



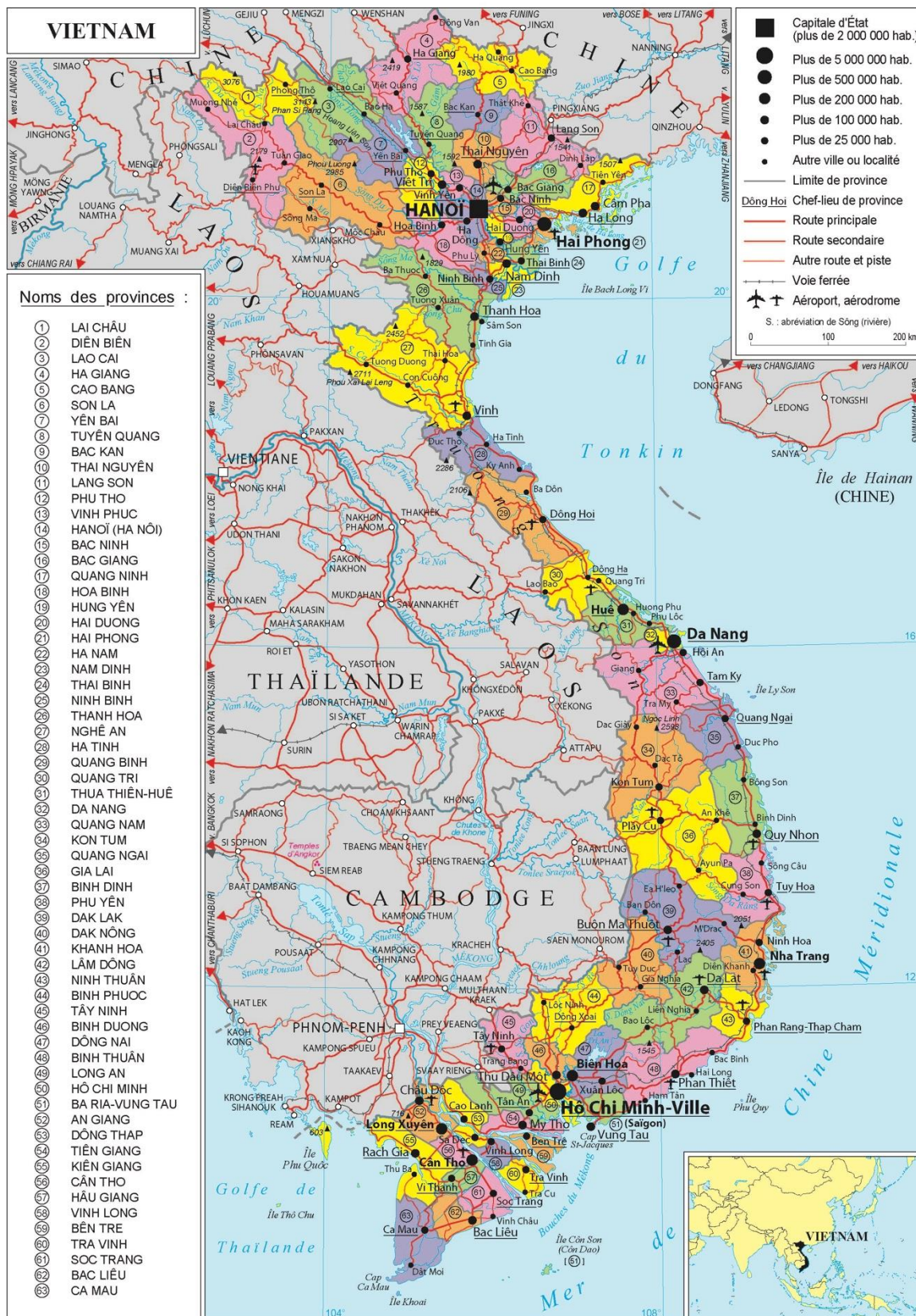
GUIDE DES AFFAIRES

VIETNAM

SOUS LA DIRECTION DE YANN FROLLO DE KERLIVIO,
DIRECTEUR DE BUSINESS FRANCE VIETNAM
ET ASEAN OCÉANIE

SOMMAIRE

01.	CONNAISSANCE GÉNÉRALE DU PAYS	7
•	Les points-clés du marché	8
•	Les points-clés des échanges	16
•	Les secteurs porteurs	23
02.	FAIRE DES AFFAIRES DANS LE PAYS	34
•	Accéder au marché : contexte réglementaire, social et fiscal	35
•	S'adapter aux spécificités locales de la pratique des affaires	42
•	Trouver le bon partenaire	50
•	Réussir son implantation	65
•	Se faire connaître	78
•	Se faire payer	85
•	Se protéger	92
•	Aides et appuis	98
03.	CONTACTS UTILES	103
•	Contacts utiles	104



Source : Ministère des Affaires étrangères et du Développement international, direction des Archives (pôle géographique) @ Novembre 2014

PLANS DES PRINCIPALES AGGLOMÉRATIONS DU PAYS

[Plan de Hanoi](#)

[Plan de Hồ Chí Minh](#)

[Plan de Hải Phòng](#)

Artelia, a global leader in engineering & project management

Artelia is a multidisciplinary independent group that offers a comprehensive range of engineering-related services across:

**Mobility - Water - Energy
Buildings - Industry**

Our offerings span from technical expertise to complex project delivery, including:

**Consulting, Master planning
Feasibility Studies, design
Engineering
Construction & Project management
Asset & Facility management
Turnkey solutions**

Ho Chi Minh City Office
6 Phung Khac Khoan Street
District 1
+84 28 3822 1314

Hanoi Office
193 C3 Ba Trieu Street,
Hai Ba Trung District
+84 24 3734 7260

contact@vn.arteliagroup.com



Artelia in Vietnam

Since its establishment in Vietnam in 2006, Artelia has cultivated a strong presence, providing a diverse range of services across multiple sectors. Artelia Vietnam, with its 700 employees, is a key contributor to the country's development, focusing on the following areas:

- **Industry**
- **Buildings** (Hospitality, Resorts, High-Rise, Offices, Health...)
- **Infrastructures** (Maritime, Transportation...)
- **Renewables energies** (Wind, Solar, Hydropower...)

Our areas of expertise include:

- **Project and Construction Management**
- **EPCM, Design, and Engineering**
- **Quantity Surveying**
- **Facility and Asset Management**

REMERCIEMENTS

La rédaction de cet ouvrage n'aurait pas été possible sans l'appui de nombreux partenaires qui vivent et cultivent au quotidien les relations économiques franco-vietnamiennes. Business France Vietnam leur adresse ses remerciements les plus chaleureux et tient plus particulièrement à saluer, par ordre alphabétique :

- M. **Jean-Charles BELLIOU**, président du comité CCE Vietnam ;
- M. **Jean-Alexandre EGEA**, chef du Service économique Vietnam ;
- M. **Thibaut GIROUX**, président de la Chambre de commerce et d'industrie France-Vietnam (CCIFV) ;
- Maître **Antoine LOGEAY**, avocat associé, APFL Partners ;
- M. **Thierry MERMET**, directeur général, SOA ;
- Maître **Olivier MONANGE**, avocat associé, DS Avocats ;
- Dr. **Rémi NGUYEN**, directeur général, MLR Advisory, conseiller du commerce extérieur de la France ;
- M. **Fabrice PERRONO**, conseiller régional en propriété intellectuelle pour l'ASEAN, représentant INPI ;
- Mme **PHAN Thi Quynh Hoa**, directrice générale, MK Group ;
- M. **Benjamin POIRRIER**, fondateur et directeur général de Prodima Vietnam ;
- Mme **Claire ROSSELER**, Managing Director, Air Liquide Vietnam.

Business France remercie également l'ensemble des services de l'ambassade de France, en particulier le Service économique et la chancellerie politique, ainsi que le comité Vietnam des conseillers du commerce extérieur de la France, pour leur soutien sans faille dans la rédaction du *Guide des affaires*, véritable porte d'entrée pour le Vietnam.

Liste de nos annonceurs :

- M. **Thibaut GIROUX**, président de la CCIFV ;
- M. **Eric GRATTON**, directeur général, ARTELIA Vietnam ;
- M. **Thierry GUILLOSSOU**, directeur général, ATa Services ;
- M. **Thierry MERMET**, directeur général, SOA ;
- Maître **Olivier MONANGE**, avocat associé, DS Avocats.



Situé au cœur de l'Asie du Sud-Est, le Vietnam affiche l'une des croissances les plus robustes de la région, avec une augmentation du

PIB de 5,4 % en moyenne au cours des vingt dernières années, et qui devrait tutoyer 7 % en 2024. Depuis les réformes initiées dans les années 1980, le Vietnam est ainsi devenu la 4^e économie de l'ASEAN. Cette économie se distingue par une forte attractivité pour les investisseurs étrangers (36,6 Mds USD accueillis en 2023) et une forte ouverture au commerce international (17 accords de libre-échange, dont un avec l'Union européenne, taux d'ouverture de 145 % du PIB).

Le Vietnam est ainsi devenu une base majeure de production de biens destinés à l'export. Ses atouts sont bien connus : main-d'œuvre jeune, abondante, et relativement bien formée ; un coût de l'électricité faible ; des accords de libre-échange permettant au « made in Vietnam » un accueil à faible droits de douanes dans de très nombreuses circonscriptions. Premier exportateur mondial de café, deuxième exportateur mondial de chaussures de sport, le Vietnam est également la base de production de la moitié des téléphones portables produits par Samsung dans le monde, et le gouvernement ambitionne de voir les produits dits « de haute technologie » représenter plus de la moitié des exportations vietnamiennes en 2024.

Alors que le Vietnam cherche à tirer pleinement profit des stratégies « Chine + 1 » menées par de nombreuses multinationales, et à échapper au « piège du revenu intermédiaire » en se positionnant sur des secteurs à plus forte valeur ajoutée, l'économie du pays évolue. À mesure que les classes moyennes se développent (elles pourraient représenter 50 % de la population dès 2035), les tendances de consommation deviennent plus exigeantes,

écoresponsables et variées. En parallèle, le Vietnam, qui a lancé en 2025 ses enchères pour la 5G, cherche à promouvoir l'innovation, ainsi que la numérisation de son économie et de son administration.

Cependant, la société vietnamienne doit relever des défis significatifs, notamment sur le plan environnemental, avec une pression croissante sur ses ressources naturelles, et sur le plan social, face à l'urbanisation rapide et aux inégalités régionales. Conscient de ces enjeux, le gouvernement multiplie les initiatives en faveur d'une croissance durable – avec des investissements dans les énergies renouvelables et la décarbonation – et des mesures visant à renforcer la protection sociale. Des politiques sont également mises en place pour adapter le cadre réglementaire et juridique aux standards internationaux, offrant ainsi un environnement de plus en plus sécurisé pour les investisseurs étrangers.

Ce *Guide des affaires* a pour objectif de fournir aux entreprises françaises toutes les informations essentielles pour réussir leur développement au Vietnam. Vous y trouverez notamment de précieux témoignages de professionnels, opérant au Vietnam et partageant leurs expériences et conseils pour réussir sur ce marché. Découvrez ainsi les opportunités qui s'offrent à vous dans ce marché en pleine expansion, et faites le choix de rejoindre une économie prometteuse et florissante !

Yann FROLLO DE KERLIVIO,
directeur Pays Vietnam,
directeur Zone ASEANO





CONNAISSANCE GÉNÉRALE DU PAYS

01



LES POINTS-CLÉS DU MARCHÉ

DONNÉES ÉCONOMIQUES

- L'ASEAN, une économie en pleine croissance

En 2017, l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (ASEAN) a célébré cinquante ans de paix et de prospérité, et devient aujourd'hui une communauté forte avec un rôle et une stature croissante à l'échelle mondiale. Au cœur de l'**axe indopacifique**, cette région se positionne désormais comme entité « stabilisatrice » selon le chef de l'État français Emmanuel Macron (discours lors de la visite officielle à Paris de monsieur NGUYEN Phu Trong, secrétaire général du Parti communiste du Vietnam en mars 2018).

6,1 %

**Projection de croissance
2025**

L'ASEAN affiche une croissance supérieure à la moyenne mondiale. Selon la Banque mondiale, elle devrait augmenter de 4,7 % en 2024, tirée par les **économies émergentes** comme le Vietnam (6,1 %) ou les Philippines (6,1 %). Plus optimiste encore, le ministère vietnamien du Plan et de l'Investissement vise 7 % sur l'année 2024.

Croissance du PIB en ASEAN-5 de 2019 à 2025 (%) PAYS	2019	2020	2021	2022	2023	2024 (EST)	2025 (PREV)
Indonésie	5,0	-2,1	3,7	5,3	5,0	5,0	5,1
Thaïlande	2,1	-6,1	1,6	2,5	1,9	2,8	3,0
Singapour	1,3	-3,9	9,7	3,8	1,1	2,6	2,5
Philippines	6,1	-9,5	5,7	7,6	5,5	5,8	6,1
Vietnam	7,0	2,9	2,6	8,0	5,1	6,1	6,1
Malaisie	4,4	-5,5	3,3	6,7	3,6	4,8	4,4

Source : FMI (WEO, octobre 2024)

- Le Vietnam, une des économies les plus performantes de l'ASEAN

+5,5 %

**Taux de croissance
depuis 1990**

Lancée en 1986, la politique du renouveau, le « **Doi Moi** », a permis d'introduire l'économie de marché à orientation socialiste et de libéraliser l'économie vietnamienne. Les réformes ont principalement ciblé quatre secteurs – la privatisation de l'agriculture, les entreprises publiques, le secteur privé et la loi sur les investissements étrangers – faisant aujourd'hui du Vietnam un pays en profonde mutation, après trente années de réformes, et une décennie de forte croissance économique.

En 2023, le Vietnam est la 5^e économie de l'ASEAN (433,3 Mds USD), et, selon les prévisions du FMI, il pourrait devenir la 3^e économie de l'ASEAN dans les prochaines années, devant les Philippines et Singapour. Le pays a connu un développement rapide et inscrit dans la durée : + 5,5 % par an de croissance depuis 1990. Seule la Chine a fait mieux dans le monde. Le Vietnam est l'un des rares pays du monde ayant conservé une croissance positive (+ 2,9 %) en 2020, malgré la pandémie de Covid-19. L'extrême pauvreté a aussi pu être réduite considérablement passant de 50 % en 1990 à moins de 3 % aujourd'hui. Le pays fait partie de la catégorie des **pays à revenu intermédiaire** (tranche inférieure), à l'instar de l'Inde, du Cambodge et des Philippines. Au sein de l'ASEAN, le **PIB par habitant** du Vietnam (4 350 USD en 2023) reste relativement **faible** par rapport à ses voisins thaïlandais (7 170 USD) et indonésiens (4 940 USD), signe que son **potentiel économique** reste très **prometteur**.

Indicateurs macroéconomiques	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Croissance du PIB (%) (GSO)	7,1	7	2,9	2,6	8	5,1	7,4 (T3)	6,1 (FMI)
Taux d'inflation (GSO)	3,5	2,8	3,2	1,8	3,2	3,3	3,7 (11M)	3,5
Solde du compte courant (% PIB) (FMI)	1,9	3,7	4,3	-2,2	0,3	5,8	3,0	2,7
Solde budgétaire (% du PIB) (MoF)	- 2,8	- 2,7	- 3,4	- 2,5	-3,1	-4,0	-3,6	-3,6
Dette publique (% PIB) (MoF)	58,3	55	55,9	42,7	37,4	37	36-37	36-37

Source : article IV FMI 2023 ; MoF – dernier bulletin de dettes [Bản tin nợ công: Số 17](#)

• Données monétaires

Le **đồng vietnamien (VND)**, **monnaie nationale**, est une **monnaie non-convertible**.

Taux de change USD/VND	2020	2021	2022	2023	2024
	23 180	22 915	23 982	23 836	25 214

DONNÉES D'ORDRE GÉOGRAPHIQUE

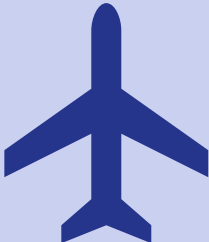
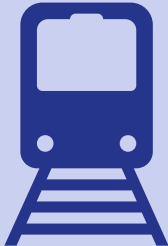


• Un centre de gravité en Asie du Sud-Est (ASEAN)

Le Vietnam est situé au cœur de l'ASEAN sur la péninsule indochinoise. Il s'étend sur **331 211 km²** (un peu moins de la moitié du territoire français) et est délimité au nord par la Chine, à l'ouest par le Cambodge et le Laos, à l'est par le golfe du Tonkin et la mer de Chine et, au sud, par le golfe de Thaïlande. Le territoire vietnamien bénéficie d'un littoral ouvert sur le Pacifique de plus de **3 200 km du Nord au Sud** (France : 3 427 km).

Troisième pays le plus peuplé dans une des trois régions les plus dynamiques du monde, le Vietnam bénéficie d'une situation géographique stratégique. En forme de « S » étiré, le pays est un carrefour au cœur de l'Asie du Sud-Est et se positionne entre la Chine et le reste des pays de l'ASEAN (Singapour, Malaisie, Indonésie...). C'est aussi un **territoire finement connecté** aux mégapoles asiatiques. Hô Chi Minh-Ville et Hanoï sont reliées directement, en moins de deux heures d'avion, à Bangkok, Singapour, Kuala Lumpur, Manille, Jakarta, Phnom-Penh, Vientiane et Yangon (Rangoon).

DONNÉES SUR LES INFRASTRUCTURES

Infrastructures	Taille du réseau
	172 routes nationales d'environ 25 000 km 1 900 km d'autoroutes. Projet en cours : 5 000 km d'autoroutes à l'horizon 2030 (i.e. 500 km à construire chaque année).
	23 aéroports, croissance attendue du trafic de 7 % entre 2022-2025 (185 M de passagers en 2025) Principaux aéroports : • Tan Shon Nhat (Hô Chi Minh-Ville) • Nội Bài (Hanoï) Projets en cours : • 28 aéroports d'ici 2030 • 13 internationaux ; 15 domestiques) • Long Thanh International Airport (Hô Chi Minh-Ville) • Objectif : 100 millions de passagers/an
	34 ports maritimes, ceux de la région du Sud-Est représentant 45 % du volume des marchandises transitées Principaux ports : • Lach Huyen (Haiphong) • Port de Saïgon (Hô Chi Minh-Ville) Objectif : faire contribuer l'économie maritime à hauteur de 55 % du PIB national
	~ 2 600 km de réseau ferré avec 6 branches concentrées notamment dans le delta du fleuve rouge. Mise en service de la deuxième ligne de métro à Hanoï (2024) Projets en cours : • Lignes à grande vitesse Hô Chi Minh – Nha Trang et Hanoï – Vinh ; • Construction et mise en service respectivement de 2 lignes de métro à Hanoï et Hô Chi Minh-Ville ; • Étude d'une ligne Nord-Sud à grande vitesse.

DONNÉES SECTORIELLES

Secteurs porteurs	Part du PIB	% de la population active employé	Produits phares
Agriculture	17 %	47 %	Riz, maïs, noix de cajou, café, thé, caoutchouc, patate douce, poivre, cacahuète, coton
Industrie	33 %	21 %	- Production plasturgique et papetière, meubles, textile, agro-alimentaire ; - Sidérurgie, ciment, hydrocarbures, charbon ; - Automobile, logiciels informatiques, électronique.
Services	40 %	32 %	Tourisme, télécommunications
Exportations	98 %		Produits textiles, chaussures, pétrole brut, produits technologiques

L'économie se caractérise par sa dépendance à certains secteurs phares, tels que le secteur manufacturier, notamment le textile-habillement et l'électronique. Le Vietnam est en effet perçu, encore aujourd'hui, comme l'atelier de l'Asie du Sud-Est. L'agriculture reste un secteur relativement important de l'économie de ce pays rural, mais les services sont le secteur dominant, et en progression.

DONNÉES D'ORDRE DÉMOGRAPHIQUE

- Une population vietnamienne jeune, dynamique, optimiste et entrepreneuriale

Le Vietnam compte la 3^e population de l'ASEAN (plus de **100 M d'habitants** en 2024), soit environ 1,5 fois la population de la France, et en croissance de 1 % par an. La densité de population est trois fois plus élevée au Vietnam qu'en France, avec 326 habitants au km², contre 118 habitants au km² en France. **Hanoï est la capitale politique et administrative** avec 8 M d'habitants en 2024, et **Hô Chi Minh-Ville est le centre économique** avec 9 M d'habitants. Bien que le Vietnam soit un pays majoritairement rural (59 % de la population ; - 0,05 % par an), le pays s'urbanise rapidement, ce qui conduit à l'émergence de nombreuses grandes villes telles que Haiphong (2,1 M d'habitants, Can Tho (1,5 M) ou Da Nang (1,2 M d'habitants). L'une des forces non négligeables du Vietnam est la jeunesse de sa population. **L'âge médian est de 32,8 ans en 2024** et environ un quart de la population a entre 15 et 29 ans. Le pays dispose d'une main-d'œuvre relativement instruite, et plus d'un quart (28 %) de celle-ci est considérée comme qualifiée.



- L'émergence d'une classe moyenne urbaine et éduquée

La classe moyenne (selon les statistiques internationales, correspond à la population dont le revenu est supérieur à 15 USD par jour) est le nouveau moteur de l'économie vietnamienne. D'après la Banque mondiale, elle atteindra 50 % de la population en 2035 (environ 53 M d'habitants) contre 9,5 % en 2017 et 13 % en 2021 (Chine : 20 %, Thaïlande : 35 %). L'aspiration à consommer et le désir de s'élever socialement font du Vietnam un marché dynamique et incontournable pour la France.

• **Le défi d’une population vieillissante : les Vietnamiens pourraient devenir vieux avant de devenir riches**

Le rapport Vietnam 2035 *Toward Prosperity, Creativity, Equity and Democracy* établi par la Banque mondiale en 2016 souligne le fait que le Vietnam est un des pays avec le taux de vieillissement de la population le plus élevé au monde. La part des Vietnamiens âgés de plus de 65 ans va passer de 6,7 % de la population en 2015, à 14,4 % en 2035, faisant du Vietnam non plus une « société vieillissante » mais une « société âgée ». D’ici là, un certain nombre de chantiers importants devront être ouverts (système de retraite, assurance-maladie, système de santé, prise en charge des personnes âgées dépendantes). Si la rapidité du vieillissement est une tendance répandue en Asie, elle apparaît toutefois plus préoccupante au Vietnam puisqu’elle intervient à un stade précoce de développement du pays (infrastructures de base encore insuffisantes).



Principaux indicateurs démographiques

Indicateurs	Vietnam	France
Nombre d’habitants	101,1 M	68 M
Population urbaine	38,8 %	80 %
Espérance de vie	75 ans	82 ans
Homme	70 ans	79 ans
Femme	80 ans	85 ans
Âge médian	32,8 ans	41,4 ans
Taux de natalité	14,9 ‰	9,9 ‰
Taux de mortalité	6,7 ‰	9,2 ‰
Taux d’alphabétisation	96	99,9
IDH + rang mondial	0,726 (107 ^e)	0,910 (28 ^e)

• **Données linguistiques**

Le Vietnam est un **pays multiethnique de 53 ethnies**. L’ethnie Kinh ou Viet représente 86 % de la population du Vietnam et les autres ethnies, plus minoritaires, sont essentiellement situées dans les montagnes du Nord, les plateaux du Centre et certaines parties du Sud. La langue officielle est le vietnamien, une langue à six tons utilisant l’alphabet latin. Il existe une différence d’accent entre le Nord et le Sud, ce qui peut parfois compliquer la communication. Le Vietnam est membre de l’Organisation internationale de la francophonie (OIF), mais il n’est pas francophone, seulement 0,5 % de la population parle le français. **L’anglais reste en effet la langue prédominante dans le milieu du travail et des affaires.** Il est enseigné dès le plus jeune âge aux Vietnamiens.

Selon un rapport du Comité d’État chargé des Vietnamiens à l’étranger, plus de 4,5 M de Viêt kiêu vivent et travaillent à l’heure actuelle dans 109 pays et territoires. La diaspora vietnamienne est estimée à 300 000 personnes en France, la France étant le deuxième pays d’accueil de Viêt kiêu, tout comme l’Australie, derrière les États-Unis (2,2 M). La diaspora vietnamienne appuie largement le développement économique du pays par des transferts de capitaux toujours plus élevés chaque année. Selon la Banque mondiale, en 2023, le Vietnam a reçu **16 Mds USD venant des Viêt kiêu** (190 Mds USD entre 1993 et 2022), représentant 3,7 % de son PIB.

LES POINTS-CLÉS DE L'ENVIRONNEMENT POLITIQUE

TYPE DE RÉGIME ET ORGANISATION POLITIQUE

La République socialiste du Vietnam est un régime centralisé à parti unique, fondé en 1976 à la suite de l'unification du Nord et du Sud après la Guerre du Vietnam, et basé sur la primauté du Parti communiste vietnamien (PCV).

- **Le Parti communiste vietnamien**

Présent à tous les échelons de la société et dans toutes les entités (administrations, écoles, armée, organisations socio-professionnelles...), le PCV est « *la force dirigeante de l'État et de la société* ». Il se réunit en Congrès tous les cinq ans (prochain en 2026), afin de faire le bilan politique, social et économique du Vietnam, et de définir les orientations du développement national pour les cinq années à venir. La désignation des dirigeants du Parti par le Congrès s'effectue à cette occasion.

- **Les principaux dirigeants**

Le système politique vietnamien, d'idéologie marxiste-léniniste, et suivant les principes posés par Hồ Chí Minh (fondateur et premier président de la République démocratique du Vietnam, s'apparente à **un régime parlementaire monocaméral classique**, mais un quadrumvirat est à la tête du pays :

Le secrétaire général du Parti communiste (M. TO Lâm – depuis juillet 2024), qui est aussi **président de la Commission centrale**, est le principal dirigeant du Parti, à la tête du Bureau politique et du Comité central et détient à ce titre le poste-clé du pouvoir. Il est élu tous les cinq ans par le Congrès.

Le président de la République (M. LUONG Cường – depuis octobre 2024) est le chef de l'État. Il est élu par l'Assemblée nationale et il représente la République socialiste du Vietnam. Il est ainsi chef des forces armées populaires, propose à l'Assemblée nationale les candidatures du vice-président, du Premier ministre et nomme et révoque les ministres

Le Comité central, élu par le Congrès du PCV, a pour charge d'élire le Bureau politique et le Secrétariat ainsi que le secrétaire général du Parti et il approuve toutes les nominations importantes, dont notamment celles aux trois postes-clés du régime qui sont le président de la République, le Premier ministre (**M. PHAM Minh Chinh** – depuis avril 2021) et le président de l'Assemblée Nationale (**M. TRAN Thanh Mẫn** – depuis mai 2024).

Le Bureau politique est l'organe suprême du PCV. Il fixe l'orientation générale du gouvernement et met en œuvre les politiques approuvées soit par le Congrès du Parti, soit par le Comité central. Les membres du Bureau politique sont élus par le Comité central immédiatement après le Congrès du Parti. L'actuel Bureau politique, le 13^e, se compose de 18 membres.

- **Le pouvoir exécutif**

Le pouvoir exécutif est exercé par **le Premier ministre** (chef du gouvernement, à la tête d'une équipe composée de 21 ministres et quatre vice-Premiers ministres). Le gouvernement exécute des missions politiques, économiques, sociales, de défense nationale...définies normalement par l'Assemblée, mais de facto fixées par le Parti.

- **Le pouvoir législatif**

L'Assemblée nationale détient à elle seule le pouvoir législatif et constituant. Elle est composée de 500 députés élus au suffrage universel direct. L'Assemblée élit, décharge et révoque les principaux dirigeants de l'État, et possède le pouvoir de surveillance suprême sur l'ensemble des activités de l'État. Elle décide aussi des politiques fondamentales en matière intérieure et extérieure, définit les missions socio-économiques de défense nationale ainsi que de sécurité nationale, et vote puis ratifie les accords et traités internationaux.

- **Climat des affaires**

Selon le rapport *Doing Business 2020* produit par la Banque mondiale, le Vietnam est classé 70^e sur 190 pour la facilité à faire des affaires. En se positionnant au-dessus de la moyenne régionale, et devant ses voisins indonésien (73^e) et philippin (95^e), le Vietnam donne à voir un milieu des affaires tourné vers les réformes structurelles (réduction des charges patronales, des frais d'enregistrement d'une entreprise...) et la transparence (publication en ligne des jugements rendus dans les affaires commerciales), et poussé dans cette voie par les institutions internationales (FMI, Banque mondiale).

- **Un État centralisé et bureaucratique**

Le Vietnam est un État centralisé avec une lourde bureaucratie, entièrement dominé par le Parti communiste. Tous les cadres occupant des fonctions de responsabilité (exécutif, législatif, judiciaire) sont membres du Parti, Parti qui est également très présent dans les entreprises, publiques comme privées. Le Parti est aussi présent dans les cercles de décision locaux : **le secrétaire du Comité du Parti d'une collectivité a plus de poids que le président du Comité populaire** (organe exécutif local – i.e. mairie), les fonctions pouvant être confondues.

- **Appartenance aux organismes internationaux**

Le Vietnam – « partenaire amical et de confiance » de plusieurs pays – tend à s'affirmer tant sur la scène internationale que régionale. Membre non permanent du Conseil de sécurité des Nations unies en 2008 ainsi qu'en 2020-2021, le Vietnam est un membre actif de plusieurs organisations économiques et politiques, régionales comme internationales : APEC, ASEAN, BAsD, ASEM, Greater Mekong Subregion

À noter également que la France et le Vietnam ont annoncé en octobre 2024 l'élévation des relations entre les deux pays au Partenariat Stratégique Global (plus haut degré de partenariat diplomatique du Vietnam – la France est le 1^{er} pays européen à en signer un).



• **Risques politiques et enjeux géopolitiques**

Les relations diplomatiques entre le Vietnam et la Chine restent complexes en raison des différends en « mer Orientale » au Vietnam (ou « mer de Chine méridionale » en Chine). Pour autant, l'amitié politique sino-vietnamienne est souvent célébrée au plus haut niveau et les deux pays sont liés par un « partenariat intégral ». Les impacts de la guerre commerciale entre les États-Unis et la Chine sur l'économie vietnamienne sont multiples, car ces deux pays sont les premiers partenaires commerciaux du Vietnam.

Des **opportunités** existent :

- Proximité géographique (Haiphong se situe à 865 km de Shenzhen), relative stabilité politique et coût de la main-d'œuvre encore avantageux (59 % des salaires chinois) : le Vietnam attire de nombreux groupes qui délocalisent une partie de leurs usines chinoises dans le pays (Apple Inc. a délocalisé 11 usines d'équipements audiovisuels de la Chine vers le Vietnam, et 60 % des smartphones vendus dans le monde en 2023 sont produits au Vietnam) ;
- Les entreprises déjà présentes dans le pays devraient augmenter progressivement leurs capacités de production à l'image de Samsung, Daikin ou Techtronic.

Il existe aussi certains **risques** concernant les exportations vietnamiennes, qui pourraient souffrir de la concurrence des produits chinois sur ses autres marchés à l'export.

En 2024, la Coface attribue la note de B au Vietnam en matière de risque pays et de climat des affaires :

Points forts	Points faibles
Économie dynamique présentant l'un des taux de croissance les plus rapides de la région	Lacunes en termes d'environnement des affaires
Main-d'œuvre abondante et peu chère	Manque d'infrastructures
Solide potentiel agricole et ressources naturelles	Réforme du secteur public inachevée
Stratégie de développement fondée sur l'ouverture, la montée en gamme et la diversification de l'économie	Creusement des inégalités
Bénéficiaire de la guerre commerciale entre la Chine et les États-Unis	Système bancaire fragile
Économie peu affectée par le ralentissement chinois	Entreprises publiques peu efficaces et fortement endettées
Forte intégration dans le commerce international	Dépendance à l'égard des chaînes d'approvisionnement de la Chine

Source : Coface, 2024

LES POINTS-CLÉS DES ÉCHANGES

CHIFFRES-CLÉS

1,1 Md EUR

Volume des exportations françaises
vers le Vietnam (10 mois 2024)

+16,1 %

Taux de croissance des exportations
françaises vers le Vietnam (10 mois 2024)

5,8 Mds EUR

Volume des importations françaises depuis
le Vietnam (10 mois 2024)

+7 %

Taux de croissance des importations
françaises depuis le Vietnam (2023-2024)

22^e

Rang de la France comme pays fournisseur
du Vietnam (11 mois 2024)

24^e

rang de la France comme pays client
du Vietnam (2024)

ACCORDS COMMERCIAUX BILATÉRAUX

Le Vietnam a signé une dizaine d'accords de libre-échange, ratifiés et entrés en vigueur.

- **Accord global et progressif de partenariat transpacifique (CPTPP)**

Preuve d'un engagement fort et irréversible du Vietnam à l'ouverture, la réforme et l'intégration internationale, cette ratification souligne aussi une affirmation du rôle géopolitique de premier plan du Vietnam en Asie du Sud-Est et en Asie Pacifique. Entré en vigueur en 2019, le CPTPP crée une zone de libre-échange dans un espace économique faisant plus d'un quart du commerce mondial (près de 36 % du PIB mondial). Selon la Banque mondiale, le CPTPP pourrait générer au moins 8 % de croissance du PIB vietnamien, en augmentant les exportations de 17 % pour les vingt prochaines années.

- **Accord de libre-échange Union européenne-Vietnam (EVFTA)**

Résultat de discussions bilatérales entre le Vietnam et l'Union européenne hors du cadre de l'ASEAN, l'EVFTA, entré en vigueur en 2020, prévoit la suppression progressive de près de 99 % des barrières tarifaires au commerce. Pour ce faire, un délai de sept ans est laissé à l'UE et de dix ans au Vietnam. Le calendrier de réduction des tarifs douaniers varie en fonction des secteurs d'activités et produits concernés.

Délai accordé au Vietnam pour l'élimination des barrières douanières selon les secteurs

Secteur / produits	Délai à partir de l'entrée en vigueur (2020)
Machines-outils	À l'entrée en vigueur ou 6 ans selon les produits
	8 ans
Produits pharmaceutiques	8 ans
Produits chimiques	70 % à l'entrée en vigueur
Textile	La totalité à l'entrée en vigueur
Automobiles	10 ans
Moto (< 150 CC)	8 ans
Préparations alimentaires	8 ans
Produits laitiers	6 ans
Volailles	10 ans
Viande porcine	8 ans
Produits aquatiques (saumon, flétan, langouste et truite)	La totalité à l'entrée en vigueur
Vins et spiritueux	8 – 10 ans selon les produits
Bières	11 ans

Source : Délégation de l'Union européenne au Vietnam

• Marchés publics

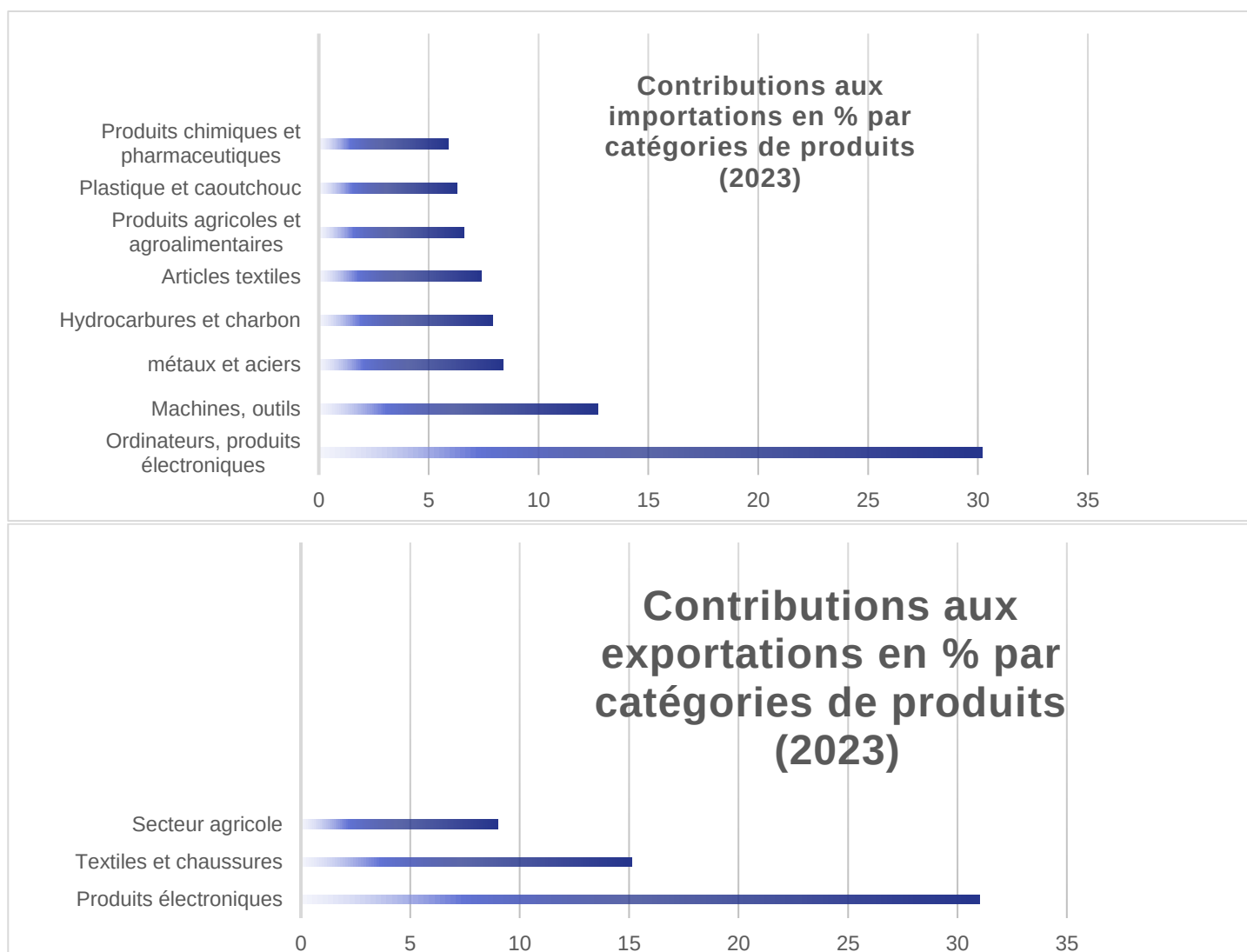
Le chapitre 9 de l'Accord EVFTA prévoit l'ouverture des marchés publics pour l'ensemble des ministères et leurs administrations correspondantes, ainsi que pour certains établissements étatiques dont : de nombreux hôpitaux à travers le pays et des instituts de recherche ; Electricity of Vietnam ; Vietnam Railway Corporation ; l'Université nationale du Vietnam à Hanoï et Hô Chi Minh-Ville.

• Partenariat économique régional global (RCEP)

Signé avec neuf pays de l'ASEAN (Brunei, Cambodge, Indonésie, Laos, Malaisie, Myanmar, Philippines, Singapour, Thaïlande et Vietnam) et cinq autres pays (Australie, Chine, Japon, Corée du Sud et Nouvelle-Zélande), le RCEP concerne plus de 2 milliards de consommateurs et représente 30 % du PIB mondial : c'est le plus grand accord de libre-échange au monde (même s'il va moins loin que le CPTPP ou l'EVFTA en matière de barrières non tarifaires). Entré en vigueur en 2022, l'accord vise à éliminer immédiatement les droits de douane et les quotas pour plus de 65 % des biens échangés au sein de la zone, et progressivement sur vingt ans pour 90 % d'entre eux, permettant ainsi une plus grande flexibilité et intégration entre pays, et plus de facilité dans les démarches administratives (certificat d'origine unique), grâce aux règles d'origine uniformisées. Désormais, une société peut fabriquer un produit en toute sécurité en sachant que, pour autant que le contenu provienne de l'un des 15 marchés asiatiques respectant les RO pour le RCEP, il peut être expédié vers n'importe lequel des 15 marchés asiatiques sans aucune modification de la formulation.

COMMERCE EXTÉRIEUR VIETNAMIEN

Grâce à son modèle de développement reposant sur une montée en gamme de l'économie et une intégration croissante dans la chaîne de valeur mondiale, le Vietnam connaît depuis une dizaine d'année **la plus forte progression dans le classement mondial du commerce des marchandises**, en passant du 39^e rang mondial en 2009 au 22^e en 2023 selon le classement de l'OMC. Ses échanges ont été multipliés par cinq en douze ans, pour atteindre 681 Mds USD en 2023 (355 Mds USD d'exportations - -4,6 % ; 326 Mds USD d'importations - -9,2 %), un fort rebond par rapport aux deux années précédentes et largement supérieur au chiffre des échanges mondiaux. Toutefois, du fait d'un modèle de croissance reposant sur l'assemblage local à faible valeur ajoutée, l'excédent commercial du Vietnam demeure limité en 2023, (28 Mds USD, soit autour de 6 % du PIB), le taux de couverture des importations par les exportations n'atteignant que 108,6 %.



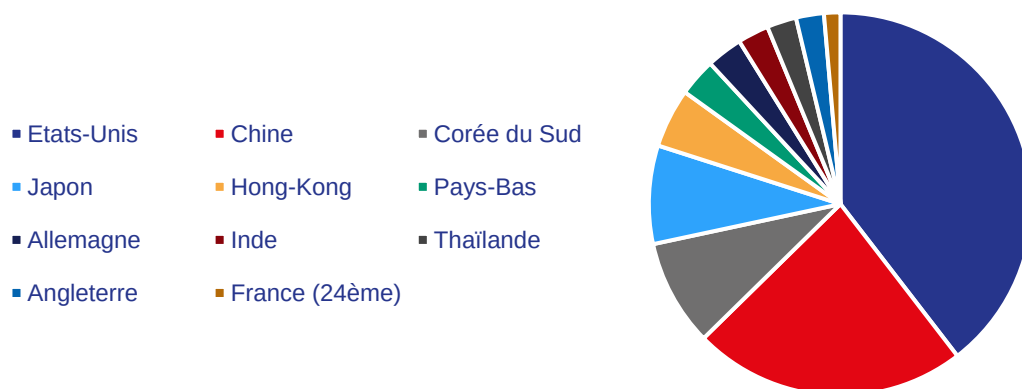
Source : Douanes vietnamiennes, 2024

Les **entreprises étrangères (IDE)** sont à l'origine de près des trois quarts des exportations vietnamiennes (72,5 %) même si leur part a légèrement baissé en 2023 (73,6 % en 2022). Elles ont dégagé un excédent de 48 Mds USD, quand les entreprises locales enregistraient un déficit de 20 Mds USD dans leurs échanges extérieurs.

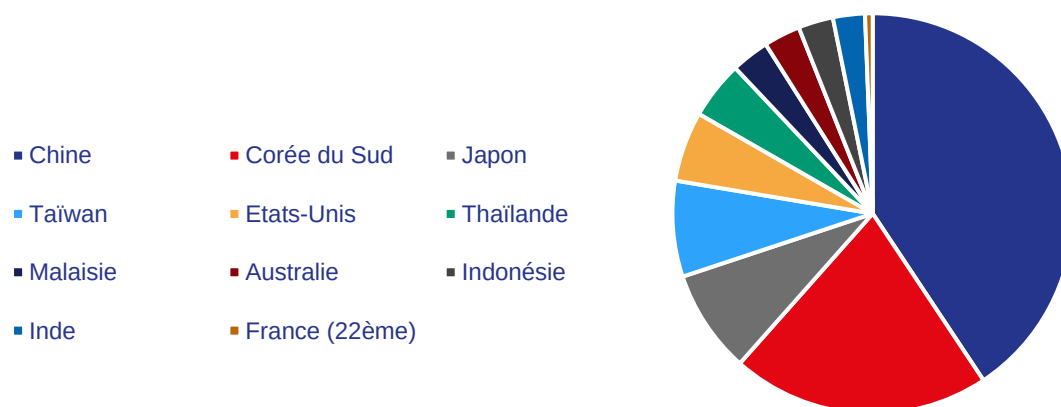
La structure des exportations vietnamiennes dépend encore largement du secteur manufacturier, en particulier des produits électroniques. Ces derniers représentent 31 % du total, alors que les exportations de textile et chaussures couvrent 15,1 % du total. Le secteur agricole est, quant à lui, à l'origine de 9 % des exportations (essentiellement et dans l'ordre décroissant : produits de la mer, fruits et légumes, riz, café, noix de cajou).

Les États-Unis, qui absorbent 27,3 % des exportations du Vietnam, demeurent de très loin le premier client de ce pays. Ils sont suivis par la Chine (17,3 %), l'Union européenne (12,3 % du total), l'ASEAN, la Corée du Sud et le Japon. La France ne se classe qu'au 24^e rang des clients du Vietnam. Une part importante des importations est réexportée après avoir été plus ou moins fortement transformée sur place, ce qui explique la place de la Chine, de très loin 1^{er} fournisseur du Vietnam, avec une part de marché de 33,9 %, en légère croissance par rapport à l'année précédente. Elle est suivie par la Corée du Sud, l'ASEAN, le Japon, Taïwan, l'Union européenne (4,6 %) et les États-Unis. La France ne se classe qu'au 22^e rang des fournisseurs du Vietnam avec une part de marché de 0,5 %.

Pays clients (top 10 + France)



Pays fournisseurs (top 10 + France)



Source : Service économique de l'ambassade de France, 2024

ÉCHANGES COMMERCIAUX FRANCE-VIETNAM

Sur les dix premiers mois de l'année 2024, le déficit commercial de la France a augmenté de 5 %, et atteint 4,7 Mds EUR. Les exportations françaises vers le Vietnam connaissent une croissance de 16,1 % pour atteindre 1,1 Md EUR, grâce notamment à une forte augmentation des exportations des produits pharmaceutiques (+39,2 % ; 25,9 % des exportations), des produits textiles, habillement, cuir et chaussures (+30,9 % ; 7,5 % des exportations), des matériels de transport (+408 % ; 8 % des exportations) et des produits informatiques, électroniques (+35 % ; 6,1 % des exportations). On note cependant une baisse des exportations des produits chimiques, parfums et cosmétiques (-0,7 % ; 12 % des exportations), des produits des industries agroalimentaires (-1,9 % ; 13,7 % des exportations) et des machines industrielles et agricoles (-44 % ; 6,5 % des exportations).

Les importations françaises depuis le Vietnam ont quant à elles augmenté de 7 % en à 5,8 Mds EUR, avec une légère augmentation sur les postes d'importations classiques : textile-habillement (+9,9 %, 44,7 % de nos importations), produits informatiques, électroniques et optiques (+4,7 %, 22,9 % du total des importations sur la période) et produits manufacturés divers (+8,3 % ; 7,1 % des importations).

Le Service économique de Hanoï publie régulièrement une fiche de synthèse sur les échanges commerciaux entre la France et le Vietnam sur son site internet www.tresor.economie.gouv.fr/pays/VN

LES INVESTISSEMENTS DIRECTS ÉTRANGERS (IDE) AU VIETNAM

Quatrième pays de l'ASEAN (derrière Singapour, la Thaïlande et l'Indonésie), **16^e rang pays en développement et 37^e mondial tous pays confondus**, le Vietnam a vu son stock d'IDE plus que tripler en dix ans, pour atteindre **177 Mds USD en 2020 (51,6 % du PIB)**. Huit des dix principaux investisseurs sont asiatiques : le Vietnam a reçu 27,3 Mds USD d'investissements directs étrangers au cours des dix premiers mois de 2024 (+ 1,9 %/ 2023). En stock, en date de fin octobre 2024, les IDE au Vietnam s'élevaient à 492,3 Mds USD, avec la Corée du Sud en tête (87,4 Mds USD), suivie de Singapour (81,1 Mds USD) et du Japon (77,4 Mds USD). La France se situe au 16^e rang avec 3,9 Mds USD. Pour rappel, le Vietnam a accueilli 36,6 Mds USD en 2023, ce qui constitue son record historique.

En tant que **moteur de l'économie** aux côtés du commerce extérieur et de la consommation, ces IDE prolifiques sont le résultat d'une stratégie nationale ambitieuse, les autorités affichant un objectif en termes de licences accordées de **200 Mds USD d'IDE sur la période 2021-2025 et 300 Mds USD sur la période 2026-2030**. Grand gagnant des tensions commerciale sino-américaines, le Vietnam continue à bénéficier pleinement de la relocalisation des usines chinoises et des activités à forte intensité de main-d'œuvre par les multinationales. Le pays travaille à présent à développer les synergies entre les grandes multinationales et le tissu industriel local, encore faiblement intégré dans leur chaîne d'approvisionnement.

Les restrictions juridiques appliquées auparavant aux investisseurs étrangers ont été pour la plupart levées, seuls six secteurs, liés essentiellement à la sécurité nationale, restent prohibés aux étrangers au lieu de 51 sous la loi de 2005 (*cf. article 6 de la loi sur l'investissement*) et le nombre de secteurs conditionnés a été réduit de 386 à 267 activités (*cf. appendice IV de la loi sur l'investissement*). Des mesures incitatives ont été prévues et permettent des exonérations fiscales aux investisseurs en fonction du type d'activité concerné et de la localisation du projet d'investissement. Ces mesures devraient disparaître à partir de janvier 2025, dans le cadre de l'entrée en vigueur de l'impôt minimum global sur le revenu des sociétés. Afin de limiter les effets

de cet impôt sur l'attractivité du pays, le Vietnam projette de mettre en place un « fonds de soutien aux investissements » qui permettrait l'octroi de subventions à certaines catégories d'investissements (formation, R&D, etc.).

TÉMOIGNAGE



Jean-Charles Belliol, conseiller du commerce extérieur de la France



Je connais ce pays depuis près de trente ans. Que de changements en quelques décennies ! Autrefois, les voitures étaient rares et les rues pleines de vélos. Les tours de bureaux se comptaient sur les doigts d'une seule main. Les villes deviennent aujourd'hui de véritables mégaloïoles s'étendant régulièrement, et le changement climatique est un vrai défi pour le Vietnam, pays côtier et de delta.

Les effets de l'ouverture du pays au monde extérieur furent rapides à se concrétiser. En vingt ans, le PIB a été multiplié par dix. L'économie est maintenant tirée par les services et l'industrie, notamment grâce à la présence étrangère. Bien que le Vietnam soit toujours un pays à majorité rurale, la part de l'agriculture baisse tendanciellement. Toutefois, le Vietnam est devenu un acteur majeur pour certaines denrées agricoles sur les marchés internationaux, le riz notamment, mais également le café et certains fruits.

Depuis son accession à l'OMC en 2007, le Vietnam est l'un des pays au monde qui a le plus signé d'accords de libre-échange, avec notamment l'Union européenne mais également les États-Unis ainsi que de nombreux accords régionaux. Le commerce extérieur a ainsi été multiplié par plus de cinq en quinze ans et celui-ci est maintenant durablement excédentaire grâce aux surplus avec les États-Unis et l'Europe qui compensent largement les déficits avec la Chine et la Corée. Le Vietnam est très attrayant pour les industriels étrangers, notamment asiatiques qui le choisissent souvent dans leur stratégie Chine + 1 (votre téléphone Samsung vient probablement du Vietnam).

La présence française est importante, bien que la pandémie ait beaucoup affecté notre communauté. Près de 400 sociétés françaises sont actives au Vietnam, des membres du CAC 40 à des PME et ETI ainsi que les EFE (entreprises des Français de l'étranger). Les Français furent parmi les premiers investisseurs au moment de l'ouverture du Vietnam dans les années 1990, mais nous avons maintenant de sérieux concurrents, certains européens, comme les Italiens ou les Espagnols, qui progressent vite.

Avec un taux de croissance régulier et conséquent, une population éduquée et une classe moyenne qui progresse vite, le Vietnam est une terre d'opportunités pour les entreprises françaises, qui peuvent en faire leur base régionale. Le succès de beaucoup d'entreprises françaises dans des secteurs variés le démontre. Les CCE, ainsi que l'ensemble de la Team Export, sont à votre disposition pour vous aider à découvrir ce fabuleux pays qu'est le Vietnam.



Jean-Charles Belliol, responsable du développement FIT Group, conseiller du commerce extérieur de la France

LES SECTEURS PORTEURS

FILIÈRE TECH & SERVICES

2^e +174% 80% 7 Mds USD

plus grand marché du commerce électronique d'Asie du Sud-Est

Croissance prévue 2023-2029 du marché cybersécurité

des transactions hors ligne se font en espèce

Valorisation du marché vietnamien des semi-conducteurs



• Électronique et semi-conducteurs

Points-clés du marché	Opportunités pour l'offre française
- Croissance du marché de l'électronique, de la robotique et de l'internet des objets (IoT), soutenue par une économie en expansion et une intégration dans les chaînes de valeur mondiales. - 55,54 Mds USD de produits informatiques, électriques, pièces détachées et composants en 2022 - Exportations de téléphones mobiles = 57,9 Mds USD - Électronique = 30 % des exportations - Marché de la robotique évalué à 310 M USD (2024) - Secteur des semi-conducteurs : 7 Mds USD d'ici 2028, avec un taux de croissance annuel moyen de 6,69 % entre 2023 et 2028 - D'ici 2030, le Vietnam formera un total de 50 000 ingénieurs pour l'industrie des semi-conducteurs - Le Vietnam abrite 174 projets à investissements étrangers actifs dans l'industrie des semi-conducteurs, avec un capital enregistré total de 11,6 Mds USD	- Croissance rapide de l'IoT (2,75 Mds USD ; +25 %/an), couvrant les villes intelligentes, l'agriculture intelligente, les maisons et la santé connectées - Gouvernement : rôle-clé dans cette croissance (politiques incitatives pour attirer les investissements étrangers) - Segments-clés : robotique industrielle, robotique de service - Main-d'œuvre jeune et qualifiée en ingénierie et technologie - Entreprises vietnamiennes intégrées dans les chaînes de valeur mondiales - Opportunités pour des partenariats entre secteur privé et gouvernement pour développer des solutions adaptées aux besoins locaux - Hanoï attire les investisseurs internationaux en semi-conducteurs (Amkor, Nvidia ou encore Intel) grâce à des politiques fiscales attractives, mais surtout en se positionnant comme un futur hub régional de la chaîne de valeur technologique



• Cybersécurité et confiance numérique

Points-clés du marché	Opportunités pour l'offre française
- Pays très exposé aux attaques : >20 M alertes de cyberattaque au T1 2024 +33 % d'attaques par rapport à 2023 - Trois vulnérabilités au Vietnam : 1) Faiblesse humaine (1/3 des cas d'attaques – ex : phishing) ; 2) Vulnérabilité des logiciels de serveur (1/4) ; 3) Failles des sites web développés en interne (1/4). - Vietnam : parmi les 46 pays classés dans la catégorie 1 de l'indice mondial de cybersécurité de l'UIT, avec un score total de 99,74.	- Croissance prévue 2023-2029 du marché cybersécurité : +174 % - T1 2024 : revenus de 33,5 M USD (+46,8 % /2023) - 88 Mds EUR d'importations de technologies de l'information - Vietnam : 25^e/194 dans l'indice mondial cybersécurité - 2023 : 26 M d'attaques par mots de passe : 40 % de toutes les attaques dans l'ASEAN (1^{re} cible) - 1/4 des attaques : contre sites web d'agences gouvernementales et d'institutions éducatives - Les solutions « made in Vietnam », abordables mais jeunes, peinent face aux solutions de cybersécurité étrangères, privilégiées par les banques et les institutions pour leur maturité



• Commerce électronique

Points-clés du marché	Opportunités pour l'offre française
- 2^e plus grand marché du commerce électronique en Asie du Sud-Est - Marché devrait rapporter 39 Mds USD en valeur d'ici 2025. - 2024 : le marché du commerce électronique est estimé à 22 Mds USD - Marché dominé par 2 entreprises étrangères : Shopee et Lazada (détenue par Alibaba) - Problème de compétitivité des acteurs locaux (Tiki, Sendo) - 51 % des Vietnamiens ont déclaré que Shopee était leur plateforme préférée pour les achats en ligne, suivie par Lazada (18 %), Facebook (8 %), Tiki (7 %) et Sendo (3 %) - Paiement sans espèces croissance rapide : la valeur des transactions sur le marché du commerce numérique devrait atteindre 30 milliards d'euros en 2024	- Prochaine décennie : +36 M de consommateurs au sein de la classe moyenne au Vietnam - Classe moyenne : 50 % de la population en 2035 (vs. 9,5 % en 2017) - Tranche de la population de + en + occidentalisée et consommatrice de produits français ayant une très bonne réputation (mode, cosmétiques, gastronomie) - Pays jeune : « digital natives » nés entre 1980 et 2012, y compris les membres de la génération Z et les milléniaux, devraient représenter environ 40 % de la consommation vietnamienne d'ici à 2030 - Développement du paiement en ligne : tendance à la disparition des transactions en espèce au profit des virements instantanés (QR codes) - 80 % transactions : hors ligne en espèces : nouvelle base de consommateurs à exploiter (par les nouveaux entrants et opérateurs historiques)

FILIÈRE ART DE VIVRE ET SANTÉ



• Univers de l'enfant

Points-clés du marché	Opportunités pour l'offre française
- Pays jeune : + de 50 % de la population âgée <30 ans 20 % de la population a moins de 14 ans + de 1,5 M de naissances/an (pour une population de 100 M d'habitants) - Plus grand nombre de ménages avec au moins un enfant en Asie du Sud-Est - Augmentation de la demande en produits de l'univers de l'enfant tirée par plusieurs facteurs : taux de natalité élevé, urbanisation rapide, participation des femmes au marché du travail, amélioration du niveau de vie, etc. - Dépenses croissantes des ménages dans les articles de puériculture, jeux, jouets, et soins médicaux pour enfants	- Préférence marquée des consommateurs pour les produits respectueux des normes internationales - Art de vivre à la française : modèle fortement recherché par les consommateurs vietnamiens (« made in France » ; « design in France ») - Développement rapide des canaux de distribution dans le secteur de l'univers de l'enfant sur les dernières années : apparition de plusieurs chaînes de magasins spécialisés (magasins mamans et enfants), forte croissance du e-commerce - Avantages économiques et commerciaux de l'accord de libre-échange EU-Vietnam (EVFTA)



• Dispositifs médicaux

Points-clés du marché	Opportunités pour l'offre française
- Infrastructures de santé : 1 150 hôpitaux publics, dont 48 directement gérés par le ministère de la Santé ; 320 hôpitaux et cliniques privées - 200 % taux d'occupation des hôpitaux à HCMV et Hanoï : nécessité de désengorger les hôpitaux nationaux en développant les infrastructures des provinces et zones isolées. - Investissements privés fortement encouragés pour pallier le manque de financement public - Forte croissance du marché des dispositifs médicaux : + 9,9 %/an jusqu'en 2023 - 25 % pop. >65 ans en 2050 : défi de prise en charge des personnes âgées (infrastructures d'accueil, produits et services adaptés etc.)	- Intérêt et besoin d'augmentation de la capacité et de modernisation du système de soins vietnamien - Plusieurs projets de construction d'hôpitaux en cours et à venir ; vocation du secteur privé à devenir un fournisseur de soins de plus en plus important. - 3 000 médecins vietnamiens formés en France depuis 1984 (110 000 médecins vietnamiens en poste au Vietnam à ce jour) ; bon relais pour introduire les technologies et les équipements français au Vietnam - Produits français de bonne réputation (consommables et diagnostic), sur un marché où près de 90 % des dispositifs médicaux sont importés



• Médicaments et biotechs

Points-clés du marché	Opportunités pour l'offre française
- Augmentation de la part des maladies non transmissibles (MNT) : cancer, diabète, maladies cardiovasculaires - Besoin d'approches innovantes pour répondre à l'expansion de la demande tout en faisant face aux contraintes du financement des soins de santé - Industrie pharmaceutique = 9,5 Mds EUR (2024) Génériques : 89 % du marché (valeur) Médicaments en vente libre : 40 % du marché (870 M EUR) Princeps = 22 % du marché (valeur) et 4 % (volume) ⇒ Un des taux les plus bas de la région Asie-Pacifique - Plus de 65 % des médicaments distribués via les hôpitaux (7,4 Mds USD)	- Médicaments importés répondent à 47 % des besoins du marché - France : 1^{er} fournisseur de médicaments (367 M USD, 9,3 % des importations) - 4^e pays en Asie pour la production de vaccins : 11 types de vaccins (diphtérie, poliomyélite, coqueluche, rougeole, tuberculose) - Reconnaissance de l'expertise française dans le domaine de la recherche médicale - Écosystème de santé particulièrement francophile : forte coopération universitaire France-Vietnam, présence des grands laboratoires français (Sanofi, Servier, Aguetant, etc.)

FILIÈRE AGROTECH

France :

1^{er}

Producteur en Asie
du Sud-Est
d'alimentation
animale

1^{er}

Pays fournisseur
de poussins
du Vietnam

4,9 M T

de porc consommées
(2023)

+70 %

Exportations
de fruits et légumes
entre 2022 et 2023



• L'élevage

Points-clés du marché	Opportunités pour l'offre française
- Mesures gouvernementales pour améliorer et soutenir la production locale (intensive, durable, et techniques d'élevage plus modernes) - Changements dans les habitudes de consommation : augmentation de la consommation de viande bovine et de volaille ; diminution de la consommation de viande porcine - Tendance d'utilisation des solutions de décarbonation en élevage	- Expertise et capacité d'innovation reconnues - offre diversifiée de produits de qualité - Prix : un des critères importants (marché émergent) qui peut pénaliser la pénétration des produits français au Vietnam et perte de compétitivité - Utilisation de produits plus qualitatifs à haut rendement (exigence croissante des consommateurs sur le marché intérieur et un but gouvernemental du développement à l'export)
ÉLEVAGE - Concentration des exploitations et prédominance des fermes industrielles de grands groupes locaux - Modernisation des fermes : • Équipements de haute technologie, méthodes et produits d'élevage plus avancés ⇒ Garantie de biosécurité et traçabilité des élevages - Industrie porcine vietnamienne en forte augmentation (+ 7,2 % en 2023) - 4,87 M T de viande porcine	ALIMENTATION ANIMALE France : 7^e place des pays fournisseurs de préparation d'aliments pour animaux ; besoin d'ingrédients et d'alimentation animale innovants pour réduire la dépendance aux antibiotiques et booster le système immunitaire des animaux
ALIMENTATION ANIMALE - Importation de 60 % des matières premières nécessaires à l'industrie de l'alimentation animale - 1^{er} producteur en Asie du Sud-Est d'alimentation animale (12^e mondial)	PRODUITS VÉTÉRINAIRES - France : 1^{er} pays fournisseur de vaccins au Vietnam en 2021, soit 25 % des importations vietnamiennes (chuté en 2023 avec aucune exportation de vaccins)
PRODUITS VÉTÉRINAIRES - La plupart des matières premières nécessaires à la production locale des médicaments vétérinaires est importée.	GÉNÉTIQUE - France : 1^{er} pays fournisseur de poussins (2023) ; 3^e fournisseur de sperme de taureaux ; les préparations pour l'alimentation animale et farines représentent le 9^e poste d'importation français dans le secteur de l'élevage (26,5 M EUR) soit 96,8 % des exportations françaises dans ce secteur

GÉNÉTIQUE

- Renforcement de la génétique à haut rendement (animaux vivants et semences animales) – conséquence de la forte demande pour les croisements et les pertes liées aux pandémies



• Produits alimentaires

Points-clés du marché	Opportunités pour l'offre française
VIANDE : - Augmentation de la vente de viande : offre plus large avec nouveaux produits (porc fumé, jambon, saucisses, pâté) - Vietnamiens se tournent vers viande importée (qualité sanitaire et traçabilité) - Embargo sur la viande bovine française levé depuis 2015 FRUITS ET LÉGUMES : - Pays producteur et exportateur de fruits et légumes : valeur des exportations de légumes et de fruits (2023) = 5,69 Mds USD, +69,2 %/2022 dont 1,11 Md EUR de légumes et fruits transformés - Croissance annuelle moyenne prévue (2021-2026) : +6,1 % - Demande en fruits et légumes frais et congelés et de garanties sanitaires de plus en plus importantes PRODUITS LAITIERS : - Importante production locale : Vinamilk & sa filiale Moc Chau Milk (+ de 50 % de parts de marché), TH Food Chain - Marché très concurrentiel avec acteurs multinationaux : Friesland Campina Vietnam (groupe hollandais, 18 % de parts de marché), Nestlé Vietnam, BEL Vietnam (79 % des ventes de fromage). - La valeur des importations totales en 2023 est de l'ordre 9,34 Mds - Principaux pays fournisseurs : NZ, US, AU, Japon et France.	VIANDE : - Viande française reconnue au Vietnam – créneau dans segment « restauration haut de gamme » - 1^{er} fournisseur de foie gras, 9^e de charcuterie - Occidentalisation des modes de consommation (tendances cheese, wine and charcuterie platters) - Produits niches (agneau, mouton, chèvre) à fort potentiel de croissance, premiumisations FRUITS ET LÉGUMES : - France : autorisation d'exporter au Vietnam 2 fruits : kiwis (2^e fournisseur) et pommes (5^e) - Recherche de bonne qualité sanitaire & bio : qualité et réputation françaises reconnues - Les fruits frais sont les plus importés au Vietnam (64 %), suivis par les légumes frais (23 %) - Fruits les plus importés : noix de cajou, pommes, mandarines, raisins, poires. PRODUITS LAITIERS : - Très bonne notoriété de l'industrie produits laitiers français - France : 5^e exportateur - 2^e exportateur de beurre, 3^e de fromage et caillebotte, lait et crème de lait – principaux produits exportés – en valeur - Nouveaux produits : yaourts et produits laitiers acides et à boire, produits nutritionnels, bio, respectueux de l'environnement



• Vins et spiritueux

Points-clés du marché	Opportunités pour l'offre française
- Parmi les marchés les plus dynamiques d'Asie - Bière : boisson alcoolisée la plus consommée (95 % de la consommation totale de boissons alcoolisées) - Depuis 2010, croissance moyenne du marché des vins et spiritueux de 8 %/an, et qui devrait se maintenir - Population vietnamienne jeune (âge médian : 32,8 ans), à la recherche de nouveautés et de découvertes - Vins tranquilles : 80 % du total des ventes de vins (70 % sont des vins rouges) - Entrée en vigueur de l'accord de libre-échange entre le Vietnam et l'Union européenne en 2020 (avantages douaniers ; droits de douane totalement libéralisés pour les vins d'ici 2027)	- Croissance des ventes de vins et spiritueux : 3 facteurs : • (1) Croissance continue du secteur du tourisme • (2) Occidentalisation du mode de vie • (3) Augmentation de la classe moyenne aisée - Vin : devenu marque de distinction (repas de famille, réunions professionnelles) et de plus en plus consommé - Importance de manger sainement se développe au Vietnam : vin rouge considéré par les Vietnamiens comme aliment bon pour la santé - La France reste un des leaders des exportations de vins au Vietnam - Certaines boissons alcoolisées de marque (cognac, whisky de single malt...) représentent des symboles de statut social pour les hommes asiatiques et leur famille

FILIÈRE INDUSTRIE ET CLEANTECH



• Infrastructures de transports (aéroportuaires, ferroviaires, maritimes)

Points-clés du marché	Opportunités pour l'offre française
AÉROPORTUAIRE : Depuis vingt ans, le transport aérien au Vietnam connaît une croissance exceptionnelle, oscillant entre 18 % et 22 % par an, positionnant le pays parmi les marchés les plus dynamiques. Cette croissance est portée par une classe moyenne en plein essor et un boom du tourisme international, mais aussi par les limites des autres modes de transport. Le réseau routier est souvent saturé, le transport ferroviaire reste sous-développé, et le train à grande vitesse est inexistant. Face à ces contraintes, l'aérien apparaît comme un levier incontournable pour relier les pôles économiques majeurs de Hanoï et Hô Chi Minh-Ville, ainsi que les zones industrielles et les destinations touristiques emblématiques, des montagnes du Nord aux îles du Sud, telles que Phu Quoc ou Con Dao. Des défis à relever : - Seulement huit des 22 aéroports actuels sont rentables. - De nombreuses provinces exercent des pressions pour obtenir de nouveaux aéroports, soulevant des questions sur leur viabilité économique.	AÉROPORTUAIRE Le Vietnam compte actuellement 23 aéroports, 22/23 sous la gestion de l'Airports Corporation of Vietnam (ACV). Selon le plan stratégique de CAAV (Civil Aviation Administration of Vietnam), ce réseau pourrait atteindre 28 aéroports d'ici 2030. Parallèlement des aéroports en cours de développement avec des fonds publics, plusieurs provinces souhaitent lancer des projets en partenariat public-privé (PPP). En plus de cette expansion, les principaux hubs existants comme Tan Son Nhat (Hô Chi Minh-Ville) et Noi Bai (Hanoï) nécessitent des agrandissements urgents pour absorber l'augmentation du trafic. Le montant d'investissement nécessaire pour ces infrastructures s'estime à 16 Mds USD pour la période 2021-2030. Un futur hub régional ? En plus de développer son réseau domestique, le Vietnam aspire à devenir un hub régional comparable à Changi (Singapour) ou Suvarnabhumi (Thaïlande). Ce projet ambitieux repose en grande partie

- La coordination entre les autorités locales et nationales reste essentielle pour éviter une fragmentation des investissements.

Le secteur constitue donc une priorité pour les investissements, visant à soutenir la croissance rapide du trafic aérien, tout en renforçant la compétitivité du pays en tant que destination touristique majeure et centre économique stratégique en Asie du Sud-Est.

FERROVIAIRE :

Le chemin de fer au Vietnam, héritage de l'époque coloniale, demeure un pilier essentiel du transport de passagers et de marchandises. La ligne principale Nord-Sud, reliant Hanoï à Hô Chi Minh-Ville sur 1730 km, est complétée par plusieurs lignes secondaires stratégiques, telles que Hanoï – Haiphong et Hanoï – Lào Cai. Cependant, ce réseau fait face à de nombreux défis, notamment des infrastructures vieillissantes, un écartement métrique des rails, une vitesse de déplacement limitée (environ 50 km/h en moyenne) et une capacité insuffisante pour répondre à la demande croissante.

Pour remédier à ces insuffisances, les autorités vietnamiennes ont récemment relancé le projet de train à grande vitesse, quatorze ans après le rejet initial par l'Assemblée nationale.

Ce projet ambitieux, estimé à environ 67 Mds USD, prévoit la construction d'une ligne de 1541 km traversant 20 villes et provinces, avec 23 gares principales. Il permettra de relier Hanoï et Hô Chi Minh-Ville en moins de huit heures (par rapport à trente heures en train normal), réduisant ainsi la dépendance au transport aérien et les émissions de CO₂. Les travaux, qui devraient débuter en 2027, visent une mise en service en 2030, marquant une avancée majeure pour moderniser le transport ferroviaire et répondre aux besoins d'un pays en pleine croissance.

MARITIME :

Le Vietnam, avec plus de 3260 km de côtes, des milliers d'îles (dont 3 îles ayant plus de 100 km², 23 îles ayant plus de 10 km²), et une zone économique exclusive couvrant 1 M de km², possède un potentiel considérable pour développer une économie bleue durable. Les 28 provinces littorales abritent plus de la moitié de la population, dont une grande partie dépend de métiers liés à la mer, tels que la pêche, l'aquaculture et le tourisme côtier.

- Les secteurs prometteurs incluent le développement portuaire pour renforcer la compétitivité du transport maritime, la

sur le développement de l'aéroport international de Long Thanh, dont la première phase devrait être opérationnelle avant décembre 2026.

Le Vietnam offre un large éventail d'opportunités pour les investisseurs et les entreprises du secteur aérien.

Clé d'accès : programmes de coopération entre DGAC (Direction générale de l'aviation civile) et CAAV (Civil Aviation Administration of Vietnam) ; entre l'USTH (Université France – Vietnam) et VAECO – Vietnam Airlines, entre Vietnam Airlines et Air France...

FERROVIAIRE :

Malgré son potentiel transformateur, le projet de train à grande vitesse au Vietnam soulève d'importants défis. De nombreuses questions stratégiques restent à résoudre, telles que le choix des technologies, la gestion de projet, le tracé définitif et le nombre de gares. Par ailleurs, l'impact social et économique devra être soigneusement géré, notamment en ce qui concerne le coût des billets, afin que cette infrastructure reste accessible au plus grand nombre. Si le projet est mené à bien, il pourrait révolutionner la mobilité interurbaine au Vietnam, stimuler la croissance économique, renforcer la connectivité nationale et répondre aux impératifs de durabilité.

Lignes de métro (aérien et souterrain)

Entre 2022 et 2024, les trois premières lignes de métro ont été inaugurées : deux à Hanoï et une à Hô Chi Minh-Ville. Ces projets, bien que marqués par des retards considérables, représentent une avancée cruciale pour moderniser le transport urbain.

Selon les plans directeurs actualisés, le réseau de métro de Hanoï devrait comprendre 10 lignes totalisant 318 km, tandis que celui d'Hô Chi Minh-Ville ambitionne de développer 12 lignes s'étendant sur 335 km d'ici 2035. Ces réseaux, une fois achevés, permettront d'améliorer significativement la mobilité urbaine, de désengorger les routes et de promouvoir des modes de transport plus respectueux de l'environnement.

MARITIME

Cependant, le secteur maritime vietnamien fait face à des défis majeurs, notamment la pêche illicite, non déclarée et non réglementée (INN), qui épuise les stocks de poissons et compromet les efforts de gestion durable. À cela s'ajoutent la surpêche, la pollution marine, et les impacts du changement climatique, comme la montée des eaux et l'érosion côtière.

- Pour réaliser pleinement ce potentiel, le Vietnam doit investir dans des infrastructures portuaires modernes,

construction navale, et les énergies renouvelables offshore, notamment l'éolien. Par ailleurs, l'aquaculture durable, le tourisme écologique et une gestion responsable des ressources halieutiques sont essentiels pour garantir une croissance équilibrée.

renforcer la régulation environnementale, lutter activement contre la pêche INN, et promouvoir des pratiques économiques respectueuses de l'écosystème marin, tout en soutenant les communautés locales.



• **Énergies (électricité et *smart grids*, énergies renouvelables, efficacité énergétique, nucléaire)**

Points-clés du marché	Opportunités pour l'offre française
Le gouvernement donne la priorité au développement des énergies renouvelables (solaire, éolien et biomasse) dont la part doit atteindre 31,1 % en 2030 La demande en électricité au Vietnam est en pleine expansion, croissant à un rythme deux fois supérieur à celui du PIB du pays. Cette augmentation rapide nécessite la mise en place de nouvelles infrastructures de transmission et de distribution, particulièrement avec l'intégration croissante des énergies solaire et éolienne. Les mini-grids, ou réseaux autonomes, sont envisagés pour des sites isolés tels que l'île touristique de Phu Quoc et Con Dao, qui deviendront des zones économiques spéciales. Un projet de mini-grid est également prévu pour l'île de Phu Quy, accompagné de solutions de stockage à développer pour assurer une alimentation électrique stable et fiable. Le Vietnam possède un potentiel très prometteur en termes de ressources naturelles, notamment le vent, l'ensoleillement et la biomasse. En 2024, la production d'électricité repose majoritairement sur l'hydroélectricité (29 %) et le charbon (49 %), suivis par le gaz (7,4 %), les énergies renouvelables (13 %) et les importations d'électricité en provenance de Chine, selon EVN. Le gouvernement vietnamien accorde une priorité élevée au développement des énergies renouvelables, avec pour objectif d'atteindre une part de 31,1 % d'ici 2030. Cette transition vers des sources d'énergie plus durables est essentielle pour répondre à la demande croissante tout en réduisant l'empreinte carbone du pays. NUCLÉAIRE : Relance probable du projet de centrale nucléaire de Ninh Thuan : Le projet de centrale nucléaire de Ninh Thuan, initialement approuvé par l'Assemblée nationale en 2009 avec une capacité totale de 4 000 MW, avait été suspendu en 2016. Cependant, le 25 novembre 2024, le Comité central du Parti communiste a décidé de relancer ce projet et de poursuivre les recherches sur l'énergie nucléaire au Vietnam.	Le Vietnam bénéficie d'un soutien financier significatif pour le développement de ses infrastructures électriques grâce à des bailleurs de fonds internationaux tels que la Banque mondiale (WB), la Banque asiatique de développement (ADB), l'Agence française de développement (AFD), la JICA et la KfW. En outre, les financements publics français, incluant l'AFD, le FASEP, le Prêt du Trésor et Bpifrance, sont également disponibles et actifs dans le pays. Les liens solides entre Business France et Électricité du Vietnam (EVN) et ses entités régionales facilitent la mise en œuvre de nombreux projets. Parmi les besoins prioritaires figurent la réparation et l'amélioration de la sécurité des barrages hydroélectriques. Le Vietnam possède les meilleures ressources éoliennes d'Asie du Sud-Est, avec cinq parcs éoliens en opération et 50 projets en cours d'étude par le ministère de l'Industrie et du Commerce. En ce qui concerne l'énergie solaire, 130 projets de fermes solaires ont été approuvés par le ministère. En 2023, EVN et l'AFD ont signé un accord de prêt préférentiel de 80 millions d'euros pour renforcer le réseau de distribution d'électricité dans le Sud du pays, afin d'intégrer les énergies renouvelables croissantes dans cette région. NUCLÉAIRE : Le Vietnam est en phase d'exploration technologique et institutionnelle, recherchant activement des partenariats internationaux : • Besoins en formation et personnel : Le Vietnam aura besoin de 2 400 employés pour exploiter les centrales nucléaires de Ninh Thuan 1 et 2, chacune ayant une capacité de 4 000 MW. Les qualifications requises vont du niveau technique à universitaire, couvrant des domaines tels que la surveillance de la sécurité et la protection contre les radiations, l'exploitation des réacteurs et la maintenance, la gestion de projet et le leadership, ainsi que le support

Le 30 novembre 2024, l'Assemblée nationale a adopté une résolution pour réinvestir dans ce projet et a approuvé une révision de la loi sur l'électricité, fournissant ainsi une base légale pour sa mise en œuvre. Le 5 décembre, le Secrétaire général To Lam a visité le site et souligné l'importance de la reprise du projet, tandis que le gouvernement examinait une proposition de modification de la loi sur l'énergie atomique.

Compte tenu de ces évolutions politiques favorables, il est très probable que le projet nucléaire de Ninh Thuan soit relancé et intégré dans le Plan révisé de développement de l'énergie du Vietnam dans un avenir proche.

technique et les services connexes. Les entreprises françaises, reconnues pour leur expertise, ont une opportunité stratégique de soutenir le Vietnam dans sa transition nucléaire, tout en renforçant leur position en tant que partenaires technologiques et formateurs de référence.

• **Transfert d'expertise** : les SMR (Small Modular Reactors) représentent une solution prometteuse pour le Vietnam en raison de leur coût réduit, de leur flexibilité et de leur sécurité accrue. Des entreprises françaises comme Nuward (filiale d'EDF) pourraient proposer cette technologie. Il est crucial de développer des manuels opérationnels et des plans de formation sur cinq à dix ans pour les postes critiques, afin d'assurer une transition en douceur et efficace vers l'énergie nucléaire.



YOUR GATEWAY TO ASEAN

BUSINESS ACCELERATOR IN
SOUTHEAST ASIA AND SOUTH KOREA

Our services :



Market
Expansion



Sourcing &
Supply chain



Corporate
& HR Solutions



M&A
Services

More Info

SOA in VIETNAM

The Galleria Metro 6 Office Tower, 59 Vo Nguyen
Giap, Thao Dien, Thu Duc City, Ho Chi Minh City

SOA in FRANCE

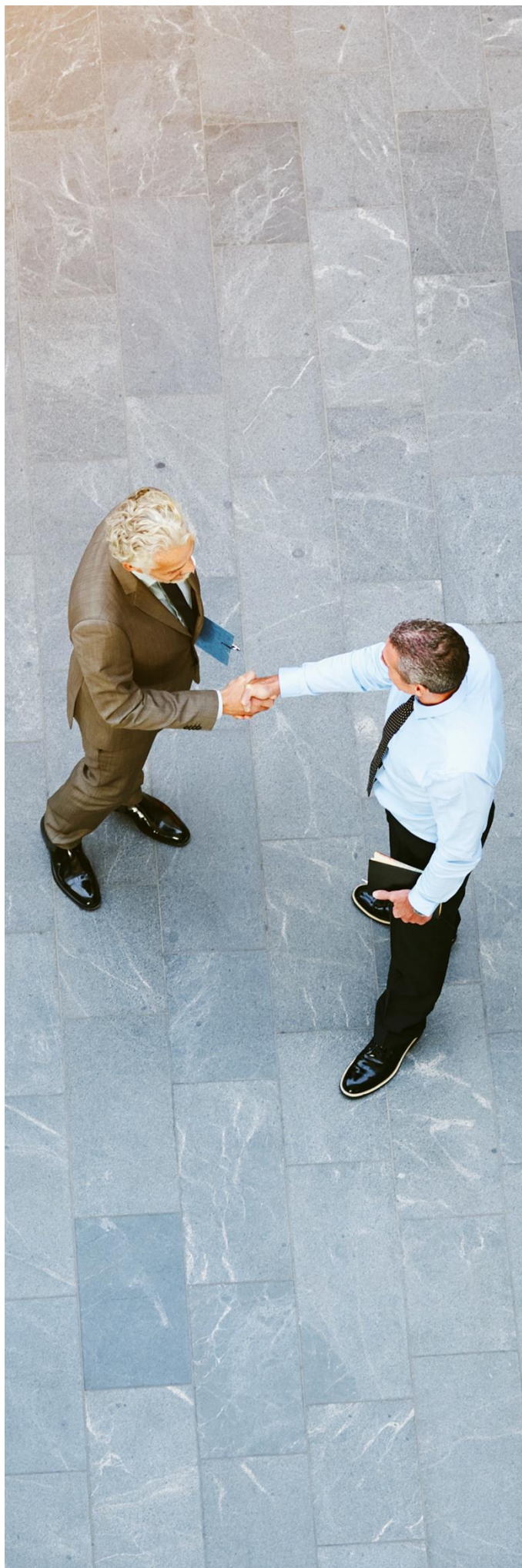
83 avenue Denfert Rochereau 75014 Paris, France

More Information:

www.sourceofasia.com

Contact Address:

hello@sourceofasia.com



FAIRE DES AFFAIRES DANS LE PAYS

02



► ACCÉDER AU MARCHÉ : CONTEXTE RÉGLEMENTAIRE, SOCIAL ET FISCAL



RÉGLEMENTATION DES IMPORTATIONS

L'introduction du système semi-électronique (loi douanière n° 54/2014/QH13 de 2014) a simplifié les procédures douanières, notamment pour l'importation des biens de consommation, réduisant sensiblement les coûts ainsi que la durée de dédouanement des importations et des exportations (respectivement maximum quatre-vingt-dix et soixante-dix heures de dédouanement des marchandises).

La déclaration douanière par voie électronique est désormais le mode de déclaration principal (cf. circulaire gouvernementale n° 39/2018/TT-BTC pour les documents à fournir par les déclarants, et les diverses formalités). Il n'est plus exigé des déclarants qu'ils préparent au préalable les documents au format papier, et les soumettent sous cette forme à l'administration des douanes. Tous les documents peuvent être fournis par voie digitale, et l'ajustement et la modification de la déclaration douanière peuvent également être effectués en ligne.

Les principales restrictions non tarifaires à l'importation

Restrictions	Commentaires
Licences/homologations spécifiques (substances actives, produits pharmaceutiques, vaccins, équipements médicaux ; aliments pour animaux, produits vétérinaires, semences)	Attribués par le ministère de la Santé ou de l'Agriculture ; Déclaration préalable de mise sur le marché requise
Normes techniques obligatoires (équipements médicaux, automobiles, cosmétiques)	Lettre d'autorisation de distribution sur le marché vietnamien requise
Exclusivité des entreprises d'État ou habilitées (tabac, journaux, pétrole)	
Zones d'inspection frontalières internationales (automobiles d'occasion, alcool)	Passage obligé pour ces marchandises
Licences non-automatiques (téléphones, produits pétroliers)	
Contingent douanier annuel (sel, sucre, tabac, œufs de volaille)	
Licence d'importation automatique (cigarettes, cigares)	- Accord visant un lot déterminé de marchandises à importer - Attribuées par le ministère de l'Industrie et du Commerce (MoIT) - Accordées automatiquement dans un délai de 5 jours à compter de la date d'émission dès lors que les conditions relatives aux documents à fournir sont remplies - Système de traitement en ligne des licences d'importation automatique : http://www.nhapkhau.gov.vn//Homepage/Default.aspx
Produits interdits à l'importation (matériaux explosifs, déchets)	

ÉTIQUETAGE ET NORMES



Pour être mises en circulation sur le marché national, **les marchandises importées doivent être étiquetées** (décret du gouvernement n° 43/2017/ND-CP). Les informations doivent être obligatoirement mentionnées en langue vietnamienne, et comprendre : identification du produit, origine du produit (fabricant et importateur), date de fabrication, date d'expiration, normes techniques ou qualitatives, prescriptions phytosanitaires et/ou de sécurité.

Dans le respect de l'Accord sur les obstacles techniques au commerce, l'importation de certains produits est subordonnée à leur conformité à des normes obligatoires (loi sur les standards et normes techniques n° 68/2006/QH11 ; loi sur la qualité des produits et marchandises n° 05/2007/QH12) : les produits susceptibles de représenter un danger pour la santé humaine ou animale, la flore ou l'environnement (dits produits du « Groupe 2 »), sont soumis à la formalité soit de **déclaration de conformité** aux normes techniques (faite par l'importateur visant les normes techniques applicables), soit de **certification de conformité** aux normes techniques (visa donné par l'organe compétent au regard du produit en question).

La liste des produits soumis à certification de conformité est précisée secteur par secteur, par voie de **circulaires** prises par les ministères compétents (circulaire du MARD n°28/2017/TT-BNNPTNT ; circulaire du ministère de la Science et de la Technologie (MoST) n°26/2012/TT-BKHCN, amendée par la circulaire n°12/2017/TT-BKHCN ; circulaire du MoIT n°48/2011/TT-BTC, amendée par la circulaire n°28/2017/TT-BCT ; la circulaire du ministère des Transports n°39/2016/TT-BGTVT ; circulaire du ministère de la Santé n°31/2017/TT-BYT ; cf. la Direction pour les normes, la métrologie et la qualité - <http://tcvn.gov.vn>).

DROITS ET TAXES



- **Droits de douane**

Le Vietnam applique le **système douanier harmonisé** (classification SH de 6 chiffres complétée par 2 chiffres, conformément à la nomenclature ASEAN). L'évaluation en douane est déterminée conformément à l'Accord de l'OMC sur l'évaluation en douane, selon la méthode de la **valeur transactionnelle** (prix facturé, éventuellement ajusté des compléments de prix ou de charges, sous réserve qu'ils soient suffisamment précis) ou, à défaut d'être applicable, ses alternatives. Les droits de douane sont déterminés *ad valorem* avec un taux variant de **0 à 135 %** selon les lignes tarifaires et l'origine de la marchandise. Sont exemptés de droits de douane les biens intermédiaires et les matières premières incorporées dans la production de biens destinés à être exportés.

Trois régimes tarifaires d'importations :

- **Régime préférentiel** : produits provenant des pays appliquant la « clause de la nation la plus favorisée » dans leurs relations commerciales avec le Vietnam applicable aux marchandises originaires de France et de tous les pays membres de l'OMC ;
- **Régime préférentiel spécial** : produits provenant des pays avec lesquels le Vietnam a conclu des accords de libre-échange (membres de l'ASEAN, Union européenne, Japon, Corée, Chine, Inde, Australie, Nouvelle Zélande, Chili) ;
- **Régime standard** : taux du régime préférentiel majoré de 50 %.

Détail de la procédure douanière : www.customs.gov.vn/index.jsp?ngon_ngu=en

Dès l'entrée en vigueur de l'accord EVFTA (2020), 65 % des exportations européennes vers le Vietnam ont été exemptées de droits de douane (35 % restant dans dix ans). Dans le flux inverse, l'Union européenne a libéralisé 71 % des importations originaires du Vietnam dès l'entrée en vigueur, ce taux devant atteindre 99 % après sept ans. Le calendrier de réduction des tarifs douaniers dépend des secteurs d'activité et des produits.

FISCALITÉ



- **Impôt sur les sociétés (IS)**

Toute entité considérée comme résidente est imposable sur l'ensemble de ses revenus perçus au Vietnam ainsi qu'à l'étranger au cours d'une **année fiscale** (i.e. **année civile**, sauf dérogation auprès de l'administration fiscale afin d'obtenir l'autorisation de clôturer des états financiers au 31 mars, au 30 juin ou au 30 septembre).

Le **taux de l'impôt sur les sociétés** en vigueur est de **20 %**, sauf pour les activités **d'exploitation de ressources naturelles** (mines de charbon, pétrole), auquel cas le taux applicable s'échelonne de **32 % à 50 %**.

Assiette fiscale : ensemble des revenus imposables diminués des charges d'exploitation déductibles (déductions nécessitant des factures ou pièces justificatives valides et officielles).

Dépenses non déductibles : certaines provisions ; dépenses dont le paiement est effectué par une autre société ; rémunérations non versées ; dépenses non liées à l'activité de la société ; dépense dont le montant est jugé déraisonnable au regard de l'activité de la société.

Concernant les revenus, les **produits de cession d'actifs** (bien immobilier, droits d'exploitation et autres droits de propriété) sont incorporés au résultat imposable sans taxation distincte. Les **dividendes** ne sont pas taxés. Le recours au mécanisme de l'intégration fiscale n'est pas autorisé pour les groupes de sociétés.

Des **incitations fiscales** visent à encourager l'investissement dans certaines régions et secteurs d'activité. Des **taux réduits d'IS** (10 %, 15 % ou 17 %), voire une **dispense fiscale** (d'une durée de quatre ans suivie d'une dispense partielle sur neuf ans) sont donc possibles selon le secteur d'activité ou la zone géographique du projet, les autorités se réservant le droit d'auditer les activités en cause pour s'assurer de leur éligibilité.

Les **pertes** générées au cours d'un exercice sont reportables sur les 5 exercices suivants. Les pertes liées aux cessions d'actifs peuvent être utilisées pour compenser les revenus issus des activités opérationnelles. En revanche, le report en arrière des pertes n'est pas autorisé.

L'IS doit être versé par **acompte provisionnel trimestriel** au plus tard trente jours après la fin du trimestre, sur la base d'un revenu imposable estimé. La finalisation de la déclaration d'IS doit être effectuée dans les quatre-vingt-dix jours qui suivent la clôture de l'exercice fiscal, que la société réalise un bénéfice ou des pertes.

- **Taxe sur la valeur ajoutée – TVA**

Le **taux standard de la TVA** est de 10 %, taux temporairement réduit à 8 % jusqu'au 30 juin 2025 pour soutenir l'économie (mesure temporaire post-Covid qui est étendue régulièrement depuis 2022). Un **taux réduit de 5 %** est applicable sur tous les biens et services de première nécessité : produits agricoles, eau, équipements médicaux, médias.

L'**assiette** de la TVA est le prix de vente. Dans le cas où le prix de vente inclut la taxe spéciale sur les ventes (SST) et/ou des droits de douane, cette base élargie constitue l'assiette de la TVA.

Exonération de TVA : dans les zones franches ; aux biens et services exportés, organisations étrangères non résidentes et transports internationaux ; à tout élément ne pouvant être produit au Vietnam, importé à des fins médicales ou scientifiques ; à certaines transactions impliquant des produits agricoles spécifiques, services jugés d'intérêt général, assurances-vie, transferts de droits technologiques et de capitaux, services financiers de crédit, opérations de change, logiciels ; sur les ventes d'actifs par des personnes physiques ou morales à but non lucratif ; sur les revenus financiers ; sur les biens et services fournis et consommés en dehors du Vietnam

- **Impôt sur les personnes physiques**

Une personne physique est **résidente au Vietnam** si elle séjourne au Vietnam pour une durée minimum de cent-quatre-vingt-trois jours sur une période de douze mois consécutifs, est enregistrée comme résident permanent, et dispose d'un bail de quatre-vingt-dix jours ou plus. La **convention fiscale** signée entre la France et le Vietnam prévaut toutefois sur ces critères pour la non double-imposition. Un **résident fiscal** au Vietnam est imposable sur l'ensemble de ses **revenus mondiaux** (revenus salariaux, dividendes et intérêts, loyers et autres revenus provenant d'une propriété). Concernant les revenus salariaux, l'impôt est prélevé à la source par l'employeur avant versement du salaire mensuel.

Le taux d'imposition est progressif par tranche de revenus avec un **taux** dans la tranche la plus élevée de **35 %** pour les revenus au-delà 960 M VND par an (environ 40 000 EUR). Certains avantages en nature octroyés par l'employeur ne sont pas soumis à impôt dans la limite d'un montant raisonnable (pour les expatriés : frais de scolarité, frais de transport vers le pays d'origine). Les **dividendes** font l'objet d'une **retenue à la source de 5 %** lorsqu'ils sont versés à une personne physique. Les **gains issus de la cession de biens immobiliers** font l'objet d'une taxation à 2 %

(0,1 % pour les cessions de titres), auxquels s'ajoutent 0,5 % de droits de timbre. Les personnes physiques doivent procéder à la finalisation de leur déclaration d'impôt sur les personnes physiques dans les **quatre-vingt-dix jours qui suivent la clôture de l'année fiscale**. Toute **personne non-résidente** est taxée sur ses revenus d'origine vietnamienne à un taux forfaitaire de 20 % pour les revenus salariaux et de 5 % pour les revenus du capital.

- **Fiscalité des non-résidents et convention fiscale**

La notion de **résidence fiscale** d'une société dépend des critères des conventions fiscales. Toute vente de bien ou prestation de service réalisée au Vietnam par une société n'y étant pas enregistrée est soumise à retenue à la source au titre de la TVA et de l'IS vietnamien. Il en est de même pour les intérêts, les royalties (10 %), les loyers, les assurances, les frais de transport et les transferts de parts. Les **dividendes versés à l'étranger** ne sont pas taxés lorsqu'ils sont versés à une société. Les intérêts sont sujets à une retenue à la source de 5 % lorsqu'ils sont versés à une entité étrangère. Les trois méthodes de paiement pour réaliser une retenue à la source sont la réduction ou le crédit d'impôt, la méthode directe ou la méthode hybride.

DROIT DU TRAVAIL VIETNAMNIEN

Le **code du travail** a été réformé en 2019, suivi du décret 145/2020/ND-CP d'application.

Plutôt considéré **protecteur des intérêts des salariés** et peu flexible, le droit du travail s'applique de manière **uniforme** sur la **totalité du territoire** (sauf concernant le taux de salaire minimum, variable selon les régions), aussi bien aux entreprises/employeurs à capitaux locaux que ceux à capitaux étrangers et à leurs employés locaux ou étrangers. Le code prévoit deux types différents de contrat : CDI et CDD (durée maximale de trois ans, renouvelable une fois). Tout **contrat de travail** de plus d'un mois doit être établi par **écrit** et respecter les dispositions du code du travail.

L'emploi de salariés **étrangers** est soumis à l'obtention d'un **permis de travail** (à solliciter par l'employeur sur éléments de dossier à fournir par l'employé) ou du justificatif d'une exemption à cet effet (l'article 154 du code du travail prévoit une liste exhaustive des cas d'exemption), valable pour une durée maximale, dans les deux cas, de **deux ans**, susceptible d'être renouvelé une fois seulement.

L'organisation du travail au sein de l'entreprise (comprenant la procédure disciplinaire) est traitée de façon plus détaillée par le règlement intérieur de l'entreprise (requis des sociétés employant au moins dix salariés). Ce règlement est soumis à enregistrement auprès du département local du travail qui en vérifiera la conformité aux dispositions légales. Une **convention collective** est susceptible de compléter son dispositif, y compris sur la politique de fixation des salaires (comprenant, éventuellement, la référence à une grille des salaires). La convention collective doit être négociée entre l'employeur et les représentants des salariés (syndicat de l'entreprise ou syndicat de branche de référence) à l'initiative de ces derniers.

Conditions de possibilité de résiliation unilatérale du contrat de travail :

- **À l'initiative du salarié** : en cas de violation du contrat de travail, de harcèlement, de grossesse ou de défaut de paiement de son salaire par l'employeur ; à défaut, il doit respecter le préavis légal (au moins trente jours pour un CDD de douze mois et plus, quarante-cinq jours pour un CDI) ;
- **À l'initiative de l'employeur** : que sur faute qualifiée, limitativement déterminée par la législation du travail (manquements répétés par l'employé à ses obligations ; absences répétées non justifiées, etc.) ou dans des circonstances spéciales également limitativement énumérées (abandon de poste, incapacité de remplir les tâches confiées, etc.) ;

- **Licenciement pour motif économique** : admis sous conditions (restructuration, crise ou récession économique, mise en œuvre d'une politique étatique de restructuration de l'économie, etc.), sous réserve du paiement d'une **indemnité de départ** aux salariés licenciés (d'un taux à titre de principe d'un mois de salaire par année d'ancienneté, avec un minimum de deux mois de salaire).

En cas de **fusion, de scission ou de transfert d'activité**, le code du travail prévoit l'obligation pour le nouvel employeur, de poursuivre l'exécution des contrats de travail existants ou à défaut de proposer des **solutions de reclassement**/requalification de contrat/départ à la retraite aux salariés, en concertation avec les représentants syndicaux.

Hors conflit relatif au licenciement à titre de sanction disciplinaire, à l'assurance-sociale ou l'assurance-maladie, au paiement d'indemnités de licenciement et certaines autres hypothèses, un conflit de travail individuel doit passer par l'intermédiaire d'un « conciliateur du travail » (personne qualifiée nommée par le président du Comité populaire local), avant de pouvoir être éventuellement porté devant un juge (Cour populaire du lieu de situation du défendeur). La prescription pour la saisine du conciliateur est de six mois à compter de la découverte par le demandeur de l'atteinte alléguée à ses droits et intérêts légitimes (un an pour saisine de la Cour, y compris dans les cas où la saisine du conciliateur n'est pas obligatoire). Les compétences (conciliateurs, présidents des Comités populaires locaux, Conseils d'arbitrage, Cours populaires) pour résolution des conflits de travail collectifs varient selon la nature du différend.

L'ESSENTIEL

- ▶ L'introduction du système semi-électronique a simplifié les procédures douanières avec l'entrée en vigueur de la loi douanière de 2014.
- ▶ L'importation de produits requiert des licences ou des homologations liées à leur nature spécifique et les produits doivent être conformes à des normes techniques obligatoires.
- ▶ Les marchandises importées doivent être étiquetées et les informations nécessaires (identification, origine du produit, normes techniques et de qualité...) en langue vietnamienne.
- ▶ Le code du travail de 2013 s'applique de manière uniforme aux salariés des entreprises étrangères et locales, y compris aux employés étrangers ayant signé des contrats de travail locaux.
- ▶ Les employeurs et les employés vietnamiens sont légalement requis de participer à l'ensemble des cinq branches de l'assurance sociale.
- ▶ La France et le Vietnam ont conclu une convention fiscale en 1993. Les Français résidant moins de cent-quatre-vingt-trois jours au Vietnam sur une durée de douze mois consécutifs et payés par un employeur n'ayant aucun établissement permanent au Vietnam peuvent bénéficier d'une exemption fiscale.
- ▶ La loi sur les appels d'offres du 26 novembre 2013 permet un recours élargi à la procédure électronique.
- ▶ L'obtention d'une licence d'entrepreneur étranger par l'autorité compétente est nécessaire pour les entrepreneurs étrangers attributaires d'un marché de construction au Vietnam.

S'ADAPTER AUX SPÉCIFICITÉS LOCALES DE LA PRATIQUE DES AFFAIRES



Malgré une histoire commune, les Français ne sont pas spécialement attendus au Vietnam, pays jeune, asiatique, lointain et très courtisé. Il importe donc de préparer sa venue et respecter les **valeurs** et les **traditions locales**. Les différences régionales sont aussi à prendre en compte : Hô Chi Minh-Ville pourrait de prime abord apparaître bien plus occidentalisée qu'Hanoï, mais ces deux villes sont profondément vietnamiennes.

CONCEPTS PRIMORDIAUX POUR FAIRE DES AFFAIRES

Toujours centrée sur des **traditions**, la société vietnamienne est avant tout une **société collectiviste** dans laquelle les **intérêts du groupe** priment sur les intérêts individuels, mais également sur le besoin des affaires ou des personnes. D'influence chinoise et de culture confucéenne (en particulier dans le nord du pays), la société et l'ordre social reposent sur la famille, le **respect de la hiérarchie et des anciens** et la **recherche de consensus**. Pays de culture rurale, le Vietnam est conçu sur le modèle de la famille, qui conditionne les relations humaines, mais également les relations de travail. Le **confucianisme** est toujours un pilier central de la culture vietnamienne, illustré par plusieurs principes sociaux :

- **Règles de politesse et de convenance**

Le concept flou – bien qu'omniprésent – de face, qui mélange réputation, **honneur**, **statut social** et respectabilité, consiste à s'abstenir par exemple de relever en public des erreurs ou des incohérences ou, dans un pays où les distorsions de la vérité ne sont pas rares, de les signaler. Il convient d'éviter de mettre son interlocuteur dans une **situation embarrassante ou humiliante**.

Des **règles strictes de politesse**, bien qu'atténuées avec les étrangers, s'imposent toujours dans les affaires, qu'il s'agisse de la manière de s'adresser, de remettre quelque chose, ou de se tenir. Dans le doute, **restez impassible** et évitez toute gestuelle. Gardez un minimum de distance physique et abstenez-vous de toucher les personnes.

- **Le respect des aînés**

Si le processus de prise de décision n'apparaît pas toujours clair, le Vietnam n'en reste pas moins fondamentalement **une société verticale** dans laquelle chacun a des droits et des devoirs stricts et où **les idées comme les décisions émanent du sommet**. Une des conséquences est qu'il est préférable de **ne pas envoyer de collaborateurs trop jeunes** au Vietnam, au risque de rencontrer des difficultés à se faire reconnaître. Toutefois, on peut noter que depuis quelques années, la relève de dirigeants d'entreprises d'État est souvent assurée par des Vietnamiens de moins de 40 ans.

- **L'importance des relations et des réseaux**

Plus qu'en Occident, il est important de consacrer le temps nécessaire à la **construction de vos relations**. Il faut **établir la confiance** sans aller immédiatement au but qui importe à votre entreprise. Apprenez à connaître vos interlocuteurs et **faites-vous connaître**. Ce sont la **qualité de vos relations** et les réseaux sur lesquels vous pourrez vous appuyer au Vietnam qui contribueront le plus à votre **réussite**.

- **S'exprimer localement**

Le vietnamien est la **langue des affaires** au Vietnam, même si l'anglais est pratiqué, du moins dans les grandes villes, avec une qualité variable. Privilégiez l'écrit ce qui minimisera les risques de malentendus : la documentation doit être en anglais (une **version vietnamienne** sera généralement très appréciée et témoignera d'une **marque de respect**). Un site internet avec une version anglaise (*a minima*) est nécessaire.

Il est préférable d'être accompagné d'un interprète lors des rendez-vous, afin de minimiser les risques d'erreurs. Même si votre interlocuteur met un interprète à votre disposition, recourir à son propre interprète permet d'obtenir, après coup, des détails sur les **nuances** et les **non-dits**. La durée des traductions dépassera souvent largement celle de votre intervention du fait de la codification linguistique et sociale de la langue vietnamienne (rallongeant d'autant plus la durée de la réunion). Inversement, si après un long développement de votre part, la traduction ne comporte que quelques mots, il est fort probable que le message n'ait pas été bien compris ou transmis. Les traducteurs atténueront souvent lorsque vos propos leur sembleront trop directs, donc compris comme impolis (veillez à ce que l'édulcoration ne soit pas excessive, et la traduction fiable). Avant de signer un document, faites-le bien sûr traduire par un traducteur indépendant. La profession d'interprète n'étant pas vraiment réglementée au Vietnam, il est préférable de se faire conseiller pour éviter les mauvaises surprises. Il est cependant facile de trouver des interprètes parlant couramment le français et l'anglais. Comptez environ 100 EUR pour une demi-journée et 200 EUR pour une journée. Le bureau Business France Vietnam peut vous accompagner dans votre démarche.

- **La ponctualité**

Le respect de la ponctualité est essentiel. Préférez arriver en avance et prévoyez du temps supplémentaire pour vos déplacements car les réseaux routiers sont saturés. Les réunions peuvent par ailleurs être longues.

TÉMOIGNAGE



Julien Rogon, General Manager, Cooperl Vietnam & Philippines



Cooperl, dont le siège social est situé à Lamballe en Bretagne, a été créée en 1966 et est à ce jour le premier acteur français dans le secteur de la production porcine. L'internationalisation de la coopérative s'est concrétisée début des années 2010 lors de l'ouverture de notre filiale en Chine : pays qui recense 50 % du cheptel porcin mondial. Nous avons ensuite étendu notre présence en Thaïlande, à Taïwan et aux Philippines. Notre filiale vietnamienne a quant à elle été ouverte fin 2018. Nous sommes à ce jour plus de 300 collaborateurs basés en Asie.

En France, notre premier objectif est de produire du porc tout en créant le maximum de valeur ajoutée grâce à une montée en gamme de nos produits. Ainsi, les 5 millions de porcs élevés, abattus et transformés dans nos outils sont par exemple labellisés « Porc Bien-Être » car ils émettent 8,6 % * de gaz à effet de serre en moins par rapport au porc standard. Pour illustrer cette montée en gamme, nous sommes fiers de mettre en avant que plus de 50 % de nos animaux sont à ce jour élevés sans antibiotiques. Réponse à l'enjeu majeur de l'antibiorésistance dans le monde.

À l'international, nous recherchons avant tout à mettre à disposition notre savoir-faire et nos avancées technologiques auprès de nos clients pour leur permettre d'être à la fois plus compétitifs tout en répondant aux attentes sociétales et environnementales. Bien qu'étant en premier lieu des producteurs de viande de porc, l'idée de Cooperl est de ne pas concurrencer les acteurs locaux dans cette production de porc mais plutôt de les accompagner en partageant et valorisant notre savoir-faire.

C'est d'ailleurs le premier conseil que je donnerai lorsque l'on cherche à s'implanter en Asie et particulièrement au Vietnam : instaurer une relation de confiance en partageant et démontrant ce que l'on peut apporter aux entreprises vietnamiennes. Il est essentiel que chaque partie y trouve son intérêt. Cependant, instaurer une relation de confiance est souvent compliqué et prend plus de temps. Au Vietnam, les clients n'hésitent pas à challenger vos propos et ont souvent besoin « de voir pour croire ». Il est donc judicieux d'inviter les Vietnamiens en France afin de leur montrer concrètement notre expertise.

En plus d'être patient, il faut aussi être très flexible et réactif. Dans le business, la culture vietnamienne requiert des réponses extrêmement rapides, même si ces dernières sont parfois incomplètes voire approximatives. En revanche, un manque de réactivité sera interprété comme une non-volonté de collaboration. Ce besoin de flexibilité et réactivité nécessite donc d'avoir une certaine autonomie et un minimum de pouvoir décisionnel localement. Sans quoi, les temps de réponse s'allongent et déçoivent les Vietnamiens.

— TÉMOIGNAGE (suite)

Enfin, pour réussir son démarrage au Vietnam, je dirais qu'il est primordial d'avoir dans son équipe un mix entre collaborateurs locaux et français (pour le cas de Cooperl). Ce combo est le meilleur moyen pour comprendre les codes du pays mais aussi retranscrire les besoins aux équipes support basées en France. Par exemple, on apprend vite que la communication écrite se fait via le réseau Zalo et non par e-mail, l'importance de la hiérarchie : les places en réunion ou à table ont une réelle signification, ou encore la valeur accordée par les Vietnamiens aux étrennes du Têt.



Julien Rogon, General Manager, Cooperl Vietnam & Philippines

- **La tenue**

Les Vietnamiens ont une conscience aiguë du statut. Veillez à avoir toujours une tenue correcte. Chemise et cravate (optionnelle) conviendront dans la plupart des cas, avec veste dans les cas les plus formels, même si vos interlocuteurs pourront vous recevoir en bras de chemise. Les femmes portent souvent des tenues classiques couvrant généralement les épaules.

- **La carte de visite : un automatisme**

L'échange de carte étant une **étape importante**, munissez-vous de nombreuses cartes de visite (fonction traduite en anglais).

- **Les cadeaux**

La remise de cadeaux est une pratique ancestrale au Vietnam. Il n'est pas nécessaire d'offrir des présents luxueux, mais évitez les petits cadeaux d'entreprise (stylos promotionnels, clés USB, pins...) qui ne seront bons pour personne selon le concept de « face ». Entre Vietnamiens ou entre partenaires asiatiques, il n'est pas rare que les cadeaux soient de grande valeur. Un produit caractéristique de la France sera apprécié ; votre hôte n'ouvrira généralement pas le cadeau sur le champ.

- **Noms et usages des noms**

Les appellations, en vietnamien du moins, suivront une codification précise. On pourra vous appeler par votre prénom, ce qui est l'usage et n'est en aucun cas un manque de respect.

Pour les noms vietnamiens, le **nom de famille est toujours situé en premier**, mais l'on s'adresse généralement à son interlocuteur par son prénom. Exemple : vous direz « cher monsieur Dung » (et non « cher monsieur Nguyen ») à un interlocuteur nommé Nguyen (nom de famille) Van Dung.

Expressions et mots vietnamiens de la vie quotidienne

Vietnamien	Français	Vietnamien	Français
Xin chào	Bonjour	Chào buổi sáng	Bonjour (le matin)
Chào buổi tối	Bonsoir	Tạm biệt	Au revoir
Bạn có khỏe không ?	Comment allez-vous ?	Cám ơn bạn tôi khỏe	Je vais bien, merci
Rất cảm ơn	Merci beaucoup	không có chi(không có gì)	Avec plaisir, de rien
Rất vui được biết bạn	Ravi de faire votre connaissance	Viet nam rất đẹp	Le Vietnam est un beau pays
(Dạ)Vâng	Oui	Không	Non
Chúc thắng lợi	À nos réussites d'affaires !	Chúc mừng	Félicitations
Tôi không hiểu	Je ne comprends pas	Làm ơn	S'il vous plaît
Chúc ăn ngon	Bon appétit		

• Les rendez-vous

Les contacts professionnels au Vietnam sont le plus souvent empreints d'un grand **formalisme** qui relève en partie d'un **rituel très codifié**. Au fur et à mesure que l'on s'inscrit dans le paysage vietnamien, la pratique des affaires devient beaucoup plus informelle. Elle peut désarçonner les Européens habitués à un monde plus réglementé et dans lequel les réglementations sont respectées. Le mode de fonctionnement repose sur quelques principes de base : fluidité, réalisme et pragmatisme. Plus que les codes, ce qui *in fine* détermine l'évolution des affaires de chacun est la **nature personnelle et émotionnelle des relations**, mais tout cela demande de franchir les barrières initiales.

• La prise de contact

Le **contact visuel** étant toujours important, les Vietnamiens préfèrent rencontrer leurs partenaires potentiels plutôt que de traiter par courrier ou par e-mail, encore moins par téléphone. Les réunions sont donc un élément important dans la relation d'affaires. La prospection par courrier/mail a peu de chances de succès du fait de la difficulté à trouver le bon interlocuteur dans une entreprise, de la rareté des répertoires d'entreprises ou d'associations professionnelles et des aléas de la poste. Une **relation de proximité** est nécessaire.

Les entrepreneurs qui veulent établir des relations d'affaires sérieuses doivent obligatoirement se rendre au Vietnam, et, si possible régulièrement. Choisissez bien les périodes de vos rendez-vous : éviter les quinze jours qui précèdent le Nouvel an lunaire (aux alentours de fin janvier – début février) et le mois qui suit. Lors d'une prospection, pensez à vous rendre à la fois au Nord et au Sud. Les services de Business France Vietnam à Hanoï et Hô Chi Minh-Ville sont à votre disposition pour cibler et organiser votre visite.

• Les réunions

Il ne sera pas rare que l'on vous propose des rendez-vous dès 7h30 ou 8 heures du matin, le dernier entretien ne se déroulant généralement jamais après 17 heures. Ceux-ci peuvent avoir lieu sous forme de rendez-vous avec deux ou trois personnes, ou de réunion collective en présence des différents collaborateurs ou des parties prenantes au projet. Ne vous étonnez donc pas d'avoir face à vous une dizaine de participants. Comptez généralement une heure pour un rendez-vous mais prévoyez plus de temps que la durée initiale de la réunion qui pourra se prolonger au-delà. Soyez toujours à l'heure, ou un peu en avance aux réunions. On pourra, le cas échéant, vous faire

patienter mais on vous attend généralement avant l'heure. La première rencontre est une réunion d'introduction afin de mieux se connaître et d'envisager le développement d'une relation. Rien d'approfondi ne sera abordé, ni rien de concluant ne sera décidé lors de cet entretien qui devrait, se conclure par une nouvelle prise de rendez-vous ou par une **promesse de se recontacter**.

Ne vous étonnez pas à certains moments de voir vos interlocuteurs se livrer à des échanges en vietnamien, sans vous fournir d'éclaircissements. Cela peut être déstabilisant, mais rien ne vous empêche de faire de même avec votre interprète ou votre accompagnateur. Adressez-vous, en règle générale, au responsable le plus élevé, même si son anglais ou français est inexistant, en le regardant, même si vous utilisez des interprètes. Poser des questions ou répondre à un subordonné qui communiquerait mieux serait perçu comme insultant.

- **Le suivi de la réunion**

Les rendez-vous se passent quasiment toujours bien au Vietnam. Les Vietnamiens sont courtois et ils donnent toujours l'impression que la rencontre a été positive. Cependant un **suivi régulier et attentif** s'impose, sans quoi rien ne se passera ensuite, vos interlocuteurs prenant rarement l'initiative de vous recontacter. Si au bout de six mois vous n'avez pas construit sur la base de votre rencontre, alors on vous oubliera. Les réunions sont des formalités, mais ce n'est pas seulement là que vous développerez vos activités. Cela se fera en **nourrissant la relation**, et en dépassant le cadre proprement professionnel. Après l'entretien, n'oubliez pas de remercier par e-mail en soulignant les points-clés abordés lors de la réunion. Ce suivi doit s'inscrire dans la durée, c'est un gage de succès. Répondez également aux éventuelles questions posées, envoyez des informations, et revenez. N'abordez pas le Vietnam en « touriste ». Le pays demande un **engagement à long terme** et une **stratégie claire** sans en oublier les **vertus de patience et de persévérance**.

- **Courriers**

Ils suivent des règles de politesse plus fortes qu'en Occident, en particulier dans les administrations et les sociétés d'État où l'on vous demandera d'envoyer des demandes de rendez-vous formelles qui suivront un chemin procédural plus ou moins rapide. Veillez aussi à toujours remercier votre correspondant pour l'aide qu'il vous apporte en suivant votre dossier

- **Repas d'affaires**

Si vous êtes invité, ne refusez pas. La culture communautaire et l'**importance du relationnel**, font que « partager le même riz » permet de nouer des liens plus solides. Des sujets de conversation personnels peuvent être abordés comme, plus légèrement, des sujets professionnels. Avec l'élévation du niveau de vie et le développement des échanges avec des étrangers, le thé est, surtout lors des dîners, le plus souvent remplacé par des alcools forts servis en petites doses et que l'on boit à l'occasion de toasts, mais qui peuvent se succéder à un rythme rapide. De votre côté, il vous est possible, surtout si votre entreprise est déjà connue par vos interlocuteurs, d'inviter tous les participants à un déjeuner.

Ces repas sont considérés par la partie vietnamienne comme des **moments de détente et d'établissement de relations de confiance**. Ne soyez alors pas surpris de voir les convives fumer à table. Les déjeuners se déroulent assez tôt, de 11h30 à 13 heures, tout comme les réceptions ou les dîners qui sont aux alentours de 18 heures ou 18h30. Après 19 heures, il y a peu de chances que vos partenaires se rendent à votre invitation, en revanche vous pourrez poursuivre la soirée dans un karaoké.

TÉMOIGNAGE

Jean-Alexandre Egéa,
directeur du Service économique Vietnam



Le Vietnam – 16^e population et 35^e économie mondiale – a lancé en 1986 un vaste programme de réformes qui lui a permis d'enregistrer des résultats économiques remarquables. Il a rejoint en 2008 le groupe des pays à revenu intermédiaire et a su se tailler une place centrale dans les chaînes mondiales de valeur grâce à la conclusion de nombreux accords commerciaux bilatéraux (Japon, Corée du Sud, Royaume-Uni, etc.) ou régionaux (UE, CPTPP, RCEP, etc.), à l'amélioration continue du climat des affaires. Depuis 2000, le Vietnam a constamment enregistré un taux de croissance de son PIB supérieur à la médiane de l'Asie émergente.

L'activité est aujourd'hui portée par le dynamisme des exportations, mais également par une consommation intérieure dynamique (la consommation privée représente 54,4 % du PIB en 2023) soutenue par l'émergence d'une classe moyenne de plus en plus large (elle devrait représenter 50 % de la population d'ici 2035). Le pays devrait se hisser d'ici deux ans au troisième rang des économies de l'ASEAN, passant devant les Philippines et Singapour.

La maîtrise de l'épidémie de Covid-19 au Vietnam a permis la réouverture totale du pays début 2022. La croissance de l'économie vietnamienne est ainsi revenue à un niveau proche, voire supérieur, à celui précédent l'épidémie de Covid (6 % à 7 % par an) alors même qu'elle était parvenue à rester positive en 2020 et 2021. Même si le pays fait face à des défis structurels à long terme (démographie, amélioration du secteur éducatif et de la productivité, montée en gamme, changement climatique, etc.), les perspectives économiques sont très favorables et les grands équilibres macroéconomiques largement préservés : la dette publique est limitée (34,4 % du PIB en 2023), le pays dégagne un excédent commercial confortable, la devise est stable par rapport au dollar, et l'inflation est sous contrôle. Fin 2024, sous l'impulsion du nouveau Secrétaire général du PCV, une vaste réforme administrative est par ailleurs en cours. Elle a pour but d'accélérer la prise de décision et de relancer les investissements publics, en particulier dans le domaine des infrastructures dont le pays a besoin pour sa croissance à long terme. La décarbonation de l'économie et sa modernisation avec l'appui à l'innovation, en particulier aux secteurs des semi-conducteurs et de l'intelligence artificielle, sont au cœur des priorités de la nouvelle administration.

« Partenaires stratégiques globaux » depuis octobre 2024, la France et le Vietnam partagent la volonté de renforcer la coopération bilatérale en matière économique, commerciale, et d'investissement dont le développement est soutenu par la mise en œuvre progressive depuis août 2020 de l'accord de libre-échange UE-Vietnam. Cette coopération s'appuie bien entendu sur le dynamisme des échanges et des investissements croisés portés par nos entreprises (environ 220 filiales françaises sont présentes). Elle s'appuie également sur l'action de l'Agence française de développement et sur la palette d'outils de financement direct (prêts, FASEP, etc.) que le Trésor français met à disposition des entreprises françaises dans ce pays.



Jean-Alexandre Egéa, directeur du Service économique Vietnam

Votre Solution Clé en Main

ATA Services vous offre des solutions sur mesure et clés en main, adaptées à vos exigences spécifiques en Thaïlande, au Vietnam, à Hong Kong, à Singapour, en Malaisie et en Indonésie.



+66 (0) 2168 4900

INFO@ATA-SERVICES.COM

ATA-SERVICES.COM



Nous proposons la location de bureaux, de bureaux virtuels et de salles de réunion, adaptés à tous vos besoins professionnels, besoins professionnels.



Nous offrons une solution de portage salarial adaptée à l'Asie, conçue pour les employés locaux et étrangers, facilitant l'emploi sans la complexité de créer une entité légale.



Pour les services de création d'entreprise, comptabilité, gestion de la paie, audit et résolution de litiges, notre cabinet juridique propose une expertise complète.



Notre cabinet de recrutement spécialisé sur l'Asie cible des profils locaux et étrangers, offrant une expertise approfondie dans la mise en relation d'entreprises avec les candidats idéaux.



Nous offrons des services de location de voiture sur le long terme en Thaïlande et au Vietnam, avec la possibilité de choisir entre une formule avec ou sans chauffeur, adaptée à vos besoins de mobilité.



Pour toutes propriétés disponibles à la vente ou à la location, nous proposons une sélection variée répondant à vos critères de recherche et à vos besoins.



Nous proposons des services de marketing digital, notamment la création de sites internet et la spécialisation en solutions SEO, SEA et IT.



Nous proposons un service de traitement des salaires accessible via une application web et mobile, conçu pour fonctionner efficacement dans la région Asie.



Le groupe ATA Services propose les mêmes services au Vietnam, ainsi que des solutions adaptées pour Hong Kong, Singapour, la Malaisie et l'Indonésie.

TROUVER LE BON PARTENAIRE



La réglementation vietnamienne oblige tout investisseur étranger à **établir au préalable une entité légale** avant d'ouvrir un **point de vente pour la distribution** de produits de sociétés étrangères sur le marché vietnamien. L'établissement d'une entreprise à capitaux étrangers est soumis à l'obtention (i) d'un certificat d'investissement et (ii) d'un certificat d'enregistrement, délivrés par les bureaux du Département de la planification et de l'investissement de la province (DPI). Les entreprises à capitaux étrangers sont, par principe, librement autorisées à importer et effectuer de la vente en gros. Toutefois, le décret 09/2018/ND-CP impose désormais aux entreprises souhaitant opérer certaines activités

telles que la vente au détail ou l'importation et vente en gros de biens de catégorie lubrifiant et graisse, d'obtenir une licence de distribution.

Les entreprises à capitaux étrangers peuvent distribuer leurs produits manufacturés sur le territoire vietnamien sans licence complémentaire.

Plusieurs types de conventions sont possibles pour organiser les relations entre une entreprise étrangère et son partenaire local, chaque type de contrat répondant à des problématiques spécifiques. Il convient d'être particulièrement vigilant sur la rédaction des éléments propres à chacun de ces types d'actes (par exemple, la limitation des éventuelles clauses d'exclusivité territoriale pour les contrats de distribution, ou la description précise du savoir-faire pour les contrats de franchise).

LES IMPORTATEURS-DISTRIBUTEURS

La réglementation vietnamienne oblige tout investisseur étranger à **établir au préalable une entité légale** avant d'ouvrir un **point de vente pour la distribution** de produits de sociétés étrangères sur le marché vietnamien. L'établissement d'une entreprise à capitaux étrangers est soumis à l'obtention (i) d'un certificat d'enregistrement **d'investissement** et (ii) d'un certificat d'enregistrement **d'entreprise**, délivrés par les bureaux du Département de la planification et de l'investissement de la province (DPI). Les entreprises à capitaux étrangers sont, par principe, librement autorisées à importer et effectuer de la vente en gros. Toutefois, le décret 09/2018/ND-CP impose aux entreprises souhaitant opérer certaines activités telles que la vente au détail ou l'importation et vente en gros de biens de catégorie lubrifiant et graisse, d'obtenir une licence de distribution. En outre, l'ouverture d'un point de vente après le premier fait l'objet d'un « examen des besoins économiques » par les autorités locales.

Les entreprises à capitaux étrangers peuvent distribuer (vente en gros) leurs produits manufacturés sur le territoire vietnamien sans licence complémentaire.

Deux principales **options contractuelles** : **contrat de distribution** (sociétés établies) ou **contrat de franchise** (création d'un réseau)

- **Contrat de distribution**

Une entreprise étrangère peut préférer **vendre localement ses produits** par **l'intermédiaire** d'entreprises locales. Sauf secteur prohibé ou soumis à restriction, la vente de produits étrangers sur le marché vietnamien par une société vietnamienne n'est soumise à aucune autorisation ou licence et est donc **l'option la plus souple**. Il est possible d'exclure contractuellement toute indemnisation du distributeur dans le cas de résiliation ou de non-renouvellement du contrat (sauf le cas de faute commise par le principal engageant la responsabilité de ce dernier). C'est également l'option la moins lourde fiscalement (taxe d'importation des produits à la charge de l'acheteur vietnamien). Il faut être particulièrement vigilant dans la rédaction des clauses d'exclusivité et sur l'étendue du réseau de distribution, qui a tendance à être régional (Hanoï et Hô Chi Minh-Ville). Selon votre produit et votre filière, le Bureau Business France Vietnam vous accompagne dans la prospection et la rencontre de vos partenaires commerciaux au Vietnam.

- **Franchise**

Un investisseur étranger peut, pour s'affranchir des difficultés relatives à l'établissement d'un point de vente, avoir recours à la franchise, qui permet à l'investisseur étranger d'établir **une stratégie de pénétration de ses produits sur le marché vietnamien** tout en **gardant la maîtrise du savoir-faire lié à ces derniers**.

La franchise est cependant sujet à une procédure administrative relativement lourde et à un certain formalisme. Les parties doivent remplir certaines **conditions** : l'ancienneté du franchiseur (doit opérer sa franchise en dehors du Vietnam depuis au moins un an et doit pouvoir attester du bon fonctionnement de son modèle : droits de propriété intellectuelle et/ou industrielle, formation du franchisé, analyse de marché, rapport financier audité du franchiseur étranger), objet social du franchiseur.

Le contrat de franchise doit par ailleurs être établi par écrit, traduit en langue vietnamienne, intégrer un certain nombre de clauses obligatoires, être accompagné du document d'information précontractuel (« franchise description document ») et remis au franchisé quinze jours au moins avant la date de signature du contrat. Enfin, le franchiseur étranger doit s'enregistrer au préalable auprès du ministère de l'Industrie et du Commerce (MOIT).

Plus qu'un simple enregistrement, le MOIT procède à une véritable évaluation du système de franchise envisagé et peut imposer certaines conditions relatives au produit et au franchisé. Le franchiseur a également l'obligation de notifier tous les changements relatifs à la franchise (contenu de la déclaration de présentation de la franchise, statuts juridiques, titre de protection des droits de propriété industrielle) au MOIT dans les trente jours suivant ces changements. Un franchisé peut « sous-franchiser » à une troisième partie sous réserve (i) d'avoir obtenu l'accord du franchiseur et (ii) d'exercer son activité de franchisé depuis au moins un an.

Le système de franchise

Caractéristiques	Franchiseur	Franchisé
Obligations	Fournir tout document en rapport avec le réseau de franchise. Procurer une formation et une assistance technique au franchisé. Traiter de manière égale tous les franchisés du réseau. Assurer le respect des droits de propriété intellectuelle.	Payer les redevances. Investir de manière à pouvoir conduire le commerce de la franchise. Respecter le secret du savoir-faire transmis à l'occasion du contrat de franchise. Interdiction d'utiliser tout élément en rapport avec le contrat de franchise dès la fin du contrat. Fourniture préalable (15 jours ouvrables) à la conclusion du contrat de franchise d'un document de description de la franchise et du contrat type de franchise.
Droits	Organiser la publicité relative au circuit de franchise. Conduire des contrôles inopinés pour vérifier la qualité des biens et du service.	Demander toute assistance technique en relation avec le réseau de franchise. Être traité d'égal à égal avec les autres franchisés.

— TÉMOIGNAGE



Phan Thi Quynh Hoa, directrice générale de MK Group



Quelles sont les principales activités de MK Group, une entreprise de vingt-six ans bien implantée sur le marché vietnamien ?

MK Group est une entreprise vietnamienne spécialisée dans les solutions de transformation numérique sécurisée. Au cours de ses vingt-six années d'activité, MK Group est devenu un leader dans la fourniture de produits et de services dans plusieurs domaines fondamentaux :

- Solutions de cartes à puce : production locale au Vietnam et offre de solutions d'identification, de paiement et de contrôle d'accès sécurisés (cartes de paiement EMV pour les banques, cartes SIM, cartes d'identité nationales pour les citoyens vietnamiens, cartes en plastique tous usages) ;
- Identité numérique et authentification pour divers secteurs, y compris les environnements bancaires, gouvernementaux et d'entreprise ;
- Documents d'identité sécurisés : fabrication et fourniture d'une solution complète d'émission de cartes d'identité électroniques, de passeports électroniques, de permis de conduire et d'autres documents spécialisés ;
- Solutions de paiement ;
- Dispositifs de lecture de cartes à puce et biométriques ;
- Caméra IA pour la surveillance, le contrôle du trafic ;
- Logiciel de cryptage pour la gestion de la confidentialité des données.

Quelle importance accorde le groupe MK aux partenariats signés avec des entreprises étrangères pour permettre aux produits de ces entreprises de pénétrer le marché vietnamien ?

- Les partenariats avec des entreprises étrangères sont très importants pour le groupe MK, car ils lui permettent d'introduire des technologies et des produits de pointe sur le marché vietnamien. MK agit comme un pont, en adaptant et en localisant les technologies étrangères pour répondre aux exigences réglementaires, culturelles et opérationnelles spécifiques du marché vietnamien. Les partenariats permettent aux entreprises étrangères de pénétrer le marché vietnamien en pleine croissance, tandis que le groupe MK bénéficie d'une offre de produits améliorée et d'une part de marché accrue.
- L'expertise étrangère renforce la réputation du groupe MK en tant que fournisseur de confiance de solutions innovantes de haute qualité, dans des secteurs tels que la banque, les télécommunications, et le secteur public.
- Ces partenariats sont souvent structurés de manière à garantir le transfert des connaissances, ce qui permet à MK Group de conserver son expertise technique tout en élargissant son portefeuille. Alors que l'économie et les infrastructures technologiques du Vietnam continuent de se développer, ces collaborations restent un pilier stratégique pour l'entreprise.

TÉMOIGNAGE (suite)

Considérant votre propre expérience et de vos partenariats passés, quels sont les avantages, pour les entreprises françaises, de choisir de commercer avec un importateur-distributeur au Vietnam, plutôt qu'avec un agent commercial ou un représentant local ?

Choisir de commercer avec un importateur-distributeur au Vietnam présente plusieurs avantages stratégiques pour les entreprises françaises par rapport à une coopération avec un agent commercial ou un représentant local, et ce pour plusieurs raisons :

- Les importateurs-distributeurs ont une connaissance approfondie du marché vietnamien, notamment des exigences réglementaires, des préférences des consommateurs et des tendances du secteur ;
- Ils s'occupent de la complexité des documents d'importation, du dédouanement et de la conformité locale, ce qui réduit la charge des entreprises françaises ;
- Les distributeurs entretiennent généralement des relations étroites avec les clients ou partenaires locaux, ce qui garantit une pénétration plus rapide et plus large du marché. Ils peuvent s'appuyer sur leur clientèle existante pour promouvoir plus efficacement les produits de l'entreprise étrangère ;
- Les distributeurs investissent souvent dans la promotion du produit dans le cadre de leur portefeuille, par exemple par des opportunités de co-marquage, des campagnes de marketing locales, des événements locaux sur la cybersécurité...
- Les distributeurs sont plus susceptibles d'avoir les compétences culturelles et linguistiques nécessaires pour négocier avec un décideur, un client ou un partenaire local, ce qui facilite la communication pour les entreprises françaises.

Dans quelle mesure votre partenariat avec la société française PRIM'X illustre-t-il des cas de coopération commerciale réussie et efficace entre une entreprise française et un importateur-distributeur local ?

Le partenariat entre MK Group et la société française PRIM'X est un bon exemple de coopération commerciale réussie entre une entreprise française et un importateur-distributeur local au Vietnam. Voici comment cette collaboration illustre les avantages :

- MK Group a tiré parti de son expertise locale pour introduire et positionner les solutions de cryptage avancées de PRIM'X sur le marché vietnamien. En naviguant dans le paysage réglementaire vietnamien et en adaptant les produits PRIM'X pour répondre aux exigences locales spécifiques en matière de conformité et de cybersécurité, MK Group a permis à PRIM'X d'entrer plus facilement sur le marché ;

— TÉMOIGNAGE (suite)

- Le réseau étendu de MK Group dans les secteurs de la banque, du gouvernement et de l'entreprise a permis à PRIM'X d'accéder rapidement aux principaux acteurs et décideurs vietnamiens ;
- En tant qu'importateur-distributeur, MK Group a pris en charge la promotion des solutions PRIM'X dans le cadre de son portefeuille ;
- MK Group a fourni une assistance technique, une formation et des services après-vente au nom de PRIM'X, assurant la satisfaction et la fidélisation des clients ;
- Cette collaboration a renforcé la capacité de MK Group à fournir des solutions de cybersécurité de pointe, renforçant ainsi sa position sur le marché vietnamien.



Phan Thi Quynh Hoa, directrice générale de MK Group

LES AGENTS, REPRÉSENTANTS COMMERCIAUX

Pour éviter d'avoir à monter une structure au Vietnam, une entreprise peut faire appel aux **intermédiaires de commerce**. Les contrats d'intermédiaires commerciaux permettent à l'entreprise étrangère de conduire, sur un territoire déterminé, la représentation de ses produits ou de ses services de manière à se rapprocher le plus de la situation d'une commercialisation directement réalisée par elle-même (loi commerciale vietnamienne n°36-2005-QH11).

- **Agent commercial**

Un agent commercial est une **personne physique ou morale** qui s'engage à mener des activités commerciales (biens et services) pour le compte d'une entité commerciale (mais en son nom propre) en contrepartie d'une rémunération. L'agence commerciale est caractérisée par la liberté contractuelle. Un contrat d'agent n'est par ailleurs soumis à aucun enregistrement. Il doit être écrit, mais peut-être à durée déterminée ou indéterminée, et sauf disposition contractuelle contraire, les parties peuvent mettre fin au contrat en respectant un préavis **de soixante jours**. En cas de résiliation par le mandant, l'agent commercial aura alors droit à une indemnité équivalente à un mois de commission moyenne par année de travail. En revanche, en cas de résiliation par l'agent, ce dernier n'aura droit à aucune indemnité. Le droit vietnamien ne reconnaissant pas la théorie du

mandat apparent dans le cadre de l'agence, le mandant ne sera pas tenu par les actes passés par l'agent au-delà de son mandat.

L'agent commercial (AC)

Caractéristiques	Société	Intermédiaire (ac)
Obligations	Devoir d'information et d'assistance. Responsabilité de la qualité des biens et des services vendus par l'agent commercial. Rémunérer l'agent commercial et rembourser les frais raisonnables. Responsabilité conjointe si une faute lui est imputable.	Vendre et acheter les biens ou services aux prix fixés par la société. Se soumettre au contrôle et à la surveillance de la société. Fournir des rapports d'activité à la société. Obligation de conservation des biens et informations confiés.
Droits	La société reste propriétaire des marchandises et des sommes versées à l'AC. Fixer le prix des biens et services et la rémunération de l'AC. Demander à l'AC de procéder au paiement et à la livraison des biens vendus. Inspecter et superviser l'exécution du contrat.	Travailler pour plusieurs sociétés. Demander à la société de procéder au paiement et à la livraison des biens vendus. Obtenir les informations importantes à l'exécution du contrat. Contrepartie : commission ou marge commerciale. Droit au remboursement des frais raisonnables engagés dans l'exécution du contrat.

• Représentant de commerce

Le représentant de commerce est une personne physique ou morale chargée de **mener des activités commerciales (biens et services) au nom et pour le compte d'une entité commerciale** en contrepartie d'une rémunération définie par le contrat qui doit être écrit, mais peut être à durée déterminée ou indéterminée, et fixe l'étendue du mandat donné au représentant de commerce. Les dépenses engagées dans le cadre de l'activité de représentation de manière justifiée sont remboursées. La résiliation anticipée unilatérale par la société l'engage à rémunérer le RC pour les contrats signés. La résiliation par le RC lui fait perdre tout droit à rémunération.

Le représentant de commerce (RC)

Caractéristiques	Société	Intermédiaire (rc)
Obligations	Obligation d'information sur les contrats négociés en dehors du contrat de représentation. Fournir au RC les actifs, documents et informations nécessaires à l'exécution du contrat de représentation. Rémunérer le RC et rembourser les frais raisonnables. Notifier rapidement au RC l'éventuelle impossibilité de signer ou d'exécuter un contrat dans le cadre de son contrat de représentation.	Mener les activités commerciales au nom et dans l'intérêt de la société. Rendre compte de ses résultats et des opportunités commerciales. Respecter les instructions de la société. Ne pas mener des activités commerciales en son nom ou au nom d'une tierce personne dans le cadre de son contrat de représentation. Obligation de confidentialité. Obligation de conservation des biens et informations confiés.
Droits		Le RC bénéficie d'un droit de rétention sur les actifs et documents qu'il a en sa possession afin d'assurer le paiement de sa rémunération.

• Intermédiaire agréé

L'intermédiaire agréé est une personne physique ou morale qui **conduit une activité de vente et d'achat de biens en son nom** et pour le compte d'une société en vertu d'un contrat à durée déterminée ou indéterminée. La rémunération est définie par le contrat, et les dépenses (si raisonnables) engagées dans le cadre de l'exécution du mandat sont remboursées par la société. La résiliation anticipée relève du droit commun. Le contrat peut ensuite être délégué à une troisième partie chargée de l'exécuter en lieu et place de l'intermédiaire agréé après accord de la société. La société ne peut être en aucun cas responsable des actions commises par l'intermédiaire agréé dans le cadre de l'exécution de son mandat.

L'intermédiaire agréé (IA)

Caractéristiques	Société	Intermédiaire agréé (ia)
Obligations	Devoir d'information et d'assistance. Rémunérer l'IA et rembourser les frais raisonnables. Payer et livrer les biens comme convenu. Responsabilité conjointe si une faute lui est imputable ou si collusion des parties.	Vendre et acheter les biens ou services au prix fixé par la société. Respecter les instructions de la société. Se soumettre au contrôle et à la surveillance de la société. Fournir des rapports d'activité à la société. Notifier à la société les problématiques relatives à l'exécution du contrat. Obligation de conservation des biens et informations confiés. Obligation de confidentialité. Responsabilité conjointe si une faute lui est imputable.
Droits	Exiger de l'intermédiaire agréé toutes les informations relatives à l'exécution du contrat.	Obtenir les informations relatives à l'exécution du contrat. Interdiction de recourir à des sous-intermédiaires sans accord préalable de la société.

• Courtier commercial

Un **courtier commercial** est une personne physique ou morale qui, en vertu d'un contrat, conduit une activité intermédiaire de négociation et d'assistance à la conclusion de contrat de vente et d'achat de biens ou services en contrepartie d'une rémunération fixée par le contrat (loi commerciale n°36-2005-QH11). Il ne peut en aucun cas mener une activité de vente ou d'achat au nom ou pour le compte de ses clients. Sauf disposition contractuelle contraire, le principal est tenu de rembourser au courtier les dépenses raisonnables et justifiées engagées dans le cadre de son activité, même si le courtier commercial n'est parvenu à aucun résultat.

Le courtier commercial (CC)

Caractéristiques	Société	Courtier commercial (cc)
Obligations	Fournir toute information, matériel ou service nécessaire à la bonne exécution du contrat. Rémunérer le courtier. Rembourser les frais justifiés.	Ne pas fournir ou divulguer d'informations qui pourraient nuire à la société. Assurer la conservation des échantillons de biens ou de matériaux fournis par la société ainsi que leur retour à la terminaison du contrat.
Droits	Résilier unilatéralement le contrat. Exiger du courtier toute information quant à la réalisation de sa mission.	Négocier et assister à la conclusion de contrats de vente et d'achat de biens ou de services.

Le **choix de l'intermédiaire commercial** dépend de **l'opération envisagée** et de la **visibilité commerciale** que désire avoir l'entreprise étrangère. Un contrat conclu avec une personne morale demeure toujours plus sécurisant qu'un contrat conclu avec une personne physique en « indépendant ».

— TÉMOIGNAGE

**Olivier Monange, avocat associé,
DS Avocats**



Lorsqu'on négocie un contrat au Vietnam, il est conseillé de proposer de rédiger le premier projet du contrat : il est en effet toujours plus facile de négocier à partir de son propre draft plutôt que d'essayer d'arracher des modifications au cocontractant vietnamien sur le projet rédigé par ce dernier. De surcroît, toutes les sociétés vietnamiennes ne sont pas forcément équipées d'un département juridique et peu sont généralement accompagnées par un conseil externe, ce qui peut affecter la qualité de la rédaction.

Il est préférable de rédiger le contrat en anglais (une version vietnamienne n'est pas obligatoire).

Le choix de la loi applicable pour les contrats commerciaux reste libre, la loi vietnamienne ne s'appliquant pas de manière impérative : si les parties décident de choisir une loi étrangère, il convient cependant que celle-ci ne soit pas trop extérieure au contrat ; il serait par exemple inadapté de choisir la *common law* pour un contrat entre deux parties ressortissantes de pays de droit civil comme la France et le Vietnam.

La loi française doit être évitée pour les contrats de distribution lorsque le principal est français et le distributeur vietnamien : en effet, la loi et la jurisprudence françaises protègent particulièrement le distributeur. Il est donc préférable de choisir dans ce cas la loi vietnamienne qui ne prévoit pas de protection particulière.

De manière générale, la loi vietnamienne n'est pas rédhibitoire : s'agissant des contrats commerciaux, elle s'articule autour d'un Code civil inspiré en partie du droit français (Code civil N)91/2015/QH13) et de la loi commerciale n°36/2005/QU11. Le Vietnam a par ailleurs adhéré en 2015 à la Convention de Vienne sur la vente internationale de marchandises.

La loi vietnamienne autorise les clauses limitatives de responsabilité contractuelle. Elle donne aussi la possibilité au contrat de prévoir, en cas de violation contractuelle, des pénalités (limitées à 8 % de la valeur de l'obligation violée) en sus de l'indemnisation des dommages.

En cas de litige, il est préférable d'éviter d'avoir à recourir aux tribunaux vietnamiens dont la gestion des procédures peut se révéler longue et incertaine. S'il s'agit d'exécuter une décision de justice à l'encontre du cocontractant vietnamien, on évitera également de s'adresser à un tribunal français : même si la France a conclu avec le Vietnam le 24 février 1999 un accord de reconnaissance et d'exécution des décisions judiciaires en matière civile, l'exequatur d'un jugement français au Vietnam reste une affaire périlleuse.

TÉMOIGNAGE (suite)

On recommandera donc de prévoir une clause d'arbitrage au Vietnam (le pays s'est doté d'un centre d'arbitrage, le Vietnam International Arbitration Center, dont les sentences s'avèrent généralement plus faciles à faire exécuter) ou à l'étranger (Singapour est souvent retenu comme siège de résolution des litiges intéressant le Vietnam). Par ailleurs, le Vietnam est membre de la Convention de New York sur la reconnaissance et l'exécution des sentences arbitrales rendues à l'étranger.

Enfin, avant de s'engager dans une procédure contentieuse, on s'efforcera d'abord d'essayer de régler le litige de façon amiable. Une première phase de négociation, permettant de comprendre les difficultés survenues, peut aboutir à une résolution rapide du conflit : en effet, dans les pays de culture confucianiste, le contrat est souvent considéré, non comme un achèvement, mais comme un point de départ. Le contrat est « vivant » et doit s'adapter à l'évolution des circonstances environnantes ; le refus d'exécuter un contrat s'explique souvent par une difficulté, inavouée, rencontrée par le partenaire vietnamien ; l'identification de cette difficulté permettra de déterminer s'il existe ou non une solution amiable.

Le Vietnam reste une terre compliquée pour un opérateur étranger : il est donc important de s'informer préalablement sur son cocontractant local, de procéder à des diligences sur sa réputation commerciale, sa santé financière et sa capacité d'exécution du contrat, pour éviter toute déconvenue.



Olivier Monange, avocat associé, DS Avocats

ÉTABLIR LE BON CONTRAT COMMERCIAL

Le contrat commercial recouvre différentes formes de contrat : contrat de distribution, contrat d'importation, contrat d'achat, contrat de vente, contrat de fourniture de service (cf. Code civil n°33-2005-QH11 et loi commerciale n°36-2005-QH11). Un bon contrat définit sans ambiguïté les droits et les obligations respectives des parties tout en répartissant les risques de façon équilibrée. Afin de sécuriser les relations entre les parties, il est toujours recommandé de formaliser l'accord entre les parties par un contrat écrit. Il peut également être opportun de rédiger un accord régissant le déroulement des négociations. Cet avant-contrat (*memorandum of understanding*) permet de préciser le champ des négociations et de garantir la confidentialité ou l'exclusivité de celles-ci. Tout contrat, quel que soit son type, doit faire l'objet d'une rédaction rigoureuse.

Les parties doivent notamment porter une attention particulière à la négociation et rédaction des clauses suivantes :

- L'identité des parties ;
- L'objet du contrat ;
- Le prix et la méthode de paiement ;

- Le transfert de la propriété, du risque et de la responsabilité (Incoterms) ;
- La protection des éventuels droits de propriété intellectuelle inclus dans le contrat ;
- L'exclusivité : les droits d'exclusivité peuvent s'appliquer, entre autres, à un produit, à un territoire donné, à une période donnée, à certains clients ou à une quantité. De telles clauses sont fréquentes dans les contrats de distribution sous la forme d'une clause d'exclusivité territoriale ;
- La confidentialité ;
- La durée du contrat, ainsi que les éventuelles clauses de renouvellement automatiques ;
- La rupture anticipée du contrat et les éventuelles pénalités pouvant en découler ;
- Les droits et obligations des parties, dans le but de limiter les sources éventuelles de litiges ;
- La loi applicable et la juridiction compétente ;
- [Optionnel] clause compromissoire prévoyant un recours à l'arbitrage ad hoc ou institutionnel, au Vietnam ou à l'étranger : l'arbitrage au Vietnam peut se révéler plus rapide et moins aléatoire que le recours aux juridictions étatiques.

Les parties devront par ailleurs porter une attention particulière à la rédaction des clauses spécifiques à chaque type de contrat. Bien que le droit vietnamien soit de tradition civiliste comme le droit français, il possède de nombreuses **spécificités** nécessitant de solliciter les services d'un **cabinet juridique spécialisé au Vietnam** qui sera en mesure de rédiger un contrat conformément à la **réglementation locale**.

Lors de la signature du contrat

Contrôlez l'existence juridique et l'identité des personnes ; le mieux est de demander directement le certificat d'immatriculation de la société (Enterprise Registration Certificate).

Vérifiez toujours les pouvoirs du signataire du contrat, qui doit être soit le représentant légal soit une personne ayant reçu un mandat en bonne et due forme, les tribunaux restant très conservateurs sur cette question.

Une version vietnamienne est parfois exigée : mieux vaut dans ce cas avoir un document bilingue, prévoyant que la version étrangère prévaudra en cas de contradiction avec la version vietnamienne. Mais attention ! En cas de conflit, c'est le contrat en vietnamien qui a toutes les chances d'être pris en compte par le tribunal vietnamien, il faut donc faire très attention à l'exactitude de la traduction et s'assurer que les obligations de chacune des parties soient bien comprises par son interlocuteur.

Faites tamponner (sceau/tampon rouge et rond) le contrat par l'autre partie. L'usage du sceau officiel de la société demeure largement répandu pour conclure un contrat, même si cette pratique n'est pas juridiquement obligatoire en principe.

— TÉMOIGNAGE



**Thierry Mermet, fondateur
& CEO de Source of Asia, entreprise
de conseil en business development**



Est-il facile pour une entreprise française de démarrer sur le marché Vietnamien ?

Facile de détecter des opportunités et de commencer des démarches export ? Oui !

Les données macro sur le Vietnam et son économie décrivent un pays encore jeune, dynamique, extrêmement ouvert sur le commerce international et avide de consommer, donc très accueillant pour les produits français dans de nombreux secteurs. Et il est relativement simple de venir au Vietnam, rencontrer des acteurs locaux, visiter ou participer à un salon.

Facile de créer un flux d'affaires dans la durée ? Non ! Il est plus compliqué de trouver le BON partenaire, d'avoir accès aux BONNES informations, et de savoir comment assurer le suivi de votre mission de prospection. Beaucoup d'échecs arrivent à ce moment-là (manque de temps, limitation de budget, difficultés de compréhension avec le partenaire choisi).

Vous insistez sur l'importance de bien choisir son partenaire commercial, quels conseils pouvez-vous apporter dans ce domaine ?

Prenez le temps de le connaître, de vous faire connaître, et surtout testez-le avant de lui confier trop de responsabilités commerciales. Identifiez ce dont le partenaire a vraiment besoin et gardez-en la maîtrise. Il est également indispensable de signer un contrat (plusieurs formes possibles) mais, plus important encore, de faire respecter ce contrat et de le faire évoluer au fur et mesure du développement du partenariat : vérifiez régulièrement la mise en rayon des produits, la réalité des éventuelles actions marketing prévues dans le contrat, la formation des vendeurs... Suivez les résultats commerciaux et proposez (ou imposez) à votre partenaire les ajustements nécessaires. En un mot : gardez la main !

Une fois un flux d'affaires initié, quelles sont les prochaines étapes à envisager pour solidifier sa croissance et sa présence dans le pays ?

En fonction du volume d'affaires et de votre typologie de produit, il est intéressant de réfléchir à des solutions de recrutement (temps plein ou temps partagé), de portage salarial, ou de représentation commerciale (solutions flexibles et à prix modulable). Le montage d'une entité est rarement nécessaire dans un premier temps et peut s'envisager plus tard en y transférant alors les collaborateurs ou agents que vous auriez déjà installés.

TÉMOIGNAGE (suite)

Pouvez-vous citer le cas d'une ou deux entreprises françaises qui ont réussi leur entrée sur le marché ?

Epéda est un exemple intéressant de solution rapide et progressive. Une simple mission de recherche de distributeur, un déplacement sur place pour contractualiser, les premiers containers, un suivi du distributeur par un représentant local (mise en magasin, formation des vendeuses...) et une invitation du partenaire en France pour développer le partenariat.

Akrocean qui démarre avec une VIE hébergée dans un bureau d'accompagnement. Avec un support local pour faire croître le bureau local (recrutement, mission commerciale, animation) et au bout de deux ans l'équipe Vietnam est composée de quatre personnes !

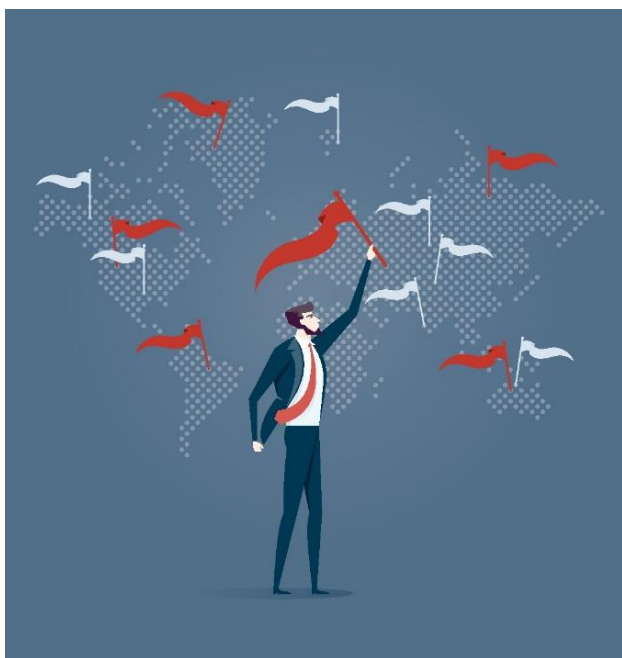


Thierry Mermet, fondateur & CEO de Source of Asia, entreprise de conseil en business development

L'ESSENTIEL

- ▶ L'opérateur étranger souhaitant distribuer ses produits au Vietnam dispose du contrat de distribution avec des sociétés établies au Vietnam ou du contrat de franchise.
- ▶ Sauf secteur prohibé, aucune licence ou autorisation n'est exigée pour permettre à une entreprise vietnamienne de vendre des produits étrangers au Vietnam.
- ▶ L'agent commercial s'engage à mener des activités commerciales en son nom et pour le compte d'une entité commerciale en contrepartie d'une rémunération.
- ▶ Le représentant de commerce est chargé de mener des activités commerciales au nom et pour le compte d'une entité commerciale en contrepartie d'une rémunération.
- ▶ Il est conseillé, en matière de contrat commercial, de faire appel à un cabinet juridique implanté au Vietnam.
- ▶ Un bon contrat commercial définit sans ambiguïté les droits et obligations respectives des partenaires tout en répartissant les risques de façon équilibrée. Il est conseillé de rédiger un accord régissant le déroulement des négociations (*memorandum of understanding*).

▶ RÉUSSIR SON IMPLANTATION



Les sociétés étrangères choisissent parfois, comme première approche du marché vietnamien préalable à la création d'une **société locale à capitaux étrangers**, d'ouvrir un **bureau de représentation au Vietnam**, permettant à la société étrangère d'établir ses premiers **contacts commerciaux**.

OUVRIR UN BUREAU DE REPRÉSENTATION

• Vocation et création

Un bureau de représentation, ne disposant pas de la personnalité morale, ne peut entreprendre que des **opérations de prospection et d'observation du marché vietnamien**, servant de fait de **bureau de**

liaison pour la société étrangère, en réalisant des études de marché et promouvant l'établissement de relations d'affaires pour la société étrangère. Il permet à la société étrangère d'avoir du personnel sur place (le bureau peut recruter des employés vietnamiens ou étrangers).

La création du bureau de représentation est soumise à l'obtention d'une licence délivrée par le **Département de l'industrie et du commerce** du lieu d'implantation (le DOIT). Pour solliciter une telle licence, la société étrangère doit être dûment enregistrée dans son pays d'origine, doit pouvoir justifier d'au moins une année d'activité dans le domaine concerné et sa durée d'existence, telle qu'elle ressort de l'immatriculation dans son pays d'origine, doit être valide pour une durée restante d'au moins un an à compter de la date de la demande de licence. Enfin, le champ d'activité du bureau de représentation doit correspondre à celles visées par les traités internationaux auxquels le Vietnam est parti (onze secteurs ouverts au commerce de services à l'organisation mondiale du commerce)¹ sauf accord du ministère vietnamien compétent.

Le dossier de demande d'ouverture du bureau de représentation comprend :

- (i) Requête officielle (formulaire standard) ;
- (ii) Copie du certificat d'enregistrement dans le pays d'origine, c'est-à-dire l'extrait Kbis pour une société française ;
- (iii) Le rapport financier audité de la dernière année d'activité ;
- (iv) Autres documents relatifs au fonctionnement du bureau au Vietnam : contrat de bail des locaux et justificatif d'identité du bailleur ; justificatif d'identité et lettre de nomination du chef du bureau de représentation.

¹ C'est-à-dire (tous les secteurs ne sont pas ouverts) : services aux entreprises ; services de communication ; services de construction et services d'ingénierie connexes ; services de distribution ; services d'éducation ; services concernant l'environnement ; services financiers ; services de santé et services sociaux ; services relatifs au tourisme et aux voyages ; services récréatifs, culturels et sportifs ; services de transport.

Tout document présenté en langue étrangère doit être légalisé et accompagné d'une traduction vietnamienne certifiée par un traducteur agréé au Vietnam. Le délai légal d'obtention de la licence est en principe de **sept jours ouvrables** à compter de la date du dépôt d'un dossier complet. La licence est valable pour une **durée maximale de cinq ans**, dans la limite de la durée d'existence restante de la société étrangère telle qu'accordée par son pays d'origine. Elle n'est pas reconductible automatiquement et doit faire l'objet d'une demande de renouvellement. Le bureau de représentation doit être enregistré auprès des autorités fiscales afin d'obtenir un code fiscal propre. N'ayant pas d'activité commerciale, il n'est pas assujéti à l'impôt sur les sociétés mais doit prélever l'impôt sur le revenu de ses employés à la source et le payer en leur nom à l'État.

Il ne peut représenter une autre entité commerciale au Vietnam ou se substituer à sa propre société afin de conclure des contrats commerciaux sans autorisation préalable spécifique de la société.

- **Limites**

Le bureau de représentation constitue une **option de premier choix** pour les investisseurs étrangers désireux dans un premier temps de promouvoir leurs activités au Vietnam. Cependant l'implantation par le biais du bureau de représentation reste limitée par son objet alors que les démarches imposées aux investisseurs étrangers pour sa création, notamment la légalisation de certains documents étrangers, peuvent s'avérer relativement longues (de façon générale, bien que chaque cas soit différent, deux mois semble être le minimum pour rassembler toutes les pièces du dossier, soumettre celui-ci et obtenir la licence).

Le chef du bureau de représentation doit notamment autoriser par écrit une personne tierce à exercer ses droits et obligations à l'occasion de chacune de ses sorties du territoire vietnamien. La fonction de chef du bureau de représentation est soumise à de nombreuses incompatibilités de fonction, puisque celui-ci ne peut concomitamment exercer les fonctions de chef d'une succursale de la même société étrangère ou de toute autre entreprise étrangère au Vietnam, de représentant légal de la même société étrangère ou de toute autre entreprise étrangère, ou de représentant légal de toute entité juridique de droit vietnamien.

TÉMOIGNAGE



Thibaut Giroux, président de la chambre de commerce et d'industrie France-Vietnam (CCIFV)



Voici cinq conseils pratiques pour s'implanter avec succès :

1) Préparer un business plan solide

Un plan construit est essentiel pour clarifier vos objectifs, comprendre votre marché cible et établir des projections financières réalistes. Ce document sera aussi un outil-clé pour attirer des investisseurs ou sceller des partenariats stratégiques.

2) Choisir la structure adaptée

Bureau de représentation, filiale, coentreprise... Chaque option présente des avantages et contraintes spécifiques en termes de fiscalité et d'opérations. Faire appel aux experts juridiques de la chambre de commerce et d'industrie France-Vietnam (CCIFV) vous permettra de sélectionner la meilleure structure selon vos objectifs. Pour un démarrage rapide et simplifié, la CCIFV propose également des bureaux clé en main, combinés à des services administratifs dédiés, pour vous concentrer sur l'essentiel.

3) S'entourer des bons partenaires

Le succès au Vietnam repose souvent sur des alliances stratégiques avec des partenaires locaux bien choisis. Identifier le bon fournisseur, le bon distributeur ou encore le bon opérateur logistique est essentiel pour garantir la qualité, la fiabilité et l'accès au marché. Ces partenaires doivent non seulement comprendre les spécificités locales, mais aussi disposer d'un réseau solide. De plus, pour certains, sélectionner la bonne zone industrielle est une étape cruciale : l'emplacement doit répondre à vos besoins, notamment en termes d'infrastructures, de disponibilités RH et de coûts opérationnels. La CCIFV, grâce à son réseau et sa connaissance du terrain, peut vous orienter vers les interlocuteurs et les sites les plus adaptés à vos ambitions.

4) Investir dans les talents locaux

Recruter et former des collaborateurs vietnamiens permet d'acquérir une connaissance fine du marché et des consommateurs. En intégrant vos valeurs et méthodes à celles du personnel local, vous optimisez vos performances tout en favorisant une intégration harmonieuse dans l'écosystème France-Vietnam.

TÉMOIGNAGE (suite)

5) Exploiter les opportunités de réseautage

Rejoindre des réseaux comme celui de la CCIFV, participer à ses événements ou collaborer avec d'autres entreprises établies au Vietnam multiplie les opportunités d'affaires. Ces interactions sont souvent des accélérateurs de croissance sur un marché dynamique mais compétitif.

La CCIFV met à votre disposition une gamme de services adaptés : identification de partenaires clés, choix stratégique des zones industrielles, domiciliation d'entreprise, soutien administratif et espace de travail professionnel. Ces solutions personnalisées vous permettent de maximiser vos chances de succès tout en réduisant les risques liés à l'implantation.



Thibaut Giroux, président de la chambre de commerce et d'industrie France-Vietnam (CCIFV)

CRÉER UNE SUCCURSALE

- **Vocation et création**

La **succursale ne dispose pas de la personnalité morale**. Elle peut conduire des **activités commerciales et conclure des contrats commerciaux** pour le compte de la société étrangère dans la mesure où ces activités sont conformes au droit vietnamien. La création d'une succursale est soumise à l'obtention d'une licence délivrée par le **ministère de l'Industrie et du Commerce** (le MOIT). Pour solliciter une telle licence, la société étrangère doit être valablement enregistrée dans son pays d'origine et pouvoir **justifier d'au moins cinq ans d'activité** dans le domaine concerné et sa durée d'existence, telle qu'elle ressort de l'immatriculation dans son pays d'origine, doit être valide pour une durée restante d'au moins un an à compter de la date de la demande de licence. Enfin, le champ de ses activités doit correspondre à celles visées par les traités internationaux auxquels le Vietnam est parti, sauf accord du ministère compétent.

La succursale dispose cependant d'un réel objet commercial. À ce titre, elle peut **conclure des contrats commerciaux et constituer des bénéfices résultant de son activité, qu'elle peut remonter à sa société mère à l'étranger**, après acquittement de ses obligations fiscales au Vietnam. Elle peut également **ouvrir des comptes bancaires** en devises étrangères et en dongs vietnamiens dans les banques implantées au Vietnam. Les obligations qui lui incombent sont plus importantes que celles du bureau de représentation. Ainsi, la succursale est assujettie à **l'impôt sur les sociétés**. Elle doit soumettre annuellement ses comptes établis selon le plan comptable vietnamien ainsi qu'un rapport financier certifié par un cabinet d'audit vietnamien au bureau des impôts.

- **Limites**

Si le droit vietnamien prévoit bien la possibilité pour les investisseurs étrangers de conduire des activités commerciales par le biais de la succursale, cette option semble rarement mise en pratique, du fait du nombre limité de secteurs dans lesquels le Vietnam s'est engagé à accepter des succursales et de la **complexité de la procédure** (niveau ministériel plutôt que local pour le bureau de représentation et la société locale) et de la difficulté pour les investisseurs à satisfaire les conditions ouvrant droit à la création de la succursale.

CRÉER UNE SOCIÉTÉ (FILIALE)

- **Forme juridique de l'investissement direct étranger**

La loi sur l'investissement est un texte juridique unique applicable à l'ensemble des investisseurs qu'ils soient vietnamiens ou étrangers, bien qu'elle soumette les investisseurs étrangers à certaines procédures et conditions particulières. **Sur son fondement, l'investisseur étranger peut décider d'établir au Vietnam une société à capitaux 100 % étrangers ou à capitaux mixtes en collaboration avec un ou plusieurs partenaires vietnamiens (société dite « joint-venture »)**. L'investissement direct étranger demeure néanmoins encore limité à des formes imposées dans certains secteurs d'activité. Par exemple, dans le domaine des transports, la création d'une **joint-venture** avec un partenaire vietnamien demeure obligatoire dans certains sous-secteurs conformément aux engagements du Vietnam devant l'OMC. Les difficultés d'ordre financier et décisionnel quant à la gestion de la joint-venture ainsi que la difficulté actuelle pour l'investisseur étranger à faire valoir ses droits en justice en cas de désaccord avec le partenaire vietnamien incitent les nouveaux investisseurs à préférer d'emblée la société à capitaux 100 % étrangers.

- **Procédure d'établissement d'une société**

La loi sur l'investissement et la loi sur les entreprises prévoient deux procédures distinctes et successives à accomplir pour qu'un investisseur étranger puisse établir une société au Vietnam : (1) l'obtention préalable d'un **certificat d'enregistrement de l'investissement** visant l'approbation de l'autorité vietnamienne sur le projet d'investissement de l'investisseur étranger, puis (2) l'obtention consécutive d'un **certificat d'enregistrement d'entreprise** valant immatriculation de la société venant en support du projet d'investissement.

Certificat d'enregistrement de l'investissement

Ainsi, la création d'une société locale est toujours liée à un « projet d'investissement » que l'investisseur étranger se propose de réaliser au Vietnam. Le dépôt de la demande de validation du projet (étape (1)) se fait lorsque le projet a atteint un stade de maturité suffisamment avancé (financements et lieu d'implantation du projet sécurisés). La société n'est par la suite pas « enfermée » dans son projet d'investissement : une fois enregistrée et opérationnelle, elle pourra conduire d'autres projets d'investissement au Vietnam, ou modifier le premier projet pour lequel elle

a été établie, à condition de respecter la législation en vigueur et de compléter les procédures applicables.

Il convient de noter que, pour des projets d'une certaine ampleur ou dans des secteurs d'activités particuliers définis dans la loi sur l'investissement, la procédure d'émission du certificat d'enregistrement de l'investissement (étape (1)) sera conditionnée par l'obtention d'un **accord de principe** délivré préalablement par l'Assemblée nationale, le Premier ministre, ou le Comité populaire du lieu envisagé pour l'implantation du projet d'investissement (concernant, par exemple, un projet d'investissement étranger dans le secteur des télécommunications avec infrastructure de réseau).

Concernant la procédure pour l'émission du certificat d'enregistrement de l'investissement, l'investisseur étranger devra déposer un dossier de demande auprès du **département du plan et de l'investissement du Comité populaire de la province du lieu envisagé pour l'implantation** (le DPI). Ce dossier comprend un certain nombre de documents relatifs à l'investisseur, sa capacité financière, le projet et sa faisabilité et un contrat de bail pour les locaux de la société (ou autres documents sur le droit d'usage du terrain). Le délai légal d'obtention du certificat d'enregistrement de l'investissement est de **quinze jours ouvrable** à compter du dépôt d'un dossier complet et valide (**trente-sept jours ouvrables** s'il s'agit d'un projet d'investissement soumis à accord de principe du Comité populaire, **cinquante-cinq jours ouvrables** pour le Premier ministre, et aucun délai légal pour l'accord de principe délivré par l'Assemblée nationale). En pratique, le délai d'obtention du certificat est souvent plus long, car les DPIs peuvent demander des explications ou documents additionnels pas prévus par les textes en vigueur.

La durée maximale du certificat d'enregistrement de l'investissement est de **cinquante ans**, à l'exception de certains projets ayant une durée maximale de soixante-dix ans (notamment les projets dans les zones économiques, dans les zones à conditions socio-économiques difficiles ou particulièrement difficiles).

Certificat d'enregistrement de l'entreprise

L'investisseur ayant obtenu un certificat d'enregistrement de l'investissement doit ensuite obtenir un certificat d'enregistrement d'entreprise pour immatriculer la société qui portera le projet et déposer pour cela un dossier auprès du **bureau d'enregistrement commercial** du DPI (le BRO). Ce dossier comprend un certain nombre de documents sociaux, notamment les statuts de la société créée et les lettres de nomination des mandataires sociaux. Le délai légal d'obtention du certificat d'enregistrement commercial est de **trois jours ouvrable** à compter du dépôt d'un dossier complet et valide.

Suite à l'établissement de la société

Des procédures subséquentes (dites « *post-licensing* » en pratique) sont également requises pour la mise en œuvre effective des activités de la société nouvellement créée (publication sur le portail national du gouvernement pour l'enregistrement des sociétés faisant mention de la dénomination sociale de l'entreprise, sa forme sociale, le nom du représentant légal, l'objet social ; création du/des sceau(x) de la société ; mise en place du régime fiscal applicable ; etc.). La conduite de certaines activités nécessite que la société nouvellement créée obtienne une ou des licences d'activité spécifiques (notamment pour la distribution, la vente de certains produits comme l'alcool, etc.). Au cours de la durée de vie de la société, toute modification des informations mentionnées dans les certificats d'enregistrement de l'investissement et commercial devra être enregistrée auprès des administrations compétentes du DPI, qui devront l'approuver.

- **Formes sociales**

La loi sur les entreprises consacre une **réglementation unique** pour la création, la gestion et le fonctionnement des entreprises, héritée de la loi sur les entreprises précédente, et ce quels que soient leur secteur d'activité et la nature des fonds investis (étrangers ou vietnamiens). La loi sur les entreprises offre ainsi le choix aux investisseurs étrangers entre la société anonyme, la société à responsabilité limitée et la société unipersonnelle à responsabilité limitée. La société peut avoir plus d'un représentant légal pour la représenter, sachant qu'au moins un représentant légal doit résider de façon permanente au Vietnam. La loi autorise également ces sociétés à détenir un voire plusieurs sceaux. En ce qui concerne la libération des apports, la loi établit le **délai légal de contribution à quatre-vingt-dix jours à compter de la date de délivrance du certificat d'enregistrement d'entreprise**.

— TÉMOIGNAGE



Maître Antoine Logeay, avocat associé, APFL Partners



Je suis avocat au barreau de Paris, en exercice au Vietnam depuis onze ans.

Le marché vietnamien présente de nombreux attraits pour les entreprises françaises (et plus généralement, européennes).

En raison de son intégration à la zone ASEAN, un grand nombre d'entreprises considèrent le Vietnam comme une plate-forme pour leurs activités en Asie du Sud-Est.

Le Vietnam s'engage également dans une politique audacieuse de conclusion d'accords de libre-échange. C'est ainsi que l'accord de libre-échange avec l'Union européenne (le fameux EUVFTA) est entré en vigueur au Vietnam le 1^{er} août 2020.

L'implantation des entreprises françaises est particulièrement significative dans le secteur de la santé, la filière agricole et agro-alimentaire, les infrastructures, la distribution et le tourisme. Ces dernières années, de nouveaux axes d'activité se sont développés comme les cosmétiques, les TIC (contenu numérique, logiciels d'entreprises, jeux vidéo), le luxe et les hautes technologies.

Dans ma pratique, j'ai eu l'occasion d'assister de nombreuses entreprises, qu'il s'agisse de grands groupes ou de PME. Les clés du succès ne se sont pas toujours les mêmes. Le marché vietnamien est un marché complexe et la culture des affaires y est sensiblement éloignée de nos standards européens.

TÉMOIGNAGE (suite)

Si l'on devait essayer de dégager des constantes, la patience et la prudence, mais aussi le sens de l'opportunité, s'imposeraient à mes yeux. La patience, car comprendre l'environnement économique, culturel et juridique du Vietnam prend du temps mais s'avère souvent une condition indispensable pour le succès. La prudence, car les repères que l'on peut avoir en Europe ne sont pas forcément les mêmes au Vietnam et le choix du bon partenaire ou réseau de distribution, par exemple, est fondamental. Enfin, le sens de l'opportunité car le marché reste relativement concurrentiel et évolue rapidement.

Au fil des ans, un réseau extrêmement dynamique s'est construit au Vietnam autour des chambres de commerce (française et européenne), de Business France et des conseillers du commerce extérieur. Il ne faut pas hésiter à solliciter ces acteurs qui sont au cœur des échanges économiques.

Dès qu'un partenaire est identifié, il importe de formaliser les relations commerciales par un contrat écrit en s'assurant que la rédaction vietnamienne (il est important qu'une version vietnamienne soit signée) soit cohérente avec la version française ou étrangère, et que les obligations de chacune des parties soient bien comprises par son interlocuteur.

Il est également important de vérifier les pouvoirs du signataire du contrat, qui doit être soit le représentant légal soit une personne ayant reçu un mandat en bonne et due forme, les tribunaux restant très conservateurs sur cette question. L'usage du sceau officiel de la société demeure largement répandu pour conclure un contrat, même si cette pratique n'est pas juridiquement obligatoire en principe.

L'arbitrage (étranger ou vietnamien) est préférable par rapport au recours aux tribunaux étatiques.

La plupart des sociétés françaises ou étrangères prospères qui ont réussi leur implantation sur ce grand marché ont appréhendé ce pays avec beaucoup d'humilité.



Maître Antoine Logeay, avocat associé, APFL Partners

- **La société anonyme (SA)**

La SA doit comprendre au moins trois actionnaires, personnes physiques ou morales. La responsabilité des actionnaires est limitée à concurrence de leur apport en capital. La gouvernance de la SA s'organise comme suit : l'Assemblée générale composée des actionnaires, élit le conseil d'administration (CA, organe décisionnaire). Le directeur général, qui est nommé par le CA, est chargé de la gestion quotidienne de la SA. Le représentant légal de la SA est soit le président du CA soit le directeur général. Un **comité d'inspection**, indépendant et chargé de s'assurer du respect des réglementations par les organes sociaux, composé de trois à cinq membres, est obligatoire dans certains cas prévus par la loi sur les entreprises. Le mandat des inspecteurs est une durée maximale de cinq ans, renouvelable.

- **La société pluripersonnelle à responsabilité limitée (SARL)**

La SARL comprend de **2 à 50 associés au plus** (personnes physiques et morales) responsables des pertes à hauteur de leurs apports. Son fonctionnement est le suivant : le conseil des membres regroupe tous les membres de la SARL et se réunit une fois par an au moins. Le président du conseil des membres est élu parmi ses pairs pour un mandat de cinq ans au plus, renouvelable. Le directeur général, désigné par le conseil, est chargé de la gestion quotidienne de la SARL. Un comité d'inspection doit être mis en place dans certains cas. Le président du conseil ou le directeur général peuvent occuper la fonction de représentant légal de la SARL selon les statuts.

Il n'existe pas de montant minimum requis pour déterminer le capital social, à l'exception de certains secteurs, comme le secteur bancaire ou immobilier. **La SARL peut émettre des obligations.**

- **La société unipersonnelle à responsabilité limitée (SURL)**

La SURL est une société avec **un seul associé** (personne physique ou morale) responsable des dettes à hauteur de son apport. Le propriétaire, personne physique de la SURL, est le président de la SURL, et peut concurremment occuper le poste de directeur général ou désigner un tiers pour remplir cette fonction.

Si le propriétaire de la SURL est une personne morale, il y a deux possibilités : le propriétaire peut soit nommer un seul représentant qui occupe la fonction de **président de la SURL**, soit nommer plusieurs représentants, qui siègent en formation collégiale au sein d'un **conseil des membres**, composé de trois à sept membres ayant un mandat de cinq ans et présidé par le président du conseil des membres de la SURL pour un mandat de cinq ans, renouvelable.

Le **directeur général**, chargé de la gestion quotidienne de la SURL, est nommé soit par le propriétaire, soit par le président ou le conseil des membres, en fonction de l'organisation de la SURL et de ses statuts.

- **Autres formes sociales**

Partenariat

Le partenariat s'apparente à une **société en nom collectif avec au minimum deux associés en nom**. Ils sont copropriétaires, répondent indéfiniment et solidairement des dettes de la société. Ils se partagent la gérance de la société et agissent en tant que représentants légaux. Ce sont les associés gérants. Un associé gérant ne peut faire partie d'un autre partenariat ou d'une entreprise individuelle sans l'accord des autres associés gérants et il ne peut pas exercer la même activité pour son propre compte ou pour le compte d'un tiers. Le partenariat peut également comprendre des associés dont la responsabilité est limitée à hauteur de leurs apports. Ils n'ont pas la charge de la gestion quotidienne de la société. Ce sont les associés non-gérants. Leurs responsabilités sont

moins contraignantes et leurs prérogatives de ce fait moins étendues que celles des associés gérants.

L'entreprise individuelle

Toute personne physique de nationalité vietnamienne peut en principe constituer une entreprise individuelle (modalité d'exercice d'une activité commerciale fermée aux investisseurs étrangers). L'entreprise individuelle ne possède **pas de personnalité juridique propre**. Le propriétaire ne peut établir qu'une seule entreprise individuelle et n'est pas autorisé à exercer conjointement une activité en tant que membre d'un partenariat ou gérant d'une entreprise familiale. Une entreprise individuelle ne peut pas contribuer au capital d'un partenariat, d'une SARL ou d'une SA. Le propriétaire peut, à tout moment, **augmenter ou réduire le capital d'investissement** mais doit au préalable obtenir l'accord du BRO lorsque la réduction aboutit à un capital d'investissement inférieur à celui initialement déclaré au BRO. Le propriétaire peut gérer directement son entreprise ou en confier la gestion à un directeur. Le propriétaire reste néanmoins le représentant légal de son entreprise et demeure responsable de toutes les opérations commerciales de l'entreprise.

LES AUTRES FORMES D'IMPLANTATION

- **Prise de participation dans une structure locale existante**

La prise de participation de l'investisseur étranger dans une société vietnamienne est possible sous deux formes : **acquisition de parts ou actions existantes, et souscription de parts ou actions nouvelles**. Pour ces deux formes, la loi sur l'investissement prévoit une procédure particulière dans les trois cas suivants :

- La société existante conduit des activités faisant partie de la liste des activités dont l'accès est restreint pour les étrangers et la prise de participation aurait pour conséquence d'augmenter la part d'un investisseur étranger dans le capital de la société ;
- La prise de participation par l'investisseur étranger dans la société existante aurait pour conséquence d'augmenter la part de capitaux étrangers dans le capital de la société de l'une des façons suivantes : soit augmenter la part de capitaux étrangers de moins de 50 % à plus de 50 %, soit augmenter la part de capitaux étrangers alors que cette part est déjà supérieure à 50 % ;
- La prise de participation par l'investisseur étranger se fait dans une société qui détient des droits sur un terrain situé dans une zone sensible (îles, communes situées sur le littoral ou les zones frontalières, ou n'importe quelle autre zone affectant la défense et la sécurité nationale).

L'investisseur étranger doit présenter au DPI compétent une demande pour enregistrer la prise de participation, et celui-ci dispose de quinze jours pour donner son accord ou rejeter la demande. Une fois l'accord du DPI obtenu, la société existante doit déposer un dossier de demande de modification de son certificat d'enregistrement d'entreprise afin de refléter le changement d'actionnaire/associé (pour les SARL et SURL). Le régime de prise de participation (renouvelé en 2020) permet (dans les secteurs dans lesquels l'investissement étranger est autorisé à 100 %) **la prise de participation étrangère jusqu'à 100 % du capital d'une société vietnamienne**.

- **Focus sur le e-commerce**

Les activités commerciales par moyens électroniques au Vietnam sont également soumises au **droit de l'investissement et des sociétés** et doivent obtenir les **autorisations nécessaires pour la création d'une société dans le secteur d'activité envisagé**.

Deux formes possibles d'activité :

- **Site de vente en ligne** : le propriétaire du site fait la promotion ou organise la vente de ses propres biens ou services à travers le site de vente en ligne ;
- **Plate-forme de e-commerce** : le propriétaire de la plate-forme autorise des entreprises tierces à vendre leurs produits via sa plate-forme (éventuellement sous la forme d'offres promotionnelles ou de ventes aux enchères).

Avant de démarrer leur activité, les investisseurs doivent notifier le lancement d'un site de vente en ligne et enregistrer la création d'une plate-forme d'e-commerce auprès du MOIT.

L'ESSENTIEL

- ▶ Ouvrir un bureau de représentation et une succursale au Vietnam est une excellente démarche pour découvrir le marché avant de créer une société de droit local (SA, SARL, SRL). Il faut prévoir un budget de 2 000 à 3 000 EUR pour la constitution d'un bureau de représentation, hors frais de traduction et débours.
- ▶ L'investisseur étranger doit obtenir un certificat d'enregistrement de l'investissement et un certificat d'enregistrement commercial.
- ▶ La conduite de certaines activités comme la distribution, l'importation et l'exportation nécessitent l'opinion favorable du ministère de tutelle afin d'obtenir le certificat d'enregistrement de l'investissement.

TÉMOIGNAGE



Claire Rosseler, Managing Director « Industrial Gases » chez Air Liquide



En tant qu'entreprise implantée de longue date au Vietnam, comment envisagez-vous les opportunités futures d'Air Liquide – et plus généralement de toute entreprise française – au Vietnam ?

Depuis plusieurs années, le Vietnam se distingue comme l'une des économies les plus dynamiques d'Asie du Sud-Est. Son emplacement stratégique au cœur de l'ASEAN, sa stabilité socio-économique, sa

politique proactive d'attraction des investissements étrangers, son intégration croissante dans le commerce mondial à travers des accords de libre-échange (avec l'UE notamment), et la qualité de sa main-d'œuvre en font une destination prisée pour de nombreuses industries et donc de nombreux clients potentiels pour Air Liquide. Nous observons également une évolution vers des industries à plus forte valeur ajoutée, ainsi que le développement d'un écosystème dans le domaine de l'électronique, une des activités au cœur de la stratégie du groupe Air Liquide. Ce développement devrait s'accélérer grâce aux ambitions exprimées dans « la stratégie de développement de l'industrie vietnamienne des semi-conducteurs jusqu'en 2030 et vision jusqu'en 2050 » publiée durant l'été 2024. Les engagements pris par le gouvernement vietnamien à la COP26, et les changements réglementaires en découlant depuis, ouvrent par ailleurs des perspectives intéressantes pour Air Liquide et les entreprises françaises dans le domaine de la transition énergétique.

Dans quelle mesure le développement durable est-il une composante structurante de vos activités au Vietnam ?

Air Liquide a pris des engagements forts au niveau mondial, et déclinés au Vietnam : réduire l'empreinte carbone de nos propres activités, afin de contribuer à l'ambition du groupe d'atteindre la neutralité carbone d'ici 2050. Concrètement, cela veut dire augmenter de manière significative l'utilisation de l'électricité bas carbone, optimiser nos chaînes d'approvisionnement et de distribution et améliorer l'efficacité de nos outils de production. Nous avons également pour objectif d'aider nos clients industriels à réduire leur empreinte carbone. Nous avons récemment lancé la première offre d'azote bas carbone au Vietnam, et travaillons avec un certain nombre d'industriels sur nos solutions de capture de carbone. Nous prévoyons enfin de capitaliser sur notre expertise technique pour accompagner la transition du Vietnam vers l'hydrogène.



Claire Rosseler, Managing Director « Industrial Gases » chez Air Liquide

Vietnam

Une équipe pluridisciplinaire,
à forte compétence technique,
au service des entreprises
françaises et européennes
dans leur projet d'investissement
et leur développement au Vietnam

VIETNAM, INDONÉSIE, SINGAPOUR,
INDE, CHINE, JAPON

DS Avocats
4 continents
24 bureaux
400 professionnels du droit



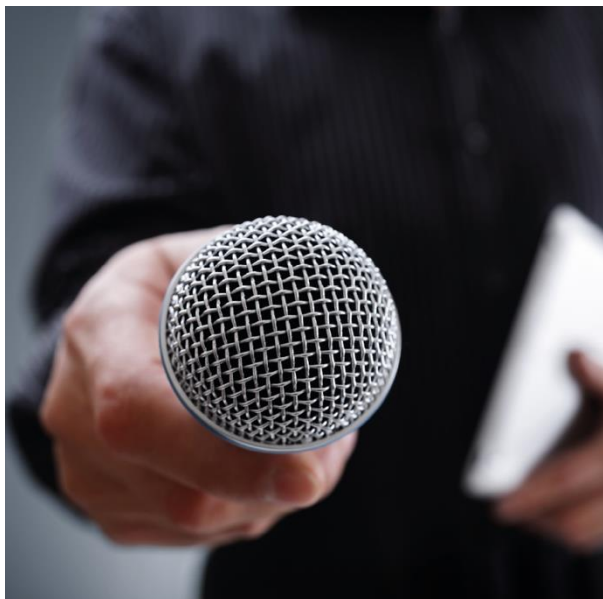
6 rue Duret, 75116 Paris
Tél.: +33 1 53 67 50 00

Unit 1601, Havana Tower, 132 Ham Nghi Street
Ben Thanh Ward, District 1
Ho Chi Minh City Vietnam
Tél.: +84 (0)2 839 10 09 17
dsavocatshochiminh@dsavocats.com

www.dsavocats.com
www.ds-savoirfaire.com



SE FAIRE CONNAÎTRE



LES PRINCIPAUX MÉDIAS

Sur les cinq dernières années, **internet** a complètement révolutionné le marketing et la communication au Vietnam : alors que la **censure** reste très présente dans les médias et que la liberté d'expression est contrôlée, les **nouvelles générations** d'actifs ont pris le parti des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Avant de communiquer, nous vous conseillons de bien définir votre **stratégie de communication** (cible, positionnement du produit, moyens) afin d'être le plus percutant possible.

- **L'explosion d'internet**

En 2023, plus de **95 % de la population urbaine** a **accès à internet** pour plus de 79 % en milieu rural. Plus de la moitié de la population urbaine (40 % pour la population rurale) se réfère aux nouvelles en ligne plutôt que celles diffusées par les médias classiques. Aujourd'hui, presque tous les journaux ont une **édition en ligne** et les plateformes d'informations les plus consultées sont *VN Express*, *24h.com.vn*, *Zing*, *Ngoisao.net* et *Dan Tri*. Ces sites se rémunèrent par des bandeaux publicitaires allant de 800 EUR/semaine à 400 EUR/jour.

Les blogs, les forums et les réseaux sociaux sont très développés au Vietnam mais aussi méthodiquement contrôlés, les fournisseurs de serveurs étant obligés d'être implantés au Vietnam et les utilisateurs devant s'enregistrer sous leur véritable nom. Le Vietnam est considéré comme un « pays ennemi d'internet » par Reporters sans frontières, mais **Facebook** est tout de même devenu **incontournable** chez les jeunes actifs vietnamiens et les bloggeurs indépendants, qui diffusent les informations, malgré un contrôle étroit et croissant. Les Vietnamiens plébiscitent aussi les réseaux sociaux, ainsi que de nombreux sites de notation de services, de produits, ou de lieux. En 2016, plus de 65 % de la population active se renseigne sur les réseaux sociaux avant de considérer tout achat, notamment de produits nouveaux.

- **L'audiovisuel, première source d'information, mais en recul**

L'audiovisuel reste la première source d'information au Vietnam, en particulier en milieu rural. Les heures de grande écoute sont de 19 heures à 21 heures et il existe 105 chaînes locales relayées par 67 opérateurs télévisés. Deux opérateurs télévisés sont publics (VTC Vietnam TV). La radio, diffusée par un seul opérateur, **la Voix du Vietnam** (VOV), est très écoutée au Vietnam, en particulier en milieu rural, par les ouvriers et les automobilistes.

Canal + est le seul groupe média à avoir réalisé une joint-venture avec la télévision publique vietnamienne VTV et à avoir créé le bouquet K+. TV5 Monde est la seule chaîne francophone payante disponible au Vietnam. Il est possible de faire de la publicité sur la télévision vietnamienne. Comptez environ 1 150 EUR pour une plage publicitaire de 30 secondes sur VTV – tarif variant en fonction de l'heure d'antenne et de l'émission concernée – et au minimum 3 800 EUR pour trois

plages de publicité par jour pendant un mois. Les émissions les plus chères sont celles de télé-réalité aux concepts achetés à l'étranger comme « Vietnam Idol », « The Face » ou encore « MasterChef », qui remportent un franc succès auprès de la population la plus jeune. Cependant, les Vietnamiens regardent de plus en plus des **vidéos** (films, séries, etc.) sur leur smartphone et de nombreuses entreprises de biens de grande consommation se tournent vers ce canal publicitaire.

- **Une presse sous contrôle mais très développée**

La presse a pour tâche de propager, construire et défendre la ligne et les politiques du parti, les lois de l'État, de renforcer le bloc d'union de l'ensemble du peuple, de protéger la patrie socialiste. Le fait de nier les réussites de la révolution, de diffamer la nation, les grandes figures et les héros du pays, calomnier et salir le prestige des agences et des organisations, est passible de sanctions.

Sous le contrôle du pouvoir central, la presse (plus de 700 titres) est un moyen au service de l'État qui a pour but de vanter les mérites et les bienfaits des politiques étatiques. Elle peut tout de même parfois se faire l'écho des luttes politiques internes au parti ou, plus récemment, le porte-parole de colères citoyennes permises par l'État (comme la pollution des eaux par Formosa). La presse étrangère (Reuters, AFP, etc.), cantonnée à Hanoï, a un rôle limité. L'Agence vietnamienne d'informations (agence de presse nationale, www.vietnamplus.com) diffuse la ligne officielle du PCV.

Les journaux sont encore très populaires au Vietnam, notamment en zone rurale. **Tuoi Tre** et **Thanh Nien** sont les deux grands quotidiens nationaux plébiscités, bien qu'originaires du Sud. Ils abordent tous les sujets et restent une référence pour de nombreux médias. À noter qu'ils servent aussi de relais à de nombreux appels d'offres publics et/ou d'entreprises semi-étatiques. Les plus gros tirages concernent les journaux **tabloïds** qui dépendent des organes policiers de Hanoï et de Hồ Chí Minh-Ville. Les principaux journaux en langue étrangère sont le quotidien anglophone **Vietnam News** (environ 40 000 exemplaires/jour) et l'hebdomadaire en français **Courrier du Vietnam** qui touche principalement une communauté d'expatriés. Le magazine *Pays Natal* édité par le Comité des Vietnamiens d'outre-mer à destination des *Viet Kieu* est disponible sur internet.

- **Presse professionnelle**

La presse économique a fait son apparition il y a plusieurs années au Vietnam à l'image de *Forbes* désormais présent au Vietnam. À destination des hommes et femmes d'affaires, entrepreneurs, fonctionnaires et économistes vietnamiens ou internationaux, la presse économique propose, chaque semaine, des versions et des suppléments en langue anglaise. Communiquer en premier lieu via ces magazines est le moyen le plus pertinent de vous faire connaître au Vietnam. Comptez entre 1 000 et 1 700 USD pour l'insertion d'une publicité couleur pleine page dans l'un de ces magazines.

Titre du journal	Parution	Tirage
Vietnam Investment Review Dau Tu Time Out (anglais et vietnamien)	Hebdomadaire 3 fois par semaine Week-end	40 000 exemplaires 40 000 exemplaires 45 000 exemplaires chacun
Vietnam Economic Times Thoi Bao Kinh Te Viet Nam	Mensuel 6 fois par semaine	30 000 exemplaires 40 000 exemplaires
Vietnam Business Forum Édition vietnamienne Édition bilingue	Hebdomadaire	De 8 000 à 10 000 exemplaires chacun
Vietnam Economic News Édition anglaise Édition vietnamienne	Hebdomadaire Bimensuel	10 000 exemplaires 10 000 exemplaires
Saigon Economic Times Saigon Times Daily Saigon times Weekly Kinh Te Saigon	Quotidien Week-end Jeudi	20 000 exemplaires 50 000 ex (anglais) et 80 000 (viet.) 30 000 exemplaires

Chaque secteur d'activité a également sa propre **revue professionnelle** rattachée au ministère compétent. La presse spécialisée (sport, mode, beauté, voyages) se développe et rencontre un grand succès, facilitant la communication BtoC (bien se renseigner à l'avance sur l'audience et la crédibilité du magazine).

FAIRE UN COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Voir ses articles et communiqués publiés dans la presse permet à une entreprise d'augmenter sa notoriété et de développer ses ventes. Être présent dans la presse dès l'implantation de la société permet aussi de rassurer le marché vietnamien et ses décideurs sur le sérieux d'une entreprise, et sa volonté d'investir à moyen-long terme. Les entreprises peuvent s'assurer de la publication de leurs nouvelles ou articles en réservant des espaces dans les médias et/ou en organisant une conférence de presse.

Au Vietnam, le **bureau Business France** peut vous aider à communiquer par le biais d'une large gamme de services, parmi lesquels :

- **Le communiqué de presse** est la prestation de base (800 à 1 000 mots) pour annoncer une information précise : événement, lancement de produits ou de services innovants. Il doit impérativement être traduit en vietnamien, et comme les journalistes se baseront uniquement sur la version vietnamienne, la traduction doit être faite et/ou validée par un professionnel de la communication. Le coût de rédaction d'un communiqué de presse bilingue varie entre 500 et 800 USD (une à deux semaines de travail d'écriture). Sans achat d'espace au préalable, l'envoi d'un communiqué de presse aux médias ne garantit pas sa publication.
- **Le dossier de presse** doit fournir les éléments d'informations clés à une sélection restreinte de journalistes travaillant pour les publications les plus prisées afin qu'ils puissent rédiger un article. Il comprend : une description complète de l'entreprise, un communiqué de presse, des photos et, si possible, des échantillons (diffusion du dossier en mains propres).
- **Le conseil média** vous aide à définir quelles sont les revues les plus adaptées à votre activité et le meilleur moyen de les aborder.

RECOURIR À UNE AGENCE DE RELATIONS PUBLIQUES

Développer durablement son activité au Vietnam demande la création d'un solide réseau professionnel entre **partenaires économiques, fonctionnaires officiels, et journalistes**. Vos interlocuteurs vietnamiens seront sensibles aux **événements exclusifs** (conférence de presse, événement particulier) où leur présence sera traditionnellement gratifiée d'un petit cadeau. Afin de s'implanter durablement au Vietnam, marché culturellement complexe, travailler avec des agences de communication établies dans le pays peut être un choix judicieux. Il est très souvent recommandé de travailler avec des agences fondées par des expatriés en partenariat avec des acteurs locaux, car cela offre le parfait équilibre entre la **compréhension des us et coutumes du pays d'accueil** et celle des enjeux d'une entreprise s'établissant dans un nouveau marché (maîtrise des **deux langues** et la connaissance des **deux cultures**). Les médias vietnamiens apprécient d'autant plus une entreprise faisant preuve de considération pour le **particularisme du marché vietnamien**.

Une agence vous permettra également **d'adapter les outils de communication** à mettre en place (brochures, sites internet, événements promotionnels, communiqués de presse, etc.). Leurs coûts varient selon la taille du projet et la qualité du cahier des charges fourni par l'entreprise. Pour un meilleur suivi de la stratégie de communication sur le long terme, il est préférable de travailler **en partenariat** avec une agence sur un délai de six mois à un an. Il faut compter un délai de deux à trois mois pour l'élaboration d'une stratégie de communication complète (conseil média, angles éditoriaux, développement d'un dossier de presse, etc.).

Vous pouvez également avoir recours aux agences pour des **demandes ponctuelles**

telles que des événements de promotion, pour lesquels il est conseillé de procéder par appel d'offres. Les partenaires vietnamiens apprécient particulièrement de tels événements, car ils créent un lien émotionnel plus fort. Les prestations de qualité représentent un certain coût qui dépend de la complexité de l'événement. Il faut compter **entre 25 000 EUR et 40 000 EUR** pour l'organisation d'un événement de 200 personnes avec dîner et animations. Le retour sur investissement de tels événements se fait en deux temps : une plus grande sympathie immédiate pour l'entreprise, ses produits et services ; et une **prospection facilitée** au cours des trois à six mois suivants l'événement.

POUR RÉUSSIR

**Persévérance
et congruence sont
des facteurs-clés
de réussite dans
le pays.**



Benjamin Poirrier, fondateur et DG
de Prodima Vietnam

L'ESSENTIEL

- ▶ La loi sur la cybersécurité, entrée en vigueur en janvier 2019, restreint largement les libertés sur les réseaux sociaux.
- ▶ Le communiqué de presse est le meilleur moyen pour vous faire connaître. Il doit impérativement être traduit en vietnamien et validée par un professionnel de la communication. Comptez entre 500 et 800 USD pour sa rédaction.
- ▶ Les cocktails de networking sont également un très bon moyen pour vous faire connaître et rencontrer des expatriés et des professionnels locaux.
- ▶ Le Vietnam nécessite un réseau professionnel solide (journalistes, fonctionnaires, chefs d'entreprise). N'hésitez pas à recourir à une agence de relations publiques afin d'adapter votre communication au Vietnam.
- ▶ Les relations se fondent sur la durée au Vietnam : l'humilité, la patience, la persévérance et le suivi de la relation d'affaires seront vos meilleurs atouts.

TÉMOIGNAGE



Benjamin Poirrier, fondateur et DG l'agence de relations publiques Prodima Vietnam



De nombreuses options s'offrent à vous sur le marché vietnamien. Il faut cependant différencier les **agences de relations publiques traditionnelles** des **agences spécialisées en ligne**.

Les premières proposent des solutions comprenant **des publications sur des magazines ou journaux papiers, de l'événementiel, des publicités à la télévision ou à la radio, ou des panneaux d'affichage dans les rues ou les ascenseurs**. Les secondes se concentrent sur les **campagnes digitales** (création de sites web ou applications mobiles, publicités sur les moteurs de recherche type Google ou réseaux sociaux, influenceurs locaux, courriels, SEO (Search Engine Optimization), campagnes de presse avec articles et bannières digitales). Rare sont les agences proposant tous ces services à la fois, car même les plus réputées délèguent ces tâches à d'autres prestataires extérieurs, ce qui peut rapidement faire grimper la facture. Il est recommandé de travailler avec des **agences réputées** plutôt qu'avec des consultants indépendants qui manquent très souvent de savoir-faire (de même pour les agences spécialisées dans les visuels, bien souvent incapables de lancer des campagnes de relations publiques).

Le choix des activités promotionnelles de votre entreprise dépend de votre **plan marketing**, mais aussi de vos **partenaires**. Vous constaterez que les Vietnamiens d'un certain âge privilégient le plus souvent les campagnes traditionnelles tandis que les plus jeunes opteront davantage pour les solutions internet. Il faut aussi noter que, concernant ces dernières, la législation locale est encore assez peu claire, ce qui peut impliquer des difficultés au moment de la signature des contrats voire durant les campagnes. Un **partenaire connaisseur du marché vietnamien** semble essentiel pour garantir le succès de vos publicités. De même, il existe des **restrictions typiques du Vietnam** : seule une entité locale peut par exemple bénéficier de toutes les options publicitaires de la plateforme Zalo, sur laquelle de nombreuses entreprises étrangères souhaitent pourtant améliorer leur visibilité.

— TÉMOIGNAGE (suite)

La **langue vietnamienne** est **indispensable** pour l'essentiel des campagnes de relations publiques. L'anglais est de plus en plus parlé, mais ne résonne toujours pas de manière significative auprès de la population locale. Si les marques étrangères bénéficient d'une attention particulière, un effort de langue et de culture reste primordial. Il ne faut jamais traduire du contenu anglais en vietnamien via des outils de traduction. Comptez **toujours** sur un **traducteur local humain**. De même, votre service client doit être effectué en vietnamien. À savoir que les Vietnamiens utilisent énormément leur **téléphone** pour contacter les entreprises avant d'effectuer un achat ou de se décider sur un service. Les échanges par courriel ne sont jamais privilégiés. D'où la nécessité de travailler avec un partenaire local.

Si le gouvernement s'efforce de réduire l'utilisation des billets de banque, les **transactions en ligne** restent **marginales** à l'échelle du pays. La plupart des entreprises entrant sur le marché vietnamien s'étonnent de constater que les locaux ne payent pas en ligne, mais « à la réception » en **liquide**. C'est un trait de la culture qu'il faut connaître, notamment si l'on souhaite investir dans des campagnes invitant l'utilisateur à effectuer un paiement par internet (chose qu'il faut donc éviter au Vietnam car cela fonctionne mal). En règle générale, les Vietnamiens sont beaucoup plus frileux que les autres pays pour partager leurs informations en ligne, pour des raisons multiples (culture, gouvernement, anonymat, arnaques).

Une campagne traditionnelle coûtera toujours plus cher qu'une action digitale ciblée, mais elle sera aussi plus simple à mettre en place, car elle nécessite moins de compétences. Si l'entreprise est prête à investir, nombreuses seront les agences disponibles pour lancer cette campagne. Les tarifs varient énormément et peuvent être discriminatoires. Les **agences traditionnelles** locales possèdent souvent des documents de vente avec des prix différents selon la nationalité du client. Il est conseillé de négocier via un partenaire vietnamien qui saura éviter ces embûches. Les **agences digitales** de qualité sont plus rares, car le travail nécessite des compétences encore relativement nouvelles et assez peu enseignées dans le pays. En revanche, les tarifs sont beaucoup plus transparents. Les frais d'agence tournent autour de 15 % du budget média net pour les campagnes de publicité en ligne.

Le **retour sur investissement** des agences de relations publiques est relativement **immédiat**, l'audience vietnamienne se montrant très réactive aux campagnes promotionnelles. Quelle que soit l'activité lancée (traditionnelle ou en ligne), il faut s'attendre à des **retombées rapides**. Mais ces flammes s'éteignent tout aussi rapidement qu'elles s'allument, et il ne faut pas espérer bénéficier d'une visibilité permanente si l'activité promotionnelle était ponctuelle. Le Vietnam est un marché extrêmement dynamique, changeant et s'adaptant rapidement. Selon votre secteur, les concurrents peuvent apparaître en l'espace de quelques semaines. **Persévérance** et **congruence** sont des **facteurs-clé de réussite** dans le pays.

**Benjamin Poirrier, fondateur et DG l'agence
de relations publiques Prodima Vietnam**



SE FAIRE PAYER



MOYENS ET DÉLAIS DE PAIEMENT

- **Normes comptables vietnamiennes**

Toute société enregistrée au Vietnam est tenue d'établir des états financiers sur la base des **normes comptables vietnamiennes** (Vietnamese Accounting Standards, VAS). C'est l'application même de ces normes qui permettra de déterminer le résultat comptable de la société servant lui-même de base pour le calcul du résultat fiscal.

L'utilisation d'une méthode n'entrant pas dans le champ d'application des VAS doit être expressément demandée auprès du ministère des Finances qui en est l'organe prescripteur. S'agissant des normes internationales dites « IFRS », le ministère des Finances vietnamien a élaboré une feuille de route pour l'adoption progressive des normes IFRS (International Financial Reporting Standards) et le développement des Vietnam Financial Reporting Standards (VFRS), une adaptation locale des IFRS. Cette transition, actuellement en phase pilote jusqu'en 2025, prévoit l'adoption obligatoire des IFRS ou des VFRS par différentes catégories d'entreprises à partir de 2025.

- **États financiers**

Dans le système comptable vietnamien, les états financiers se composent principalement d'un bilan, d'un compte de résultat, ainsi que d'un tableau des flux de trésorerie accompagnés des notes et annexes afférentes. À noter que le plan de comptes n'est pas libre et doit être conforme au plan comptable général. Selon le secteur d'activité, des rapports spécifiques peuvent être requis (en langue vietnamienne).

- **Devise de comptabilité**

La monnaie de présentation des états financiers est le dong vietnamien, sauf autorisation du ministère des Finances de présenter leurs états financiers dans la monnaie fonctionnelle. Un rapport financier présenté en devise devra tout de même faire l'objet d'une conversion en dong vietnamien sur la base du taux de change interbancaire communiqué par la Banque centrale vietnamienne en date de clôture.

- **Année fiscale**

Certaines opérations de financement intragroupes doivent faire l'objet d'une déclaration auprès de la Banque centrale vietnamienne (ex : prêts octroyés à une société). L'exercice comptable est calqué sur la période fiscale retenue (1^{er} janvier au 31 décembre). Pour les sociétés nouvellement

créées, lorsque le premier exercice ne dépasse pas quatre-vingt-dix jours, il peut être associé à l'exercice suivant.

- **Personnel comptable**

Les sociétés sont tenues d'employer un chef comptable satisfaisant aux critères et conditions définis par la loi comptable. Une personne étrangère peut être nommée directeur comptable d'une entreprise sous réserve qu'il/elle satisfasse aux conditions requises et soit titulaire d'un certificat reconnu par le ministère des Finances.

- **Audit**

Lors de la clôture comptable, toute société à capitaux étrangers a l'obligation de soumettre ses états financiers à un audit légal. La nomination du commissaire aux comptes est libre dans la mesure où celui-ci est répertorié auprès de l'association vietnamienne des commissaires aux comptes. Une fois émis, le rapport d'audit doit ensuite faire l'objet d'un dépôt auprès de l'administration fiscale, du ministère des Finances et du bureau des Statistiques dans les quatre-vingt-dix jours qui suivent la clôture de l'exercice comptable. La société pourra alors procéder à une distribution de dividendes sous réserve qu'elle en notifie les autorités fiscales au moins sept jours avant, et que sa situation nette comptable soit positive. Nonobstant la signature du rapport d'audit, la conservation de l'intégralité de la documentation comptable sur les dix années suivant l'exercice clôturé s'avère nécessaire en cas de **contrôle de la part des autorités fiscales**.

- **Moyens de paiement**

Le Vietnam cherche à se tourner vers une économie à 90 % orientée vers les **paiements sans espèces**. Le gouvernement met ainsi tout en œuvre pour qu'au moins 70 % des citoyens, âgés de 15 ans ou plus, disposent d'un **compte bancaire**. Afin de garantir une **meilleure stabilité économique** et promouvoir le système bancaire de demain, tous les acteurs majeurs **vietnamiens incitent les banques d'État et commerciales à se restructurer** afin d'attirer davantage d'actionnaires.

- **Comptes bancaires**

Afin d'exercer une quelconque activité sur le sol vietnamien, toute entreprise doit impérativement ouvrir un **compte libellé en devise locale (Vietnamese Dong, VND)**. En fonction de la nature de ses activités, cette dernière peut également disposer d'un compte libellé en **devises étrangères**.

- **Contrôle de l'utilisation des devises étrangères**

Il n'est possible d'effectuer des **transactions en devises étrangères** que pour le versement et/ou paiement concernant l'achat et/ou la vente de biens et de services, avec un prestataire en dehors du Vietnam. Le remboursement d'intérêts et de prêts contractés à l'étranger, mais également le paiement des salaires et prestations sociales aux employés expatriés, en devises étrangères sont autorisés. Toute autre transaction entre résidents vietnamiens est obligatoirement réalisée en devise locale (VND).

Le virement SWIFT

Concernant les transferts bancaires internationaux, le virement SWIFT se présente comme le moyen de paiement le plus rapide et le plus économique.

La lettre de crédit

La « lettre de crédit », ou **crédit documentaire**, est une opération par laquelle une banque s'engage pour le compte de son client importateur à régler à un tiers exportateur dans un délai spécifique, via une banque intermédiaire, un montant déterminé contre la remise de documents strictement conformes justifiant la valeur et l'expédition/réalisation de marchandises et/ou de services.

La **lettre de crédit irrévocable** est assez aisée à obtenir pour des sociétés bien établies, mais cette démarche est moins facile pour les sociétés de taille plus modeste. Dans la lettre de crédit vietnamienne, la banque ne fait pas crédit à l'entreprise. La banque n'ouvrira la lettre de crédit que si la société a effectivement une somme correspondante sur ses comptes (alors qu'en France l'ouverture de la lettre de crédit peut se faire en fonction de la notoriété et de la crédibilité de l'entreprise). Il conviendra également de vérifier que la banque émettrice de la lettre de crédit est située à Hanoï ou à Hô Chi Minh-Ville.

La caution

La caution n'est pas répandue au Vietnam, bien que nous la recommandions dans le cas d'une **importation de produits français pour le compte d'une entité vietnamienne**. Avant toute utilisation, il conviendra de **négoier** et d'obtenir de la personne en charge une provision, dans le but d'éviter tout litige potentiel.

La domiciliation des paiements

Si des courants d'affaires réguliers sont entretenus avec un ou plusieurs partenaires commerciaux sur un même pays, il est possible d'avoir recours au compte centralisateur. Il s'agit d'un compte bancaire sur lequel sont enregistrés les règlements effectués par les acheteurs qui sera ouvert dans une banque locale (vietnamienne ou étrangère). Les sommes encaissées peuvent être périodiquement rapatriées en France.

- **Domiciliation des paiements**

Si des courants d'affaires réguliers sont entretenus avec un ou plusieurs partenaires commerciaux sur un même pays, il est possible d'avoir recours au compte centralisateur. Il s'agit d'un compte bancaire sur lequel sont enregistrés les règlements effectués par les acheteurs qui sera ouvert dans une banque locale (vietnamienne ou étrangère). Les sommes encaissées peuvent être périodiquement rapatriées en France.

- **Transfert des bénéfices**

Après s'être acquittée de toutes ses obligations fiscales et financières à l'égard des autorités locales, toute société à capitaux étrangers dispose d'un **droit de transfert de ses bénéfices après impôts**. Conformément à la loi sur l'investissement de 2014, la taxe sur les transferts de bénéfices à l'étranger a été **supprimée**. Tout investisseur impliqué doit cependant informer l'administration vietnamienne, sept jours ouvrés avant le début de la procédure. Si l'investisseur est une personne morale, le transfert n'est assujéti à aucune taxe supplémentaire. En revanche, si l'investisseur est une personne physique, ce dernier est soumis à l'impôt sur le revenu. (*En accord avec l'article 25 de la circulaire 111/2013/TT-BTC*).

- **Délais de paiement**

En règle générale, le délai de paiement n'excède jamais les **quatre-vingt-dix jours**. Bien qu'il n'existe aucune législation limitant les délais de règlement, il est possible d'obtenir des garanties

bancaires. En fonction de la réputation de l'entreprise concernée, la procédure peut durer jusqu'à une semaine pour un coût mensuel approximatif situé entre **0,04 et 0,1 %**. In fine, une fois le **contrat commercial clairement défini et approuvé** par les parties, nous recommandons fortement de **négocier et d'exiger des acomptes** usuellement versés lors de la commande.

LITIGES, IMPAYÉS ET RECouvreMENT

En cas de non-paiement, passé le délai de paiement négocié, et après une série de relances écrites et téléphoniques demeurées infructueuses, il convient d'envoyer **une lettre de mise en demeure par courrier recommandé** indiquant le point de départ du taux d'intérêt appliqué à la somme en jeu. En pratique, la négociation est largement utilisée, ainsi que le recours à la médiation, afin de parvenir à un accord à l'amiable. Les « pressions » via des relations d'affaires communes peuvent jouer un rôle significatif, dans la mesure où les entreprises au Vietnam sont très attachées à leur notoriété.

Si toutes les voies amiables ont été épuisées sans résultat et que la mise en demeure ne produit pas d'effet, il faut alors se tourner vers **le tribunal compétent**.

Le **recours à l'arbitrage** est également une possibilité s'il en a été convenu ainsi entre les parties dans le contrat commercial ou que l'une des parties a la qualité de commerçant. Les garanties envisageables par anticipation peuvent consister en une fixation des échéances par avance dans le contrat.

En cas de litige, c'est la **loi locale** qui s'applique de manière impérative en matière de droit des sociétés ou de droit du travail. Pour les contrats dans d'autres domaines, le droit français (ou autre) pourra s'appliquer si le contrat le prévoit et à condition qu'il comporte un élément d'extranéité tel que défini par le Code civil de 2015, entré en vigueur le 1^{er} janvier 2017. Les litiges commerciaux avec des commerçants étrangers sont réglés devant les tribunaux vietnamiens, sauf convention contraire des parties (arbitrage local ou à l'étranger mais qui nécessitera un exequatur) ou disposition contraire d'un traité international auquel la République socialiste du Vietnam est partie ou a adhéré.

La profession **d'huissier de justice** – profession relativement récente au Vietnam – constitue un outil supplémentaire dans le recouvrement des créances. Initialement testée dans le cadre d'un projet pilote à Hô Chi Minh-Ville depuis 2013, elle s'est exercée dans l'ensemble du pays à partir du 1^{er} janvier 2016 selon la résolution n°107/2015/QH13 en date du 26 novembre 2015 de l'Assemblée nationale.

TÉMOIGNAGE



Rémi Nguyen, directeur général de MLR Advisory, cabinet de conseil en stratégie et gestion des risques



En tant que cabinet d'expertise comptable au Vietnam, nous observons que certaines problématiques financières et réglementaires exigent une attention toute particulière pour assurer des transactions sécurisées et conformes aux exigences locales.

Tout d'abord, les frais bancaires associés aux transferts internationaux peuvent varier sensiblement entre les établissements financiers. Des coûts imprévus peuvent survenir, en particulier pour les virements entre devises, ce qui nécessite une comparaison rigoureuse des options disponibles. Pour éviter tout obstacle administratif ou retard de paiement, chaque transfert doit également être accompagné de la documentation requise par la Banque d'État du Vietnam, garantissant ainsi le respect des réglementations en vigueur.

Les fluctuations des taux de change représentent également un risque pour les transactions transfrontalières, impactant directement les paiements. Dans le cas d'investissements conséquents, des options de couverture peuvent être envisagées, et il est recommandé de planifier les transferts en période de stabilité relative pour limiter les effets de ces variations.

Enfin, la préparation et la vérification rigoureuse des contrats et des factures sont primordiales pour garantir la conformité. Avant tout paiement, il est essentiel de s'assurer que les contrats respectent les législations des deux pays. Chaque document doit se conformer aux pratiques locales, assurant transparence et exactitude des montants et services définis.



Rémi Nguyen, directeur général de MLR Advisory, cabinet de conseil en stratégie et gestion des risques

L'ESSENTIEL

- ▶ Le virement SWIFT et le crédit documentaire sont les moyens de paiement les plus utilisés.
- ▶ La comptabilité doit se faire en vietnamien et respecter les normes comptables vietnamiennes.
- ▶ Le contrat commercial doit être bien rédigé, clair et complet. Il est impératif de s'assurer que la version vietnamienne du contrat corresponde à la version française ou anglaise et est aussi précise.
- ▶ Le contrat commercial doit prévoir les modalités de résolution du litige commercial (juridictions compétentes, loi applicable, recours à l'arbitrage).
- ▶ La profession d'huissier de justice qui s'exerce non seulement à Hô Chi Minh-Ville, mais aussi sur l'ensemble du territoire vietnamien constitue un outil supplémentaire dans le recouvrement des créances.
- ▶ Lorsqu'il y a un début de conflit avéré, il est préférable que le conflit soit géré par des professionnels établis au Vietnam ayant de l'expérience dans la législation, dans les us et coutumes locaux afin d'éviter les faux pas et une perte de temps, en se laissant abuser par le partenaire vietnamien qui cherchera toujours à gagner du temps et épuiser la partie étrangère.

A PROPOS DE NOUS

La mission principale de la CCIFV est de promouvoir les communautés d'affaires françaises et vietnamiennes et de soutenir les entreprises dans leur développement. La CCIFV fait partie du réseau mondial des Chambres de Commerce et d'Industrie France International (CCI France International).



95

Pays

120

Chambres

35 500

Membres dans le monde

Représentant de



Business Support on Four Continents

Partenaire de



NOTRE COMMUNAUTÉ D'AFFAIRES



COMMUNICATION & EVENEMENTS

- + 80 événements
- + 5 000 participants
- 6 500 abonnés à nos newsletters
- + 15 000 abonnés sur nos réseaux sociaux



COMITES SECTORIELLES

- Agrofood
- Construction
- Santé
- Luxe
- Tech & Innovation
- Esg Task Force
- Ressources Humaines

NOS SERVICES AUX ENTREPRISES

La CCIFV offre une gamme complète de services pour aider à lancer, développer et internationaliser votre activité.



SOUTIEN AUX ENTREPRISES

- Études de marché
- Études de mise en œuvre et missions de prospection
- Veille économique



SALONS

- Exposants
- Visiteurs



CRÉATION DE STRUCTURE JURIDIQUE

- Avec des partenaires certifiés



FORMATION ET RECRUTEMENT

- 1 000 profils de candidats qualifiés
- +40 cours de formation et +10 coachs et formateurs



CLUB EXPORT



DOMICILIATION ET SOUTIEN ADMINISTRATIF

- Hồ Chí Minh-Ville et Hanoi
- 30 espaces de travail



PROGRAMME ACCELERATEUR



L'ENREGISTREMENT D'UN DROIT DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Les droits de propriété industrielle dépendent du ministère des Sciences et Technologies et de l'Office national de la propriété intellectuelle (ONPI), chargé de délivrer et de protéger les brevets, les dessins et modèles industriels, les marques commerciales, le nom commercial, les indications géographiques, les secrets commerciaux et les topographies de circuits intégrés.

• Pièces à joindre au dossier

L'enregistrement d'un droit de propriété industrielle nécessite l'envoi d'un dossier de demande de protection à l'ONPI, accompagné des pièces suivantes (produites en **langue vietnamienne**) :

- Formulaire d'enregistrement de l'invention, du dessin ou du modèle industriel, de la marque, de l'indication géographique ;
- Des documents, des échantillons et des informations permettant d'identifier le demandeur ainsi que l'invention, le dessin, le modèle industriel, la marque, l'indication géographique ;
- Éventuellement, le pouvoir établi à l'avocat, lorsque le dossier est présenté par un conseil (le mandat de l'avocat n'est pas présumé au Vietnam) ;
- Des documents prouvant les droits de la personne à protéger l'invention, la marque, le dessin ou modèle ;
- Des documents prouvant le droit de priorité lorsque tel est le cas ;
- Le paiement des frais et honoraires.

Récapitulatif de l'enregistrement des droits de propriété

Objet	Durée moyenne d'enregistrement	Coût global incluant toutes les étapes ¹	Durée de la protection (à compter de la demande d'enregistrement)
Brevet d'invention	De 30 à 40 mois	3 200 USD	20 ans
Marque	De 12 à 15 mois	2 200 USD	10 ans, renouvelable
Dessins et modèles industriels	15 mois	150 USD	5 ans, renouvelable 2 fois pour 5 ans
Droits d'auteurs	15 jours		De 75 à 100 ans
Transfert de technologie	15 jours	De 480 à 730 USD selon la valeur du contrat	7 ans

Source : Fidal Asiatorneys

LA PROCÉDURE EN CAS DE VIOLATION DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Préalablement à toute action légale devant les autorités administratives ou judiciaires, la personne qui présume une infraction contre ses droits de propriété intellectuelle enverra au contrefaisant présumé **une lettre recommandée avec accusé de réception**, comportant signature manuscrite et sceau (tampon) de la société.

• Procédure de contrôle aux frontières

Conformément aux engagements des aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce dans le cadre de l'OMC, la loi douanière prévoit la suspension des procédures douanières quant aux marchandises exportées et importées qui nécessitent la protection des droits de propriété intellectuelle. Par voie de conséquence, le titulaire de droits de propriété intellectuelle conformément à la législation vietnamienne peut faire une requête auprès du bureau de douane afin de suspendre les procédures douanières applicables aux marchandises importées et exportées, le cas échéant.

Dans l'hypothèse où les produits violent les droits de propriété intellectuelle et que le demandeur voudrait mettre fin aux procédures douanières, celui-ci doit déposer une demande au bureau des douanes, et fournir la preuve s'agissant de ses droits légaux de propriété intellectuelle qui sont protégés par la loi. Dans le même temps, le demandeur doit verser un dépôt de garantie pour garantir une indemnisation au cas où leur demande de suspension du dédouanement ne serait pas correcte. Si le demandeur satisfait aux conditions susmentionnées, le bureau de douane examinera et rendra une décision de suspension des procédures douanières concernant les marchandises importées et exportées. Le délai de suspension des procédures douanières est de dix jours ouvrable à compter de la décision du bureau de douane (prolongeable de vingt jours ouvrable maximum si raison valable). Toutefois celui-ci devra payer une somme supplémentaire ou la somme stipulée dans le dépôt de garantie.

Le délai d'application des mesures de contrôle et de surveillance sur la douane des marchandises, nécessitant la protection des droits de propriété intellectuelle est de deux ans à compter du jour où le service des douanes accepte la demande du titulaire des droits de propriété intellectuelle. Ce délai peut être prolongé de deux ans, mais ne doit pas excéder la durée de protection de l'objet de la propriété intellectuelle concerné, conformément à la loi sur la propriété intellectuelle.

- **Procédure administrative**

Le Vietnam reconnaît un **droit de priorité** : chaque créateur d'un État membre ayant procédé à un dépôt de marque dans l'un des pays de l'union bénéficie d'un droit de priorité de six mois pour déposer sa marque dans un autre État membre de la convention.

Signe **distinctif facilement identifiable utilisable dans le commerce des biens et des services**, la marque est composée de formes, de lettres, d'images, d'images 3D ou d'une combinaison de ces éléments, présentée en une ou plusieurs couleurs.

Le dossier de demande de protection d'une marque doit comprendre deux parties : (1) documents, échantillons, informations permettant d'identifier la marque à protéger et (2) dispositions réglementant l'usage collectif de la marque (critères pour devenir membre de l'organisation collective, listes des organisations ou des individus autorisés à utiliser la marque) dans le cas d'enregistrement des marques collectives.

La marque doit être décrite de manière à **clarifier** les éléments la composant (retranscription et traduction en vietnamien des mots ou phrases). En cas de demande de protection de la couleur de la marque, il faut indiquer la couleur et son nom. Les propriétaires d'une marque ont l'obligation de **l'utiliser de manière continue** (droit de propriété anéanti si inutilisée plus de cinq années consécutives).

LES BREVETS

Le Vietnam est **signataire du traité** sur la coopération en matière de brevet qui permet de demander la protection d'un brevet simultanément dans un grand nombre de pays en déposant une demande internationale de brevet. Le déposant dispose d'un délai de trente mois après le dépôt initial dans un pays pour demander l'extension de l'enregistrement dans les autres pays (trente-et-un mois pour le Vietnam). Pour obtenir un « brevet d'invention », l'invention doit être une **solution technique nouvelle, inventive et applicable dans les domaines industriels**.

La demande doit être déposée à l'**Office national de la propriété intellectuelle** (ONPI). Une fois l'enquête préliminaire réalisée et le dépôt de la demande accepté, l'Office publie la demande de protection dans la *Gazette de la propriété industrielle* (PI). Une enquête et évaluation plus importante peuvent être menées à la demande du déposant ou d'une partie tierce afin de déterminer la brevetabilité de l'invention et le champ d'application de la protection.

Une solution technique peut être protégée par un « brevet de solution utilitaire ». La solution n'a alors pas besoin d'être inventive : elle devra être nouvelle, et être plus que de la connaissance générale commune (durée de protection maximum de dix ans).

LES MARQUES

Le Vietnam reconnaît un **droit de priorité** : chaque créateur d'un État membre ayant procédé à un dépôt de marque dans l'un des pays de l'union bénéficie d'un droit de priorité de six mois pour déposer sa marque dans un autre État membre de la convention.

POUR RÉUSSIR

En matière de propriété intellectuelle, les maîtres-mots sont préparation et anticipation.



Fabrice Perrono, conseiller régional en PI pour l'ASEAN, représentant INPI

Signe **distinctif** **facilement identifiable** **utilisable dans le commerce des biens et des services**, la marque est composée de formes, de lettres, d'images, d'images 3D ou d'une combinaison de ces éléments, présentée en une ou plusieurs couleurs.

Le dossier de demande de protection d'une marque doit comprendre deux parties : (1) documents, échantillons, informations permettant d'identifier la marque à protéger et (2) dispositions réglementant l'usage collectif de la marque (critères pour devenir membre de l'organisation collective, listes des organisations ou des individus autorisés à utiliser la marque) dans le cas d'enregistrement des marques collectives.

La marque doit être décrite de manière à **clarifier** les éléments la composant (retranscription et traduction en vietnamien des mots ou phrases). En cas de demande de protection de la couleur de la marque, il faut indiquer la couleur et son nom. Les propriétaires d'une marque ont l'obligation de **l'utiliser de manière continue** (droit de propriété anéanti si inutilisée plus de cinq années consécutives).

LES DESSINS ET MODÈLES

Le **modèle industriel** est l'apparence d'un produit, composée de lignes, de formes tridimensionnelles, de couleurs et la combinaison de cet ensemble, qui doit être nouvelle, créative et être utilisable pour fabriquer des produits industriels.

Les **droits moraux de l'auteur** comprennent le droit de revendiquer la paternité de l'invention ou du dessin ainsi que le droit d'être cité comme auteur de l'invention ou du dessin dans des documents dans lesquels l'invention (ou le dessin) est reproduite. Les droits patrimoniaux de l'auteur sont les droits de percevoir une rémunération.

LES DROITS D'AUTEURS

Ce sont les droits moraux et patrimoniaux relatifs aux œuvres littéraires, artistiques et scientifiques originales (y sont inclus les logiciels). L'utilisation des œuvres déjà rendues publiques ne nécessite pas d'autorisation spécifique, mais son auteur a le droit d'obtenir une rémunération convenable. Un **auteur** peut être une **personne physique vietnamienne ou étrangère** (en droit vietnamien, une personne morale n'est pas reconnue comme auteur, elle est reconnue comme le détenteur des droits d'auteur), dont le travail est rendu public pour la première fois au Vietnam et qui n'a pas encore été reconnu à l'étranger ou qui est rendu public simultanément au Vietnam et à l'étranger. Il peut également s'agir d'un travail reconnu comme protégé par un des traités internationaux auxquels le Vietnam adhère. Respectant ses engagements internationaux, le Vietnam a prévu que les droits moraux du droit d'auteur (excepté le droit de divulgation) soient protégés pour une durée illimitée.

L'ESSENTIEL

- ▶ La contrefaçon et la propriété intellectuelle sont des sujets de préoccupation au Vietnam.
- ▶ L'Office national de la propriété intellectuelle (ONPI) est l'organisme compétent pour l'enregistrement des brevets, des marques, des dessins et des modèles industriels.
- ▶ Le coût d'enregistrement d'un brevet est d'environ 3 200 USD, auquel il convient d'ajouter les honoraires du cabinet de conseil en protection intellectuelle qui varient entre 800 et 1 500 USD.
- ▶ Le coût d'enregistrement d'une marque est d'environ 2 200 USD, auquel il convient d'ajouter les honoraires du cabinet de conseil en protection intellectuelle qui varient entre 800 et 1 500 USD.
- ▶ Les victimes d'une violation de propriété intellectuelle peuvent opter pour la voie administrative (plus rapide mais ne compense pas les dommages du préjudice subi) ou la voie judiciaire (deux ans d'attente mais il est possible de demander une injonction ou des mesures provisoires).

— TÉMOIGNAGE



Fabrice Perrono, conseiller régional en PI pour l'ASEAN, représentant INPI



Pourquoi dois-je m'intéresser à la propriété intellectuelle (PI) ?

Il convient de s'intéresser à cette question de la PI non seulement pour se protéger mais aussi, et *a minima*, pour s'assurer de ne pas se mettre en situation de risques vis-à-vis de droits antérieurs qui existeraient dans ce pays, en s'assurant qu'en proposant un produit ou un service sur ce marché, votre entreprise ne soit pas contrefactrice sans le savoir.

Étudiez donc de quelle manière et quels outils vous pourriez utiliser pour vous protéger au mieux : pour pouvoir défendre ses droits, il y a des actions à entreprendre (dépôt de demandes de brevets, de marques et de dessins et modèles).

Quand faut-il s'intéresser à cette question de la propriété intellectuelle ?

En matière de PI, les maîtres-mots sont préparation et anticipation. Il est impératif au Vietnam de s'intéresser au plus tôt à ces questions afin d'adopter les bons réflexes et prendre les bonnes dispositions au bon moment. Malgré d'importantes similarités entre les systèmes de PI des différents pays, les spécificités locales demeurent non négligeables, d'où l'importance de s'appuyer sur un conseil local ou un conseil français avec un partenaire local.

Dois-je investir dans la propriété intellectuelle dans un pays comme le Vietnam ?

Bien que la loi en matière de PI ait progressé et continue de s'améliorer pour atteindre des standards internationaux, c'est dans la phase d'application des droits que des difficultés peuvent apparaître, notamment pour se défendre face à des imitations ou copies de ses produits : disposer de preuves d'une propriété intellectuelle n'est pas une garantie à 100 % de réussite, mais c'est en tout cas une condition nécessaire à l'engagement d'une action en contrefaçon. Pour en savoir plus et pour connaître les aides de l'INPI, voici le contact de proximité en Asie du Sud-Est basé à Singapour : singapour@inpi.fr



**Fabrice Perrono, conseiller régional en PI pour l'ASEAN
Représentant de l'Institut national pour la propriété
intellectuelle (INPI)**

AIDES ET APPUIS

BUSINESS FRANCE AU VIETNAM



Business France a une mission claire : propulser l'audace entrepreneuriale française en France et dans le monde. Grâce à notre réseau de plus de 1 400 collaborateurs en France et dans le monde, nous accompagnons pas à pas les entreprises françaises à l'export, nous apportons conseils, informations cruciales sur les marchés et un accès à des partenaires fiables. Nous valorisons aussi la France auprès des investisseurs étrangers, facilitant leur implantation.

En parallèle, nous promouvons le Volontariat International en Entreprise (V.I.E), une expérience unique pour les jeunes talents à l'étranger.

Aux côtés de CCI France et Bpifrance, nous formons la Team France Export, en soutien aux territoires et à leur tissu entrepreneurial dans leur conquête des marchés internationaux. Ensemble, portons haut les couleurs du business à la française dans le monde !

L'AGENCE FRANÇAISE ANTICORRUPTION



Depuis une dizaine d'années, la France s'est dotée d'outils de lutte contre les atteintes à la probité lui permettant d'être aujourd'hui à la hauteur des meilleurs standards internationaux en la matière. L'Agence Française Anticorruption – AFA, créée par la loi Sapin II de 2016², est notamment chargée d'aider les entreprises et les acteurs publics à prévenir et détecter les faits de corruption.

En 2020, 95 % des grandes entreprises et 50 % des petites entreprises en France³ déclaraient avoir déployé des mesures anticorruptions. En effet, même si les petites entreprises n'ont pas d'obligation légale de mettre en place un tel dispositif, elles y ont intérêt et sont de plus en plus nombreuses à le faire, depuis la loi Sapin II.

Cela leur permet, tant en France qu'à l'étranger :

- De se positionner de façon favorable auprès de leurs clients ;
- D'augmenter les chances d'obtenir des financements ;
- De préserver leur réputation ;
- D'améliorer leur gestion.

Ces mesures permettent de sécuriser leur performance dans un environnement économique concurrentiel où probité et éthique occupent une place de plus en plus importante. Afin d'aider les PME-PMI à mettre en place un dispositif, l'AFA a publié un [guide pratique anticorruption](#).

Lors de son développement à l'international, l'entreprise peut avoir à faire face à des pratiques contraires à l'éthique mais courantes dans certains pays : paiement de faveurs pour favoriser la

² [Loi 2016-1691 du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique](#)

³ [Diagnostic national sur les dispositifs anticorruption dans les entreprises françaises](#)

conclusion d'une affaire avec un client, ou pour obtenir le traitement prioritaire d'un dossier auprès de l'administration, etc. Distinguer « la voie raisonnable » pour se développer à l'export et les pratiques relevant de la corruption n'est pas toujours aisée. En cas de question, les experts de l'AFA sont à votre disposition : afa@afa.gouv.fr. N'hésitez pas à les contacter.

BPIFRANCE



- **BpiFrance : faciliter l'activité de prospection**

Bpifrance, banque publique d'investissement, accompagne les entreprises, de l'amorçage jusqu'à la cotation en bourse, en crédit, en garantie et en fonds propres. Bpifrance assure également des services d'accompagnement et de soutien renforcé à l'innovation et à l'export, en partenariat avec Business France.

Issu du rapprochement d'OSEO, CDC Entreprises, FSI et FSI Régions, Bpifrance propose aux entreprises un continuum de financements à chaque étape clé de leur développement avec une offre adaptée aux spécificités régionales au travers de différents produits.

- Le Prêt de croissance internationale propose de financer des investissements immatériels et des besoins en fonds de roulement liés au développement à l'international ;
- La Garantie de Projets à l'International garantit les apports en fonds propres permettant l'implantation par création, rachat ou développement d'une filiale hors Espace économique européen ;
- Le Crédit Export vise à offrir une solution de financement à l'acheteur étranger public ou privé dans le cadre d'un contrat d'exportation de biens d'équipement ou de services ;
- Avance + Export est une aide permettant de maintenir son niveau de trésorerie dans l'attente du règlement des factures export libellées et payées en euros.

- **Bpifrance Assurance Export**

Bpifrance Assurance Export gère, pour le compte de l'État, une large gamme de garanties destinées à favoriser et soutenir les exportations françaises. En assurant des risques non assurables par le marché privé, elle vise à soutenir les entreprises qui prospectent les marchés à l'international, s'implantant à l'étranger ou y commercialisant des biens et services.

Cinq procédures sont ainsi gérées par Bpifrance Assurance Export pour le compte de l'État :

- L'assurance prospection, qui propose aux PME françaises une assurance contre le risque d'échec commercial lors de leurs démarches de prospection des marchés étrangers ;
- L'assurance-crédit, qui garantit la réalisation de grands projets à l'étranger contre les risques commerciaux, politiques ou catastrophiques ;
- L'assurance change, qui permet à toute entreprise de remettre des offres et/ou de conclure un contrat en devises sans être exposée aux variations de change ;

- L'assurance des cautions et préfinancements, qui couvre les émetteurs de cautions bancaires ainsi que les banques assurant le préfinancement export contre le risque de non-remboursement par l'exportateur ;
- L'assurance investissement, qui couvre les entreprises françaises réalisant des investissements à l'étranger et les banques qui les financent contre les risques de spoliation et/ou de destruction d'origine politique.

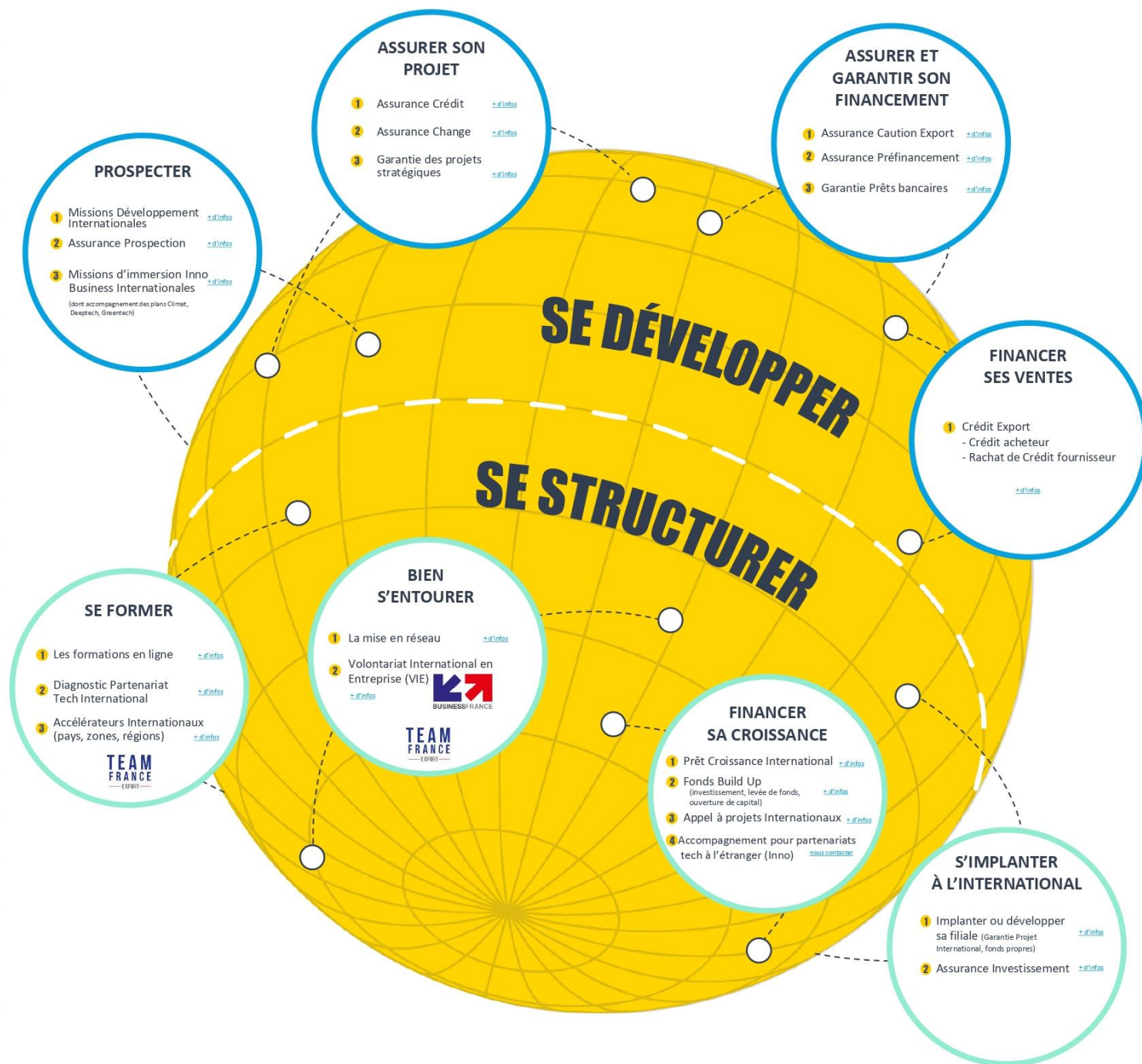
BPIFRANCE

VOUS ACCOMPAGNE

À L'INTERNATIONAL

bpifrance
SERVIR L'AVENIR

Voyagez à travers nos différents produits
en toute liberté



L'ESSENTIEL

- ▶ Il est conseillé d'organiser un voyage de prospection à Hô Chi Minh-Ville et à Hanoï pour découvrir et appréhender le marché vietnamien. Comptez environ 2 200 EUR de frais logistiques pour une semaine de prospection au Vietnam.
- ▶ Business France est votre partenaire privilégié pour organiser votre voyage de prospection et pour vous soutenir dans votre démarche commerciale à l'international.
- ▶ De nombreux organismes publics sont aux côtés de Business France pour vous soutenir à l'étranger : Bpifrance, le Service économique, l'AFD, les solutions Team France export, etc.



CONTACTS UTILES

03



CONTACTS UTILES

CABINETS ET AGENCES RÉFÉRENCÉS PAR BUSINESS FRANCE

Business France a référencé des acteurs proposant des prestations de services liées à l'ancrage commercial, complémentaires aux missions de l'Agence.

N'hésitez pas à visiter le [site Team France Export pour prendre connaissance de leurs services](#) et les contacter directement



[CLIQUEZ SUR L'ICONE](#)

Des conditions préférentielles au profit des PME-ETI françaises orientées par la Team France Export peuvent être applicables, mentionnez la Team France Export dans votre message.

Pour toute question, écrivez à referencement@businessfrance.fr

À la date de publication du présent guide, la liste des entreprises référencées par Business France est présentée ci-après (liste mise à jour sur le site Team France Export).

- Droit et fiscalité (création de filiale, conseil)

APLF & Partners Vietnam	Pour entrer en contact, cliquez ici
DFDL Legal & Tax	Pour entrer en contact, cliquez ici
DS Avocats Vietnam	Pour entrer en contact, cliquez ici
Constantin Serval & Associés	Pour entrer en contact, cliquez ici
Mazars Vietnam	Pour entrer en contact, cliquez ici

- Administration - gestion de filiales (comptabilité, portage salarial...)

Constantin Serval & Associés	Pour entrer en contact, cliquez ici
Mazars Vietnam	Pour entrer en contact, cliquez ici
Source of Asia Sigma	Pour entrer en contact, cliquez ici

- Représentation commerciale (force de vente supplétive...)

CCI France Vietnam	Pour entrer en contact, cliquez ici
GEROC ASIA CO.LTD	Pour entrer en contact, cliquez ici
Source of Asia Sigma	Pour entrer en contact, cliquez ici

- Hébergement, domiciliation

CCI France Vietnam	Pour entrer en contact, cliquez ici
ERAI Asia	Pour entrer en contact, cliquez ici
Source of Asia Sigma	Pour entrer en contact, cliquez ici
Altios Vietnam	Pour entrer en contact, cliquez ici
Constantin Serval	Pour entrer en contact, cliquez ici

PROMOTION

- Presse économique (anglophone)

Vietnam Investment Review	47 Quan Thanh – Ba Dinh – Hanoï Tél. : +84(0) 24 38 45 05 37 www.vir.com.vn
Vietnam Economic Times	96 Hoang Quoc Viet – Cau Giay – Hanoï Tél. : +84(0) 24 37 55 20 50 www.vneconomictimes.com

The Saigon Times	35 Nam Ky Khoi Nghia – District 1 Hô Chi Minh-Ville Tél. : +84(0) 28 38 29 59 36 www.english.thesaigontimes.vn
Vietnam News Agency	79 Ly Thuong Kiet, Cua Nam, Hoan Kiem Hanoï Tél. : +84(0) 24 3933 2316 www.vnanet.vn/en

- Télévision et radio

VTV	43 Nguyen Chi Thanh – Hanoï Tél. : +84(0) 24 66 89 78 97 www.english.vtv.vn
La Voix du Vietnam	45 Ba Trieu – Hoan Kiem – Hanoï Tél. : +84(0) 24 38 24 19 45 www.vowworld.vn/fr-CH.vov

- Agences de conseil en communication et publicité

HAVAS	Lottery Tower – 77 Tran Nhan Ton District 5 – Hô Chi Minh-Ville Tél. : +84(0) 903 911 505 www.havas-ro.com
Lys Events	27/1 Nguyen Van Nguyen – Tan Dinh Hô Chi Minh-Ville Tél. : +84(0) 28 38 48 48 59 / 56 / 60 www.lysevents.com/index.php/vi
ORES Vietnam	The Hive Saigon, 94 Xuan Thuy, Thao Dien, District 2, Hô Chi Minh-Ville Tél. : +84 82 49 26 547 www.ores-group.com
Publicis Vietnam	170 Nguyen Van Huong – Thao Dien District 2 – Hô Chi Minh-Ville Tél. : +84(0) 28 62 81 40 60 www.publicis.com

REPRÉSENTATIONS FRANÇAISES

- Services diplomatiques français

Ambassade de France au Vietnam	57 Tran Hung Dao – Hoan Kiem – Hanoï Tél. : +84(0) 24 39 44 57 00 www.ambafrance-vn.org
Business France Vietnam	57 Tran Hung Dao – Hoan Kiem – Hanoï Tél. : +84(0) 24 39 44 58 00 www.export.businessfrance.fr/viet-nam/export-vietnam-avec-nos-bureaux.html
Consulat général de France à Hô Chi Minh-Ville	27 Nguyen Thi Minh Khai – District 1 Hô Chi Minh-Ville Tél. : +84(0) 28 35 20 68 00 www.consulfrance-hcm.org
Institut français	57 Tran Hung Dao – Hoan Kiem – Hanoï Tél. : +84(0) 24 39 44 57 00 www.ambafrance-vn.org/-Service-de-Cooperation-et-d-Action-
Service économique	57 Tran Hung Dao – Hoan Kiem – Hanoï Tél. : +84(0) 24 39 44 57 00 www.tresor.economie.gouv.fr/pays/vietnam

- Les autres représentations françaises

Agence française de développement	6-8 Ton That Thiep – Ba Dinh – Hanoï Tél. : +84(0) 24 38 23 67 64 www.afd.fr/home/pays/asie/geo-asie/afd-vietnam
Chambre de commerce et d'industrie France Vietnam	5A-7 Ton Duc Thang – District 1 Hô Chi Minh-Ville Tél. : +84(0) 28 38 25 86 25 www.ccifv.org
Comité Vietnam des conseillers du commerce extérieur de la France	M. Xavier Pinatelle, Président de comité www.cnccef.org/10-annuaires.htm

FINANCE

- Banques françaises

BNP Paribas	Saigon Tower – 29 Le Duan – District 1 Hô Chi Minh-Ville Tél : +84(0) 28 35 28 55 55 vietnam.bnpparibas.com/en
Société Générale	BIDV Tower – 194 Tran Quang Khai Hoan Kiem – Hanoï Tél : +84(0) 24 62 70 39 27 www.societegenerale.asia

- Banques locales

Bank for investment and development of Vietnam (BIDV)	BIDV Tower – 35 Hang Voi – Hoan Kiem Hanoï Tél. : +84(0) 24 22 20 55 44 www.bidv.com.vn
Industrial and Commercial Bank of Vietnam (Vietinbank)	108 Tran Hung Dao – Hanoï Tél.: +84(0) 24 39 41 88 68 www.vietinbank.com
Sacombank	266-268 Nam Ky Khoi Nghia – District 3 Hô Chi Minh-Ville Tél. : +84(0) 28 00 55 55 88 www.sacombank.com.vn
Seabank	25 Tran Hung Dao – Hoan Kiem – Hanoï Tél.: +84(0) 24 39 44 86 88 www.seabank.com.vn
Techcombank	191 Ba Trieu – Hai Ba Trung – Hanoï Tél. : +84(0) 24 39 44 63 68 www.techcombank.com.vn
Vietcombank	198 Tran Quang Khai – Hoan Kiem Hanoï Tél.: +84(0) 24 39 36 30 24 www.vietcombank.com.vn

VP Bank	8 Le Thai To – Hoan Kiem – Hanoi Tél.: +84(0) 24 39 28 88 69 www.vpb.com.vn
---------	---

- Assurances

Gras Savoye Willis Vietnam (Willis Towers Watson Vietnam)	Saigon Trade Center – Suite 708 37 Ton Duc Thang – District 1 Hô Chi Minh-Ville Tél.: +84(0) 28 39 10 09 76 www.grassavoyewillis-vn.com
Mirae Asset Prevoir Life	Green Power Building – 35 Ton Duc Thang – District 1 Hô Chi Minh-Ville Tél.: +84(0) 91 514 11 41 www.prevoir.com.vn

INSTITUTIONS

- Ministères

Cabinet du gouvernement	16 Le Hong Phong – Ba Dinh – Hanoi Tél.: +84(0) 08 43 162 www.chinhphu.vn
Direction des normes, de la métrologie et de la qualité (STAMEQ)	8, Hoang Quoc Viet – Cau Giay – Hanoi Tél. : +84(0) 24 37 91 16 42 www.tcvn.gov.vn
Ministère de l'Agriculture et du Développement rural (MARD)	2 Ngoc Ha – Ba Dinh – Hanoi Tél.: +84(0) 24 37 34 16 35 www.mard.gov.vn
Ministère de l'Industrie et du Commerce	54 Hai Ba Trung – Hoan Kiem – Hanoi Tél.: +84(0) 24 22 20 21 08 www.moit.gov.vn
Ministère de l'Information et des Communications	18 Nguyen Du – Hanoi Tél.: +84(0) 24 35 56 34 61 www.mic.gov.vn

Ministère de la Construction	37 Le Dai Hanh – Hanoï Tél. : +84(0) 24 38 21 51 37 www.moc.gov.vn
Ministère de la Santé	138A Giang Vo – Ba Dinh – Hanoï Tél.: +84(0) 24 62 73 22 73 www.moh.gov.vn
Ministère des Affaires étrangères	1 Ton That Dam – Ba Dinh – Hanoï Tél. : +84(0) 24 38 45 29 80 www.mofa.gov.vn
Ministère des Finances	28 Tran Hung Dao – Hoan Kiem – Hanoï Tél.: +84(0) 24 22 20 28 28 www.mof.gov.vn
Ministère des Ressources naturelles et de l'Environnement	10 Ton That Thuyet – Cau Giay – Hanoï Tél.: +84(0) 24 37 95 68 68 www.monre.gov.vn
Ministère des Sciences et Technologies	113 Tran Duy Hung – Cau Giay – Hanoï Tél.: +84(0) 24 39 43 70 56 www.most.gov.vn
Ministère des Transports	80 Tran Hung Dao – Hoan Kiem – Hanoï Tél.: +84(0) 24 39 41 32 01 www.mt.gov.vn
Ministère du Plan et de l'Investissement (MPI)	6B Hoang Dieu – Ba Dinh – Hanoï Tél. : +84(0) 24 38 45 52 98 www.mpi.gov.vn

- Autres administrations

Banque centrale vietnamienne	49 Ly Thai To – Hoan Kiem – Hanoï Tél. : +84(0) 24 32 66 94 35 www.sbv.gov.vn
Département général des douanes	9 Đường Dương Đình Nghệ, Phường Yên Hòa, Quận Cầu Giấy, Hanoï Tél.: +84(0) 24 37 91 01 69 www.customs.gov.vn

Foreign Investment Agency	6B Hoang Dieu – Ba Dinh – Hanoi Tél.: +84(0) 24 08 04 84 61 www.fia.mpi.gov.vn
General Department of Taxation	123 Lo Duc – Hanoi Tél.: +84(0) 24 39 71 25 55 www.gdt.gov.vn
General Statistics Office of Vietnam	54 Nguyen Chi Thanh, Hanoi Tél.: +84(0) 24 37 33 29 97 www.gso.gov.vn
Office national de la propriété intellectuelle	384-386 Nguyen Trai – Thanh Xuan Hanoi Tél. : +84(0) 24 38 58 34 25 www.noip.gov.vn
Vietnam chamber of commerce and industry (VCCI)	9 Dao Duy Anh – Hanoi Tél. : +84(0) 24 35 74 20 22 www.vcci.com.vn
Vietnam Competition Authority	25 Ngo Quyen – Hanoi Tél. : +84(0) 24 22 20 50 02 www.en.vcca.gov.vn
Vietnam Trade promotion agency (Vietrade)	20 Ly Thuong Kiet – Hanoi Tél. : +84(0) 24 39 34 76 28 www.vietrade.gov.vn

© 2025 - BUSINESS FRANCE

Toute reproduction, représentation ou diffusion, intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, sur quelque support que ce soit, papier ou électronique, effectuée sans l'autorisation écrite expresse de Business France, est interdite et constitue un délit de contrefaçon sanctionné par les articles L.335-2 et L.335-3 du code de la propriété intellectuelle.

CLAUSE DE NON-RESPONSABILITÉ

Business France ne peut en aucun cas être tenu pour responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication dans un but autre que celui qui est le sien, à savoir informer et non délivrer des conseils personnalisés. Les coordonnées (nom des organismes, adresses, téléphones, télécopies et adresses électroniques) indiquées ainsi que les informations et données contenues dans ce document ont été vérifiées avec le plus grand soin. Business France ne saurait en aucun cas être tenu pour responsable d'éventuels changements.

EPIC Business France – 77, bd St-Jacques – 75014 PARIS

Représentant légal : Benoit Trivulce, directeur général par intérim
Directeur de la publication : Benoit Trivulce, directeur général par intérim
Responsable de la rédaction : Didier Boulogne
Auteur : Business France
Contributeurs :
Business France Vietnam

Date de parution janvier 2025
Numéro ISSN : 1249-4380