

En Turquie, oubliez le management à la Française !



Bon an mal an, en tant que quatrième fournisseur et client hors UE de la Turquie, la France et ses ressortissants bénéficient d'une image particulièrement positive.



Une grande partie de l'élite turque est issue de lycées et universités francophones (tel Galatasaray, St Joseph, St Benoit ou encore Notre Dame de Sion) et conserve toute sa vie durant un attachement que l'on pourrait qualifier d'irrationnel pour notre langue, notre culture et notre savoir vivre. Cela ne signifie pas pour autant que toutes les portes leur sont ouvertes et que les contrats se signent aussi aisément... Mais cet à priori particulièrement favorable à l'égard des Français se retrouve aussi dans les affaires. Récemment encore, un chef d'entreprise nous confiait son désir d'embaucher « son expert français » car le cabinet y gagnerait en terme de crédibilité à l'international mais aussi... vis-à-vis de ses compatriotes !

La population active turque est donc aujourd'hui jeune et bien formée mais subit un important taux de chô-

mage (12 %), même en prenant en compte les emplois au noir de l'économie parallèle (évalués à près de 40 %). En conséquence, l'employé turc est disposé à travailler beaucoup (la durée officielle du travail est de plus de 50 h/semaine et les congés annuels sont de deux semaines) et fait preuve d'une assez grande capacité d'adaptation (le rêve de tout Turc est de s'établir à son compte). Enfin, un coût de la main d'œuvre particulièrement compétitif (salaire brut moyen mensuel de 470 €) explique des effectifs souvent pléthoriques.

Les partenaires d'affaires turcs peuvent être assez déroutants pour le néophyte car le souci des apparences et la volonté d'être serviable

(« problem yok », pas de problème !) prime parfois sur la valeur de la parole donnée. A l'instar de beaucoup de pays musulmans du pourtour méditerranéen, la notion du temps est très flexible voire parfois très aléatoire...

Pour un entrepreneur français souhaitant débiter une collaboration avec des Turcs, il est souhaitable de conserver toujours et ce, dès les premiers contacts, un esprit de convivialité et d'accepter de prendre le temps de faire connaissance (la coutume hospitalière du « çay » (thé) est loin d'être du folklore destiné aux seuls touristes). Cette dimension personnelle et personnalisée des affaires va jusqu'au point, par exemple, qu'un

intermédiaire pourra être tenu responsable de la bonne tenue commerciale de ses partenaires...

D'autre part, venir en Turquie sans connaître un minimum de l'œuvre du fondateur de la Turquie moderne, Mustafa Kemal Atatürk, serait particulièrement mal vu.

Tous les Turcs sont fiers, et pour cause, de l'homme qui les a affranchi du joug théocratique ottoman et leur a offert la liberté. Il ne faut pas oublier qu'à la même époque les dirigeants allemands, italiens et japonais entraînaient leur pays dans la guerre alors qu'Atatürk les guidait vers une démocratie laïque.

Il est aussi recommandé d'éviter tout sujet de discorde comme par exemple les questions « politiques » concernant entre autres l'Arménie, la question Kurde et les droits de l'Homme. Par contre, ne manquez pas d'aborder des sujets sportifs car le football est ici une véritable religion !

Quant aux difficultés que le Français rencontrera, elles seront essentiellement d'ordre humain car il est parfois ardu de trouver le bon interlocuteur tant les portes s'ouvrent facilement. Hormis les grands groupes déjà présents tels Carrefour, Axa ou Renault (1er constructeur de voitures particulières en Turquie), il est

illusoire de prétendre faire du « copier / coller » ici concernant les méthodes de management.

Ainsi quelle que soit l'issue des négociations avec l'U.E., l'entrepreneur français s'intéressant à la Turquie trouvera dans ce marché prometteur de très belles opportunités d'affaires en terme d'exportation, de sourcing ou de partenariats.

Frédéric Farné B & C Partners
www.exportturquie.com



CLASSE EXPORT
le mensuel pratique du commerce international

88€ TTC
9 numéros
+ les Guides pratiques

- Des dossiers techniques pour résoudre votre quotidien
- Des outils clairs et pratiques pour conquérir les marchés étrangers
- Des cahiers spécifiques pour maîtriser les risques à l'international
- Des rubriques opérationnelles pour gagner en réactivité

Le coût de votre abonnement est imputable au budget formation continue de votre entreprise.

Tarif Etudiant 65€ TTC⁽¹⁾

Abonnement à retourner au Magazine Classe Export - 100 route de Paris - 69260 Charbonnières - France - ou en ligne www.classe-export.com

oui je m'abonne pour **1 an** à Classe Export magazine : **9 numéros + les suppléments spéciaux = 88 euros TTC⁽²⁾**

oui je m'abonne pour **2 ans** à Classe Export magazine : **18 numéros + les suppléments spéciaux = 144 euros TTC⁽²⁾**

Je joins obligatoirement mon règlement par chèque bancaire ou postal à l'ordre de Classe Export s.a.

NOM de la SOCIÉTÉ : _____ NAF + SIRET _____

Adresse : _____ Code postal : _____

Nom de l'abonné : _____

VOTRE ABONNEMENT DÉBUTERA À RÉCEPTION DE VOTRE RÈGLEMENT. Date : _____ Signature et cachet de la société _____

1- Offre tarifaire valable sur justificatif de statut d'étudiant - Nous contacter. 2- Offre tarifaire valable pour la France métropolitaine et susceptible d'être modifiée sans préavis / BICMAG 060105.

Classe Export Spécial Mobilité ■ Février 2005

Classe Export Spécial Mobilité ■ Février 2005
Votre développement à l'international www.classe-export.com

42

43