

Edito de la directrice du Master



Mme Le Professeur Anne Deysine

Contrairement à ce qu'avance Emmanuel Todd, et quelles que soient les craintes suscitées par la mondialisation et les délocalisations, la solution n'est certainement pas d'élever des barrières autour de l'Union européenne et de transformer les 27 pays en « forteresse Europe », reproche qui lui avait été formulé par les Américains il y a déjà 20 ans. Et même, si la parité de l'euro (entre 1,25 et 1,30) par rapport au dollar handicape certaines de nos exportations, un euro fort nous permet d'économiser sur la facture de gaz et de pétrole et sur nos importations. Il n'est donc pas indispensable de crier haro sur Jean-Claude Trichet et la banque centrale européenne (BCE), d'autant que l'euro a également protégé la France des crises monétaires, des dévaluations en catastrophe et a pacifié les relations européennes et facilité les échanges.

Par ailleurs, confrontée au même euro fort, l'Allemagne a un excédent commercial de 158 milliards d'euros fin 2006 là où la France a un déficit de 30 milliards. Elie Cohen du Conseil d'Analyse économique montre bien que malgré un coût salarial horaire plus élevé en Allemagne (29 € contre 20 en France), l'Allemagne a abaissé les coûts de production en redéployant une partie du système productif dans les pays d'Europe centrale et orientale ; en d'autres termes, les entreprises allemandes ont beaucoup plus délocalisé que les françaises et ont joué le jeu de la mondialisation en pénétrant les marchés en forte expansion et en conservant les segments à forte valeur ajoutée. L'industrie allemande est de plus en plus une industrie de montage et d'intégration de composants fabriqués ailleurs. Et surtout grâce aux efforts consentis en matière de maîtrise des coûts salariaux, les entreprises allemandes ont gagné 10 points de compétitivité par rapport à la France et 20 par rapport à l'Italie. Les entreprises se sont spécialisées dans des produits à haute valeur ajoutée que Chinois et Indiens ne peuvent trouver ailleurs, ce qui permet de fixer des prix élevés aux acheteurs... A bon entendre...

Dans cette optique et en cohérence globale avec les grandes lignes fixées par la DREE, les groupes de travail du M2 AINI cette année portent sur l'Inde, la Chine, la Russie et les Etats-Unis. Nous mettrons en ligne les résultats les plus significatifs obtenus par les étudiants de façon à ce que les PME de la région et d'ailleurs puissent venir sur notre site trouver des informations que nous espérons à haute valeur ajoutée.

Sommaire

Interviews

- Conseiller CCE 92, *M. Jean-Pierre Salawi*
- Interview de directeur d'entreprise de parrainage, *M. Mokhtar MOSTEFAOUI*, Sherpa Engineering
- Article sur une ancienne étudiante AINI : *Claire Poiget*

Actualités et conférences

- Le film « *BAMAKO* » par Volha KHVIADCHENIA
- La conférence « *le Patriotisme économique* »

Voyage et culture

- Visite de la Commission Européenne à Bruxelles Décembre 06
- Un trait de la culture britannique : « l'art des excuses »

Réalisation et conception groupe Newsletter :

Cynthia El Asmar Mozane Mowane
Carine Goudiaby Carolina Rodriguez

Merci à : Carmen Branesco, Jeanne Favre-guilly, Volha Khviadchenia, Latifa Eskj & Claire Poiget

Clin d'œil sur la Roumanie

La Roumanie membre de l'Union Européenne depuis 1^{er} Janvier 2007, est par la taille, le second plus grand marché des PECO avec 21,7 millions d'habitants. Avec une forte croissance économique et un taux de croissance stable de près de 5,5 % depuis plusieurs années, une inflation maîtrisée et des notations du risque pays qui s'améliorent constamment (S & P, Moody's, Coface), la Roumanie, seul pays latin en Europe de l'Est et particulièrement francophile, est de plus en plus attractive pour les investisseurs français.

La relation privilégiée France - Roumanie

La France est le 4^{ème} partenaire commercial de la Roumanie, aussi bien en termes d'exportations que d'importations. Cette position, peut s'expliquer par l'importante présence d'entreprises françaises en Roumanie depuis le début des années 1990 qui ont investi dans les secteurs clefs du pays. La France compte 4644 entreprises présentes dans le pays ce qui représente 3,55% du nombre total de sociétés étrangères en Roumanie.

La France a toujours été et demeure un ami constant de la Roumanie, un partenaire privilégié surtout en ce qui concerne l'adhésion de la Roumanie à l'OTAN et à l'Union Européenne.

L'adhésion à l'Union Européenne

L'adhésion de la Roumanie à l'UE, le 1er janvier 2007, achève l'élargissement de 2004. L'Europe représente pour la Roumanie un instrument de sa transformation. Maintenant qu'elle est membre de l'Union Européenne, la Roumanie bénéficie d'une meilleure perception par les agences de notations et les institutions financières internationales. Le risque pays s'est sensiblement amélioré depuis 2000 mais elle est encore loin d'être considérée comme étant une zone d'investissement sans risque.

Les entreprises sont de plus en plus confortées par le progrès constaté depuis 6 ans en termes de stabilisation macro-économique et financière : un système bancaire quasi entièrement restructuré, et un ralentissement progressif de l'inflation. Pour les entreprises étrangères ces évolutions se traduisent par une réduction sensible du risque de défaut ou retard de paiement de leurs exportations en Roumanie, ou de leur rapatriement de fonds au titre de profits ou dividendes. Mais le risque de défaut de paiement reste encore un problème épineux qui ne faut pas négliger.

En matière douanière après l'adhésion à l'Union Européenne, les contrôles douaniers systématiques des marchandises roumaines ont été supprimés et les frontières de la Roumanie avec les autres Etats membres de l'Union Européenne sont devenues des frontières intra-communautaires. L'entrée de la Roumanie dans l'Union Européenne implique également pour les opérateurs du commerce international l'utilisation du nouveau système de transit informatisé (NSTI) ainsi que la modification des actes de cautionnement et des certificats de garantie liés au transit. Enfin, la Roumanie a repris l'acquis communautaire en matière de politique tarifaire et commerciale.

En ce qui concerne l'adhésion de la Roumanie à l'euro elle pourrait satisfaire les conditions d'adhésion avant 2014. Affaire à suivre...

Carmen Branesco

Interview de M. Jean-Pierre SALAWI, conseiller en commerce extérieur CCF 92

Jean-Pierre. SALAWI est vice-président par intérim des Conseillers du Commerce Extérieur des Hauts-de-Seine et responsable export chez Scherring Plough, grand groupe pharmaceutique américain.

Parcours

Monsieur SALAWI a obtenu un diplôme d'Etudes Supérieures de Commerce au Liban en 1960. Après avoir travaillé pour la compagnie libanaise d'assurance au Koweït, il a rejoint une société américaine de distribution de produits pharmaceutiques en tant qu'agent exclusif pour le Golfe Persique. En 1968, il a rejoint la compagnie américaine Pfizer, premier groupe pharmaceutique mondial. Depuis 1973, il travaille au sein de Scherring Plough. M. SALAWI a travaillé au Liban, en Grèce, dans le Golfe Persique et exerce actuellement son activité en France. Ses responsabilités concernent l'Afrique du Nord, notamment la Tunisie et l'Algérie.

Conseiller du Commerce Extérieur

En raison de sa carrière exemplaire, Monsieur SALAWI a été nommé conseiller de commerce extérieur afin de contribuer au développement international de la France. Il attache une grande importance à son rôle de conseiller. C'est la raison pour laquelle il a accepté d'encadrer l'opération de parrainage proposée au sein du Master 2 Affaires Internationales et Négociation Interculturelle. Le parrainage a le double objectif de permettre aux étudiants de s'investir dans un projet international et aux entreprises ayant l'intention et la capacité d'exporter de bénéficier d'un soutien lors de leur démarche.

Négociateur à l'international

L'important pour une entreprise internationale est de savoir surmonter les difficultés des relations clients et des autorités locales. C'est pourquoi, une protection anti-corruption et un cadre légal bien délimité sont indispensables pour la sécurité de l'entreprise.

Ainsi, toute situation de conflit est dès le départ encadrée par des documents contractuels tels que des accords de distribution, des devis, des contrats de licence. « Il existe toujours des solutions, mais il est nécessaire de s'adapter continuellement aux évolutions du marché. » nous dit M. Salawi.

Conseils à des jeunes diplômés en Affaires Internationales

Pour être un bon vendeur, deux qualités sont indispensables : l'empathie qui permet de comprendre l'autre culture sans essayer de tirer des conclusions trop hâtives en fonction de ses propres références et valeurs.

De plus, « un ego drive » qui est un besoin fort de conquête. Il faut savoir déterminer les besoins de l'autre partie et trouver les moyens de les satisfaire en connaissant à la perfection son produit. Persévérance, patience, volonté, esprit critique et de synthèse sont primordiaux pour réussir à l'international.

Cynthia El Asmar

Interview de M. Mokhtar MOSTEFAOUI, directeur commercial de SHERPA Engineering.

Pourriez-vous, en quelques mots, nous présenter la société SHERPA Engineering ?

SHERPA Engineering est une société de services en ingénierie système créée en 1997. Aujourd'hui nos activités se diversifient dans plusieurs domaines : l'automobile, où nous réalisons notre plus grande part de chiffres d'affaires (70%), l'aéronautique, la défense, l'énergie,.... Nos clients dans l'automobile sont PSA et RENAULT. Nous accompagnons nos clients pendant toute la durée d'un projet donné. Nous nous appuyons sur une offre produits/services. Nous sommes une société constituée de 85 ingénieurs qui sont, pour la plupart, en prestation chez le client pour des raisons de proximité sur les projets. Un des points importants dans notre société est que nous travaillons selon un système de réseau partenarial.

Actuellement quels sont vos projets ?

Nous sommes leader dans le domaine de l'automobile en France, et comme nos homologues, nous souhaitons étendre notre offre sur un marché plus large. La première étape est l'Allemagne. Nous pensons que le pays qui nous ouvrira les portes du monde est incontestablement l'Allemagne. Nous avons commencé à établir une stratégie afin de pouvoir mieux pénétrer le marché allemand sans prendre de trop grands risques financiers. Cela nécessite une collaboration avec une société complémentaire ayant déjà pour clients les constructeurs et équipementiers allemands. Une décision finale par rapport à notre stratégie sera prise en septembre.

Quel a été l'apport du parrainage pour votre société cette année ?

Tout d'abord, le parrainage a été très avantageux pour l'étudiante qui l'a effectué au sein de SHERPA. Bien que deux jours par semaine ne soient pas vraiment suffisants, Latifa a eu l'opportunité de mieux connaître le monde de l'entreprise et surtout travailler dans un domaine qui lui était inconnu. Pour SHERPA, l'expérience a été d'autant plus positive que Latifa parle le turc et l'allemand, ce qui est très utile car nous avons une filiale en Turquie, et une autre en Allemagne. Le but même de ce parrainage était de trouver des solutions pour distribuer notre offre aux constructeurs et équipementiers allemands. Donc, je pense que ses connaissances ont été intéressantes pour nous.

Avez-vous été satisfait de cette expérience ?

Oui et j'espère bien la renouveler !!

Latifa Eskil

Interviews

Interview d'une ancienne du Master 2 AINI, Claire Poiget, actuellement coordinatrice du développement export chez MacLeay

Claire Poiget faisait partie de la promotion 2005/2006. A l'issue de son parrainage chez MacLeay, elle a remporté le Grand Prix de l'International des CCE 92. Elle nous fait partager son expérience du Master 2 AINI.

Ce master 2, nous dit Claire, « apporte énormément aux étudiants vu son caractère pluridisciplinaire et multiculturel. » Dans chaque promotion, des étudiants d'horizons différents et de multiples nationalités se rencontrent. Le master 2 AINI non seulement permet de consolider ses connaissances en droit du commerce international, en techniques du commerce international, en finance, etc..., mais il apprend aussi aux étudiants à s'organiser en groupe et à acquérir un bon esprit d'équipe et une certaine exigence au travail. De plus, l'alternance sous forme d'un parrainage CCE 92 constitue un véritable pas pour l'entrée dans la vie professionnelle.

Claire nous donne un conseil précieux : pour réussir le master AINI, n'hésitez pas à être tenaces jusqu'au bout, à travailler en équipe et à vous investir, notamment dans les travaux d'intérêt général, par exemple le groupe chargé de la communication sur le master, dont faisait partie Claire.

Pour la plupart des étudiants, le parrainage est une première expérience professionnelle concrète dans l'environnement du commerce international. Il permet aussi de faire ses preuves dans une société et ainsi ouvre les portes pour son parcours professionnel. Claire a effectué sa mission de parrainage dans la société MacLeay, spécialisée dans les produits cosmétiques, puis elle a continué en stage pendant 6 mois pendant lequel elle a pu découvrir les multiples facettes des métiers du commerce international : logistique, marketing, commercial etc... Et récemment elle a été embauchée en CDI.

Etant donné que la société MacLeay est une petite structure qui se développe à l'export, les fonctions de Claire y sont variées et polyvalentes. « Ce qui me plaît dans mon travail, c'est qu'il faut être polyvalent et s'adapter, je touche à tout dans tous les domaines, donc mes connaissances et mes compétences s'élargissent. De plus, j'ai la chance de partir fréquemment à l'étranger car je m'occupe de la zone Asie - Moyen-Orient. » nous dit-elle.

Pour en arriver là, Claire a dû « résister » à une année chargée et a su mettre ses connaissances en pratique. Le seul conseil qu'elle puisse nous donner, c'est de faire de même.

Le choix de Claire de travailler à l'international lui fait découvrir des horizons culturels variés et des mentalités différentes, ce qui rend son travail plus enrichissant mais plus exigeant à la fois.

Cynthia El Asmar

« Bamako » de Abderrahmane Sissako

« Je fais régulièrement le même rêve...Je me lève, je ne sais pas si je suis dans l'obscurité ou dans la lumière...A mes pieds, il y a un sac rempli de têtes...Lorsque j'en sors une, c'est toujours la même, j'ai beau la ranger, lorsque j'en sors une, c'est toujours la même...je ne sais pas si elle est noire ou blanche ». C'est ainsi que l'ancien instituteur aujourd'hui au chômage se confie au gardien du « tribunal de plein air ». « N'en parle plus jamais à personne, ne répète plus jamais ce que tu viens de me dire... »

Le cœur du film *Bamako* se joue dans l'arrière cour d'une habitation malienne, où l'auteur, pris d'un rêve un peu fou, met en scène un tribunal qui s'apprête à statuer sur la culpabilité de la Banque Mondiale et sur les ravages que la politique de réajustement structurel cause en Afrique.

Des témoins sont convoqués, érudits ou simples citoyens, ils vont à la barre pour raconter, pour dire, pour expliquer, pour chanter le cœur de l'Afrique qui saigne, pleure et meurt sous le regard d'un Occident impuissant, complice...aveugle...

Entre les plaidoiries, les témoignages, les requêtes, l'Afrique continue de vivre et de mourir dans cette arrière cour où se côtoient pêle-mêle des « mammas » qui teignent des Bogolans à la main, la corruption du gardien du tribunal, un mariage, qui interrompra un moment la continuité des débats.

Dans « Bamako » l'Afrique ne perd ni son âme, ni sa fierté. Ce n'est pas une Afrique larmoyante, vaincue, exsangue que nous présente son réalisateur Abderrahmane Sissako, mais une Afrique qui veut reprendre les reines de son destin. La réalisation efficace, digne, sobre et poétique à la fois nous laisse face à nous-mêmes, à notre conscience.

La dette des pays africains est écrasante ! Le travail, les richesses de ce continent ne servent pas à son peuple pour aller de l'avant, pour évoluer, mais pour payer la dette et ses intérêts. Pour autant, on ne tue pas une bête de somme, on l'épuise juste ce qu'il faut pour qu'elle ne puisse pas se rebeller, pas trop, pour qu'elle puisse encore travailler. Du coup, ses enfants fuient, s'aventurent par les mers sur des embarcations de fortune, au péril de leur vie, pour trouver l'Eldorado promis par le destin...La sève, la force de l'Afrique s'enfuient...Pour se voir refouler aux frontières d'un Occident qui n'en veut pas !

La Banque Mondiale et le FMI sont-ils des monstres ? Sont-ils responsables ? Peut-on les accuser d'infanticides ? De famine ? De sécheresse ?

Sur un fond de mondialisation omniprésente, financière, économique, et même culturelle, le problème est complexe.

Et si notre vision des choses dépassait le caractère économique ? Et si, plutôt que de stigmatiser les problèmes liés à l'immigration nous donnions de véritables moyens à ces pays de se développer ? Ne faut-il pas mettre en place de véritables projets de développement, d'éducation, de santé, de lutte contre la corruption ?

Si le film *Bamako* soulève toutes ces questions, il n'apporte aucune solution, pas plus qu'il n'accuse...Bien plus subtil, il révèle à demi mots l'évidence...Quelle que soit la couleur de la tête qui sort du sac, il s'agit de celle d'un homme !

Volha Khviadchenia

Conférence : « Le patriotisme économique : Justifications et Limites ».

Les orateurs : Jean PISANI FERRY (Directeur de BRUEGEL) et Nicolas BAVEREZ : (Economiste et Journaliste) échantent sur ce thème délicat du patriotisme économique

L'expression « *patriotisme économique* » a été employée par le Premier Ministre Dominique de Villepin le mercredi 27 juillet 2005 au cours d'une conférence de presse lors des rumeurs d'OPA hostile sur Danone : " *Je souhaite rassembler toutes nos énergies autour d'un véritable patriotisme économique. Je sais que cela ne fait pas partie du langage habituel mais il s'agit bien de (...) défendre la France et ce qui est français* ". En réponse à cette conception d'un patriotisme économique perçue comme défensif visant à dissuader des investisseurs étrangers de prendre le contrôle d'entreprises françaises, les réactions sont très controversées ; surtout lorsqu'on sait qu'en France 45 % du capital des entreprises du CAC 40 appartient à des non-résidents.

Cette notion de « *patriotisme économique* » que certains assimilent à l'« *intelligence économique au service du pays* » désigne un comportement spécifique du consommateur, des entreprises et des pouvoirs publics consistant à favoriser le bien ou le service produit au sein de leur Nation ou de leur groupe de Nations. En clair, les acteurs de la vie économique sont encouragés à agir conformément à la défense des intérêts de leur pays.

Deux approches sont ainsi considérées, une approche dynamisante visant à promouvoir l'excellence économique du pays et une approche protectionniste, connue pour lutter contre les agressions extérieures des entreprises jugées stratégiques ou situées sur des marchés "sensibles".

Aujourd'hui le protectionnisme se développe dans des secteurs tels que la recherche, la sécurité des systèmes d'information et la réglementation des acquisitions (OPA) des sociétés par des capitaux étrangers. En 2005, 42% des OPA ont été réalisées en Amérique du Nord et 38% en Europe. En effet, les interventions protectionnistes des gouvernements sont de plus en plus fréquentes, c'est le cas des actions menées par le gouvernement français dans le dossier emblématique du rachat d'Arcelor par Mittal Steel.

Selon certains commentateurs de cette tendance, le patriotisme économique, ne permettrait pas de profiter des avantages d'une économie ouverte et irait ainsi en sens contraire de l'objectif affiché d'émulation et de compétitivité. Il jouerait donc en dernier ressort contre les intérêts nationaux

Le patriotisme économique rejoint certaines thèses de l'altermondialisme et du souverainisme, en ce sens qu'il s'agit là d'une réaction à la mondialisation : Qui contrôle les emplois français ? Où se prennent les décisions ? Autant d'inquiétudes liées à un sentiment de perte d'indépendance économique qui n'est que le revers de la mondialisation des marchés financiers. Tout porte à craindre un retour à des idéologies nationalistes si une éthique stricte n'est pas respectée. Face à ce sentiment d'expropriation massive, le patriotisme économique serait-il le remède tout trouvé ? Selon M.Pisani Ferry, rien n'est moins sûr.

Carine Goudiaby

Voyage à Bruxelles 08/12/06



Le 08 décembre 2006, le Master AINI promotion 2006-2007, a été invitée à assister à une journée de conférences à la Commission européenne à Bruxelles. Cette visite a été organisée par la Direction générale « Education et Culture » à Bruxelles, en collaboration avec le Bureau de Représentation de la Commission Européenne en France. Des thèmes de l'actualité ont été traités tout au long de la journée: « la nouvelle commission et les enjeux de l'élargissement », « le cadre institutionnel de l'Union Européenne », « la politique commerciale internationale » et « L'harmonisation de la TVA dans l'union européenne ». Nous avons eu l'occasion au cours de cette journée, d'apprécier un déjeuner offert par la commission européenne et de découvrir la capitale Bruxelloise : la Grande Place, le Palais royal, et bien sûr les délicieux chocolats belges !!!

Carine Goudiaby

Trait de culture britannique

L'art de s'excuser...



Il fait partie des habitudes anglaises de s'excuser à tout moment au point qu'il est devenu un réflexe mathématique. Il paraît que les Anglais s'excusent auprès de la table après s'y être cognés !

L'art de l'excuse varie selon les milieux. Comme on peut s'y attendre en Grande-Bretagne, il représente une arme de reconnaissance sociale, un art pratiqué avec toute une panoplie de nuances.

Dans la classe moyenne - supérieure et aristocratique, plus on s'excuse plus on est chic. Le « I'm sorry » ne saurait suffire, il s'agit d'avoir l'excuse claironnante et emphatique. Bien plus chic en effet de dire « I'm so sorry » en insistant sur la deuxième syllabe. Voir « I'm so so sorry », ou de s'offrir le nec plus ultra : « I'm awfully sorry ». Evitez seulement le : « I'm truly awfully sorry »

Il paraît que les anglais s'excusent même avant d'insulter quelqu'un, comme par exemple : « I'm really sorry to say so but you're real bastard ». Cela ne veut pas dire que l'insulte a un degré de moins dans le monde des insultes, mais elle a un trait plus élégant. Ce n'est pas comme dans la langue française quand quelqu'un veut exprimer sa colère contre une personne, pour les anglais ceci est considéré comme le comble de la grossièreté.

Une des dernières curiosités littéraires parue en Angleterre s'intitule *The Apologist*. Son auteur, Jay Rayner, a créé même un site Internet, the-apologist.co.uk, consulte chaque jour par une moyenne de

10 000 internautes. Ceux qui peuvent y consigner leurs excuses, lisibles par tous. En tête du ranking, les excuses faites aux amants et époux, suivies de celles présentées à la famille et aux amis, les autres continuent en liste auprès des professeurs, employeurs, travailleurs, entre autres. Il paraît que cet excès d'excuses peut être le manque d'une culture de la confession comme celle qui règne dans les pays catholiques. Evidemment, il est risqué d'en déduire à l'inverse que les Français qui souvent, oublient tout bonnement de s'excuser, se sont délestés de leurs diverses repentances au confessionnal du coin. On peut penser aussi qu'il existe un plaisir inavouable à dire tout le temps pardon !!!

Carolina Rodriguez