



FOCUS TURQUIE



LE SAVIEZ-VOUS ?

DITES AU REVOIR À LA TURQUIE ET BONJOUR À TÜRKIYE !

Le gouvernement a décidé de changer officiellement le nom du pays. Il abandonne ainsi la version anglicisée «Turkey», son nouveau nom officiel est : Türkiye. Des organisations internationales telles que les Nations Unies, l'Organisation mondiale du commerce et l'OTAN ont déjà adopté le mot Türkiye, à la suite d'une demande officielle des autorités turques.



Un pays ouvert au cœur d'une zone stratégique

Cette année Türkiye fêtera ses 100 ans ! La Turquie est le seul pays musulman ayant une constitution inchangée laïque, fondée par le créateur de la république turque Mustafa Kemal dit ATATÜRK (ce qui signifie le père des Turcs) le 29 octobre 1923.

La situation géographique de la Turquie, et notamment ses frontières avec de nombreux pays (Grèce, Bulgarie, Géorgie, Azerbaïdjan, Arménie, Iran, Iraq, Syrie), en fait une zone stratégique. Cette situation géographique de choix lui permet d'être un hub régional entre l'Europe, l'Asie et la zone économique MENA.

On ne peut parler de la Turquie sans évoquer **Istanbul, la seule ville au monde bâtie à la charnière de deux continents**. Avec une population de plus de **16 millions d'habitants**, Istanbul fait partie des 20 plus grandes villes au monde et constitue le plus grand centre urbain de Turquie. La mégapole est le poumon économique du pays bien qu'elle n'en soit pas la capitale ; elle est aujourd'hui le siège de près de 37 000 entreprises internationales. Le nouvel aéroport d'Istanbul, qui pourrait devenir le plus grand au monde, dispose d'une capacité annuelle d'accueil de 90 millions de passagers (à terme, la capacité est prévue d'atteindre 200 millions de passagers).

CHIFFRES CLÉS

NOMBRE D'HABITANTS
83 millions

CAPITALE
Ankara

PRINCIPALES VILLES
**Istanbul, Izmir,
Bursa, Antalya**

DEVISE
Lire turque (TRY)

PIB
815 milliards \$

TAUX DE CROISSANCE
+11,4 %

TAUX DE CHÔMAGE
10,1 %

**TAUX D'INFLATION
ANNUEL**
85,51 %

Sources : Business France Turquie / Invest in Turkey, novembre 2022.



Les tentatives répétées de la Turquie pour rejoindre l'Union européenne ont contribué à établir l'adoption de règlements et de normes commerciales européennes, ce qui a libéralisé considérablement l'économie. **Le PIB/habitant a été multiplié par 3 en dix ans.**

Après un taux de croissance de plus de 11% en 2021 – meilleure performance au sein du G20 –, la croissance est restée vive en 2022, soutenue par une politique de taux accommodante de la Banque centrale qui favorise le crédit bancaire, et par la bonne reprise

du tourisme, de la logistique, et de l'activité des centres commerciaux. Cependant, l'inflation après le Covid est forte et affecte beaucoup le pays : à l'heure actuelle l'inflation s'approche des 3 chiffres et l'économie risque la surchauffe.

La Turquie a vécu une grande catastrophe le 6 février 2023 avec le séisme qui a touché 10 villes de la région du Sud-Est : plus de 150 pays sont venus à l'aide du peuple turc. Tous les bâtiments seront démolis et reconstruits selon des normes parasismiques strictes. Ceux qui sont restés solides seront fortifiés avec du Fiber Karbon, un matériau composite. À Istanbul, tous les bâtiments construits avant 1999 seront contrôlés par des ingénieurs. La Turquie est devenue un énorme chantier.

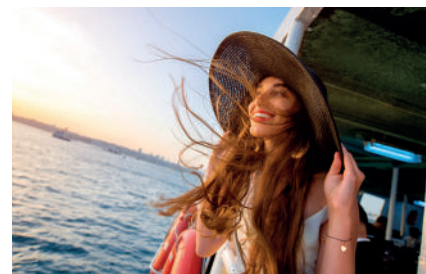
Un marché jeune à fort potentiel de développement



Le marché turc se développe considérablement et constitue une réelle opportunité dans de nombreux domaines. L'ampleur du marché intérieur, la dynamique de croissance, l'augmentation continue du pouvoir d'achat, la diversité des besoins dans les secteurs les plus variés (biens de consommation, biens industriels, transports, etc.) font de la Turquie un marché à la fois porteur et stratégique.

La Turquie est un pays très jeune, l'âge moyen est de 33 ans environ, et plus de **50% de la population a moins de 20 ans**. Les demandes sont donc nombreuses et les habitudes changent à la fois pour les vêtements, la nourriture, les voitures, les habitats, les magasins, les marques... C'est pour cela que les industriels, aussi bien les producteurs que les importateurs, sont toujours à la recherche de nouveautés (alimentation, textiles, emballages, boissons...) pour répondre à une nouvelle génération de consommateurs.

Le café turc passe tout doucement au « latte », le thé turc noir devient un « chaï latte », le copieux petit déjeuner turc laisse sa place à des boissons de détox mises en bouteilles recyclées, les grandes voitures familiales laissent leur place à de petites voitures et des trottinettes, le loukoum servi avec le café laisse sa place au chocolat fin...



Parmi les réformes économiques visant à libéraliser le pays, le gouvernement s'attelle à attirer les Investissements Directs Étrangers dans la technologie, les textiles, les services (santé, éducation, transport en commun), les télécommunications, la construction navale, l'électronique et les bio-technologies. **Le projet « Vision 2023 »** est un plan de développement économique, social

et politique qui fixe des objectifs à atteindre en vue de hisser la Turquie parmi les dix premières puissances mondiales. Ce projet définit dix secteurs « stratégiques moteurs » à développer, notamment dans l'innovation et R&D, la compétitivité, la montée en compétence humaine ou le Made in Türkiye pour construire des marques locales fortes à l'export.



Les principaux secteurs d'activité



INDUSTRIE

La fabrication des machines demeure l'un des principaux leviers de croissance de l'économie turque. Ce secteur joue un rôle crucial dans le développement de la grande industrie manufacturière turque, en raison principalement de sa capacité à produire des biens intermédiaires et à fournir des intrants nécessaires au développement des autres secteurs, notamment la construction, l'énergie, les textiles, l'agriculture et les mines.

La Turquie est un pays riche en ressources naturelles : bore, charbon, fer, zinc, chrome, cuivre, argent. Sans oublier la découverte récente de gaz naturel et de certains puits de pétrole dans la mer Égée.



BIENS DE CONSOMMATION

Le marché de la consommation poursuit son développement, offrant des possibilités d'affaires dans des domaines très variés.

La production locale de cosmétiques est principalement tournée vers les produits d'hygiène et de maquillage milieu de gamme. La Turquie reste dépendante de l'extérieur pour les produits cosmétiques, notamment pour les parfums, les produits de soin et le maquillage.

L'industrie du luxe est en plein essor en Turquie. Le développement est rapide surtout au niveau des centres commerciaux, dont certains sont positionnés sur le segment du luxe.



DÉFENSE ET SÉCURITÉ

Le secteur de la défense dans l'industrie turque enregistre une dynamique positive et régulière depuis plusieurs années. Les universités, les centres de recherches et les petites et moyennes entreprises (PME) du secteur sont derrière cette réussite.

L'industrie de la défense et de l'aéronautique a réalisé 2,2 milliards USD d'exportations en 2018 (+17% vs 2017) et 2,14 milliards USD d'exportations entre janvier et octobre 2019. Le poids de l'industrie de la défense turque est porté par les villes d'Ankara, Eskisehir et Istanbul. Les entreprises basées dans la capitale turque, Ankara, arrivent en première place de ces résultats. En outre, quatre entreprises turques sont classées parmi les 100 plus grands acteurs de la défense en 2019 (Aselsan, TAI, Roketsan, STM).



AGROALIMENTAIRE

L'alimentation est le 2^e poste de dépenses de consommation des ménages (après le logement).

L'évolution des modèles de consommation et le développement du travail à temps plein des femmes ont stimulé l'intérêt des consommateurs pour les produits emballés et préparés.

Le consommateur, de plus en plus exigeant, souhaite de nouveaux produits même s'il reste assez conservateur et orienté prix. Les produits alimentaires importés doivent faire face à la concurrence locale et aux procédures d'importation coûteuses : pour ces produits, la Turquie demeure donc un marché de niche concentré principalement à Istanbul, dans les grandes villes (Ankara, Izmir) ainsi que dans les zones touristiques du pays.

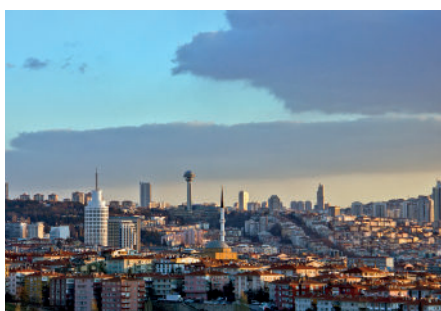
La Turquie présente un ensemble d'atouts pour les investisseurs potentiels du secteur agroalimentaire. Le pays agit actuellement en tant que plaque tournante pour la production, la transformation et l'exportation de denrées alimentaires à grande échelle vers les marchés européens et le Moyen-Orient. Les industriels de l'agro-alimentaire turcs sont aujourd'hui demandeurs en équipements.



ÉQUIPEMENT MÉDICAL : SOINS DE SANTÉ ET TOURISME

La Turquie continue d'augmenter le nombre d'hôpitaux privés, ce qui explique la forte demande d'équipement avancé en médecine et chirurgie, comprenant les systèmes d'équipements d'imagerie médicale et de radiologie.

La Turquie est également une destination de premier plan pour le tourisme médical, avec 765 000 touristes médicaux en 2017. Le pays a pour objectif de devenir **la 2^e destination touristique médicale au monde en 2023**.



INGENIERIE, ÉCO-CONSTRUCTION ET IMMOBILIER

Depuis une dizaine d'années, le secteur de la construction est l'un des éléments clés de l'économie, avec les services de conseil de génie civil pour le transport, la construction urbaine et le bâtiment résidentiel. La restauration, la rénovation et le renforcement des constructions, c'est-à-dire l'éco-construction, est également un marché en progression, en lien avec la prise de conscience des risques de séisme.



ENVIRONNEMENT, ÉNERGIE, ÉNERGIES ALTERNATIVES ET RENEUVABLES

La Turquie est un marché énergétique important et un pays incontournable pour le transit international du pétrole et pour le transit du gaz naturel vers l'UE. L'intérêt étranger dans les centrales à gaz et les énergies renouvelables annonce de gros investissements à venir.

Dans le nucléaire, d'importants investissements sont prévus pour la construction d'une centrale à Sinop dont la mise en service est prévue cette année. Ce projet devrait créer de nombreuses opportunités pour les fournisseurs et sous-traitants.

Le marché turc de l'énergie offre une vaste gamme de production d'électricité passant par toutes les sources d'énergie connues à la fabrication de machines et d'équipements (la Turquie se place en première position mondiale en ce qui concerne le taux de croissance des éoliennes et jusqu'à présent, seul, 15% de son potentiel a été utilisé).



Un commerce extérieur en forte croissance

Le volume du commerce extérieur de la Turquie a augmenté considérablement ces dernières années, notamment vers l'Afrique, le Caucase, la Russie et l'Ukraine. En outre, les échanges commerciaux de la Turquie avec les pays du Moyen-Orient ont progressé au cours des dix dernières années.

Actuellement, les exportations de la Turquie continuent à grimper, malgré tous les problèmes et les crises que le pays connaît, comme la forte inflation et la dépréciation de la monnaie locale. Les exportations de la Turquie s'appuient principalement sur une base de production solide, ce qui fait de la crise du taux de change de la livre turque une opportunité prometteuse pour augmenter le commerce extérieur.

Selon les données de l'Institut turc des statistiques, les exportations turques ont atteint 225 milliards de dollars en 2021, alors qu'elles enregistraient environ 177 milliards de dollars en 2018 !

LES PRINCIPALES EXPORTATIONS

L'industrie automobile, avec les voitures, les pièces et accessoires, les trucks, le pétrole raffiné, est le premier secteur d'exportation pour la Turquie, principalement vers l'Allemagne, le Royaume-Uni, les États-Unis, l'Irak et l'Italie. La Turquie vise à être le premier pays européen exportateur dans le domaine des voitures électriques et le cinquième dans le monde !

Les textiles et le prêt-à-porter constituent un segment important parmi les exportations turques. L'industrie turque de l'habillement se caractérise par une grande qualité et des designs attractifs, à tel point que les marques de vêtements turques gagnent une place importante dans le monde de la mode.

Les produits agricoles : la Turquie est l'un des principaux exportateurs de produits agricoles frais et manufacturés. En effet, la Turquie se classe en première place mondialement dans la production de certains produits agricoles, tels que les noix, les cerises, les figues, les abricots, les coings et la farine de blé, au deuxième rang dans les exportations de pâtes, au quatrième pour la production de légumes et au cinquième pour la production de fruits.

Les autres produits exportés par la Turquie comprennent également des matières premières et des minéraux, tels que le cuivre, le fer, le mercure et le manganèse, ainsi que des appareils électroniques, des bijoux, des produits en plastique, de l'aluminium, des matériaux de construction et des meubles.



COMMERCE EXTÉRIEUR

EXPORTATIONS

225 milliards \$

IMPORTATIONS

271 milliards \$

PRODUITS EXPORTÉS (TOP 5)

1. Automobile
2. Engins mécaniques
3. Fonte, fer, acier
4. Matériels électriques
5. Textile

PRODUITS IMPORTÉS (TOP 5)

1. Énergie & chimie
2. Engins mécaniques
3. Matériels électriques
4. Fonte, fer, acier
5. Métaux précieux

LES PAYS FOURNISSEURS ET ACHETEURS LES PLUS IMPORTANTS

En 2021, les exportations de la Turquie ont augmenté de 86,6 % vers l'Amérique du Sud, de 29 % vers les pays européens non membres de l'UE, de 22,6 % vers le Proche et le Moyen-Orient et de 44,8 % vers l'Afrique du Nord.

Les échanges commerciaux entre la Turquie et les pays de l'UE ont également continué à augmenter de manière significative, malgré le déclin des relations diplomatiques ces dernières années, en raison de la divergence de points de vue sur de nombreuses questions internationales et régionales.

En effet, **l'UE reste le partenaire commercial le plus important de la Turquie** qui se classe au sixième rang des pays exportateurs vers l'UE.

La France est le 8^e fournisseur de la Turquie. Les exportations de **produits de la construction aéronautique et aérospatiale** ont progressé de 74,9%, à 1,0 Md€ en 2021. Elles sont ainsi devenues le premier poste français d'exportations vers la Turquie (deuxième poste en 2020) et ont contribué à hauteur de 7 points à la croissance totale des exportations.



Principaux pays importateurs (2021)

- 1 Allemagne > 1.751 MD\$
- 2 Royaume-Uni > 1.478 MD\$
- 3 États-Unis > 1.365 MD\$

Principaux pays fournisseurs (2021)

- 1 Chine > 23 MD\$
- 2 Allemagne > 21,7 MD\$
- 3 Russie > 17,9 MD\$
- 4 États-Unis > 11,5 MD\$
- 5 Italie > 9,2 MD\$
- 6 Irak > 8,2 MD\$*
- 7 Suisse > 7,8 MD\$*
- 8 France > 7 MD\$

*importations exceptionnelles d'or

Faire du business avec la Turquie

Les Turcs sont très sociaux et accueillants mais très patriotes, une citation dit que « le meilleur ami d'un turc est un turc »... Les turcs sont des gens de communication et de confiance, une fois qu'ils ont confiance c'est pour la vie.

Évidemment, les comportements changent : avant, certains industriels venant sur les salons ne parlaient pas de langues étrangères et ils restaient plusieurs jours à Paris pour en profiter. Maintenant les entreprises familiales ont laissé la place à des groupes dirigés par des professionnels, ils parlent tous anglais et ne viennent que deux ou trois jours en tant que visiteurs, ou juste pendant la durée du salon s'ils sont exposants.

Les interlocuteurs dans les entreprises changent également : auparavant, le PDG prenait seul la décision de participer à un salon. Désormais, il propose à ses équipes commerciales de réaliser une étude de marché ; parfois, ils souhaitent qu'on vienne leur faire une présentation.

Les institutions étatiques (Unions des Exportateurs, CCI Istanbul, CCI Ankara, Secrétaire d'État de la Défense...), jouent un grand rôle pour organiser des pavillons nationaux, obtenir des taux de subventions avantageux et des subventions pour les délégations. Il faut pour cela faire une proposition à Ankara 6 à 7 mois avant le salon, en présentant le dossier du salon en turc, le plan général, l'emplacement envisagé pour la Turquie et les prix, puis Ankara demande à l'ambassade de Turquie en France son opinion sur le salon et le prix. Si le Ministère du Commerce extérieur accepte, il fixera un plafond de prix à ne pas dépasser lors de la commercialisation (surface, déco, transport compris).



La subvention peut arriver jusqu'à 100% si l'Etat considère que la société est une marque à faire connaître. Celle-ci obtiendra alors ces 100% sous la dénomination de « Turkish Quality » pour 5 salons. Quand il y a un pavillon national, Promosalons Turquie prend en charge le plus souvent la commercialisation, ce qui est un énorme avantage pour les institutions étatiques.

Parfois les institutions demandent que le salon ayant un pavillon national ou beaucoup d'exposants individuels fassent aussi de la promotion en Turquie (publicités, réunions, mailing...).

Les demandes de subvention faites par Promosalons sont élevées, ce qui facilite notre travail auprès des institutions et des exposants..

Les médias sociaux sont de plus en plus importants, mais le plus utilisé dans notre secteur et dans le monde du business est LinkedIn, Twitter ayant un aspect plus politique, Instagram et Facebook plus privés.

La presse a également un grand poids dans nos activités car elle montre l'ampleur du salon.



Les principaux salons professionnels

AVRASYA AMBALAJ ISTANBUL

11 – 14 octobre 2023

(annuel)

📍 **Tuyap Istanbul**

SECTEUR

EMBALLAGE ET
CONDITIONNEMENT

1045 exposants et **38** pays
représentés

59 398 visiteurs professionnels
nationaux

13 254 visiteurs internationaux
venus de **122** pays (+9%)

Délégation de **900** top acheteurs
venus de **31** pays

TUYAP est une société familiale, organisatrice de salons en Turquie, locataire d'un terrain sur lequel elle a fait construire un parc. Les salons se déroulant à Istanbul en Turquie sont sous contrôle de la CCI d'Istanbul, très ancienne.



11 - 14 Ekim 2023

AUTOMECHANIKA ISTANBUL

8 – 11 juin 2023

(annuel)

📍 **Tuyap Istanbul**

SECTEUR

AFTERMARKET AUTOMOBILE

825 exposants de **28** pays et
7 pavillons étrangers

48 354 visiteurs professionnels
dont **13 802** internationaux en
provenance de **141** pays

AUTOMECHANİKA est sponsorisé en Turquie par les différentes associations du secteur telles que TAYSAD et l'Union.

C'est un salon qui a su évoluer à grands pas en Turquie malgré la présence de plusieurs salons turcs à l'époque de sa création.

automechanika
ISTANBUL

KONYA TARIM FUARI

14 – 18 mars 2023

(annuel)

📍 **Tuyap Konya**

SECTEUR

MACHINISME AGRICOLE

461 exposants (**20** pays étrangers)

233 133 visiteurs professionnels
dont **3 646** visiteurs
internationaux en provenance
de **101** pays.

Programme de top acheteurs

TUYAP est locataire du parc de Konya pour ce salon, qui se trouve dans une zone agricole et industrialisée. Konya (ville des Derviches Tourneurs) est en superficie la plus grande ville de Turquie, beaucoup de nos exposants sur Equip Auto et SIMA sont de cette région.

Konya
Tarım

Votre délégation



Anciennement localisée dans les bureaux de la CCI franco-turque, la délégation Promosalons Turquie s'est détachée de la CCI en 1999, elle est maintenant localisée du côté asiatique d'Istanbul.

L'équipe de 4 personnes est dirigée par **Deniz Sen Gümüş** et accueille régulièrement des stagiaires.

Sibel Bulut et **Müge Gezeroglou** travaillent auprès de Deniz et sont en charge de la commercialisation, de la recherche visiteurs, du marketing, de la presse pour les salons suivants : All4 Pack Emballage, JEC, SIAE, SIAL Paris, SIAL India, SIAL Jakarta, SIAL Canada, SIAL America, SIAL Chine, Solutrans, Equip Auto Paris, Equip Auto Alger, Equip Auto Lyon, Djazagro, Pollutec, Sima, Sitevi, Paris retail week, Wine Paris, Intermat, Vinitech, Space, WNE.

Günnur Onceler gère les fichiers car en Turquie, les adresses et les noms changent tellement vite (pour diverses raisons), qu'en six mois, un fichier peut devenir erroné.

<https://promosalons.com/turquie/>

