



ENTREPRENDRE CAMBODGE

NUMERO 03 / CHAMBRE DE COMMERCE FRANCO-CAMBODGIENNE

DOSSIER : ASEAN - LA FISCALITÉ

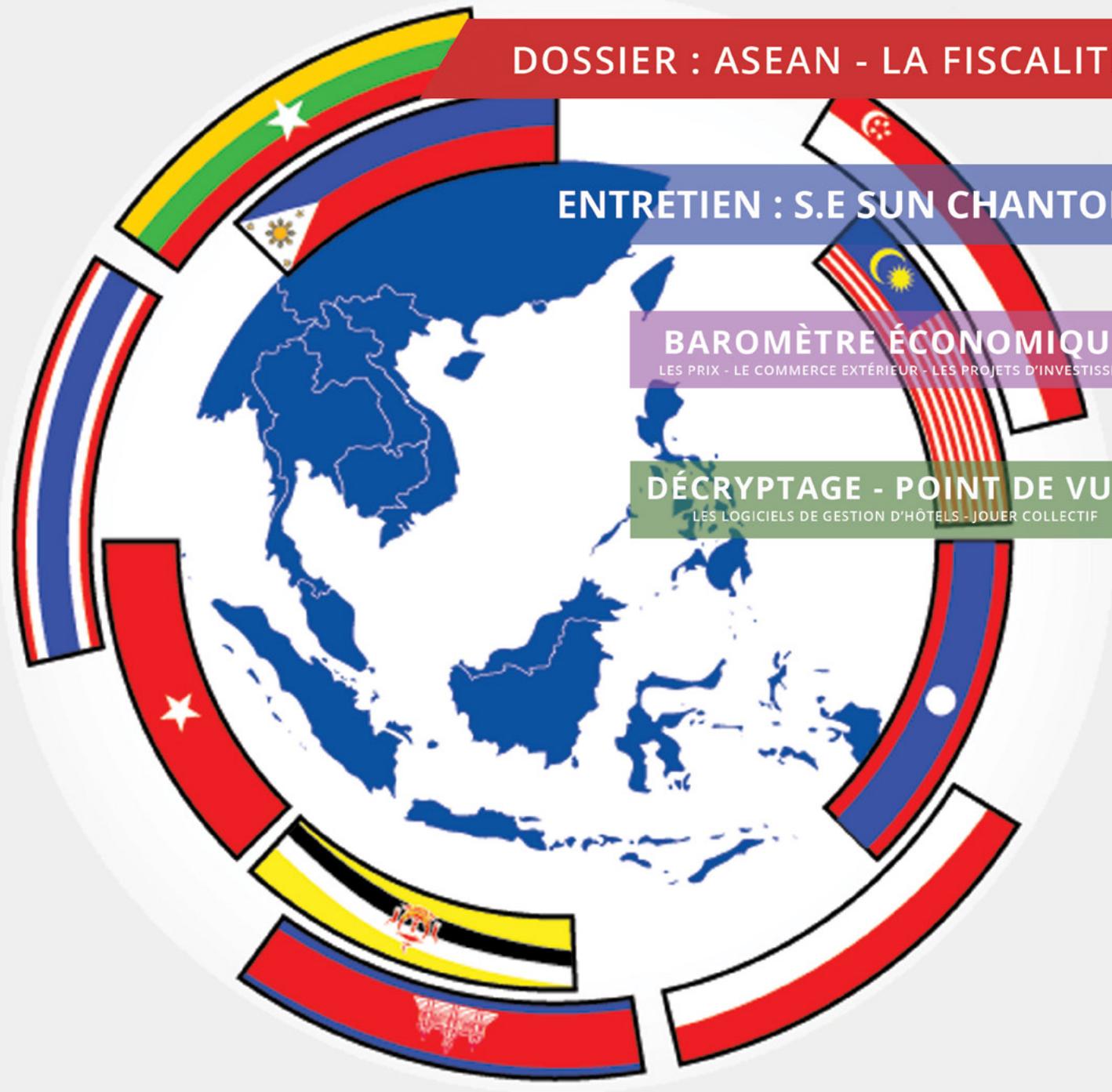
ENTRETIEN : S.E SUN CHANTOL

BAROMÈTRE ÉCONOMIQUE

LES PRIX - LE COMMERCE EXTÉRIEUR - LES PROJETS D'INVESTISSEMENT

DÉCRYPTAGE - POINT DE VUE

LES LOGICIELS DE GESTION D'HÔTELS - JOUER COLLECTIF



Premier Assureur Français au Cambodge



PKMI

“L’Assurance pour tous”

Fr/Ang : 060 666 336
Kh/Ang : 060 666 151

PKMI Head Office: #106, St.95, Boeung Trabek, Phnom Penh
Tel: 023 22 33 60 / Email: info@pkmi.asia / www.pkmi.asia



Antoine Fontaine
Vice-Président
de la CCFC

ÉDITO : L'AGIR ENSEMBLE

On pense en général que les Français n'arrivent jamais à s'entendre entre eux. Qu'ils ne cessent de se chamailler pour un oui pour un non, à tel point qu'on en arrive à cette représentation somme toute déplorable, bien que sympathique :



On nous dit, quand les choses ne se passent pas comme prévu, que c'est a minima de la faute de l'autre, et de toute façon de celle de l'Etat. Et on en arrive à ce constat : le naufrage du paquebot France où ses passagers rejoignent à la nage le bureau des réclamations, en train de sombrer lui aussi.

Eh bien réjouissez-vous ! Voilà un numéro d'Entreprendre Cambodge qui va non seulement vous annoncer des bonnes nouvelles – ce qui est plutôt rare dans la presse –, mais également vous démontrer que nous sommes des ambassadeurs de l'Excellence et donc de l'optimisme ; non « parce qu'on le vaut bien », mais « parce qu'on le veut bien » !

Les entreprises françaises de l'habillement réalisent qu'elles sont en retard sur le marché cambodgien : Evalliance (association des professionnels de la confection), signe le 30 octobre, avec le GMAC, un protocole d'accord pour compter le Cambodge comme un partenaire privilégié.

Le riz cambodgien est justement réélu le meilleur du monde, nous sommes heureux de le faire savoir au SIAL à Paris en accompagnant S.E Sun Chantol, qui nous gratifie en retour du souhait de voir augmenter les échanges commerciaux entre nos deux pays. Nous avons des concitoyens en difficulté, on met à l'honneur l'AEFC par deux reprises cette semaine : la soirée du Beaujolais Nouveau et la décoration de son fondateur, le Dr. Garen.

On nous pense dispersés, on se retrouve, du 16 au 18 novembre, à 350 lors du 11e Forum ASEAN des Conseillers du commerce extérieur de la France, à Bangkok où il a été réaffirmé le besoin de réaliser que « la somme des actes de solidarité individuels renforce le groupe », pour reprendre Jean-Jacques Guillaudeau.

Entreprendre Cambodge, c'est aussi de l'information pratique qui, en l'occurrence, nous éclaire sur les règles de fiscalité et, pour ma part, nous fait découvrir le monde insoupçonné des logiciels de gestion d'hôtels et des OTA... tout un programme.

Antoine Fontaine, *Vice Président de la CCFC.*

CRÉDITS :

Directeur de la publication : Arnaud Darc

Responsable du comité de rédaction : Eric Mousset

Coordinatrice : Céline Bagot Le Verger

Maquette :

Endorphine Concept : endorphine-concept.com

Mise en page : CCFC

Crédits photos : CCFC,

Couverture : ahahay 2000, CCFC, Alain Gascuel

La Commission Veille Économique :

Mathilde Colin,
Adrienne Ravez,
Yannick Bineau,
Yohann Brizollier,
Antoine Hendoux,
Emmanuel Scheffer,
Alexis de Suremain,
Erwan Le Verger,

avec la participation de S. E Sun Chanthol, la Filière francophone d'économie et de gestion - Centre universitaire de Recherche en Économie et Gestion, Université Royale de Droit et de Sciences Économiques, du cabinet juridique DFDL, de l'Ambassade de France au Cambodge, de Nicolas Juralina et Alexis de Suremain.

Contact et Régie Publicitaire :

Céline Bagot Le Verger
directeur@ccfcambodge.org
Tel : +855 (0)81 666 112
Chambre de Commerce Franco-Cambodgienne
33E2 Boulevard Sothearos,
Khan Daun Penh, Phnom Penh, Royaume du Cambodge.

Retrouvez toutes les informations utiles sur :

www.ccfcambodge.org
& sur facebook :
www.facebook.com/ccfcambodge.org

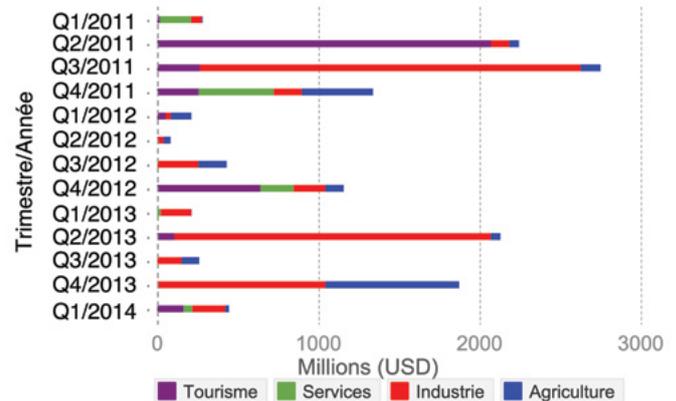
BAROMÈTRE ÉCONOMIQUE :

LES PROJETS D'INVESTISSEMENT

Cette évolution sur le plan de la balance des revenus n'est pas indépendante de la quantité de projets d'investissement approuvés par les autorités cambodgiennes.

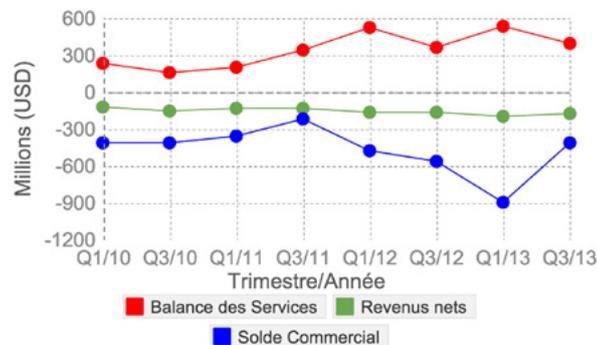
Le montant cumulé de la valeur totale des projets approuvés par les autorités cambodgiennes est de l'ordre de **13 milliards de dollars américains** depuis 2011, suggérant un réel engouement, notamment en raison des perspectives de croissance des marchés au Cambodge. Les projets portent, dans plus de 50% des cas, sur **des investissements au profit de l'industrie**, suivi du **tourisme**, de **l'agriculture** (16% des projets approuvés), enfin des **services** (7%). La place prépondérante du tourisme ; 27%, se réduit puisque l'essentiel des projets furent approuvés en 2011, alors que ceux dans l'agriculture bien que d'un montant inférieur, sont réguliers sur la même période. Les projets se réduisent fortement en 2014, à la suite des incertitudes liées à la situation intérieure.

Projets d'investissement approuvés par les autorités cambodgiennes (Millions USD)



Source : Banque Nationale du Cambodge, CRDI

Commerce extérieur



Source : Banque Nationale du Cambodge

LE COMMERCE EXTÉRIEUR

Le solde commercial, en millions de dollars américains continue à se détériorer à un rythme soutenu alors que l'excédent du solde de services demeure insuffisant pour compenser la faible performance commerciale du Cambodge. Le déficit courant qui s'observe est toujours financé par des investissements directs internationaux.

Toutefois, l'apport de ces capitaux productifs, notamment en provenance de Chine, conduit inévitablement à accentuer le déficit de la balance des revenus, puisque les investisseurs internationaux exigent un rendement sur les investissements qu'ils réalisent.

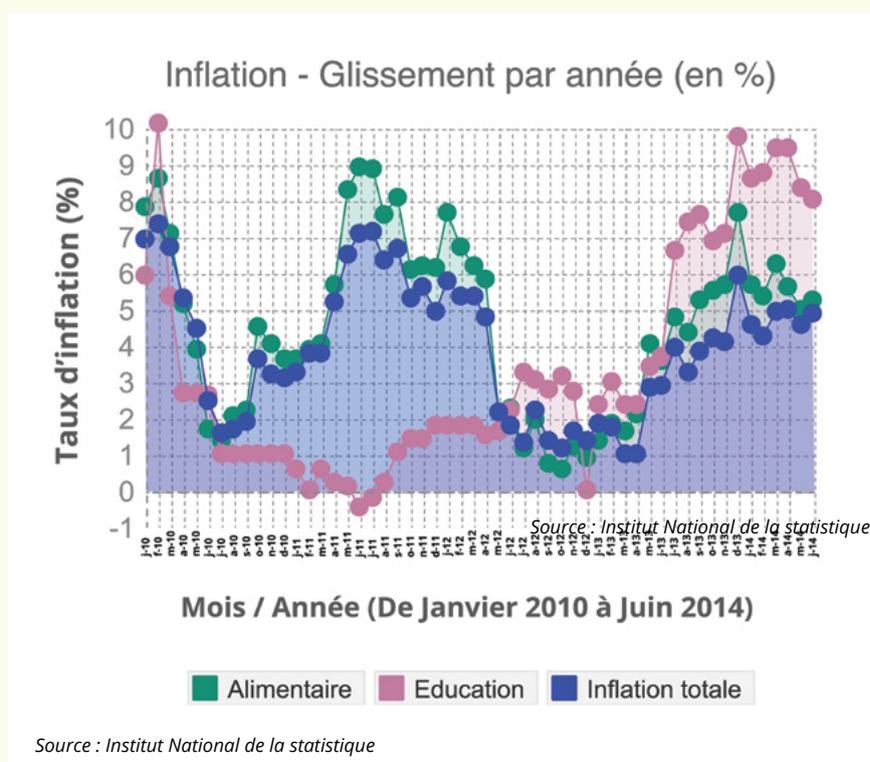
Chaque trimestre depuis 2010, une fois déduits les revenus versés par le reste du monde, l'économie du Cambodge verse essentiellement sous forme de profits et de dividendes, au reste du monde, 156 millions de dollars américains en moyenne, soit entre 3 et 4% du PIB par an.

BAROMÈTRE ÉCONOMIQUE :

LES PRIX

Les statistiques des prix que publie régulièrement l'Institut National de la Statistique du Cambodge, permettent de mesurer le taux d'inflation. Cependant, ces données ne concernent que la ville de Phnom Penh. La capitale, qui représente près de 15% de la population et concentre de nombreuses entreprises, qu'elles soient nationales ou internationales dispose d'une dynamique des prix qui est, à priori sans lien avec celles que l'on pourrait observer dans les provinces. Les taux d'inflation ne peuvent alors constituer qu'une indication globale sur les tendances en l'absence de données fiables pour l'ensemble de l'économie cambodgienne.

Le taux d'inflation annuel s'est établi à 4.9% en juin 2014 sur les douze derniers mois. Si ce dernier semble se stabiliser depuis le début de l'année, cela marque une rupture avec la tendance observée entre octobre 2012 et décembre 2013 d'accélération du rythme d'augmentation des prix au Cambodge.



L'évolution de la courbe des prix dans l'alimentaire est très proche de celle de la courbe d'inflation totale. Cette situation est essentiellement statistique car les produits alimentaires pèsent pour 45% dans la mesure de l'inflation totale. Cela est aussi conforme avec la théorie économique et les vérifications empiriques, où dans un pays à faible revenu par habitant tel que le Cambodge, l'essentiel des dépenses des ménages portent sur la satisfaction des besoins de base, comme l'alimentation ou le logement. Une décomposition accrue pourrait permettre d'obtenir un meilleur aperçu de la situation réelle de ce poste.

Enfin, la courbe décrivant l'évolution de l'inflation dans l'éducation, qui ne représente que 1.18% de l'indice totale, montre clairement une accélération des prix dans l'éducation. Ces derniers augmentent relativement plus vite depuis décembre 2012, pour atteindre 9.7% en décembre 2013. Depuis, une certaine stabilisation s'observe. Il n'en demeure pas moins que l'accès à l'éducation peut être fragilisé pour certaines catégories de population.

ENTRETIEN : S.E SUN CHANTHOL

Pour un renforcement des investissements français

Son excellence SUN Chanthol, ministre du Commerce du Cambodge a accompagné la délégation d'exportateurs de riz cambodgiens lors du SIAL à Paris en octobre dernier. Il a également participé à la conférence que nous organisons conjointement avec le MEDEF, « Cambodge, un territoire d'opportunités », ainsi qu'au dîner de promotion du riz que nous avons mis sur pied avec le soutien de l'AFD et du groupe Thalias. Le Ministre aura profité de son séjour pour également rencontrer le secrétaire d'État au commerce extérieur Matthias FEKL, qui devrait se rendre à son tour au Cambodge en 2015. Nous l'avons interviewé à Paris.

Vous avez tenu à participer à la mission de promotion du riz pendant le SIAL. Pourquoi est-ce important pour vous de soutenir de telles actions ?

C'est toujours un plaisir et surtout mon devoir en tant que ministre du Commerce de promouvoir les produits cambodgiens et de chercher de nouveaux marchés attractifs, aux conditions préférentielles, où que ce soit et à tout moment.

J'ai eu beaucoup de plaisir en décembre 2013 à « jouer » les cuisiniers au Malis avec le ministre du Tourisme Thong Khon lors d'une opération de promotion du riz co-organisée par le groupe Thalias et l'ARPEC (avant que le CRF n'existe).

Aussi, j'ai renouvelé l'expérience ici au SIAL sans mon collègue le ministre Thong Khon, pour mettre en avant le riz cambodgien auprès des visiteurs et surtout des professionnels et acheteurs potentiels.

La France est le premier pays importateur de riz jasmin depuis 2013, il était donc temps qu'une délégation d'exportateurs cambodgiens se déplace pour cet événement majeur qu'est le SIAL et j'ai été très honoré de participer à cette opération de promotion du riz organisée conjointement par l'IFC, l'AFD, la CCFC et le MEDEF, dans un but commun d'aider l'industrie cambodgienne du riz. Je les remercie donc beaucoup pour cette démarche.

Vous avez visité le SIAL Paris, qui est le plus grand salon professionnel de l'agroalimentaire au monde. L'IFC y avait un stand qui abrite 17 exportateurs de riz cambodgien. Qu'en avez-vous pensé et que souhaitez-vous pour la prochaine édition ?

Le SIAL avec l'ANUGA est en effet le plus important salon au monde concernant l'agroalimentaire et je suis très heureux d'y avoir été et reçu pour la première fois. L'IFC a partiellement sponsorisé le stand commun de la délégation d'exportateurs cambodgiens. Mon souhait et objectif pour le prochain SIAL 2016 serait d'avoir un pavillon national cambodgien comme les pays voisins en ont, afin de promouvoir l'ensemble de nos produits. Cela demande une coordination et organisation interministérielle ainsi que des ressources communes. Par ailleurs un tel projet est aussi une affaire financière, et nous avons besoin de voir si nous pouvons réunir les fonds nécessaires par nous



S.E Sun Chanthol,
ministre du Commerce du Cambodge

même (gouvernement) et rechercher des soutiens externes en temps voulu.

Pendant la conférence à laquelle vous avez participé au MEDEF, vous avez présenté votre politique pro-investissement afin d'attirer des entreprises et des investisseurs français qui sont assez peu nombreux au Cambodge. D'après vous, pourquoi les français sont si frileux à investir au Cambodge ? Que voudriez-vous leur dire ?

En effet, j'ai évoqué le fait que nous n'avions sans doute pas assez fait pour attirer les IDE français au Cambodge et que cela était très regrettable étant donné les liens tant historiques que linguistiques entre nos deux pays et ce depuis des siècles. Avec mon équipe au CDC nous allons redoubler d'efforts pour que les entreprises françaises abordent les perspectives cambodgiennes sous un angle différent et considèrent le Cambodge comme un tremplin dans le marché ASEAN, notamment grâce à l'AEC 2015 qui va débiter, et non plus comme un simple marché domestique d'une taille moindre comparé à ses voisins immédiats. De nombreux investisseurs étrangers d'autres pays l'ont compris et investissent de plus en plus dans le royaume. Cependant je dois toutefois citer qu'un grand groupe français, dirigé par un des entrepreneurs les plus riches de France, M. Éric Duval, a récemment investi plusieurs millions de dollars dans une usine de riz à Battambang et veut se développer tout au long de la chaîne de valeur du riz au Cambodge. Ce groupe, FEDRICE, dirigé par M. Richard Falquerho, de part son implantation illustre bien la confiance que certains groupes Français peuvent accorder au Cambodge et à son potentiel.

Interview à suivre...

SIAL : Salon International de l'Alimentation

ARPEC : Alliance of Rice producers and Exporters of Cambodia

CRF : Cambodian Rice federation

ANUGA : Salon Alimentaire Allemand

IDE : Investissement Direct Étranger

CDC : Council for the development of Cambodia

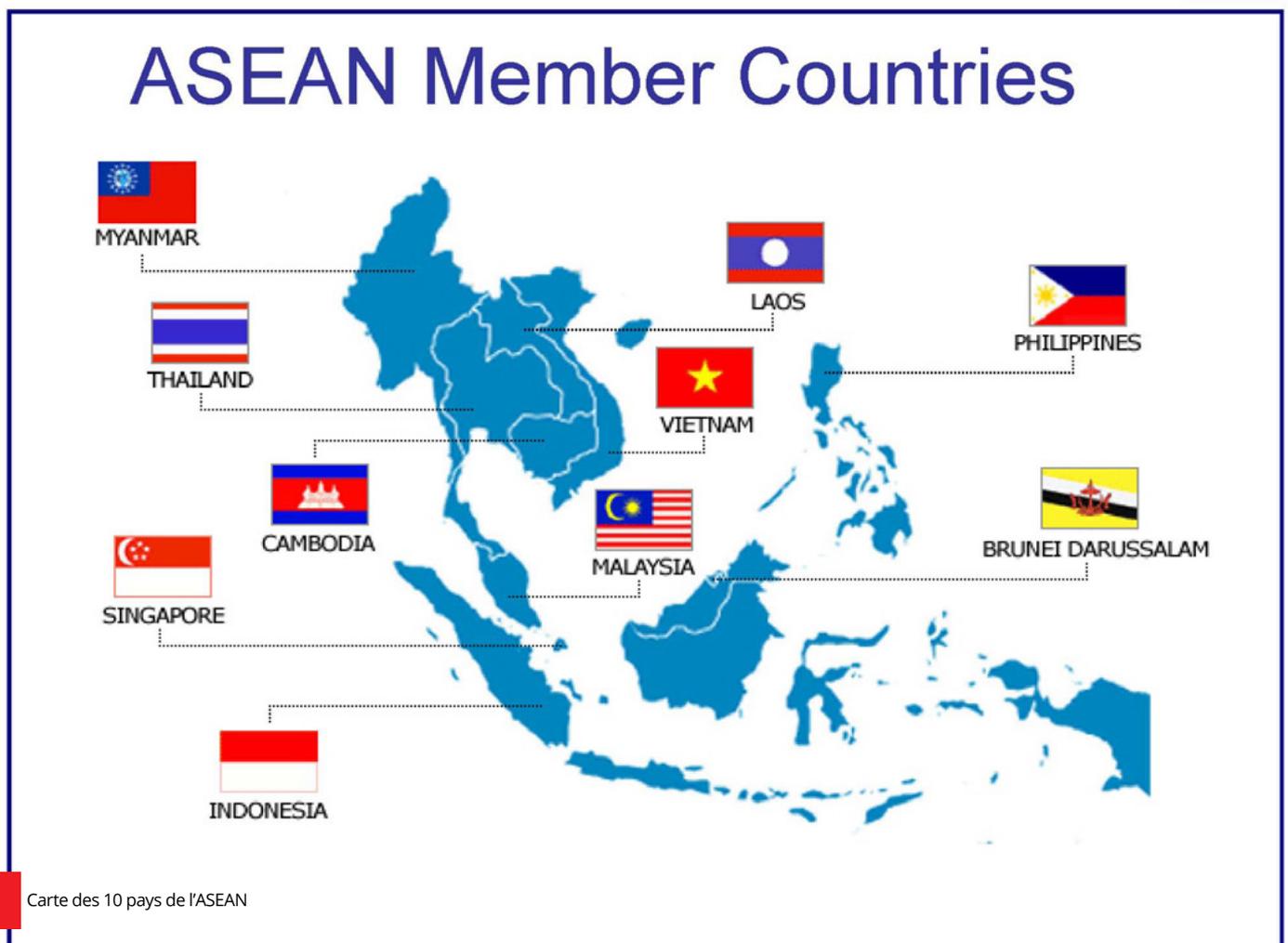


ASEAN : LA FISCALITÉ

DOSSIER D'ACTUALITÉ

LA FISCALITÉ EN ASIE DU SUD-EST

L'Asie du Sud-Est est devenue l'une des régions les plus dynamiques au monde. En 2013, l'ASEAN a enregistré une croissance d'au moins 5 % - menée par les Philippines, qui a excédé les prévisions avec une croissance de son PIB nominal de 7,2 %.



Carte des 10 pays de l'ASEAN

Le Cambodge, le Laos et le Myanmar ont enregistré de façon similaire une croissance de plus de 7 %. Les économies plus matures de la Thaïlande, l'Indonésie, la Malaisie et Singapour ont également vu leur économie croître davantage que le taux de croissance mondiale.

LA FISCALITÉ DANS LE CONTEXTE DE L'INTÉGRATION DES PAYS DE L'ASEAN*

L'énorme potentiel de la région de l'ASEAN n'a pas échappé à l'attention des investisseurs mondiaux qui ont consacré plus d'investissements dans l'ASEAN qu'en Chine par exemple. Ainsi, en 2013, les cinq plus grandes économies de l'ASEAN (Indonésie, Malaisie, Thaïlande, Philippines et Singapour) ont reçu un total de 128,4 milliards de dollars en investissements directs étrangers à comparer avec 117,6 milliards de dollars pour la Chine.

L'un des principaux attraits d'un investissement dans l'ASEAN réside dans le potentiel d'être exposé à la diversité des économies de ses 10 États membres. En effet, de nombreux investisseurs de la région cherchent à étendre leur activité du moins à la plupart, sinon à tous les membres de l'ASEAN, et à profiter de leur présence dans un pays pour créer des opportunités dans d'autres. Ainsi, le commerce et les investissements intra-ASEAN ont augmenté de manière significative au cours de ces dernières années - alimentés par l'aspiration des États membres à créer un marché régional intégré à travers la Communauté Économique de l'ASEAN (AEC pour ASEAN Economic Community). À travers l'AEC, les États membres de l'ASEAN cherchent à réduire les obstacles au commerce régional et à harmoniser les règles et les normes afin de développer davantage le commerce et les investissements intra-ASEAN.

Pour le moment, l'AEC n'a été que partiellement couronnée de succès. Le commerce des marchandises a été facilité par une baisse des tarifs douaniers

entre les pays de l'ASEAN, mais certains obstacles techniques au commerce existent encore. Les règles concernant le commerce des services et les investissements sont loin d'être claires et cohérentes au niveau régional. L'ASEAN n'a pas non plus entamé sérieusement le processus d'examen, et encore moins la mise en œuvre, d'un système fiscal harmonisé ou intégré. Les investisseurs dans chacun des 10 États membres sont donc confrontés à des règles et des systèmes fiscaux différents. Les investisseurs français qui sont familiers avec les nombreuses directives fiscales qui facilitent le marché unique européen seront sûrement surpris de constater que les États membres de l'ASEAN n'ont même pas commencé à formuler l'équivalent local de la directive sur la taxation des filiales ou celle sur la TVA. Afin d'aider les investisseurs français et européens qui ont tout juste commencé leur incursion dans la région ou pour ceux qui songent à investir dans plus d'une économie de l'ASEAN, cet article a pour but de fournir une analyse générale des principaux points à considérer au niveau fiscal.

Les états de l'ASEAN diffèrent aussi dans leur approche de l'imposition des revenus des entreprises, au Cambodge, une société est assujétie à une taxe de 20% sur son bénéfice.

Des systèmes fiscaux différents

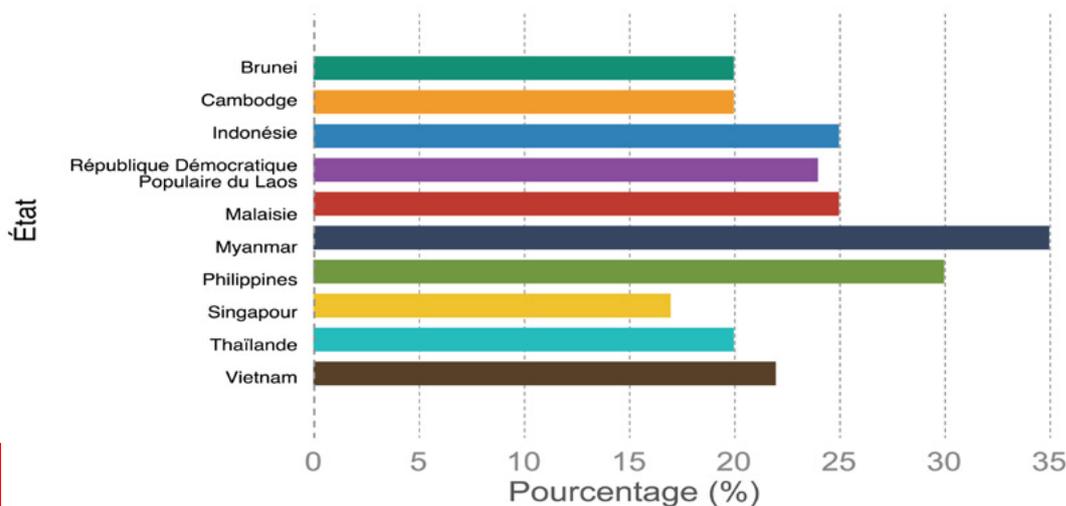
D'une manière générale, les systèmes fiscaux des États membres de l'ASEAN sont similaires sur certains points essentiels dans le sens où ils ont tous adopté des systèmes qui :

1. S'appuient sur la distinction entre la fiscalité des entreprises et celle des particuliers ;
2. Imposent des taxes sur les bénéficiaires (tels que l'impôt sur le revenu des sociétés), sur les transactions (telles que la TVA ou la taxe de vente), et sur le revenu des particuliers tiré du travail (comme l'impôt sur les salaires) ;
3. Distinguent les contribuables résidents (généralement imposés sur le revenu net) et les contribuables non-résidents (généralement imposés sur les paiements bruts à travers un mécanisme de retenue).

Au-delà de ces similitudes de base, des différences très importantes apparaissent dans les systèmes fiscaux, les taux d'imposition et la couverture de l'impôt. Prenons en exemple le fait que, alors que la plupart des pays de l'ASEAN taxent à la fois le revenu national et de source étrangère des personnes physiques et morales résidentes, le Brunei et Singapour ont adopté des règles qui permettent l'exonération des revenus de source étrangère - que ce revenu soit actif ou passif.

* Associations des nations de l'Asie du Sud-Est.

Taux d'imposition du revenu des sociétés dans les pays de l'ASEAN



Les États de l'ASEAN diffèrent aussi dans leur approche de l'imposition des revenus des entreprises. La plupart imposent une taxe sur les dividendes en sus de l'impôt sur le revenu des sociétés. Au Cambodge par exemple, une société est assujettie à une taxe de 20 % sur son bénéfice. Lorsque cette société distribue des dividendes à ses actionnaires étrangers, la distribution sera de nouveau soumise à une retenue à la source de 14 %. En revanche, Singapour, la Malaisie et le Myanmar ont préféré adopter un système à palier unique qui impose une taxe uniquement sur les bénéfices des sociétés et non pas sur la répartition de ces bénéfices aux actionnaires. Les taux d'imposition du revenu des sociétés varient selon les pays de l'ASEAN (Cf. Tableau 1)

L'usage des impôts indirects diffère également entre les différents pays de l'ASEAN. La plupart des pays ont adopté la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) basée sur la consommation. Dans les systèmes traditionnels de TVA, les contribuables sont autorisés à déduire la TVA payée sur leurs achats de la TVA sur leur chiffre d'affaires. Les exportations de biens et de services sont généralement taxées à taux zéro. Les

pays qui ont adopté le système de la TVA sont les suivants : le Cambodge, l'Indonésie, le Laos, les Philippines, Singapour (sous l'appellation « taxe sur les produits et services »), la Thaïlande et le Vietnam. La Malaisie, quant à elle, impose une taxe de vente. Le Myanmar impose par ailleurs une taxe commerciale qui se rapproche plus de la taxe de vente que de la TVA. Le Brunei n'impose pas de taxe indirecte sur les ventes ou le chiffre d'affaires.

Le régime fiscal international

Les investisseurs français et européens qui sont familiers avec le vaste réseau de conventions fiscales entre les pays de l'Union européenne seront également surpris d'apprendre que le réseau des conventions intra-ASEAN est loin d'être complet. Singapour est le plus avancé à cet égard, en ayant signé des conventions fiscales avec tous les pays de l'ASEAN, sauf avec le Cambodge. Les autres pays de l'ASEAN ont des conventions fiscales avec la plupart des autres pays de l'ASEAN, sauf avec le Cambodge qui n'a d'ailleurs signé pour l'instant aucune

convention fiscale, que ce soit ou non avec un pays de l'ASEAN.

La sophistication des règles fiscales internationales varie également d'un pays à l'autre. Ainsi, les pays de la zone n'ont pas tous adopté des règles, que ce soit pour lutter contre l'évitement et le chalandage fiscal, des règles sur la propriété effective, ou des règles d'application en termes de rigueur ou de permissivité. Il en est de même pour les pratiques fiscales relatives aux prix de transfert qui sont loin d'être appliquées dans tous les pays de l'ASEAN. Les règles relatives à l'« établissement stable » ne sont également pas uniformes au sein de l'ASEAN.

Les pays qui ont adopté le système de la TVA sont : le Cambodge, l'Indonésie, le Laos, les Philippines, Singapour (sous l'appellation « taxe sur les produits et services », la Thaïlande et le Vietnam.

Les économies les plus avancées ayant déjà en place des conventions fiscales ont généralement pris en compte la définition de l'OCDE en matière d'« établissement stable » et ont adopté des lois nationales conformes à cette norme, mais certains pays, notamment le Myanmar, le Laos et le Cambodge, ne sont pas conformes à cette pratique générale internationale en matière fiscale. En effet, les lois fiscales du Myanmar et du Laos n'incluent pas de règle sur l'établissement stable. Au Cambodge, les règles de l'OCDE sont généralement appliquées mais n'incluent pas les exceptions usuelles pour les activités préparatoires ou auxiliaires, rendant du coup le concept d'établissement stable relativement large.

Administration et bureaucratie

La qualité de l'administration fiscale varie également au sein de l'ASEAN. Singapour est reconnu comme ayant la bureaucratie fiscale la plus efficace et la plus professionnelle. Le reste des pays de l'ASEAN souffrent souvent de l'image perçue ou réelle d'une bureaucratie fiscale difficile et manquant souvent de transparence. Les décisions fiscales accordées par les autorités sont disponibles dans la plupart des pays de l'ASEAN, mais le délai pour obtenir ces décisions varient selon le pays

et le type de décisions. Sans surprise, il est plus difficile d'obtenir des décisions fiscales écrites au Cambodge, au Laos et au Myanmar.

Le régime douanier

L'intégration et l'harmonisation des économies de l'ASEAN sont plus réussies en ce qui concerne la réglementation douanière. Il ne fait pas de doute que l'appartenance de l'ensemble des pays membres de l'ASEAN à l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) (et par voie de conséquence leur obligation à adopter les règles de l'OMC) soit un facteur important à cette réussite.

L'Accord signé sur le Commerce des Marchandises par les pays de l'ASEAN (« ATIGA ») a également facilité l'harmonisation des règles et procédures douanières à l'échelle régionale. Tous les pays de l'ASEAN ont adopté par exemple une nomenclature fiscale harmonisée commune à l'ASEAN et ont mis en place des procédures douanières uniformes.

Les droits de douane entre les six économies les plus avancées (Brunei, Indonésie, Malaisie, Philippines, Singapour et Thaïlande) sont pratiquement à 0 %. Le reste de l'ASEAN adoptera également ces taux à partir de 2015.

Conclusion

La croissance des pays de l'ASEAN et la recherche constante d'une plus grande intégration régionale sont des arguments tout à fait convaincants pour les entreprises françaises et européennes à commencer ou continuer à investir en Asie du Sud-Est. Considérant les efforts des États membres de l'ASEAN pour faire de la région une base de marché et de production unique, il est intéressant de se positionner sur un pays pour bénéficier d'une exposition sur les autres économies de l'ASEAN.

Toutefois, en raison du retard pris en matière d'intégration fiscale par rapport aux autres initiatives régionales, il est toujours préférable d'examiner les questions fiscales au niveau de chaque pays individuellement et non pas au niveau régional.

Les droits de douane entre les six économies les plus avancées (Brunei, Indonésie, Malaisie, Philippines, Singapour et Thaïlande) sont pratiquement à 0%. Le reste de l'ASEAN adoptera également ces taux à partir de 2015.

** ATIGA : Asean Trade in Goods Agreement.

Jude Ocampo est le Directeur du Département fiscal de DFDL. Il a plus de 12 ans d'expérience avec une spécialité dans les services fiscaux internationaux, notamment en relations avec les transactions transfrontalières, les restructurations d'entreprises et les investissements directs étrangers. Membre de la Philippines Bar Association, il est diplômé d'un Master de la Harvard Law School.

Guillaume Massin est associé et Directeur de DFDL Cambodge. Il est également directeur-adjoint régional du groupe de Droit « Immobilier et Construction ». Avec plus de 12 ans d'expérience, ses domaines d'expertise sont le droit immobilier, le droit des affaires, le droit pénal et l'assistance technique. Guillaume est diplômé en droit de l'Université de Lille.

Port de Sihanoukville



DÉCRYPTAGE

Les logiciels de gestion d'hôtels & Channel Management des OTA*

La mutation que l'on observe depuis quelques années dans le secteur de l'hôtellerie s'est accélérée depuis 2012. Les professionnels indépendants des petites et moyennes unités ont compris qu'ils doivent reprendre la main sur les réservations dans leurs hôtels en menant eux-mêmes des actions commerciales plus agressives.

Il est loin le temps où les réservations arrivaient par les agences de voyage partenaires ou le simple bouche à oreille. Obsolète l'époque où un bon emplacement et de jolies chambres suffisaient à la réussite d'un hôtel. Avec une offre de plus en plus importante et surtout de qualité, il devient primordial de sécuriser le maximum de réservations en amont auprès d'un nombre conséquent d'OTA*. L'hôtelier qui souhaite conserver son taux d'occupation en hors saison n'a plus le choix. Au même titre que la formation de ses employés et les rénovations de son établissement, il doit investir dans sa commercialisation avec pour priorité absolue de se doter de son propre système de réservation en ligne. Cela passe également par la formation aux techniques de la commercialisation active pour être plus visible que la concurrence et améliorer le taux de remplissage de son hôtel.

En effet, si internet a permis à la profession de bénéficier d'une meilleure communication, il a aussi largement contribué à la visibilité de toutes les offres d'hébergement disponibles. Une concurrence instantanée ou les plus agressifs se taillent la part du lion dans les réservations minute. Parmi les fondamentaux de l'hôtellerie, du professionnalisme de l'accueil, l'art du bien recevoir, en passant par l'importance du contact humain, il faut ajouter à présent la connaissance des différents outils d'optimisation des ventes et l'apprentissage de la prospection multi-plateforme.

Beaucoup d'hôteliers se limitent à une ou deux plateformes de distribution comme agoda.com ou booking.com, et partagent leur offre en deux lots pour éviter les risques de surbooking. Moins il y a de chambres disponibles et plus l'hôtelier doit jongler pour suspendre sur un site les chambres réservées sur un autre.

Il existe depuis quelques années un outil d'optimisation des ventes qui permet de décupler sa visibilité, de commercialiser 24/24h chacune de ses chambres simultanément sur un grand nombre de plateformes et sans risques de surbooking. Un logiciel indispensable pour tout professionnel de l'hôtellerie quelle que soit la taille de l'établissement. Cet outil miracle s'appelle un **Channel Manager**.

Le Channel Manager simplifie (voire rend tout simplement possible) la gestion des différentes plateformes de distribution en ligne sur lesquelles votre établissement est connecté.

En cliquant sur un seul bouton vous pouvez gérer les tarifs et disponibilités de vos chambres sur tous les sites de réservation auxquels vous êtes reliés. **Améliorez votre taux d'occupation et votre chiffre d'affaires !**

Votre disponibilité n'est plus partagée entre plusieurs sites de réservations. Chaque site pourra afficher la même disponibilité, les mêmes chambres permettant ainsi d'accroître le nombre de réservations. Lorsqu'une réservation a été reçue via un des sites partenaires une mise à jour s'effectue automatiquement et décrémente l'offre simultanément sur tous les canaux. **Gagnez du temps !**

Le Channel Manager robotise la mise à jour des canaux de distribution en agissant comme une sorte de multiprise. La diffusion automatique des modifications de tarifs, de disponibilités et de l'inventaire sur des dizaines de portails (plus de 300 disponibles !) permet aux hôteliers de capitaliser sur chacun d'entre eux tout en travaillant de manière plus efficace, plus rentable, et en conservant plus de temps pour se concentrer sur la qualité du séjour des clients.

Ma chambre moins chère sur Expedia, Agoda ou sur le site de l'hôtel ?

L'autre rôle du Channel Manager est d'assurer la « Parité Tarifaire ». Les OTA – Agoda, Expedia, Booking... – exigent toutes contractuellement que l'hôtelier leur fournisse un prix qui leur permettra d'afficher le meilleur du marché. Or, comme les OTAs prennent chacune des commissions différentes, l'hôtelier doit effectuer un savant calcul avant de pouvoir communiquer son prix. Il doit aussi tenir compte des offres spéciales, discounts, taxes etc. pour qu'au final le client paye bien le même prix partout, que ce soit sur le propre site de l'hôtel ou ceux de ces OTAs.

Le Channel Manager lui évite cette corvée, recalculant de lui-même le tarif à communiquer aux OTAs. Il est à noter que les tarifs affichés sur ces différents sites sont parfois trompeurs et ce n'est qu'une fois arrivé à l'étape du paiement que le vrai prix apparaît. On s'aperçoit alors que les offres promotionnelles, mises en avant dans les premières pages, sont compensées par des frais de dossier ou des taxes et qu'au final, le client a le même prix partout. Et ce au centime près.

Chacune des OTA a d'ailleurs des robots qui vérifient en permanence les disponibilités et les tarifs auprès de leurs concurrents. S'ils repèrent un écart, l'hôtel est sommé dans l'heure d'y remédier immédiatement. La Parité Tarifaire est considérée par les professionnels et les consommateurs d'un grand nombre de pays comme une atteinte à la libre concurrence. En France et aux Etats Unis, le gouvernement, les associations de consommateurs, ainsi que les fédérations professionnelles, essayent depuis plusieurs années de rendre illégale cette clause et de la faire retirer des contrats. Mais c'est une bataille juridique compliquée et qui prendra encore du temps ...

*OTA : Online Travel Agency, les agences de réservation online.

POINT DE VUE

Jean Jacques Guillaudeau - Conseiller économique de l'Ambassade de France au Cambodge

Team Spirit : « Chasser en meute », « Naviguer en escadre », « Equipe de France de l'export », ces formules imagées, utilisées, depuis une dizaine d'années, par plusieurs ministres français en charge du commerce extérieur ont pour objet de rappeler une évidence : le développement international de nos entreprises dépend largement de leur capacité à « jouer collectif ».

J'ai souvent été frappé, dans les différents pays où j'ai eu la chance de travailler, par le caractère automatique, voire pavlovien, de la solidarité qui prévaut au sein des communautés d'affaires allemande, japonaise, coréenne et anglo-saxonne. Dans ces communautés, lorsqu'une filiale s'implante, le nouveau venu est immédiatement pris en charge par ses compatriotes. Chacun y va de son conseil, de ses contacts, parfois de son soutien matériel. On lui présente un juriste, un agent immobilier, un expert-comptable. On attire son attention sur une disposition fiscale, une loi en préparation dans son secteur ou tout paramètre susceptible d'avoir un impact sur son « *business model* ». On essaie, en un mot, de lui éviter de reproduire les erreurs dont on a soi-même pâti.

Apparemment désintéressé – sans doute l'est-il d'ailleurs dans un certain nombre de cas - ce comportement procède en réalité d'une logique imparable : la somme des actes de solidarité individuels renforce le groupe, mais aussi chacune des entreprises qui le compose. D'une part, plus la communauté d'affaires de mon pays s'accroît, mieux ses intérêts sont protégés et plus nombreuses sont les opportunités d'affaires. D'autre part, l'aide que j'apporte au nouveau venu, en contribuant, à sa mesure, à systématiser les pratiques de solidarité, m'offre une garantie quasi-certaine d'en bénéficier à mon tour, le jour venu. Enfin, comme les sociologues des organisations l'ont depuis longtemps démontré, la mutualisation de l'information au sein d'un groupe profite généralement à tous sans nuire à quiconque.

Or il nous faut bien admettre, sans pour autant sacrifier aux clichés, que cet instinct grégaire fait largement défaut à la culture française des affaires. Crainte de la concurrence, retenue naturelle, égoïsme parfois, conduisent trop souvent nos expatriés à considérer qu'il n'y a pas de raison particulière d'apporter aux entrepreneurs français fraîchement arrivés un soutien dont ils ont eux-mêmes été privés quelques années plus tôt. Il y a là, au fond, une forme de cercle vicieux dont il n'est pas aisé, au-delà des déclarations d'intention, d'enrayer la mécanique.

Ce déficit d'entre-aide, il faut également le souligner, est souvent proportionnel aux dimensions de l'économie du pays d'accueil et, dans une large mesure, de la communauté d'affaires française elle-même. À New York ou Tokyo, le nouvel investisseur français sait bien qu'il ne bénéficiera pas de l'appui qu'il est en droit d'attendre de ses compatriotes à Khartoum ou Managua.

Au Cambodge, précisément, toutes les conditions semblent réunies pour diffuser, encore plus largement, les bonnes pratiques mises en place par une communauté d'affaires que rassemble une conception commune de la place de la France dans ce pays ami. Notre « communauté » dispose, à cet effet, d'au moins 3 atouts :

- **En premier lieu**, « l'équipe de France au Cambodge » comprend toutes les compétences utiles à un nouvel investisseur : juristes, agents immobiliers, cabinets de recrutement, experts comptables, architectes, consultants divers, etc. Il n'est d'ailleurs pas excessif d'affirmer que le Cambodge est sans doute le seul pays d'Asie où nos compatriotes peuvent avoir l'assurance, dans tous ces domaines, de recevoir l'appui d'un professionnel français ou francophone.

- **En deuxième lieu**, le Cambodge est l'un des seuls pays du monde où nous demeurons, d'assez loin, la première communauté d'affaires européenne. Cette particularité constitue un avantage, mais elle nous impose également des devoirs. La solidarité est l'un de ceux-ci, car elle demeure une composante essentielle de l'image que nous renvoyons à nos hôtes.

- **En troisième et dernier lieu**, nos entrepreneurs peuvent se prévaloir, au sein de l'administration et des milieux d'affaires cambodgiens, d'un niveau de contact et d'une facilité d'accès sans aucune mesure avec ceux dont doivent le plus souvent se contenter nombre de nos compatriotes en Asie. Cela signifie que nous sommes en mesure de mettre au service d'entrepreneurs français qui le méritent un réseau de décideurs, susceptible d'apporter une contribution décisive au succès de leurs projets.

Une étude récente, menée par des experts en ressources humaines de plusieurs pays européens, a démontré, contre toute attente, que les cadres dont les carrières progressent le plus rapidement sont aussi ceux qui prennent le temps d'aider leurs collègues, de partager l'information et, d'une manière générale, de rester à l'écoute des autres. Est-il exagérément optimisme de penser qu'il puisse en aller de même pour les entreprises ?

AGENDA

Tous les mercredis : Retrouvez-nous pour le *Rendez-Vous des Entrepreneurs* :

Le principe est simple, créer un cadre de rencontre informel pour les chefs d'entreprise de la CCFC et leurs invités. Faire en sorte de se réunir, se présenter, partager des expériences ou discuter de sujets d'actualité, s'entraider ou faire des affaires.

Plus de renseignements sur www.cfcambodge.org ou sur notre page Facebook : Chambre de Commerce Franco Cambodgienne

27 novembre au 27 décembre 2014 : Concours de photographie de l'Union européenne

Pour célébrer les Journées européennes du développement les 26 et 27 novembre, l'Union Européenne et l'Institut français ont lancé un concours de photographie sur le thème des différents âges de la vie. Ouvert à tous les photographes résidant au Cambodge, ce concours donnera lieu à une installation des meilleurs oeuvres sur le mur de la Délégation de l'Union européenne.

28 au 30 novembre 2014 : Salon du Livre au Cambodge à la Bibliothèque nationale du Cambodge

« Lis moi, vois le monde » sera le thème de cette 3ème édition du Salon du Livre au Cambodge, organisé par le Ministère de la culture et des Beaux-arts et la Bibliothèque nationale, en collaboration avec différents partenaires dont l'Association des Bibliothécaires et Documentalistes Cambodgiens et l'Institut français. L'objectif est de soutenir les écrivains et illustrateurs cambodgiens, de promouvoir le secteur de l'édition au Cambodge et d'encourager les jeunes à lire et écrire.

29 novembre au 6 décembre à Siem Reap : Angkor Photo Festival

Le 10ème Angkor Photo Festival se déroulera à Siem Reap du 29 novembre au 6 décembre prochain. Comme chaque année, le festival présentera pendant une semaine les travaux de photographes internationaux reconnus, ainsi que de photographes asiatiques émergents, sous forme d'expositions et de projections.

Depuis 2005, il rassemble ces photographes dans un esprit de créativité et d'échange. Certains d'entre eux animent des stages de formation, offerts à de jeunes photographes asiatiques, ainsi que des ateliers photos réalisés avec les enfants du Centre Anjali.

Plus d'informations : www.angkor-photo.com

12 au 14 décembre 2014 à Kho Kong : le Sea Festival

Le Cambodge organisera la 3ème Fête de la Mer du 12 au 14 décembre dans la province de Koh Kong. La province côtière accueillera des événements sportifs, des concerts, feux d'artifices et spectacles aériens. Cette célébration devrait permettre de promouvoir le tourisme, selon le Ministre du Tourisme Dr Thong Khon.

7 décembre 2014 à Angkor : Semi-marathon International d'Angkor Wat.

Le semi-marathon d'Angkor Wat se tiendra le 7 décembre 2014 au milieu des temples et du site historique d'Angkor, dans la province de Siem Reap. Depuis 1996, des personnes venues du monde entier participent à cette course afin de soutenir les victimes des mines antipersonnel au Cambodge. Pour cette occasion, l'ONG Enfants du Mékong propose aux coureurs de devenir « collecteurs » en créant une page de don en ligne. L'argent récolté sera utilisé par l'ONG pour la construction d'une école dans une zone reculée du Cambodge.

23 janvier 2015 : Assemblée Générale de la CCFC

L'Assemblée Générale de la Chambre de Commerce Franco-Cambodgienne se tiendra le 23 janvier.

19 mars 2015 : dîner Goût de France - Good France

Dans le cadre de la promotion du tourisme, et notamment de la gastronomie et de l'oenologie, Laurent Fabius, Ministre des Affaires Étrangères, a lancé l'opération « Goût de France - Good France ». Cette opération rassemblera à la veille du printemps, le 19 mars 2015, plus de 1000 chefs sur 5 continents pour célébrer, sous la forme d'un dîner, l'excellence de la cuisine française, sa capacité d'innovation et les valeurs qu'elle véhicule : partage, plaisir, respect du « bien-manger ». Tous les chefs sont invités à participer à ce grand événement en proposant leur candidature sur le site www.goodfrance.com



(+855)89 233 888 | khema@thalias.biz
facebook.com/khema51

Ground floor, Aeon Mall,
Sothearos Blvd, Sangkat Tonle Bassac,
Khan Chamkarmon, Phnom Penh

No.163, Street 51,
Sangkat Chaktomuk, Khan Daun Penh,
Phnom Penh



**VOTRE
PUBLICITÉ
ICI**