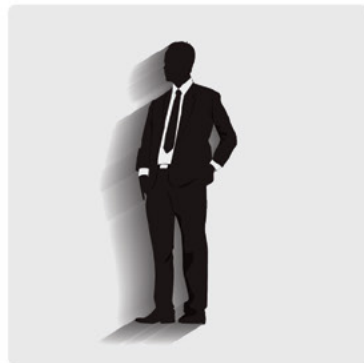




ENTREPRENDRE CAMBODGE

NUMERO 04 / CHAMBRE DE COMMERCE FRANCO-CAMBODGIENNE

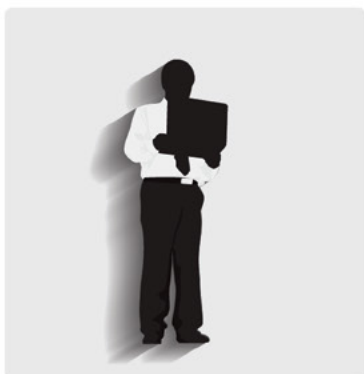
JANVIER / FÉVRIER 2015



DOSSIER : CAPITAL COMPÉTENCES

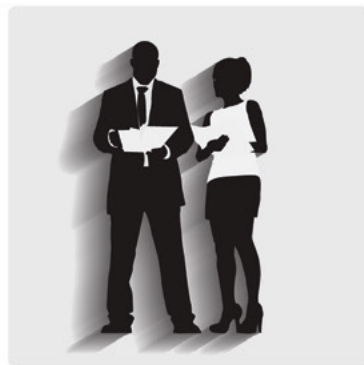
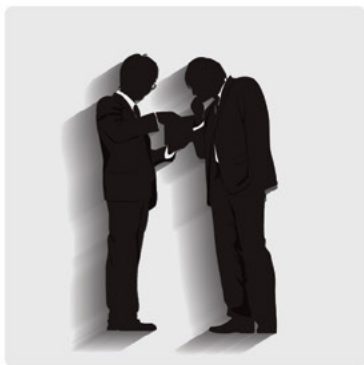
BAROMÈTRE ÉCONOMIQUE

EMPLOYABILITÉ DES JEUNES DIPLÔMÉS - LES PRIX - EXPORTATION



DÉCRYPTAGE - POINT DE VUE

CULTURE ET TOURISME - MARKETING DIGITAL



Optima

Consultants

SERVICES

MECHANICAL ENGINEERING

ELECTRICAL ENGINEERING

PLUMBING ENGINEERING

BEING GREEN & EFFICIENT

ENGINEERING EXCELLENCE MEP Design

We provide carefully engineered solutions that are cost effective and technically responsive to client needs.

HOTELS, VILLAS
& RESIDENTIAL



BANKS
& INSTITUTIONS



COMMERCIAL,
HIGH RISE
& MIX USE BUILDINGS



HEALTHCARE,
EDUCATION
& INDUSTRIAL



OUR COMPANY

Optima Consultants Ltd is a leading professional engineering firm and premier provider of Mechanical, Electrical and Plumbing (MEP) Engineering and Consulting Services.

Optima Consultants established in 2005, specializes in state-of-the-art engineering designs for both new and renovation projects in a broad range of residential, commercial, high-rise and institutional buildings for clients throughout the region and internationally.

In the last six years, Optima Consultants has successfully completed more than 50 projects in engineering designs. We have an in-depth experience working with complex large-scale projects, as well as small-to medium-scale projects in a wide range of commercial, industrial, educational, retail, hospitality, and residential market sectors.

With over 60 years of collective experience, our team of specialized engineers has the expertise to deliver professional engineering designs with proven results.

Optima Consultants :

Address: "Online" Building – 2nd floor

#60, Monivong Blvd

Phnom Penh

Tel: +855 (0) 23 987 770

E-mail: contact@optima-consultants.com

ÉDITO : DIPLOMATIE ÉCONOMIQUE



Jean-Claude Poimboeuf
Ambassadeur de France
au Cambodge

Sous l'impulsion de Laurent Fabius, la « diplomatie économique » consiste à faire en sorte que, sur ce champ de bataille globalisé qu'est devenue l'économie mondiale, toutes les énergies soient fédérées autour d'un objectif unique : assurer aux entreprises françaises les débouchés que méritent leur savoir-faire et la qualité de leurs produits.

Au Cambodge, en dépit de la densité des liens qui unissent nos deux pays, notre présence économique demeure faible : 1% de part de marché ; 1% du stock des investissements étrangers.

Dans un contexte où les entreprises asiatiques représentent plus de 90% de la présence économique étrangère, la France, qui demeure le premier partenaire européen du Cambodge, peut et doit accroître son influence sur au moins trois plans.

En premier lieu, elle doit permettre à ses industriels de participer à un nombre croissant de grands projets d'infrastructures, qui seront de plus en plus nombreux à mesure que le Cambodge se rapproche du groupe des « économies en transition ». A cet égard, l'Agence Française de Développement demeure un élément central de notre dispositif, comme le démontrent les succès enregistrés dans le domaine du traitement de l'eau, où ses financements ont permis à Pont-à-Mousson, Vinci Construction et SAFEGE de devenir les partenaires de référence de la Régie des Eaux de Phnom Penh. Or d'autres secteurs, tels l'énergie (TOTAL, EDF, ALSTOM), les transports publics (ALSTOM, SYSTRA, RATP) ou l'assainissement (VEOLIA, VINCI, DEGREMONT) paraissent offrir des perspectives également prometteuses.

En deuxième lieu, nous devons nous efforcer d'accroître sensiblement notre volume d'exportations vers le Cambodge, qui demeure inférieur à 100 MUSD, contre plus de 200 MUSD d'exportations cambodgiennes vers la France. Atteindre cet objectif suppose de multiplier les opérations, collectives et individuelles, de promotion des produits et services français. Les efforts déployés par la Chambre de Commerce France-Cambodge, les Conseillers du Commerce Extérieur de la France et l'Ambassade, avec l'aide d'Ubifrance, vont dans le bon sens mais ils doivent être intensifiés.

Enfin, il apparaît essentiel de convaincre un nombre plus élevé d'entreprises françaises d'investir au Cambodge afin de profiter de la vigueur de la croissance économique (plus de 7% en moyenne depuis 20 ans) et d'une situation géographique idéale dans le contexte d'une intégration économique régionale chaque jour plus tangible. Cela suppose que, par notre participation systématique aux forums d'affaires et notre mobilisation des réseaux mentionnés plus haut, en Asie du Sud-Est comme en France, nous ne cessions de nuancer l'image parfois obsolète qu'une partie de nos compatriotes, y compris dans les grandes entreprises, ont encore du Cambodge.

Je serai heureux de travailler avec vous tous pour renforcer notre diplomatie économique et je saisis cette occasion pour vous adresser mes meilleurs vœux de succès pour 2015 !

Jean-Claude Poimboeuf, *Ambassadeur de France au Cambodge.*

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 : Vaju Ariel, Rawpixel

Numéro du mois de Janvier/Février 2015

La Commission Veille Économique :

Mathilde Colin,
Adrienne Ravez,
Yannick Bineau,
Yohann Brizoller,
Antoine Hendoux,
Emmanuel Scheffer,
Erwan Le Verger,

avec la participation de S. E Jean-Claude Poimboeuf, Ambassadeur de France au Cambodge, d'Anne Lemaistre, responsable de l'Unesco au Cambodge, d'André Pouillès-Duplaix, directeur de l'AFD, de la Filière francophone d'économie et de gestion - Centre universitaire de Recherche en Économie et Gestion, Université Royale de Droit et de Sciences Économiques, d'Adrienne Ravez de l'agence Endorphine Concept.

Contact et Régie Publicitaire :

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

Retrouvez toutes les informations utiles sur :

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

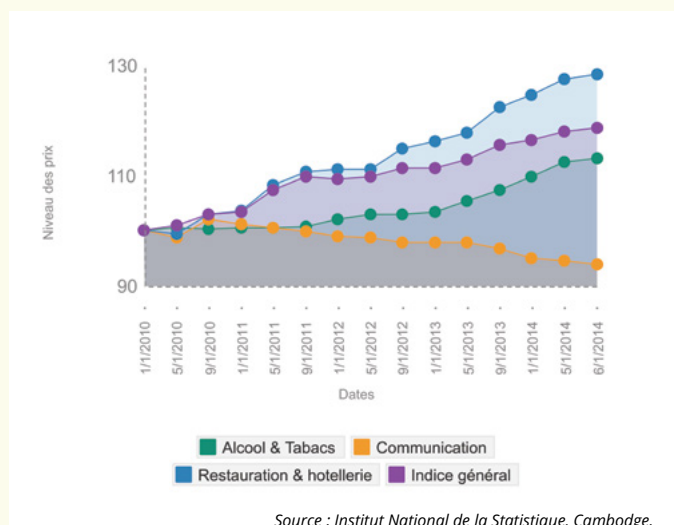


សមាគមវីញកម្ពុជា បារាំង - កម្ពុជា
CHAMBRE DE COMMERCE
FRANCO-CAMBODGIENNE

BAROMÈTRE ÉCONOMIQUE :

LES PRIX

Dans le graphique suivant, tous les indices des prix sont calculés à partir des dernières statistiques de prix qui disponibles en ligne auprès du site de l'Institut National de la Statistique. Les dernières données concernent juin 2014. Toutes les séries sont présentées afin que le niveau des prix en janvier 2010 corresponde à l'indice 100. Toute augmentation s'interprète comme un accroissement du niveau des prix correspondants. La courbe décrivant les prix dans le secteur de la communication, qui représente moins de 2% du total de l'indice des prix, a tendance à être négative. Autrement dit, cela signifie que le prix relatif dans ce secteur est en baisse.



Source : Institut National de la Statistique, Cambodge.

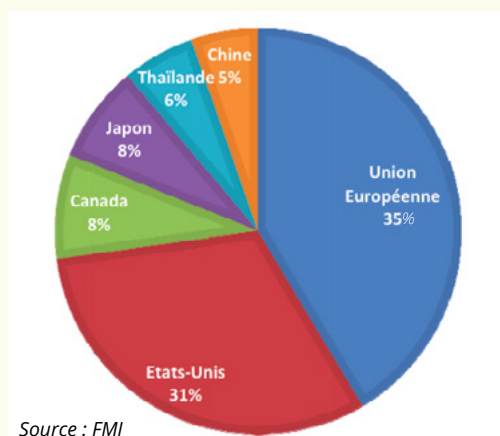
L'augmentation de la concurrence liée à l'accroissement du nombre d'acteurs dans ce secteur a incontestablement pour effet de réduire les prix supportés par le consommateur final. Cela reflète les stratégies de gains de parts de marchés menées par certains opérateurs, mais cela a aussi pour contrepartie de fragiliser les entreprises de plus petite taille du secteur. Au final, toutefois, le gain de cette baisse des prix relatifs du secteur est favorable aux consommateurs à court terme.

Les prix dans la restauration et l'hôtellerie augmentent nettement plus vite que ceux de l'indice général des prix alors que ceux du tabac et alcools, semblent maîtrisés.

La structure des exportations du Cambodge montre le poids de l'Union européenne qui représente, pour les six premiers mois de 2014 plus de 35% des flux commerciaux, ce qui est le reflet d'accords internationaux, mais aussi de la spécialisation internationale de l'économie en faveur des produits du textile, objet d'accords spécifiques.

Les Etats-Unis occupent la deuxième position avec 31% de part de marché. L'importance des pays industrialisés comme débouchés pour l'économie cambodgienne est forte alors que cela concerne essentiellement des produits textiles, pour lesquels le Cambodge dispose d'un important avantage comparatif. Pour autant, cette concentration des parts de marché à l'exportation sur deux zones économiques n'est pas nécessairement source de fragilité si les conjonctures entre les deux groupes de pays sont asynchrones. Lorsque l'on prend en compte le Canada (8%) et le Japon (8%), les exportations cambodgiennes vers les pays industrialisés représentent plus de 81% des exportations totales. La place de la Thaïlande et la Chine indique que malgré la proximité, notamment géographique, l'importance de ces pays comme débouchés aux productions cambodgiennes doit être nuancée.

Les 6 principaux partenaires à l'exportation du Cambodge, 2014 :



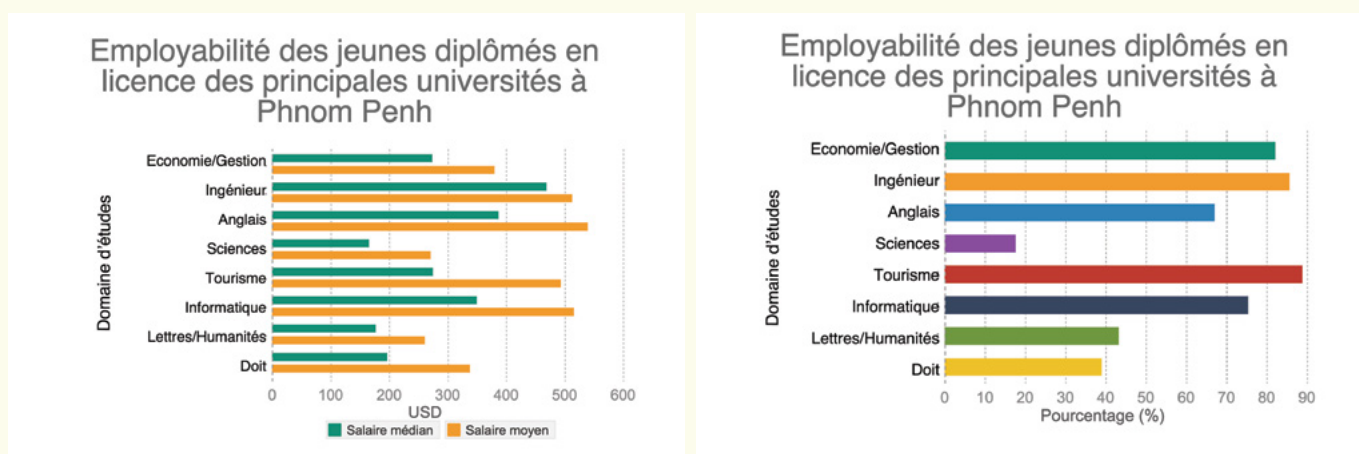
Source : FMI

BAROMÈTRE ÉCONOMIQUE :

EMPLOYABILITÉ DES JEUNES DIPLÔMÉS EN LICENCE DES PRINCIPALES UNIVERSITÉS À PHNOM PENH

Que font les diplômés de l'enseignement supérieur, une fois leur diplôme obtenu ? Un projet de recherche financé par la Banque Mondiale portant sur l'«intégration de l'ASEAN 2015 : Opportunités ou Risques pour le Cambodge?» a été mené par le Centre Universitaire de Recherche en Economie et Gestion de la filière francophone d'économie et de gestion de l'Université Royale de Droit et de Sciences Economiques. Cette recherche portait sur l'employabilité des diplômés de huit universités de Phnom Penh. L'enquête conduite de mars à juin 2014 incluait 1050 entretiens auprès d'anciens étudiants ayant obtenu leur licence en 2011. Plusieurs conclusions sont intéressantes.

Près de 96% des étudiants possèdent un emploi rémunéré parmi lesquels 61% a trouvé un emploi avant même la fin de leurs études. Dans le groupe d'étudiants ayant cherché un emploi après la licence, la durée moyenne de recherche d'emploi est de 3 mois. Le taux d'emploi est maximum pour les diplômés en Tourisme et Anglais (plus de 99%) et plus réduit pour les diplômés en Droit (90%). La différence entre ces taux d'emploi pourrait s'expliquer par les déséquilibres selon le segment du marché du travail. L'offre de main d'œuvre dans les professions juridiques représente 10 fois celle de la demande, alors que dans le secteur du Tourisme, qui un secteur majeur de l'économie, l'excès d'offre par rapport à la demande n'est que de 2,5. Les jeunes diplômés en recherche d'emploi utilisent tous les canaux disponibles, mais le plus efficace reste le réseau ainsi que la recherche sur internet.



L'éducation supérieure est un investissement rentable, puisque 74% des jeunes diplômés débutent par des postes qualifiés. Ce résultat encourageant doit être nuancé car 43% des diplômés ne travaillent pas dans le domaine de leur formation initiale. Ce changement au regard de la compétence initiale renforce l'idée d'une relative flexibilité du marché du travail cambodgien.

La proportion des diplômés avec contrat augmente avec la taille de la société. Cependant, il ressort que 35% des interviewés n'ont pas de contrat de travail avec leur employeur.

Les salaires médians des interviewés est de 282\$. Autrement dit, 50% des étudiants gagnent plus de 282\$ et 50% d'autres gagnent moins de 282\$. Par rapport aux trois dernières années, il y a une augmentation de 12,8% du salaire médian. Simultanément, la distribution des salaires se resserre puisque le salaire médian n'est plus que 2,8 fois plus élevé que le salaire minimum dans l'industrie de la confection, alors qu'en 2011, il était 4 fois supérieur puisque le salaire minimum a augmenté de 63\$ à 100\$ par mois.

Les hommes gagnent plus que les femmes (290\$ contre 275\$), ce qui indique aussi que le salaire des hommes augmente plus vite que celui des femmes (16% contre 10%) car en 2011, la médiane de salaire des deux sexes, de l'ordre de 250\$, n'était pas statistiquement différente entre les deux sexes. Les diplômés en ingénierie et mécanique reçoivent le salaire médian mensuel le plus élevé (469\$), alors que les étudiants diplômés en sciences ou en lettres sont ceux qui perçoivent un salaire médian parmi les plus faibles, de l'ordre de 166\$ à 177\$.

La maîtrise d'une langue étrangère constitue un atout majeur pour les jeunes diplômés puisque la rémunération s'améliore lorsqu'ils détiennent aussi d'un diplôme de langue. Le salaire médian d'un jeune diplômé ayant deux diplômes, dont un de langue augmente de 18% à 322\$ pour les étudiants qui possèdent un diplôme de plus en langue contre 273\$ pour les étudiants qui n'ont qu'un seul diplôme.

Le secteur privé emploie 67% des diplômés, le secteur public 24%, et les ONG seulement 9%. Les scientifiques se dirigent essentiellement vers le secteur public, notamment en raison des débouchés dans l'enseignement, alors que 80% des diplômés en gestion, tourisme et les ingénieurs s'orientent d'abord vers le secteur privé. Par contre, les littéraires et humanistes, surtout s'ils maîtrisent une langue étrangère, sont plus présents dans les organisations non gouvernementales, surtout s'il s'agit d'une ONG internationale.

Enfin, les diplômés se déclarent à 75% très satisfaits par leurs études. La satisfaction est principalement liée au salaire. Chez les femmes, elle est aussi liée au temps libre que permet l'emploi.

ENTRETIEN : ANDRÉ POUILLÈS-DUPLAIX, DIRECTEUR DE L'AFD

L'Agence Française de Développement augmente fortement ses interventions



André Pouillès-Duplaix
Directeur de l'AFD Cambodge

Active au Cambodge depuis 20 ans, agent majeur de la présence française, l'un des principaux contributeurs extérieurs au développement du Cambodge, l'AFD, Agence Française de Développement, est déjà intervenue, à hauteur de **270 millions d'euros**, dans un nombre considérable de projets. Certains spectaculaires comme les polders de Prey Nup (11 000 ha rendus à la riziculture), la rénovation du Marché central, d'autres moins visibles mais fondamentaux comme les centrales d'eau potable de Niroth, comme le soutien à la filière riz, la réglementation du micro-crédit, la réhabilitation de réseaux d'irrigation et de « preks », le système « sky » de couverture sociale, des aides à la Commission du Film, à la lutte contre les maladies émergentes, à la formation dans divers domaines ...

Les engagements de l'AFD au Cambodge sont depuis quelques années en très forte augmentation. Après avoir été nuls (zéro) en 2009 et 2010, ils sont passés dans les années suivantes à 7 millions d'euros en 2011, à 70 millions en 2012, 18 en 2013 et ils atteignent 93 millions en 2014, soit pour ces trois années : **181 millions d'euros**.

Pourquoi cette brusque montée ?

Les raisons sont financières, explique André Pouillès Duplaix, directeur de l'AFD au Cambodge. La première : en février 2012 le FMI, considérant les progrès du pays (diminution du surendettement) a amélioré la note du Cambodge. De la catégorie « pays à risque modéré » il est passé à « pays à risque faible ». Réaction du ministère des Finances français : l'AFD est autorisée à pratiquer au Cambodge des prêts « souverains » directement au ministère de l'Economie et des Finances, alors qu'il s'agissait précédemment uniquement de dons à l'Etat cambodgien. Seconde raison : l'AFD pratique maintenant des prêts non souverains, c'est à dire sans l'Etat cambodgien, à des entreprises publiques ou privées. Elle prête selon son propre jugement, à ses risques, comme le fait une banque privée avec cette différence que l'objectif est de répondre aux besoins du pays (on ne fait rien sans l'approbation de l'Etat cambodgien), et que les taux des prêts sont plus faibles que ceux des banques privées. C'est ainsi que l'AFD actuellement a 11 prêts non souverains en cours (voir encadré) . En projets : des prêts pour les routes rurales, en collaboration avec la BAD* ; pour le Tourisme (un centre de formation) ; pour la formation professionnelle (avec l'ADB) ; pour l'eau à Siem Reap (avec la Régie des Eaux) ... et d'autres projets sont à l'instruction.

Les 11 prêts en cours

La Régie des Eaux (3 prêts) - L'Institut Pasteur (laboratoire P3) - Le GMAC (centre de formation professionnelle secteur confection) - La FTB (eau en milieu rural) - L'IMF, institutions de micro-crédit (3 prêts, Kredit, Vision Fund et TPC) - L'EDC, (Électricité du Cambodge) : 70 millions d'euros, prêt en partie souverain et en partie non-souverain pour l'installation de lignes à haute et moyenne tension.

Un seul « prêt souverain » est en cours : 20 millions d'euros de prêt et 4 millions de subventions. Il s'agit d'irrigation, 14 périmètres dans le Nord- Ouest, et 30 « preks » dans la province de Kandal.

L'atout des entreprises françaises : la qualité et des standards sociaux et environnementaux élevés

L'AFD favorise-t-elle les entreprises françaises lors des appels d'offre ?

Non, il s'agit depuis 2002 d'une aide « déliée » : on ne tient pas compte de la nationalité des entreprises qui soumissionnent. Nos interventions sont en harmonie avec les axes stratégiques définis par le gouvernement en faveur de l'agriculture et du développement rural, des infrastructures (rurales et urbanisation), du secteur financier (banques et promotion des PME, formation professionnelle. stratégie du pays). Le rôle de l'AFD est de vérifier la conformité de la sélection.

Nous favorisons cependant les entreprises françaises, explique André Pouillès-Duplaix, en leur donnant toutes les informations possibles concernant les marchés, les appels d'offres, les procédures, en répondant à leurs questions pour qu'elles préparent leur dossier. Et nous les aidons aussi de façon indirecte en exigeant dans notre cahier de charges des standards très élevés en matière de qualité et dans les domaines sociaux et environnementaux. Là, comme pour les études et l'assistance technique, les entreprises françaises sont très performantes et c'est pourquoi, malgré des prix souvent plus élevés, elles gagnent 85 à 90 % de nos appels d'offre. Par exemple pour la centrale d'eau potable de Niroth, pour 3 périmètres irrigués, pour la faisabilité de lignes à moyenne et haute tension, ... « J'estime que le système fonctionne très bien, dit franchement A. Pouillès-Duplaix, la présence des entreprises françaises augmente, conformément à la « diplomatie économique » promue par le gouvernement français ».

*BAD : Banque Asiatique de Développement



CAPITAL COMPÉTENCES

DOSSIER D'ACTUALITÉ

LE CAPITAL COMPÉTENCES

UN DÉTERMINANT DE LA RÉUSSITE ENTREPRENEURIALE AU CAMBODGE



Au seuil de cette nouvelle année 2015, le capital compétence s'échange sur un marché aux conditions changeantes, dont la dynamique résulte de facteurs d'influence tant endogènes qu'exogènes. Le sujet méritait un coup de projecteur, qui fait l'objet du présent dossier d'actualités.

Les lecteurs fidèles d'Entreprendre Cambodge, que nous remercions de tout cœur, auront peut-être noté au fil des numéros une certaine récurrence de propos : mettant en exergue l'étendue des opportunités offertes aux investisseurs et entrepreneurs au Cambodge d'une part, tout en constatant les difficultés liées à la constitution et à la fidélisation d'un capital compétences au sein de l'entreprise d'autre part.

Ainsi la formation des cadres était elle identifiée comme une des composantes essentielles de l'équation de la réussite, dans une analyse du modèle économique adopté par la vingtaine de conglomérats du Cambodge, par le Conseiller économique de l'Ambassade de France¹. Parmi les autres composantes figure la capacité de réorienter le positionnement des entreprises vers des secteurs prometteurs et des activités à plus haute valeur ajoutée — lesquelles réorientations s'appuient implicitement sur des compétences affûtées, tant au niveau de la main d'œuvre que des dirigeants. Une autre équation de la réussite est celle qui préoccupe l'hôtelier au Cambodge. Telle que la formulent Nicolas Juralina et Alexis de Suremain², la solution implique des investissements dans la partie tangible du service, en premier lieu l'immobilier, mais aussi dans la mise en œuvre de compétences managériales en soutien à la compétitivité — en particulier l'acquisition d'un système de réservation en ligne, la formation informatique associée, et le développement de compétences de pointe comme les techniques de commercialisation proactive.

Mais si les précédents numéros d'Entreprendre Cambodge ont évoqué, à juste titre, une difficulté assez généralisée à recruter et fidéliser une main d'œuvre locale qualifiée, ils ont également insisté sur le caractère particulièrement changeant du marché de l'emploi et de la formation au Cambodge. Un des indicateurs est la prise de conscience concernant le bénéfice d'un investissement dans

une éducation de qualité pour les jeunes cambodgiens. Elle commence de s'opérer à tous niveaux, notamment au sein de la classe moyenne urbaine où l'on voit se multiplier les exemples d'expatriation universitaire, ainsi que le note Amaury de Saint-Blanquat, du cabinet de recrutement Saint Blanquat. Formation initiale, accompagnement, encouragements et patience avec la main d'œuvre locale, combinés à une politique de rétention intelligente permettent de modeler de bons professionnels (dixit Frédéric Dubois, directeur chez Devenco) et de voir émerger des leaders (dixit Cédric Gertgen, de l'agence AD Communication)³. Et s'il est encore besoin de se convaincre du dynamisme de l'emploi-formation au Cambodge, on peut citer comme autre indicateur la spectaculaire montée des prix dans le secteur de l'éducation pendant l'année 2013, avec un taux d'inflation culminant à 9,7% en décembre 2013 puis se stabilisant aux alentours de 8-9% pendant le premier semestre 2014; c'est à dire nettement au-dessus de l'inflation nationale moyenne, comme nous le fait remarquer le Centre Universitaire de Recherche en Économie et Gestion (CUREG)⁴.

Formation initiale, accompagnement, encouragements et patience avec la main d'œuvre locale, combinés à une politique de rétention intelligente permettent de modeler de bons professionnels.

Quelles améliorations à moyen terme peut on espérer concernant l'offre en capital compétences, tant quantitativement que qualitativement ? Quelles mesures de renforcement de la formation professionnelle sont mises en œuvre par le gouvernement et par les partenaires de développement ? Quelles évolutions anticiper, étant données les nouvelles opportunités de mobilité à l'échelle régionale ? Quelles opportunités se profilent ?

Telles sont les questions que les entrepreneurs et investisseurs sont à même de se poser, et que les prochaines colonnes de ce dossier tentent d'éclairer.

Le tourisme et la confection — deux exemples de filières de formations professionnelles en développement

Le secteur du tourisme est actuellement l'un des premiers créateurs d'emplois au Cambodge, et voué à le rester pour quelque temps encore si l'on en croit les prévisions du ministère du Tourisme (MdT) : partant de 620 000 emplois directs en 2013 pour atteindre 1 000 000 en 2020, soit un taux moyen de croissance de l'emploi de l'ordre de 7% par année.

Même si une telle prévision de croissance est comparable à celle de la décennie passée, on ne saurait prendre la mesure des enjeux à moyen terme pour ce secteur à l'aune de son histoire récente. À cela plusieurs raisons. La première tient à un changement d'attitude de la part des employeurs, et en particulier à une élévation sensible de leur niveau d'exigence eu égard à l'expérience et aux qualifications professionnelles de leurs nouvelles recrues. Des signes avant-coureurs étaient déjà détectés dans une étude récente sur les carences en capital compétence dans le secteur du tourisme à Siem Reap⁵. Interrogés sur des difficultés à pourvoir les postes vacants et sur les causes associées, les employeurs évoquent fréquemment des raisons liées à l'insuffisance de qualifications, d'expériences, ou de compétences adaptées de la part des candidats ; et comme deuxième raison la plus fréquente, la faiblesse des compétences en langues étrangères. Concernant l'impact des carences en compétences-clés, ces mêmes employeurs mentionnent en premier lieu la capacité à délivrer un service à la hauteur des attentes du marché.

¹ Jean-Jacques Guillaudeau, "L'Autre Défi," *Entreprendre Cambodge* No. 1, 2014.

² DECRYPTAGE, "Les Logiciels de Gestion d'Hôtels & Channel Management des OTA," *Entreprendre Cambodge* No. 3, 2014.

³ DOSSIER D'ACTUALITES, "PME & PMI," *Entreprendre Cambodge* No. 0, 2014.

⁴ BAROMETRE ECONOMIQUE, "Les Prix," *Entreprendre Cambodge* No. 3, 2014.

⁵ étude menée par l'agence nationale pour l'emploi du Cambodge ("National Employment Agency" ou "NEA") : *Skill Shortages and Skill Gaps in the Tourism Industry in Siem Reap: Evidence from the Employer Skills Survey (NEA, 2013)*.



Jeunes diplômés

Ce dernier résultat est corroboré par une enquête similaire menée en 2014 auprès des employeurs du secteur du tourisme à Phnom Penh et focalisée sur les compétences des diplômés de l'enseignement supérieur¹, où la capacité à commercialiser une prestation à plus haute valeur ajoutée apparaît comme la contrainte la plus sévère. Ces employeurs de Siem Reap et de Phnom Penh adoptent une pluralité d'approches en vue de remédier aux situations de carences de compétences. Les cinq approches plus communes² : l'augmentation des salaires afin d'attirer ou de fidéliser les employés possédant les compétences désirées ; la redéfinition des postes et/ou la redistribution des responsabilités au sein de l'organisation ; l'instauration d'une culture d'entreprise propice au partage des connaissances et à la collaboration ; l'emploi de main d'œuvre étrangère ; l'investissement dans la formation du personnel, à l'embauche puis continue.

Plusieurs initiatives sont en cours, qui devraient aider directement ou indirectement le secteur du tourisme à se libérer progressivement des contraintes précitées. M. Chhiv Try, Directeur général adjoint au Mdt³, nous a expliqué en entretien privé que le programme de mise en

conformité vis-à-vis des MRA de l'ASEAN⁴ était déjà bien avancé, qu'il en découlerait naturellement un effet d'harmonisation des qualifications à l'échelle du secteur, favorisant ainsi à terme une adaptation des profils de compétences aux besoins du marché — *facette qualitative* du problème d'adéquation des compétences. Par ailleurs, l'Agence Française de Développement (AFD)⁵ en coordination avec le Mdt prévoit l'instauration d'une école nationale de formation professionnelle aux métiers du tourisme, qui viendra s'ajouter aux centres de formations déjà existants⁶. Il est donc permis d'espérer à moyen terme pour le secteur du tourisme une montée en puissance de l'offre en compétences adaptées — *facettes quantitative et qualitative* de la solution.

Concernant le secteur de la confection, la question du capital compétences présente d'autres caractéristiques. La conférence de presse donnée à l'occasion de la signature d'un accord de partenariat entre EVALLIANCE⁷ et le GMAC⁸ en novembre 2014 a permis à son Président, Oknha Van Sou Ieng, de resituer les directions stratégiques pour le secteur et en particulier le rôle primordial du capital compétence. Le défi consiste à accompagner le secteur dans

une transition vers la commercialisation de produits à plus haute valeur ajoutée, vers une compétitivité accrue, et vers des positionnements sur des créneaux spécialisés — à titre d'illustration, la lingerie féminine et les sweat-shirts. Un tel plan de développement implique en retour la création des conditions pour un transfert de compétences pointues, et ce à tous niveaux : développement d'affaires, marketing, ingénierie de production, et design. Ici précisément s'inscrit l'engagement d'EVALLIANCE, qui se propose d'organiser des opérations de promotion croisées entre l'Europe et le Cambodge ; de partager des opportunités détectées grâce à sa plateforme de business intelligence ; et de mettre en œuvre des programmes de formation professionnelle en lien avec des écoles de mode, des centres techniques et des universités de l'Union européenne et du Cambodge.

¹ (résultats en cours de validation officielle, source anonyme)

² (sans ordre spécifique d'exposition des réponses)

³ via le National Committee for Tourism Professionals, agence du Mdt

⁴ Mutual Recognition Arrangements — il s'agit d'accords inter-ASEAN de reconnaissance des qualifications professionnelles

⁵ voir l'entretien avec André Pouillès-Duplaix, Directeur de l'AFD (ce numéro)

⁶ voir aussi DOSSIER D'ACTUALITES, "PME & PMI," *Entreprendre Cambodge* No. 0, 2014.

⁷ EVALLIANCE : Cercle Euro-Méditerranéen des Dirigeants Textile-Habillement

⁸ Garment Manufacturers Association of Cambodia

Et M. Van Sou Ieng de souligner également une autre initiative d'envergure pour le GMAC avec le soutien de l'AFD, à savoir l'instauration d'un centre de formation aux métiers de la confection. M. Monika Kaing, responsable du *business development* au GMAC, nous a confié lors d'un entretien privé qu'il observait déjà trois tendances s'amorcer : premièrement un remplacement graduel des expatriés par des cambodgiens dans des postes à responsabilités de pointe, comme ceux de *compliance manager* ; deuxièmement l'apparition des premières marques dans le paysage de la mode cambodgien (il cite *Ambre, Jasmine, 3 Sisters*, et *Colorblind*) et des premiers cas d'usines ouvrant un département design ; troisièmement l'accroissement de la demande de compétences en génie électrique et en sécurité des bâtiments.

Il semble donc que le secteur de la confection au Cambodge se soit lancé sur une trajectoire nouvelle, qui pourrait bientôt rencontrer le savoir-faire français et créer ainsi des opportunités prometteuses pour nos entrepreneurs.

Le capital compétences et ses incidences sur les choix stratégiques de l'entreprise

Partant du postulat selon lequel toute contrainte sitôt libérée est génératrice d'opportunités, une enquête récente¹⁴ a pris le parti d'interroger plusieurs dizaines de dirigeants d'entreprises et organisations de secteurs variés en posant la question suivante : Si les compétences clés (de diplômés d'enseignement supérieur) dont manque votre organisation devenaient soudainement disponibles, quelles avancées pourriez vous alors envisager tant du

point de vue opérationnel que stratégique ? L'agrégation des réponses tous secteurs confondus laisse apparaître les tendances suivantes (par ordre de priorités décroissantes i.e. scores décroissants) :

[Score 4] Tirer partie de l'accroissement de la demande.

[Score 4] Capacité à commercialiser des produits ou services à plus haute valeur ajoutée.

[Score 3] Tirer partie des avancées en technologies de l'information et de la communication (TIC).

[Score 3] Capacité à accéder aux marchés étrangers.

[Score 2] Tirer partie des nouvelles tendances de l'investissement direct étranger.

[Score 2] Capacité à maîtriser les coûts opérationnels.

[Score 1] Tirer partie de l'amélioration de l'environnement général des affaires, et de l'accès à la finance en particulier.

[Score 1] Capacité à développer des relations fructueuses avec les clients.

Si au premier abord la priorité de plus haut score semble confirmer le bon sens, et en particulier le principe même de la loi de l'offre et de la demande, elle n'est pas pour autant reflétée de manière homogène par tous les secteurs de l'échantillon cible de l'enquête. Elle apparaît prédominante chez les dirigeants des secteurs agricoles et de manufacture (des activités à fort volume de production et rencontrant une robuste compétition) mais quasi-négligeable dans le secteur de la construction (bénéficiant actuellement d'un déséquilibre favorable de la demande par rapport à l'offre) ou celui des services (essentiellement des PME qui, pour beaucoup, doivent commencer à résoudre des problèmes structurels avant d'envisager une montée en volumes d'affaires).

Une remarque similaire concerne la deuxième plus haute priorité, à savoir la capacité à commercialiser des produits ou services à plus haute valeur ajoutée. Celle-ci apparaît plus proéminente chez les dirigeants d'entreprises de tourisme ou d'agriculture (deux secteurs d'envergure et qui connaissent une compétition intense, tant nationale qu'internationale), mais quasi-négligeable pour le commerce de gros/détail (car le marché des produits à haute valeur ajoutée est encore quelque peu étroit) ou encore les activités scientifiques (lesquels dirigeants disent se préoccuper plus de pouvoir tirer partie des avancées des TIC).

En résumé, quelles opportunités pour demain ?

Le tourisme, dont il est question plus haut dans cet article continue d'être un secteur fécond — du fait de la diversité des sites, des ressources propres, et des visiteurs. Cette diversité invite à laisser libre cours à l'innovation et à l'imagination de combinaisons de compétences originales, comme le mariage du tourisme et de la culture dont il est question dans la rubrique Décryptage ci-après (ce numéro). Cette dernière remarque peut être étendue, au moins au cas des PME-PMI. Les activités de la mode présentées plus haut en sont aussi une illustration. Plus généralement, dans un environnement qui tend à combler les carences en compétences clés, les opportunités sont à chercher aux deux pôles : la commercialisation de compétences clé en amont, et la mise en oeuvre de combinaisons de compétences innovantes en aval.

¹⁴(résultats en cours de validation officielle, source anonyme)

Retrouvez tous les numéros d'Entreprendre Cambodge sur le site internet de la Chambre de Commerce :



DÉCRYPTAGE

Culture et Tourisme, bâtir un nouveau partenariat

Du 4 au 6 février prochain, une conférence internationale associant Culture et Tourisme réunira pour la première fois les ministres de la Culture et les ministres du Tourisme du monde entier afin de bâtir un nouveau partenariat entre ces deux secteurs.

Il est banal d'affirmer que le tourisme constitue un secteur essentiel pour renforcer la compréhension et l'appréciation mutuelle entre les peuples et contribuer au développement économique des pays mais que, s'il n'est pas maîtrisé et durable, il peut aussi entraîner la lente destruction ou la dénaturation des trésors qu'il promeut.

De surcroît, le tourisme n'a jamais autant eu le vent en poupe : **1 milliard de personnes ont visité un pays tiers en 2013** tandis que **5 à 6 milliards de personnes ont visité leur propre pays**. La culture sous toutes ses formes en constitue généralement une des motivations principales de ces flux touristiques.

Comme le dit Dr Taleb Rifai, Secrétaire général de l'OMT (Organisation mondiale du Tourisme des Nations Unies) : *"Cette expansion a fait du tourisme l'un des premiers secteurs socioéconomiques de notre temps puisqu'il représente dans le monde 9% du PIB, 30% de toutes les exportations de services et un emploi sur onze"*.

Aussi, cette conférence internationale inédite organisée conjointement par le Gouvernement royal du Cambodge, l'OMT et

l'UNESCO à Siem Reap/Angkor a pour objectif de transformer cet engouement mondial en une opportunité de développement durable pour tous, et comme l'a déclaré Madame Bokova, Directrice générale de l'UNESCO *"de créer entre tourisme et culture une dynamique positive et mutuellement enrichissante, qui soit favorable au développement durable et avantageuse pour les communautés locales"*.

Angkor est un lieu rêvé pour cette réflexion internationale car si le site rencontre des défis quotidiens dans sa gestion touristique, il possède également une longue expérience dans le domaine.

De nombreuses personnalités et experts du monde entier, dont Sa Majesté le Roi Siméon II de Bulgarie, partageront leurs expériences et bonnes pratiques à cette occasion. L'idéal serait de réfléchir ensemble sur l'adoption d'une règle d'or entre les deux secteurs du tourisme et de la culture afin de définir un minimum pouvant garantir la conservation durable des patrimoines mais aussi le bien-être des populations concernées.

Pour l'UNESCO, cette conférence contribuera aussi à promouvoir la culture en tant que moteur et catalyseur du développement durable ce qui s'avère particulièrement important alors que s'élaborent de nouveaux objectifs du développement durable pour l'après-2015.

www.tourismandculture.org

Anne Lemaistre, Représentante de l'Unesco au Cambodge



Angkor Wat

POINT DE VUE

Défis et opportunités pour le Marketing Digital au Cambodge

Le terme "marketing digital" renvoie à l'ensemble des actions promotionnelles pouvant être réalisées au travers de canaux numériques. Les supports tels que les sites Internet, applications mobiles, ou réseaux sociaux entre autres, sont érigés en première ligne lors de la mise en place de stratégies dites "digitales". Ces dispositifs numériques ont un impact avéré sur les modes d'interaction entre les usagers et les entreprises ou organisations, de par le contact direct qu'ils favorisent. En amenant l'information au plus près des utilisateurs et en facilitant leur prise de parole, ces nouveaux médias viennent également modifier, par extension, les modes de consommation. Passé maître dans l'appropriation de cet enjeu, le groupe Publicis révèle en avril 2013 que son plan quinquennal d'acquisition repose sur la prévision que **75% de ses revenus proviendront à moyen terme du secteur digital, dont une grande partie issue des marchés émergents.**

Les marchés émergents s'imposent de fait comme une terre promise pour l'économie digitale, et à l'heure où les regards se tournent vers l'ascension du numérique en Asie, un intérêt croissant se fait particulièrement sentir pour la région du Sud Est Asiatique. On y observe effectivement une pénétration mobile de 109%, ainsi qu'une pénétration de 25% pour Internet et les réseaux sociaux. **Le Cambodge n'échappe pas à cette tendance**, expérimentant depuis 2011 **une hausse considérable des utilisateurs Internet et mobile** (3,8 millions pour Internet, 2,2 millions pour les réseaux sociaux, et 20,2 millions pour le mobile).

Au-delà du nombre, ce sont également les comportements des utilisateurs cambodgiens au sein de la sphère digitale qui méritent une attention particulière. Une étude menée fin 2013 auprès de jeunes étudiants dénote que la majorité de l'échantillon interrogé souhaiterait voir davantage d'entreprises cambodgiennes investir l'ère du numérique, et que plus de 75% d'entre eux s'attendent à ce qu'une organisation locale puisse faire montre d'un site Internet bien renseigné. Certaines évolutions dans les comportements d'achat viennent confirmer cette tendance, avec 63% de ces jeunes affirmant qu'ils recherchent les produits dont ils ont besoin sur les moteurs de recherche avant de prendre une décision, et que **le contenu d'une page Facebook impacte considérablement leur passage à l'acte.**

Au Cambodge cependant, nombreuses, si ce n'est majoritaires, sont les entreprises frileuses sur la toile, et la nature des réticences de ces dernières à s'y aventurer s'articule bien souvent autour du même leitmotiv : **le retour sur investissement**. A ceux qui pensent que les stratégies numériques se veulent abstraites et non mesurables, il est nécessaire de ré-affirmer la nature hautement traçable des actions de marketing digital. L'erreur commune consiste non pas à être ou ne pas être engagé sur un créneau numérique, mais d'y être mal positionné sur la base d'une approche non appréhendée. Le mot d'ordre des actions de marketing digital doit être le cadre logique, ou comment poser les bases d'une approche quantifiable ; et dans ce schéma, les indicateurs de performances se voient attribuer un rôle premier. Néanmoins, s'attacher à des indicateurs erronés constitue la seconde erreur commune commise à l'heure actuelle par bon nombre d'acteurs économiques au Cambodge. Des indicateurs standardisés tels que le nombre de visites sur un site, la taille d'une communauté ou encore l'engagement de ladite communauté n'ont pas le moindre sens s'ils ne servent pas des objectifs opérationnels concrètement définis.

C'est ainsi en se basant sur des processus méthodiques et personnalisés, que les entreprises au Cambodge pourront s'orienter pertinemment vers les ressources digitales, avec l'assurance de pouvoir en mesurer les résultats.

Adrienne Ravez, Endorphine Concept Digital Solutions Co,Ltd
www.endorphine-concept.com

Sources : Ad Age - E27 - Cambodia Daily - Geeks in Cambodia - Cambodian Ministry of Posts and Telecommunications.

"Le Numérique n'est qu'un moyen parmi d'autres d'atteindre les gens, c'est comment et pourquoi vous l'utilisez qui comptent vraiment."

Brian Solis

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*

22 janvier à 8h30 à l'Institut Français : Commission PME/PMI : La propriété intellectuelle : la valeur d'un enregistrement administratif

La propriété intellectuelle se compose de la propriété littéraire et artistique et de la propriété industrielle. Dans la propriété littéraire et artistique, figurent le droit d'auteur et les droits voisins. Dans la propriété industrielle, figurent la marque, les dessins et modèles, et le brevet. La division de la propriété intellectuelle en deux catégories est due au fait que le droit est attribué au titulaire de la première catégorie – la propriété littéraire et artistique – sans qu'un dépôt administratif ne soit exigé, alors qu'un dépôt administratif est exigé pour qu'un droit de propriété soit attribué dans la deuxième catégorie – la propriété industrielle. Ce thème a pour but de présenter l'intérêt, probatoire ou attributif de la propriété, du dépôt administratif des créations intellectuelles. Or, le Cambodge est dans la période de réforme, où les titulaires d'une propriété intellectuelle connaissent leurs droits et les revendiquent par voie judiciaire.

Réservation obligatoire : communication@ccfcambodge.org

29 janvier à 18h chez Comme à la maison :

Retraites, ISF, fiscalité ... le Patrimoine des français résidant au Cambodge et son optimisation

L'expert du groupe Equance vous présentera comment gérer le patrimoine du point de vue des systèmes fiscaux en France et au Cambodge.

Réservation obligatoire : communication@ccfcambodge.org

Du 4 au 5 février 2015 : « Tourisme et Culture : bâtir un nouveau partenariat »

La première Conférence mondiale sur le tourisme et la culture réunira, pour la première fois, des ministres du tourisme et des ministres de la culture du monde entier ainsi que des experts et des acteurs de ces deux secteurs afin d'explorer de nouveaux modèles de partenariat entre le tourisme et la culture.

Du 14 au 20 mars 2015 : Semaine française

La CCFC en collaboration avec l'Ambassade de France, l'Institut français et l'AFD organisent la semaine française du 14 au 20 mars 2015. Cet évènement a pour but de célébrer et renforcer l'influence française au Cambodge.

14 mars 2015 : Gala de la Chambre de Commerce

Le Gala de la Chambre de Commerce aura lieu le 14 mars 2015 au Sofitel Phnom Penh Phokeetra Hôtel sur le thème de l'ART de vivre.

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 ».

INFOS :

Pour toutes informations concernant notre magazine contactez-nous : communication@ccfcambodge.org

Retrouvez toutes les informations utiles sur :
www.cfcambodge.org
& sur facebook :
www.facebook.com/ccfcambodge.org



គម្រោងអាជីវកម្ម ព្រំដែន - កម្ពុជា
CHAMBRE DE COMMERCE
FRANCO-CAMBODGIENNE

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.

Les Projets 2015 de la Chambre de Commerce Franco-Cambodgienne

Les commissions Import/Export - ONG/Associations/Entreprise Sociale - PME/PMI - Tourisme - Veille Économique :

La **commission Import/Export** : une fois par mois, les professionnels du secteur se réuniront afin d'apporter une information claire et utile aux membres de la CCFC, concernant l'Import/Export des biens et services. L'objectif est de faire remonter des questions et besoins liés à l'Import/Export aux autorités compétentes (Ministères, ambassades,...) et élaborer un mini guide de l'Import/Export pratique qui puisse permettre aux nouveaux acteurs d'avoir une vision globale des process au Cambodge et d'avoir un annuaire des acteurs pertinents de la chambre. *Commission réservée aux membres de la CCFC, pour plus d'informations : directeur@ccfcambodge.org*

La **commission ONG/Association/Entreprise Sociale** ainsi que la **commission Tourisme** : une fois par mois, les professionnels du secteur se réunissent afin d'échanger sur les problématiques liées à leurs secteurs d'activités (droit du travail, santé, assurances, projets de développement en commun). Tous les sujets sont traités lors de ces commissions. *Commission réservée aux membres de la CCFC, pour plus d'informations : directeur@ccfcambodge.org*

La **commission PME/PMI** : une fois par mois, la commission se rassemble autour de réunions d'affaires thématiques. Proposer un support de solutions aux problèmes évoqués et créer un cadre propice aux échanges d'expériences. *Commission ouverte aux membres et non-membres de la CCFC, pour plus d'informations : directeur@ccfcambodge.org*

La **commission Veille Économique** : deux fois par mois, les professionnels de différents secteurs d'activité se réunissent afin de détecter les évolutions sensibles aux niveaux national, régional, global, micro et macro économiques - Un compte Twitter va être créé afin de relayer les informations à destination des membres.

Cette commission est aussi le comité de rédaction de la revue bi-mestrielle **Entreprendre Cambodge**. *Commission réservée aux membres de la CCFC, pour plus d'informations : directeur@ccfcambodge.org*

Pour télécharger nos magazines, rendez-vous sur le site internet de la CCFC : www.ccfcambodge.org, rubrique publications.

Cette revue a pour but de mettre en valeur le dynamisme de la communauté d'affaires française au Cambodge, de communiquer au-delà des frontières grâce au réseau des CCI Internationales. C'est le magazine des membres créé par les membres !

Pour l'achat d'un espace publicitaire, contactez-nous : communication@ccfcambodge.org



LE MAGAZINE DE LA CCFC

TOUS LES 2 MOIS RETROUVEZ NOTRE MAGAZINE ÉCONOMIQUE ENTREPRENDRE CAMBODGE !

**PME/PMI - TOURISME - COMMERCE DE DÉTAIL - LA FISCALITÉ EN ASEAN
 TOUS LES SUJETS "BUSINESS" QUI VOUS INTÉRESSENT !**

Les projets et actions de la CCFC se concentrent également sur le développement des relations économiques et commerciales bilatérales France-Cambodge, la défense des intérêts de nos membres au sein d'EuroCham, ainsi que l'animation du milieu des affaires français. C'est pourquoi nous organisons chaque mercredi le « **Rendez-vous des entrepreneurs** », qui nous permet de nous réunir de façon informelle et dans un cadre propice à l'échange.

En outre, si vous souhaitez communiquer auprès des membres de la chambre afin de présenter votre entreprise, des "rencontres - conférences" peuvent être organisées par la CCFC.

Les services aux entreprises de la CCFC sont désormais mutualisés au sein d'Eurocham, pour tout renseignement contactez : services@eurocham-cambodia.org.

Devenir membre de la CCFC : La cotisation à la CCFC vous permet de devenir automatiquement membre de l'EuroCham ! Vous retrouverez et bénéficierez donc de l'ensemble des activités, événements et services organisés par l'EuroCham. L'annuaire des entreprises CCFC sera désormais intégré dans un annuaire « européen ». Et bien entendu, une page de présentation toujours gratuite sera réservée à votre entreprise, membre CCFC. Pour celles et ceux qui ne sont pas membre de la CCFC et souhaitent le devenir veuillez transmettre votre demande à Mme Céline Bagot Le Verger, Directrice de la CCFC par mail : directeur@ccfcambodge.org
 Nous nous réjouissons d'avance de vous accueillir en tant que membre de la CCFC.

Nous vous souhaitons une très belle année 2015.
Céline Bagot Le Verger
 Directrice de la CCFC



**VOTRE
PUBLICITÉ
ICI**