

Iran / Export : les entrepreneurs emmenés par la CGPME croient en leur chance sur ce marché en devenir



Du 22 au 26 mai, la **CONFÉDÉRATION GÉNÉRALE DES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES** (CGPME) a conduit pour la première fois une mission d'entreprises à Téhéran, avec l'aide de deux sociétés spécialisées établies sur place, **LINK 45** et **FB & C.**

« 25 professionnels, représentant une vingtaine d'entreprises de secteurs différents, de l'agroalimentaire aux services en passant par les infrastructures, vont tenir au total entre 150 et 200 rendez-vous avec des homologues iraniens (notre photo) », confiait au départ de Paris, par un vol Air France, **PIERRE-JEAN BAILLOT**, directeur de mission International de la CGPME. Pour lui, comme pour les entrepreneurs français, il s'agissait de leur première découverte d'un grand marché de 80 millions d'habitants convoité par la terre entière.

COHEN AMIR-ASLANI VA OUVRIR UN BUREAU MI-JUILLET

Nul ne doute aujourd'hui du boom économique qui attend ce pays aux besoins immenses, diversifié mais coupé de l'Occident et de ses technologies depuis la Révolution islamique de 1979, aux hommes et aux femmes éduqués et formés. Toutefois, les **GRANDES BANQUES EUROPÉENNES** ayant des filiales outre-Atlantique refusent de financer les milieux d'affaires tant que les **AMÉRICAINS** ne lèvent pas toutes leurs sanctions. Washington a, effet, maintenu celles visant le programme de missiles balistiques de Téhéran et son soutien à des mouvements armés au Moyen-Orient.

Aujourd'hui, il n'est pas certain que la [déclaration commune des Occidentaux](#), y compris les Etats-Unis, faisant suite aux plaintes iraniennes européennes, ne change grand-chose. Elle est supposée clarifier le feu vert commercial donné par l'accord conclu le 14 juillet 2015 à Vienne sur le **NUCLÉAIRE IRANIEN**, mais pour le moment les établissements financiers européens ne bougent pas, la confiance n'étant par revenue.

Résultat, « seules des banques de troisième ou quatrième rang, comme **WORMSER** et **DELUBAC**, opèrent sur l'Iran. Il semble, toutefois, que **KBL** regarde aussi, car cet établissement européen n'est pas de présence outre-Atlantique », commentait à Téhéran **ARDAVAN AMIR-ASLANI**, avocat associé du cabinet d'affaires international [Cohen Amir-Aslani](#), partenaire lors de la mission de la CGPME, qui va ouvrir un bureau dans un quartier d'affaires de la capitale à la mi-juillet.

DES REPÈRES POUR RCA, DES TESTS POUR CRISTAL CREDIT

Reste que pour le commerce courant la compétition est déjà rude, les délégations étrangères se succédant, à l'instar de celle de l'association italienne des machines textiles, qui organisait aux mêmes dates et dans le même hôtel (hôtel Homa) que la CGPME un grand forum sectoriel. Pour les sociétés de l'Hexagone, la découverte du pays et de l'environnement des affaires a été un choc. Les idées reçues sont tombées.

« L'Iran n'est pas un pays aussi idéologique que vous le croyez. C'est le système, il est certes compliqué, mais c'est lui qui décide, pas les hommes. Le Guide Suprême lui-même tient compte de toutes les forces en présence,

notamment du gouvernement », expliquait ainsi au *Moci* **HAMIDEVEZA ESLAMI**, un des quatre corédacteurs-en-chef du quotidien privé *Forsat Emfouz* (L'occasion d'aujourd'hui), fondé il y a deux ans.

« L'Iran, surenchérisait **ARIA MOSTOFI**, autre rédacteur-en-chef, a connu plusieurs expériences de pouvoir avant et après la Révolution islamique. C'est un pays spécial. Il est faux de dire qu'une seule personne décide, comme il est faux d'affirmer que le gouvernement **ROHANI** est réformateur. C'est un gouvernement plutôt de technocrates ».

De même, loin de l'image par trop négative d'un Iran religieux, les responsables de PME françaises ont découvert « un peuple chaleureux, des homologues, hommes et femmes, sérieux, en voulant, soucieux de travailler avec nous », se félicitait **JEAN-MAX GILLET**, président du directoire de RCA, fabricant de joints de chaussée ou des appareils d'appui pour les BTP.

« J'ai tenu huit rendez-vous, ce qui m'a permis de qualifier le potentiel du marché et de prendre des repères », s'est-il réjoui. En particulier, grâce à sa rencontre avec **MOHSEN ZARRABI**, président de 115 Construction Company, premier contractor du pays, il a pu contacter divers maîtres d'œuvre, dont « un francophone qui m'a mis en relation avec le syndicat des entrepreneurs de BTP et génie civil ».

« Pour ma part, suite à la mission, je vais tester deux sociétés d'information, une PME de dix personnes, travaillant pour le gouvernement et dirigée par une femme, et une autre opérant déjà avec des Américains et des Néerlandais, organisant aussi des conférences, à laquelle je vais envoyer un dossier sur une banque iranienne », exposait, à son tour, **ELIE KHOURY**, directeur du département Intelligence économique et stratégique de Cristal Credit.

Optimiste mais prudent, le spécialiste lyonnais de l'information financière, commerciale et stratégique pourrait envisager des transferts de connaissance avec ses homologues. Selon Pierre-Jean Baillot, les PME françaises ne veulent pas seulement exporter ou ouvrir des boutiques, elles sont « prêtes aussi à transférer leurs technologies, à co-investir et coproduire ».

DE NOUVELLES MISSIONS POUR MSI, TECOFI ET L'UCAPLAST

FRÉDÉRIC NAKHAL, directeur général de MSI (Mécanique Système Industriel), et **DAVID OUNDJIAN**, chef de services chez Tecofi (vannes industrielles), ont déjà prévu de revenir en Iran en septembre. En rencontrant le patron du syndicat national de la viande, Frédéric Nakhal a vu s'ouvrir les portes du marché des abattoirs (18) et des usines de viande reconstituée.

« J'ai déjà visité un abattoir et suis invité après le ramadan et les vacances en France à poursuivre mon tour d'horizon pour offrir des solutions techniques », relatait le responsable du spécialiste français des innovations dans la protection, les machines de nouvelle génération et de la robotisation des lignes. « Les professionnels locaux veulent exporter leur viande, qui est excellente », ajoutait-il, ce qui lui « donne envie de monter une structure sur place.

De son côté, David Oundjian, prévoit d'exposer au prochain Salon international de l'eau et des eaux usées **Watex** du 26 au 28 septembre à Téhéran. Avec des membres de la délégation française, il partageait aussi « la bonne impression » qu'il a de la capitale, « une ville moderne, selon lui, plutôt propre avec une forte densité de circulation, avec aussi des infrastructures et un génie civil de bonne qualité ».

Président de l'Union des syndicats des PME du caoutchouc et de la plasturgie (Ucaplast), **DENIS VAILLANT** a également prévu de « revenir en Iran avec des entreprises avant la fin de l'année ». Les matières plastiques étant produites en Europe par un nombre toujours réduit de craqueurs, l'Iran, qui prévoit de se doter de 120 craqueurs en trois-quatre ans, peut être un excellent client. « Nous pouvons leur acheter de la matière plastique et, en retour, leur livrer des produits très techniques pour le bâtiment, l'aéronautique ou le ferroviaire », précisait Denis Vaillant.

CONSTRUCTION POUR LE PIC, FOURNITURES INDUSTRIELLES POUR SMRC

Vice-président en charge de l'International au sein du Pôle innovations constructives (Pic), cluster rhônalpin, **GEORGES JACOB** prévoit de conduire des entreprises innovantes de la construction dans une exposition dans les BTP, mais « plutôt en 2018 », année qui pourrait être celle de la « confirmation de l'ouverture de l'Iran au monde ». **SEMIN MARICHAL** devrait aussi reprendre la route de Téhéran très rapidement. En effet, le président de SCMR Export, filiale d'IPH, premier groupement européen de fournitures industrielles, a rencontré le patron du groupe propriétaire de Supplying Petrochemical Ind.Parts Equipment & Chemical Engineering Co (Spec), centrale d'achats intéressée par des certaines marques de roulement à bille que peut livrer l'entreprise française.

« Ce groupe a plus de 1 000 fournisseurs étrangers, dont peu de français, et sa centrale d'achat a dans ses tuyaux quelques 60 projets pour traiter des produits raffinés. Comme ils ne veulent pas de produits américains et

chinois, pour profiter de l'eldorado iranien, il nous faut être rapidement référencé par la Spec », racontait Semin Marichal.

Nation industrielle, l'Iran a prévu de développer sa sidérurgie. Ainsi, fin février, la première entreprise sud-coréenne **POSCO** a signé une lettre d'intention avec son homologue iranien **PKP** pour la construction d'une usine d'une capacité de 160 tonnes d'acier par an. « C'est un secteur prioritaire pour l'Etat », confirmait à Téhéran le journaliste du *Financial Tribune*, **AMIR HAVASI**, par ailleurs, auteur d'un [article sur la mission de la CGPME](#).

DE L'ÉNERGIE AUX BIENS DE CONSOMMATION

L'Iran entend également se développer en matière d'énergie. D'où la présence dans la délégation de la CGPME de **JEAN-PHILIPPE BLOT** et **D'ANNE-SOPHIE THOMAS**, respectivement président fondateur et coordinatrice Ressources humaines et assistance commerciale de AIEEX, spécialiste de l'inspection technique, l'assurance qualité et le contrôle dans des domaines aussi particuliers que le nucléaire et les hydrocarbures. L'Iran prévoit de retrouver rapidement son niveau de production pétrolière d'avant les sanctions (environ quatre millions de barils par jour).

Téhéran aura surtout besoin de la technologie occidentale pour que la production d'or noir crève les plafonds. Le gaz est prometteur, notamment avec le champ de **SOUTH PARS**, partagé avec le Qatar, le plus grand du monde (une cinquantaine de milliards de mètres cubes), sans compter les condensats (près de huit milliards).

Hormis l'industrie et l'énergie, les biens de consommation ont aussi un bel avenir, comme le montre la multiplication des malls et centres commerciaux dans les grandes villes. A Téhéran, le **CITY STAR** contient depuis 2008 un hypermarché à l'enseigne **CARREFOUR** de 8 500 m² de surface nette et une galerie de 45 magasins sur une superficie globale utile à louer de 3 500 m², avec, en particulier, des marques internationales surtout de vêtements, mais aussi de cosmétiques, d'horlogerie, de bijouterie, d'accessoires : **SERGEANT MAJOR, PROMOD, PIMKIE. JENNIFER**, déjà présent en Iran, devrait s'implanter encore au City Star. Fondé par le groupe émirati **MAJID AL FUTTAIM**, ce centre commercial est le lieu le plus visité de l'ancienne Perse, après le mausolée de l'imam Reza à Machhad, avec 30 000 visiteurs par jour et même 50 000 pendant le jeudi et le vendredi de week-end.

Fabricant d'arômes et de parfums, Robertet est associé à part égale depuis douze ans avec la famille de **KAMALEDDIN SADAT TEHRANI**, qui avait créé deux ans plus tôt en 2002 une usine d'arômes alimentaires pour les boissons dans une zone franche du centre du pays. « Nous nous sommes lancés à l'époque dans les parfums pour les cosmétiques », relatait dans un restaurant de Téhéran Kamaledin Sadat Tehrani, mais le grand projet de Robertet en Iran est aujourd'hui de commercialiser un parfum haut de gamme, distribué dans les magasins Safir, avec l'actrice **LEILA HATAMI** (découverte avec le film «Une séparation» d'**ASGHAR FARHADI**, récompensé par un Ours d'or au Festival de Berlin 2011 et un Oscar du meilleur film étranger l'année suivante).

BIOXIS : DU HAUT DE GAMME POUR GONFLER LES LÈVRES

Dans la délégation de la CGPME, figurait **DOMINIQUE BERDERY**, directeur commercial de Bioxis. Cette startup de dix salariés est engagée dans la mise au point pour 2018 d'un produit injectable (dermal filler) innovant à base de chitosan pour le comblement des rides et le raffermissement du derme, avec le **CNRS** et l'**UNIVERSITÉ DE LYON**. Elle dispose déjà d'une gamme de dermal fillers à base d'acide hyaluronique. Pour cette gamme classique, Bioxis se voit confronté à une forte concurrence des compétiteurs chinois.

« Les distributeurs que nous avons rencontrés nous demandent de nous situer dans le haut de gamme, tout en proposant des prix moyens », souriait Dominique Berdery, tout en reconnaissant que pour une PME « flexible en terme de coûts, c'est possible ». D'autant qu'un partenaire lui paraît indispensable pour son entrée sur le marché, la connaissance des réglementations et des autorités de régulation.

Pour autant, sa gamme classique intéresserait surtout les **JEUNES FEMMES** qui veulent faire gonfler leurs lèvres. Or, ce n'est pas la catégorie des femmes avec le plus fort pouvoir d'achat. C'est la tranche d'âge des **45-65 ANS**, celle qui le plus souvent reste fidèle au tchador, qui est la plus aisée. Dominique Berdery sait donc qu'il devra batailler pour l'emporter.

*De notre envoyé spécial à Téhéran
François Pargny*