



# Le succès de vos relations commerciales avec l'Indonésie

Dix principes clés pour réussir

## 10 conseils à retenir pour développer vos relations commerciales avec l'Indonésie

“ Pour l'exportateur avant-gardiste, ce marché mérite bien une attention. ”

Appeler l'Indonésie « un pays » semble réducteur. Elle est constituée de 17 000 îles, couvre trois fuseaux horaires et s'étend sur 8 millions de kilomètres carrés – dont 80% de territoire maritime. Près de 6000 îles sont habitées, donnant lieu à une multitude d'influences culturelles. Ce mélange fascinant est symbolisé par la devise nationale du pays, “Bhinneka Tunggal Ika” – “L'unité dans la diversité”.

L'Indonésie possède l'une des économies dont la croissance est la plus rapide au monde, avec un marché de consommation émergent qui favorise son expansion économique. Sa classe moyenne croissante s'intéresse aux produits et services étrangers tandis que son gouvernement est focalisé sur le développement des infrastructures. Il s'ensuit que l'Indonésie offre de nombreuses opportunités d'affaires – pourvu que les fournisseurs approchent ce marché prometteur de manière appropriée.

C'est ce qui justifie la publication de ce rapport, étant donné que l'Indonésie, bien que regorgeant d'opportunités, est loin d'être facile à conquérir. Alors que certaines barrières commerciales ont été réduites par la déréglementation, les exportateurs étrangers peuvent encore se heurter à une bureaucratie complexe et chronophage. Pour l'exportateur avant-gardiste, ce marché mérite

bien une attention. Elle affiche une croissance soutenue depuis quelques années: une tendance qui devrait se poursuivre. Elle est déjà la plus grande économie d'Asie du Sud-Est et devrait figurer parmi les dix premières du monde au cours de la prochaine décennie.



### 1. Choisissez votre représentant ou votre distributeur local avec précaution.

Il est plus pratique pour les sociétés étrangères qui souhaitent vendre leurs produits ou services en Indonésie de désigner un représentant ou un distributeur local. Cet arrangement doit être enregistré auprès du Ministère du Commerce (MOT), qui distingue les représentants des distributeurs. Un représentant est un intermédiaire de l'entreprise étrangère, tandis qu'un distributeur agit en son nom propre dans le marketing et la vente des produits et services de la société étrangère. L'accord de représentation/distribution, par devant notaire et une lettre de déclaration de l'Attaché commercial auprès de la Mission Indonésienne dans le pays d'origine du principal, sont entre autres, les documents à déposer au MOT.

En cas de résiliation précoce d'un contrat de représentation/distribution exclusive, le nouveau représentant/distributeur ne peut s'enregistrer au MOT que sur présentation d'une "lettre d'acquiescement" délivrée par l'ancien représentant/distributeur. Pour cette raison, choisissez un représentant qui correspond à votre secteur, il est conseillé de vous renseigner sur les antécédents de ce représentant/distributeur.

Si vous désignez un représentant, il peut s'avérer d'une grande utilité par rapport aux complexités culturelles et juridiques indonésiennes. Vous pouvez étendre votre représentation en ouvrant un bureau en Indonésie. Pour ce faire vous aurez besoin d'une licence délivrée par

une institution agréée. Dans certains cas, plusieurs de ces institutions peuvent être impliquées.

Par exemple, différents types de présence locale sont proposés aux sociétés étrangères:

- Un Bureau de représentation d'une société commerciale approuvé par le Ministère du Commerce (un MOT RO) est relativement simple à créer. Il peut entreprendre des activités spécifiques au nom de l'exportateur étranger, notamment en intervenant comme intermédiaire, en gérant les activités de promotion et l'étude de marché. Cependant, il ne peut mener des activités opérationnelles telles que des offres, la signature de contrats et la distribution.

- Un Bureau de représentation d'une société de l'Investment Coordinating Board – le Badan Koordinasi Penanaman Modal (un BKPM RO) peut gérer les intérêts d'une société étrangère en établissant et en développant son activité en Indonésie. Ces activités d'un BKPM RO sont limitées au rôle de superviseur, intermédiaire, coordonnateur ou gestionnaire des intérêts de la société étrangère. Il ne peut s'impliquer dans la gestion de la société étrangère ou de ses agences en Indonésie ou générer un revenu en Indonésie, ni s'engager dans des accords ou des transactions liées à la vente et/ou l'achat de produits et services en Indonésie.

- D'autres types de bureau de représentation peuvent être créés: certains sont associés à des secteurs commerciaux particuliers, tels qu'un Bureau de représentation d'une société de prestation de services de construction du Ministère des Travaux publics (MPW RO).

Vous pouvez aller plus loin en créant une personne morale indonésienne dont la plus courante est une société 'penanaman modal asing' (PMA): une société à responsabilité limitée régie par la loi indonésienne sur les investissements étrangers et sur les sociétés. En principe, tous les secteurs d'activités sont ouverts

aux investisseurs étrangers et les investisseurs étrangers peuvent mener leur activité à travers une société PMA à 100% étrangère sans un partenaire indonésien local, sauf indication contraire dans la réglementation présidentielle N° 36 de 2010 – la Liste négative d'investissements étrangers. Une société PMA à 100% étrangère est tenue de vendre des actions à des investisseurs indonésiens dans les 15 années suivant sa création.

Chacun de ces arrangements présente des avantages; pour cela assurez-vous d'obtenir des conseils indépendants pour savoir quelle option est la mieux adaptée à votre activité.

## 2. Adaptez votre modèle d'entreprise au marché.

La concurrence entre les sociétés indonésiennes est rude, avec d'autres sociétés d'origine asiatique en lice pour le Rupiah indonésien.

Étudiez les préférences des consommateurs et les pratiques concurrentielles et renseignez-vous auprès de votre représentant désigné. Les consommateurs indonésiens sont sensibles au prix. Les produits étrangers sont également perçus comme étant de meilleure qualité.

Votre stratégie de tarification doit tenir compte de l'entreposage, la livraison et la distribution, ainsi que le service après-vente. De même, ne perdez pas de vue que, bien que la classe moyenne se développe rapidement, les revenus moyens en Indonésie sont considérablement plus faibles que sur les marchés plus matures.

Le système de distribution indonésien est complexe et ses mauvaises infrastructures

sont un élément dont vous devez tenir compte si vous envisagez de pénétrer ce marché: bien qu'étant l'une des économies d'Asie du Sud-Est la plus rapide, ses infrastructures sont encore parmi les pires. Le gouvernement a annoncé son intention d'investir davantage pour l'amélioration des infrastructures. Une bonne nouvelle pour les sociétés étrangères susceptibles de proposer des services connexes. Cependant, jusqu'à ce qu'il y ait des améliorations majeures, ceux qui veulent simplement distribuer leurs produits dans ce vaste pays doivent tenir compte de ce problème potentiel dans leurs plans. Rechercher un partenaire approprié dans la distribution en Indonésie peut alléger le fardeau, surtout compte tenu du fait que beaucoup de ces distributeurs peuvent intervenir pour des questions telles que l'importation et les formalités douanières.



## 3. Faites-vous un nom.

L'image de marque et la fidélité à la marque sont d'une grande valeur en Indonésie. Le marketing direct est courant ici et s'applique à un grand nombre de types de produits et services. La publicité dans les médias locaux peut être efficace dans les régions qui concentrent le pouvoir d'achat telles que Jakarta et Java. La publicité à la télévision offre une couverture nationale en direction de la plupart des consommateurs.

Mais faites attention à votre publicité. L'Indonésie est bien ancrée entre religion et tradition et un grand nombre de ses citoyens peuvent être susceptibles face à certains éléments graphiques publicitaires qui seraient plus acceptables dans d'autres pays. Tenez compte de ce facteur et assurez-vous de faire d'abord apprécier votre annonce par des Indonésiens de souche: peut-être des groupes de discussion qui peuvent se prononcer avant le

lancement d'une campagne de publicité.

Autant que vous soignez votre marque et vos produits, assurez-vous que vos représentants locaux peuvent garantir des ventes soutenues et un appui après-vente. La loyauté des consommateurs indonésiens à une marque peut être créée et maintenue seulement s'ils peuvent profiter d'un service local rapide et efficace.

## 4. Protégez votre propriété intellectuelle... du mieux que vous pouvez.

Depuis le milieu des années 1990, les efforts de l'Indonésie pour combattre les violations de la propriété intellectuelle ont progressé. La législation en la matière a été reformée pour l'adapter à l'accord de l'Organisation mondiale du commerce sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (« ADPIC »), qui exige que le système juridique des membres comprenne des normes énoncées relatives à la protection de la PI.

Toutefois, dans l'édition 2012 du rapport annuel spécial 301 du Représentant commercial américain, l'Indonésie figurait toujours sur sa liste de surveillance prioritaire. Tout en reconnaissant les avancées réalisées par l'Indonésie en matière de protection de la propriété intellectuelle, avec les détenteurs des droits qui signalent la bonne coopération des autorités judiciaires et de répression, le rapport appelle l'Indonésie à poursuivre ses efforts de lutte contre le piratage et la contrefaçon. Une raison de plus pour les exportateurs étrangers de prendre toutes les mesures autorisées pour protéger leur propriété intellectuelle.

En Indonésie, les droits de propriété intellectuelle peuvent être enregistrés pour l'octroi de licences, de marques commerciales, de conceptions et de droits d'auteurs. Cette mesure est essentielle dans la mesure où votre enregistrement dans votre pays ne protège pas vos droits en Indonésie.

Il existe deux formes de protection des brevets: les brevets normaux, qui ont une durée de vie de 20 ans et les brevets simples, d'une durée de vie de 10 ans, pour les produits qui impliquent moins de créativité.

L'enregistrement d'une marque est effectué dans le respect de l'ordre de demande, en d'autres termes, la première personne à déposer une demande bénéficie généralement de la priorité quant à l'utilisation de cette marque commerciale en Indonésie. Cette disposition peut être une source de problèmes étant donné que les propriétaires de marques commerciales enregistrées en Indonésie ne sont pas tenus de prouver qu'ils utilisent leurs marques commerciales au moment de l'enregistrement ou de son renouvellement. Parfois, le système est utilisé par abus pour empêcher des marques commerciales pourtant bien connues de procéder à un enregistrement en Indonésie. Par conséquent, il est conseillé de demander l'enregistrement d'une marque commerciale avant le début de la commercialisation de vos produits en Indonésie et à déployer tous les efforts nécessaires pour assurer la protection des marques commerciales dans le pays. L'Indonésie a le mérite d'avoir mis en place des sanctions plus sévères contre la contrefaçon de marques commerciales.

La protection des conceptions industrielles a une validité de 10 ans. La création du produit sous une forme tangible donne automatiquement lieu au droit d'auteur. Certes l'enregistrement (dans le Registre général des œuvres à la Direction générale de la propriété intellectuelle du Ministère de la Justice et des Droits de l'Homme) n'est pas obligatoire, mais il est conseillé en raison du fait que la lettre d'enregistrement peut être utilisée comme preuve devant un tribunal en cas de litige.

“  
Demandez  
l'enregistrement d'une  
marque commerciale  
avant le début de la  
commercialisation  
de vos produits en  
Indonésie”

## 5. N'oubliez pas de tenir compte des droits à l'importation...

Certains produits, tels que les matières premières pharmaceutiques et les équipements se rapportant au secteur de l'imprimerie, sont exemptés des droits d'importation, tandis que d'autres ont flambé: notamment les produits de luxe et ceux susceptibles d'être en concurrence avec des produits locaux tels que les appareils électroniques et une gamme de produits agricoles, le café et le thé. La plupart des droits indonésiens sont établis à 40%.

L'Indonésie entretient des relations privilégiées avec plusieurs autres pays. Les droits à l'importation en provenance de pays de l'ANASE (l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est) varient généralement entre 0 et 5%, excepté pour les produits de la liste d'exclusion.

L'Indonésie compte également un certain nombre de Zones de libre échange ((Kawasan Perdagangan Bebas/KPB) exemptées de droits à l'importation et d'assise et de diverses

taxes d'importation telles que la TVA. Lorsqu'ils approvisionnent ces zones, les fournisseurs doivent chercher à profiter des avantages offerts aux importateurs.

## 6 ...et respecter les normes en matière d'importations.

Elles sont assez étendues. Vous ou votre représentant doit fournir une facture pro-forma, une facture commerciale, un certificat d'origine, un connaissance, un bordereau d'expédition et un certificat d'assurance. En outre, des certificats peuvent être exigés pour assurer le respect des normes pour des produits tels que les denrées alimentaires ou des produits pharmaceutiques. L'importateur est également tenu d'informer la Douane indonésienne avant l'arrivée des produits et présenter des documents d'importation par voie électronique. Tous les produits importés doivent être conformes aux règles d'étiquetage indonésiennes en langue indonésienne ou le Bahasa Indonesia.

De même, ne l'oubliez pas, même lorsque des marchandises sont importées dans une zone de libre échange, un audit et des pénalités douanières restent applicables.



## 7. À Rome (et à Jakarta)...

Comprendre la culture commerciale de votre client est essentiel, partout où vous envisagez de mener des activités. En Indonésie, comme dans beaucoup de pays d'Asie du Sud-Est, les sociétés sont très hiérarchisées – pour cela, l'entrée dans la salle de réunion suivant l'ordre de préséance donne une bonne impression. Par ailleurs, la salle peut être vide parce que, bien que vous soyez tenu d'être ponctuel aux réunions d'affaires, votre hôte indonésien ne l'est pas! Saluez toujours votre partenaire hôte en lui serrant la main et en prononçant une parole 'Selamat Pagi' (bonjour), 'Selamat Siang' (bonne journée) ou 'Selamat Malam' (bonsoir).

Tout comme ailleurs en Asie, les cartes de visite doivent être présentées avec soin, de la main droite et reçues avec respect. Étant donné que la hiérarchie est importante, assurez-vous que votre fonction est clairement indiquée sur votre carte de visite.

Lors de votre première réunion d'affaires, ne soyez pas surpris si vous ne parlez pas trop

affaires. Deux raisons sont avancées. Tout d'abord, l'établissement des relations est essentiel. Ainsi, la première réunion permet seulement de faire connaissance. Ensuite, les décisions ne se prennent pas rapidement en Indonésie: votre homologue ne voudra pas donner l'impression que votre proposition a été prise à la légère. En d'autres termes, vous avez besoin de patience; les négociations peuvent se prolonger au point de vous frustrer. Même le fait d'insister sur un contrat écrit peut être perçu comme une remise en question de la confiance en votre client, quoiqu'ils comprennent que ce soit nécessaire pour vous. Présentez les choses comme un conseil plutôt que comme une déclaration d'obligations.

La nature des Indonésiens étant de maintenir l'harmonie, leur réponse à votre proposition peut être indirecte: il existe plusieurs mots en Bahasa d'Indonésie pour dire "oui" tout en pensant le contraire. Vu que les nuances de la langue sont assez subtiles, il est judicieux d'avoir au sein de votre équipe un locuteur qui parle couramment le bahasa.

“  
Le développement  
de la relation est  
essentielle.”

## 8. Réglez efficacement toute discussion relative au paiement.

Le droit indonésien des contrats repose sur les principes de la "liberté contractuelle". Alors qu'aucune restriction ne s'applique aux parties ayant opté pour une loi étrangère et des tribunaux étrangers dans le mécanisme de règlement des litiges, une décision prise par une cour étrangère ne peut être appliquée en Indonésie, étant donné que cette dernière n'a signé aucune convention internationale relative à la reconnaissance et la mise en application des décisions des cours étrangères.

Dans le cas où la partie indonésienne dispose de biens à l'étranger, vous pouvez faire recours aux lois et juridictions étrangères en vue du règlement du litige. Dans le cas où une partie étrangère viendrait à solliciter les services d'une partie indonésienne (en Indonésie) selon la décision d'un tribunal étranger, la partie étrangère aura à introduire une nouvelle affaire en Indonésie auprès du tribunal régional compétent et à utiliser la décision de la cour étrangère comme preuve dans la nouvelle affaire. Le juge indonésien chargé de l'affaire est libre, et non obligé, d'évaluer la recevabilité de la décision d'une telle cour.

Il faut relever que le système juridique indonésien, basé sur le droit civil et dans lequel les juges ne sont pas liés par la jurisprudence, peut être lent. Par ailleurs, les tribunaux indonésiens n'adjugent pas de dépens dans des contentieux. Par conséquent, chaque partie est responsable de ses propres frais de justice.

Il existe des alternatives à une action en justice lorsqu'un litige porte sur le paiement pour des biens et services. En effet, une particularité propre au système juridique indonésien est l'idéologie nationale de la Pancasila qui offre un consensus au lieu d'une confrontation. Ainsi, avant d'admettre tout recours en justice, un juge doit s'assurer que les parties ont tout au moins essayé de résoudre le litige à travers l'arbitrage ou la médiation d'un tiers.

La médiation doit être effectuée par des médiateurs professionnels, disposant d'une licence, sous la supervision du tribunal. L'objectif est de parvenir à un règlement à l'amiable. Les litiges soumis à la médiation sont souvent résolus rapidement. Cependant, la médiation repose sur une volonté des deux parties à parvenir à une solution.

L'arbitrage est plus considéré que la médiation, quoique le processus puisse être plus long et plus coûteux. Il a cet avantage sur les procédures juridiques qu'il permet aux parties au litige d'avoir plus de temps de parole et le choix même de l'arbitre. Plus encore, alors que la décision de la cour est frappée d'appel, le résultat d'un arbitrage est définitif et engage les parties.

L'Indonésie est signataire de la Convention des Nations-Unies de 1958 pour la reconnaissance et l'exécution des sentences arbitrales étrangères (la Nouvelle Convention) qu'elle a ratifiée. L'existence d'un accord valide d'arbitrage annule le droit des parties à introduire une affaire auprès des tribunaux indonésiens. La mise en application des décisions arbitrales doit être faite par voie de demande auprès d'un tribunal régional compétent. Dans le cas où il s'agit d'une décision arbitrale internationale, la juridiction compétente est le tribunal régional central de Jakarta.

Toutefois, dans certains cas, les procédures juridiques restent en cours après que la décision arbitrale ait été rendue.

## 9. Ne perdez pas un précieux client à cause d'un seul paiement en retard.

Il est difficile de trouver des clients, surtout sur de nouveaux marchés. Ainsi, après avoir investi des fonds pour gagner un marché, vous espèrerez fidéliser votre nouveau client. En cas de problèmes relatifs au paiement, un arrangement à l'amiable est par conséquent conseillé, plus qu'une action en recouvrement préjudiciable. Atradius Collections peut vous aider.

Ne prétendez pas qu'une clause de réserve de propriété dans votre contrat sera reconnue par un tribunal indonésien. La cour en Indonésie peut être partielle en faveur du débiteur, la

procédure peut être coûteuse et tomber à l'eau. Il n'existe donc aucune garantie de réussite. Atradius Collections est spécialisé dans les règlements à l'amiable sans recours au tribunal si possible, au nom de ses clients. La société restera en contact avec le débiteur grâce à des techniques de négociation et de persuasion qui ont fait leur preuve afin de le convaincre de régler la dette. Il s'agit d'aider efficacement les deux parties du contrat de vente. La plus grande valeur d'Atradius Collections est sa compréhension des pratiques et des habitudes indonésiennes en affaires.



## 10. Soyez compétitifs, mais protégez vos ventes.

Tout en optant pour une forme de sécurité de paiement dans vos conditions de vente, tel qu'une Lettre de Crédit Irrévocable, souvenez-vous que vous êtes en concurrence avec d'autres fournisseurs. Ainsi, le fait d'offrir des clauses de vente à crédit et une période de crédit attrayante vous donnera un avantage. Cependant, ceci vous exposera au risque de ne pas être payé, sauf au cas où vous êtes assuré crédit.

Atradius vous protège dans vos ventes à crédit avec les entreprises indonésiennes. Mieux encore, ce faisant, nous évaluerons la solvabilité de votre potentiel client en Indonésie, chose que vous risquez de trouver difficile à faire vous-même en raison de la complexité à obtenir des informations financières sur les entreprises dans ce pays.

Nos analystes crédit sont experts de "la lecture entre les lignes" des comptes des entreprises et visitent souvent les entreprises qu'ils évaluent afin de vérifier les informations en leur possession. Ils accordent une attention particulière aux secteurs d'activité plus risqués tels que la marine marchande, plus exigeants en termes de capitaux, l'électronique, les entreprises de distribution moins importantes disposant de peu de fonds et le secteur des métaux, potentiellement vulnérable à la volatilité des prix du marché mondial.

« Experts de  
« l'étude  
méthodique »  
des comptes des  
entreprises »

## Plusieurs opportunités commerciales rentables

Après les troubles politiques de la fin des années 90, l'Indonésie a finalement retrouvé sa stabilité en tant que troisième démocratie, après l'Inde et les États-Unis. Ces dernières années, le pays a enregistré une croissance économique annuelle d'environ 6%. Cette croissance est soutenue en grande partie par la hausse des dépenses de consommation, par l'expansion de la classe moyenne

et l'investissement public dans l'amélioration des infrastructures. Cette tendance pourrait se poursuivre, avec suivant certaines prévisions, une croissance du revenu disponible et des dépenses des ménages d'environ 40% d'ici à 2020. Le gouvernement du président Yudhoyono continue à prendre des mesures afin de libéraliser le commerce extérieur suivant les exigences

de l'OMC, en dépit des problèmes de bureaucratie et de corruption qui persistent. De façon générale, vu le fait que les exportateurs étrangers comprennent les paramètres des marchés et prennent les précautions adaptées afin de sauvegarder leurs ventes, l'Indonésie promet d'offrir plusieurs opportunités de commerce rentable.

### Suivez Atradius sur les réseaux sociaux:



**Atradius remercie le cabinet international d'avocats DLA Piper et le cabinet indonésien Ivan Almida Baely & Firmansyah pour leur assistance dans la réalisation de ce rapport.**

Copyright Atradius NV 2013

#### Clause limitative de responsabilité Atradius 2013

Ce rapport est fourni uniquement à des fins d'information et n'est pas conçu comme recommandation visant des transactions particulières, des investissements ou autres stratégies quelconques à l'intention des lecteurs. Ces derniers doivent à cet égard prendre leurs propres décisions de manière indépendante, qu'elles soient de nature commerciale ou autre. Si nous avons veillé soigneusement à nous assurer que les informations contenues dans le présent rapport ont été obtenues de sources fiables, Atradius n'est toutefois pas responsable d'éventuelles erreurs ou omissions, ou des résultats obtenus par l'utilisation de ces informations. Tous les renseignements contenus dans le présent rapport sont donnés « tels quels », sans garantie quant à leur exhaustivité, leur précision, leur degré d'actualité ou les résultats obtenus à partir de leur utilisation, et sans garantie d'aucune sorte, expresse ou implicite. En aucun cas, Atradius, ses partenaires ou sociétés apparentées, agents ou employés, ne pourront être tenus responsables envers les lecteurs ou toute autre personne pour toute décision ou mesure prise sur la foi des informations contenues dans ce rapport, ou pour tous dommages indirects, particuliers ou similaires, même si ces personnes ont été avisées de l'éventualité de tels

Atradius Credit Insurance N.V.  
Avenue Prince de Liège 74-78  
5100 Namur  
Tel +32 (0)70 661 722  
E-mail: [info.be@atradius.com](mailto:info.be@atradius.com)

Jan van Gentstraat, 1 Bus 201-202,  
2000 Antwerpen  
Tel: +32 (0)70 661 702  
E-mail: [Belgium@atradius.com](mailto:Belgium@atradius.com)