



invest-export.brussels 



Mise à jour : Novembre 2015

Fédération de Russie

Secteurs à haut potentiel Approche du marché Recommandations

Attaché économique et commercial
Nathalie STEFANOVIC

Contacts:

info@bruwal.ru

moscow@brusselsinvestexport.com

www.bruwal.ru

www.brussels-in-russia.irisnet.be

00 7 495 697 82 73



Contexte actuel

Les perspectives du marché russe doivent être abordées avec prudence en raison du contexte actuel.

La chute des prix des hydrocarbures, la chute du rouble, la situation géopolitique liée à la situation en Ukraine et les sanctions qui en découlent, ont eu comme effet combiné le ralentissement de l'activité économique, qui se traduit notamment par la diminution de certains investissements ainsi que la diminution des importations dans certains secteurs.

Bien qu'il puisse y avoir des opportunités, la prudence s'impose car il règne un climat d'incertitude générale sur l'évolution de la situation sur ce marché.

Bien que la Russie continue à importer des marchandises européennes, elle continue à modifier ses rapports commerciaux, soit en recherchant de nouveaux exportateurs, par exemple certains pays d'Asie, l'Amérique latine, soit en développant la substitution aux importations en favorisant la production locale, notamment à l'aide du savoir-faire étranger.

Ceci pourrait néanmoins représenter un intérêt pour les sociétés étrangères prêtes à prendre le risque d'investir en Russie qui reste demandeuse de technologies et de savoir-faire étranger, y compris, européen.

Secteurs porteurs

- Secteur de la chimie et des plastics
- Secteur de la construction (avec développement d'un intérêt pour l'économie d'énergie, l'éco-construction). Infrastructures sportives, hôtelières...
- -Développement d'un Intérêt pour l'environnement
- Secteur agroalimentaire
- Secteur médical et pharmaceutique
- Produits de consommation haut de gamme
- Modernisation des infrastructures (chemin de fer, ports, aéroports, réseau électrique, télécommunications)
- Secteur des transports
- Équipements industriels en général :
- Industries du pétrole et du gaz ; mines et carrières ; équipements agricoles industrie des matériaux de construction ; matériaux de construction spéciaux ; équipements et ingénierie pour les industries agroalimentaires, équipements pour les industries métallurgiques ; équipements de transport et logistique.

De manière générale le gouvernement russe à l'intention de moderniser pratiquement tous les secteurs d'activité de l'économie russe. Pour ce faire elle accepte l'assistance et les technologies des sociétés étrangères.

Approche du marché

Il y a une grande différence entre Moscou et le reste du pays en termes de revenus, de « lifestyle » et de comportement. Le comportement du consommateur Russe est traditionnel, alors qu'à Moscou il est innovateur. Par ailleurs, les Russes ne veulent pas acheter à l'étranger ce qu'ils peuvent trouver en Russie, ils ont une formation technique hors du commun et une tradition d'affaire russe. Enfin, en Russie, il y a « deux Russies » la Russie d'été et la Russie d'hiver (livrer par -30°C est plus complexe que par $+20^{\circ}\text{C}$) et des obstacles dus à la bureaucratie, au crime et à la corruption.

Stratégie

Il faudra définir son objectif sur le court terme et le confronter aux « deux Russies ». Le contact est d'abord formel : il faut vendre de la technique et non pas un prix. Il faut savoir qui décide en dehors de votre interlocuteur. Il faut penser à avoir des contrats bilingues avec une définition claire des responsabilités. Il faut prévoir des problèmes de douanes, de certification et de logistique. Il faut sécuriser toutes les opérations.

Se déplacer

On ne pilote pas des affaires en Russie au départ de son fauteuil à Bruxelles. Pour une première expérience, une foire ciblée est une bonne façon de trouver des contacts et récolter des informations puisqu'elle concentre, sur un petit espace, tout un segment du marché (l'offre, la demande, la concurrence). Lors de la foire allez discuter avec les entreprises locales, mais aussi les autres exposants européens, pour partager avec eux vos impressions. Vous verrez que souvent « hors Europe » il existe une solidarité naturelle entre européens (même concurrents) et que vous recevrez, à cette occasion, des tuyaux et des conseils utiles. En dehors des foires marchez, observez, visitez les magasins, utilisez tous vos sens pour percevoir la culture et les traditions locales. La prospection hors Europe est un processus continu qui requiert plusieurs voyages et l'entretien d'un réseau de relations personnelles.

Prendre le temps

En Russie une relation commerciale est d'abord une relation personnelle puisque l'homme d'affaire Russe n'a aucune envie d'assigner son partenaire Belge devant une juridiction Belge (et vice versa). Il cherchera donc à connaître son partenaire commercial au travers d'un double processus : une discussion profonde sur la technologie ou la valeur ajoutée d'un produit (processus formel avec des techniciens éventuels) et la qualité de la personne qu'il a en face de lui (processus informel hors du cadre de l'entreprise – restaurant, bar, etc...). Lors du processus informel soyez décontracté et parlez de vous, de qui vous êtes, de votre parcours professionnel, de votre famille, de votre façon de voir le monde et de l'histoire de votre entreprise.

S'informer et doser son risque :

Des experts sont à votre disposition dans les Ambassades, les Agences à l'Exportation, dans les Chambres de Commerces et autres organes de promotion du commerce extérieur. De nombreuses informations sur les marchés sont disponibles sur les sites web de ces agences et auprès du réseau des Attachés Economiques et Commerciaux dans le monde. N'attendez pas d'être face aux problèmes pour recourir au conseil d'un avocat (rédaction du contrat, charge du risque, conditions de livraison...) ou d'un organe spécialisé (due diligence, auditeurs, expert en douanes, organismes de certification...).

Il faut cinq contrats réussis pour rattraper la perte totale d'un mauvais contrat. Moins le pays de destination est développé plus faibles sont les chances de faire valoir ses droits devant les juridictions locales. Anticiper et sécuriser les opérations est plus important que la conclusion du contrat lui même. En Russie plus on arrive à simplifier le processus, plus les chances de réussites sont importantes.

Recommandations

- Choisissez avec grand soin vos partenaires. En raison du manque d'expérience de beaucoup de firmes russes, il est très important de sélectionner ses clients.
- La correspondance adressée aux firmes russes, surtout lors d'un premier contact ou d'un mailing, doit être rédigée en russe.
- Traduisez aussi votre documentation en russe.
- Les prix doivent être exprimés de préférence en USD.
- Il faut tenir compte des normes russes issues par le Gosstandart ainsi que des normes de l'Union Douanière.
- Pour les produits alimentaires l'étiquetage doit obligatoirement être rédigé en russe.
- Déplacez-vous. Les Russes préfèrent négocier face à face plutôt que par téléphone (Il ne faut pas espérer gérer un projet en Russie depuis la Belgique).
- Soyez à l'heure même si les Russes ne sont pas toujours ponctuels aux rendez-vous.
- Adaptez-vous, les russes peuvent confirmer ou annuler un rendez-vous en dernière minute.
- Les Russes aiment offrir et recevoir des cadeaux, emportez des souvenirs.
- Pour vos contacts d'affaires, le bouche-à-oreille est fondamental : Contactez X de la part de Y.
- Discutez, écoutez les expériences des entreprises étrangères présentes sur le marché.
- En Russie, il faut discuter lors des négociations, travaillez sur du concret.
- Soyez patient. Les démarches administratives sont laborieuses!
- Sachez qui est le « décideur » en dehors de votre interlocuteur.
- Faites-vous aider d'un interprète.
- Connaissez bien vos produits et ce qui les distingue des autres.
- La relation commerciale dépend aussi de la qualité de la relation personnelle créée.

- Pour le mode de paiement exigez le pré-paiement à 100%. On ne peut que continuer de recommander d'exiger un pré-paiement à 100%, surtout lors d'un premier contrat.
- La participation aux foires spécialisées en Russie, mais aussi ailleurs, aux grandes foires thématiques, par exemple, allemandes (Francfort, Düsseldorf,..), reste un des meilleurs moyens de se présenter sur le marché russe.