LA CROISSANCE EXCEPTIONNELLE DU PAYS D'ATATURK FAIT DES ENVIEUX

La fulgurante percée de l'industrie turque

dimanche 30 octobre 2005, par Nordine Grim

El Watan

En dépit de toutes les turbulences politiques et sociales qu'il a subies au cours de ces quinze dernières années, l'Etat turc est parvenu à force de courage et de persévérance à construire une authentique économie de marché à laquelle il ne manque aujourd'hui aucun élément structurant.

Contrairement à notre pays, qui a pourtant engagé des réformes économiques à peu près à la même période (1989), la Turquie a réussi à mettre en place un système bancaire performant, un marché du change efficace et une Bourse des valeurs mobilières très active. Pas moins de 650 000 entreprises, dont environ 40% sont certifiées ISO 9001, encadrent l'économie turque qui a globalement atteint l'autosuffisance et dont l'enjeu principal consiste aujourd'hui à exporter le maximum en ratissant large à travers toute la planète.Toute une organisation intelligemment orchestrée par l'Etat turc a été mise en place pour doper les exportations et trouver des débouchés extérieurs aux entreprises de plus en plus nombreuses à s'installer à l'étranger, y compris dans notre pays, où elles ont déjà pris des parts de marché importantes, notamment dans les secteurs du BTP, du textile et de l'électroménager. Pour ce faire, les ambassadeurs et les attachés commerciaux turcs sont mis à contribution pour faciliter l'installation de leurs entreprises à l'étranger en relayant leurs offensives marketing, en promouvant notamment des manifestations commerciales (organisation de Salons, participation aux foires) mais, mieux encore, en mettant les chefs d'entreprise turcs en contact avec des hommes d'affaires locaux susceptibles de les accompagner. C'est précisément l'un des objectifs de la société turque des foires et expositions (LDN) chargée de la promotion des exportations vers les pays d'Afrique du Nord, qui a déjà organisé trois Salons en Algérie (bâtiment et matériaux de construction, automobile, textile et mode vestimentaire) et dont la prochaine manifestation (du 22 au 25 novembre prochain) portera sur l'ameublement et la décoration de maisons dans lesquelles les entreprises turques sont particulièrement performantes. Les activités d'ameublement et de décoration de logements n'auraient évidemment aucune chance d'atteindre la notoriété mondiale dont elles peuvent se targuer aujourd'hui si les entreprises turques n'avaient pas été portées par les industries du textile et du meuble qui figurent parmi les meilleures du monde. La branche du textile constituée d'une centaine de milliers d'entreprises exporte environ 60% de sa production en direction de plus de 125 pays, ce qui a fait dire à une femme d'affaires algérienne que nous avons rencontrée à notre retour d'Istanbul que « les tissus et articles de confection turque sont sans doute les plus vendus dans le monde même s'ils sont encore loin des performances chinoises ». Cette opératrice économique, très au fait de l'économie turque, n'est effectivement pas loin de la réalité puisque les chiffres que nous a communiqués la société turque des foires et expositions LDN font état de 1,2 milliard de dollars d'exportation en 2002, uniquement pour ce qui est du textile de maison, soit 3,5% de l'exportation totale du pays. Selon la même source, la Turquie figurait parmi les quatre premiers exportateurs mondiaux de linge de lit, de table et de toilette, de couvertures, de dessus de lit et de rideaux. Elle ferait également partie des sept plus grands exportateurs en tulle et produits de broderie dont elle détiendrait environ 5% du marché mondial. Avec 22,6% de croissance annuelle, la filière est en très forte expansion, notamment dans les pays européens où les créations de joint-ventures et autres formes de coopérations dans le domaine du textile de maison se sont multipliées. Les objectifs principaux de la Turquie consistent à doubler sa part de marché extérieur en augmentant le nombre de produits et marques de qualité susceptibles d'y trouver des débouchés, nous indique le directeur des ventes et

marketing de la société LDN, Cüneyt Ince. L'industrie du meuble occupe une tout aussi importante place dans l'économie turque avec des performances d'exportation que lui envieraient les pays les plus industrialisés. Elle est essentiellement concentrée dans les villes d'Ankara, Istanbul, Boursa, Adana et Bolu-Düzce, célèbre pour ses meubles de chêne massif. Près de 110 000 usines de meubles, pour la plupart dotées de points de vente directe, sont implantées dans ces zones industrielles spécialisées dans l'ameublement et la décoration de maison. En 2001 déjà, la Turquie avait réussi à exporter ses meubles vers plus de 120 pays, parmi lesquels figurent en bonne place l'Allemagne, Israël, la France, la Hollande, l'Autriche, les USA, l'Arabie Saoudite, l'Azerbaïdjan et l'Algérie qui constitue pas moins de 4% du marché turc en accessoires de meuble. La création très prochaine d'une zone de libre-échange algéro-turque démantèlera les barrières douanières dopant du coup les échanges commerciaux entre nos deux pays. En 2002, les entreprises avaient exporté l'équivalent de 204 millions de dollars. Le processus de mise à niveau, qui a déjà permis à de nombreuses entreprises d'acquérir le label ISO, et l'offensive marketing qui accompagne les produits destinés à l'exportation permettent d'espérer de meilleurs résultats dans les années à venir. L'action marketing est menée à travers le monde par quatre sociétés de promotion des exportations qui, chacune, a à charge un continent. La société LDN est pour sa part chargée de la promotion des échanges avec les pays d'Afrique. Sa prochaine grande action marketing en direction de notre pays portera sur l'ameublement et la décoration de maisons. Près de 60 chefs d'entreprise ont confirmé leur participation avec l'espoir d'y rencontrer des hommes d'affaires algériens disposant des conditions requises pour devenir, selon le cas, leurs clients, leurs concessionnaires ou pourquoi pas leurs partenaires à part entière dans de futures joint-ventures.

Nordine Grim