesure où le transfert de propriété précède le règlement et qu'aucune garantie ne couvre le risque de défaillance de l'acheteur, il est recommandé de réserver ce mode de paiement aux partenaires thaïlandais avec lesquels une relation de confiance est déjà établie.

La remise documentaire est une autre option possible. Le vendeur est assuré que l'acheteur ne disposera des documents lui permettant de récupérer ses marchandises que lorsqu'il aura payé ou accepté l'effet de commerce.

En revanche, sont à proscrire les paiements par chèques, en raison de la longueur des traitements, mais également de leur coût et de l'absence de sécurité. De même, le contre-remboursement et les billets à ordre sont très peu utilisés.

Dans le cas où l'acheteur thaïlandais exige un paiement en monnaie locale, en baht thaïlandais, ou même en dollars, il est vivement recommandé de couvrir la transaction contre le risque de change auprès de sa banque.

Les délais de paiement sont généralement de 30 à 60 jours. Le risque de non-paiement est très inférieur à la moyenne mondiale même si à l'heure actuelle, en raison de l'environnement économique et politique, Coface attribue le *rating* A3 à la Thaïlande (risque convenable).

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 aux 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.

Pour aller plus loin

Rendez-vous sur la Librairie du commerce internationale de notre site internet, www.ubifrance.fr...



Guide des affaires Thaïlande

Pour tout savoir sur : l'environnement des affaires, les problématiques d'accès marché, les spécificités locales de la pratique des affaires, comment trouver le bon partenaire... et préparer au mieux sa **mission de prospection**.

Octobre 2013, 114 pages, 50 EUR

UBIFRANCE 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 d'UBIFRANCE.



• **Gamme Contact** : 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 (VIE)** : pour optimiser votre budget ressources humaines à l'international

Retrouver le détail de nos produits sur : www.ubifrance.fr

© 2014 – Ubifrance

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 d'Ubifrance, 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-responsabilité :

Ubifrance 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. Toutefois, Ubifrance ne saurait en aucun cas être tenu pour responsable d'éventuels changements.

Prestation réalisée sous système de management de la performance certifiée BVC ISO 9001 : 2008.

Auteur : UBIFRANCE Thaïlande, Bureau de Bangkok

Adresse : 942 Rama IV Road – Charn Issara Tower 1
Bangkok 10500 – G.P.O. 1394
Thaïlande

Rédigée par : Damien NESME et Clémentine RIBAUT

Revue par : Claire CAMDESSUS

Version originale du : 5 mars 2012

Version mise à jour le : 23 mai 2014