

ÉDITO

# Atouts du Vietnam pour la zone Asie-Pacifique, quelles opportunités pour les entreprises françaises ?

Par Toan Thang Dinh



Toan Thang Dinh est Ambassadeur extraordinaire et plénipotentiaire de la République socialiste du Vietnam auprès de la République Française depuis 2021. Il est également Ambassadeur non-résident auprès de la République portugaise, de la Principauté d'Andorre, de la Principauté de Monaco et de la République centrafricaine et Représentant personnel du Président de la République auprès du CPF et de l'OIF.

fement climatique et la pollution, ainsi que par la montée du niveau des océans (l'Indonésie prévoit notamment de relocaliser sa capitale Jakarta, menacée de disparition dans les années à venir). Dans ce contexte géopolitique, le Vietnam fait face à trois menaces ou incertitudes : celle d'une nouvelle Guerre froide avec des conflits hybrides, de la place particulière de Taiwan dans la région et du conflit en Mer de Chine méridionale.

Malgré ce contexte régional instable, des espoirs subsistent quant à une coexistence pacifique et pacifiée entre la Chine et ses voisins.

Dans la conduite de son action dans la région, le Vietnam s'illustre par la recherche constante d'une diplomatie de l'équilibre, qui se traduit par sa « politique des Quatre Non » : non aux alliances militaires, non à l'alignement avec un État contre un autre, non à l'installation de bases militaires étrangères sur le territoire vietnamien et non à la menace ou à l'usage de la force dans les relations internationales. Cette politique marque la volonté du Vietnam de ne plus être dépendant d'une unique grande puissance, comme il l'a été vis-à-vis de l'URSS. Ainsi, le Vietnam a multiplié et diversifié

Une table ronde organisée par Salveo, filiale du groupe ADIT, s'est tenue ce mardi 4 avril, avec la présence exceptionnelle de Monsieur l'Ambassadeur du Vietnam en France S.E.M. DINH Toan Thang. Ce moment d'échange fut l'occasion d'aborder la place du Vietnam dans la zone Indopacifique (présentée par Pierre Journoud, docteur en Histoire de l'université Paris I Panthéon Sorbonne et spécialiste de la politique étrangère vietnamienne) ainsi que l'étendue et le potentiel des relations économiques franco-vietnamiennes (présentés par Jean-Philippe Eglinger, ancien membre de la Chancellerie Politique de l'Ambassade de France à Hanoi, enseignant chercheur à Paris et Hanoi).

## La place du Vietnam dans la zone Asie-Pacifique

La zone Asie-Pacifique, ou Indopacifique, est aujourd'hui marquée par la montée en puissance de la Chine et l'aggravation de sa rivalité avec les États-Unis, ainsi que par un certain nombre de pressions démographiques, industrielles, urbaines et énergétiques. L'Indopacifique est également la région du monde la plus touchée par le réchauf-





le nombre de ses partenaires diplomatiques, passant de 57 partenaires bilatéraux en 1986 à 169 au début des années 2000. Il a conclu des partenariats stratégiques avec l'ensemble des pays du Conseil de Sécurité des Nations Unies, ainsi que de nombreux États européens et voisins régionaux. Le pays a également rejoint l'Asean en 1995, la FED en 1998, l'OMC en 2007, ainsi que l'OIF, profitant par la même d'un rapprochement avec un certain nombre d'États africains.

La France a réussi à conserver des liens réguliers et étroits avec le Vietnam, y compris pendant la période difficile pour ce dernier, avec un point d'orgue avec la visite de François Mitterrand en 1993, qui a permis de diversifier et approfondir les coopérations avec le Vietnam dans tous les domaines.

## Le potentiel des relations économiques franco-vietnamiennes

L'année 1986 est celle du *Đổi mới* (renouveau), soit l'autorisation puis le soutien à l'économie de marché par le parti communiste vietnamien. Depuis, le Vietnam a développé ses liens économiques avec un certain nombre de pays de la région Asie pacifique d'abord (en premier lieu ceux de l'Asean), avec des pays européens et avec les États-Unis ensuite.

Aujourd'hui, 80 % des IDE au Vietnam proviennent de pays asiatiques et 80 % du commerce vietnamien s'effectue avec ses voisins. Quant à la France, si elle était le premier investisseur non-asiatique en 1980, elle n'a pas su bénéficier de l'intégration économique du Vietnam et est désormais largement dépassée par les États-Unis, les Pays-Bas, le Canada ou encore le Royaume-Uni. Si de grands groupes français sont présents au Vietnam (EDF, Safran, Airbus, Bouygues...) nous notons une sous-représentation des jeunes pousses françaises. Ainsi, il convient de s'ap-

puyer à la fois sur les partenariats économiques tissés entre le Vietnam et l'Union européenne, mais également sur la formation, a fortiori linguistique. Par ailleurs, une voie privilégiée pour entrer « en douceur » sur le marché vietnamien consiste à prendre des parts dans des entreprises locales, déjà implantées. Il convient aussi d'élargir les investissements, aujourd'hui massivement concentrés sur Ho Chi Minh et Hanoï, en tenant compte des 63 provinces que compte le pays. Tout cela nécessite une bonne connaissance de l'écosystème local, des opportunités nombreuses au Vietnam et des secteurs d'intérêt pour le pays (NTIC, agroalimentaire, santé, construction navale, Défense...).

Pour finir, il est essentiel de s'engager avec le même enthousiasme et la même bonne volonté que les acteurs vietnamiens, politiques comme économiques, dans le développement des liens entre les deux pays.

## Intervention de Monsieur l'Ambassadeur DINH Toan Thang

« Cette table ronde, aujourd'hui, prend d'autant plus de signification qu'elle est tenue en cette année 2023, date du cinquantième anniversaire de l'établissement des relations diplomatiques entre la France et le Vietnam et du dixième anniversaire du partenariat stratégique. Grâce à d'importantes réformes structurelles de modernisation mises sur pied depuis 1986, le Vietnam a rejoint le groupe des pays à revenu intermédiaire et est passé d'une économie agricole (18 % PIB) à une économie dominée par l'industrie (40 % du PIB) et les services (38 % du PIB).

Devenu la troisième économie de l'Asie du Sud-Est en termes de PIB en PPP, le pays est classé au deuxième rang mondial en termes de progression de PIB, enregistrant une croissance annuelle toujours soutenue et même un taux de 8 % pour l'année 2022. Le pays a beaucoup d'avantages, parmi

lesquels un commerce extérieur dynamique, une politique monétaire efficace et une consommation intérieure en pleine expansion.

Le Vietnam s'est engagé également dans plusieurs accords de libre échange de nouvelle génération, tels que l'Accord de Partenariat transpacifique, entré en vigueur en janvier 2019 ; l'Accord de libre-échange avec l'Union européenne en août 2020 et le Partenariat économique régional global en janvier 2022. Ainsi, avec 15 accords de libre-échange en vigueur début 2022, notre pays fait partie d'un vaste réseau économique régional et interrégional. La France est l'un des premiers partenaires économiques européens du Vietnam depuis fort longtemps. La coopération économique a été parmi les domaines les plus illustratifs de nos relations bilatérales et dispose d'un mécanisme de pilotage fort, le Dialogue de haut niveau de la coopération économique. D'ailleurs, la coopération économique constitue le deuxième pilier du Partenariat stratégique Vietnam-France.

Troisième investisseur européen au Vietnam, la France y comptabilise près de quatre milliards de dollars de projets d'investissement. En visite officielle en France en novembre 2021, le Premier Ministre vietnamien Pham Minh Chinh a souligné l'importance du renforcement de la coopération économique entre nos deux pays, ainsi que l'accélération des actions facilitant la connexion, les échanges et le réseautage des liens économiques.

Lors de son déplacement récent au Vietnam, Olivier Becht, Ministre délégué au Commerce extérieur, a réaffirmé l'importance que la France attache à la coopération avec le Vietnam dans le cadre de sa stratégie indopacifique, ainsi qu'au renforcement de la présence économique française dans cette région, qui se traduit par les grands projets structurants pilotés par des entreprises françaises au Vietnam. Le Vietnam est le pays d'implantation de près de 170 filiales de groupes français, employant environ 24 000 personnes.

Le gouvernement vietnamien se donne trois priorités en matière de coopération économique internationale et de réception d'investissements directs étrangers :

- Favoriser toutes coopérations et investissements permettant un développement durable, fondé sur les sciences et technologies de l'innovation.
- Favoriser la participation de l'économie vietnamienne à la chaîne de valeur régionale et mondiale.
- Promouvoir l'économie numérique, l'économie verte et l'économie circulaire

Dans un monde interdépendant et interconnecté, renforcer la coopération économique s'avère indispensable pour assurer la prospérité commune. La France et le Vietnam disposent d'une proximité historique et multiple, qui constitue un atout majeur pour développer nos liens et nos coopérations. Dans cette belle perspective de l'année 2023, je suis convaincu que nous pourrions contribuer à la concrétisation de projets communs et à l'approfondissement des relations économiques bilatérales entre la France et le Vietnam » ●

REGARD D'EXPERT

# Le grand bazar de l'information

Par Philippe Reclus



Philippe Reclus, associé senior chez ESL, a été directeur adjoint de la rédaction du Figaro, en charge de l'économie. Il a créé et dirigé la fondation Croissance Responsable, émanation de Croissance Plus, abritée par l'Institut de France. Il anime un séminaire à l'École Polytechnique consacré à « L'entreprise et ses stakeholders ».

Tout excès finit généralement par provoquer son mouvement de contre-balancier. Ce raisonnement s'appliquera-t-il à l'information et à son traitement ? Ces dernières années, le constat s'est imposé, avec l'explosion des supports d'information en continu (moteurs de recherche, sites, chaînes d'information...) d'une dégradation constante du rapport à l'information. Nous sommes entrés dans une course à l'événement, pas à l'information proprement dite. Au nom du postulat que les gens ont le droit de savoir et veulent savoir, nous voyons aujourd'hui couler un filet d'eau tiède d'informations au contenu répété partout, sans hiérarchie de valeur. Par panurgisme, les médias web et print confondus semblent bégayer une information sur tous les tons au point de devenir une commodité, comme le robinet d'eau ou l'interrupteur électrique.

Le flux continu de « news » a conduit à araser tout relief et à bannir la hiérarchie entre ce qui relève de l'information fondamentale par rapport à l'anecdote et de l'exclusivité par rapport au simple service. Tout est devenu horizontal. Au point de tomber dans le grotesque. Laissons aux historiens le soin de comparer le traitement des images du récent tremblement de terre en Turquie ou des bombardements de l'Ukraine avec les images de la meute de motos suivant Pierre Palmade à sa sortie de l'hôpital (sur le modèle de la course poursuite derrière la CX de Jacques Chirac, le soir de son élection). Dans le même temps, la pandémie a affolé cette propension à tordre l'information en nourrissant la propagation des fake news, les manipulations, la paranoïa et les rumeurs complotistes, alimentant un populisme agressif. Mais l'audience suit, vous répondra-t-on. Et l'audience prime. Que vaut face à cela le respect de la barrière entre le vrai et le faux ?



À force de rendre opaque le rapport entre la décision de publier une information, parce que nous la jugeons importante, et la tentation de courir au devant d'une demande voyeuse, les médias ont alimenté un grave soupçon vis-à-vis de la notion de vérité. D'un côté, un choix éditorial assumé et le respect d'une hiérarchie de l'information. De l'autre, la propension de ne retenir que le nombre de clics décomptés sur tel ou tel sujet, pour le monter plutôt qu'un autre. Trop d'informations mal contrôlées, mal hiérarchisées, pour la plupart anxiogènes, finissent par tuer l'information.

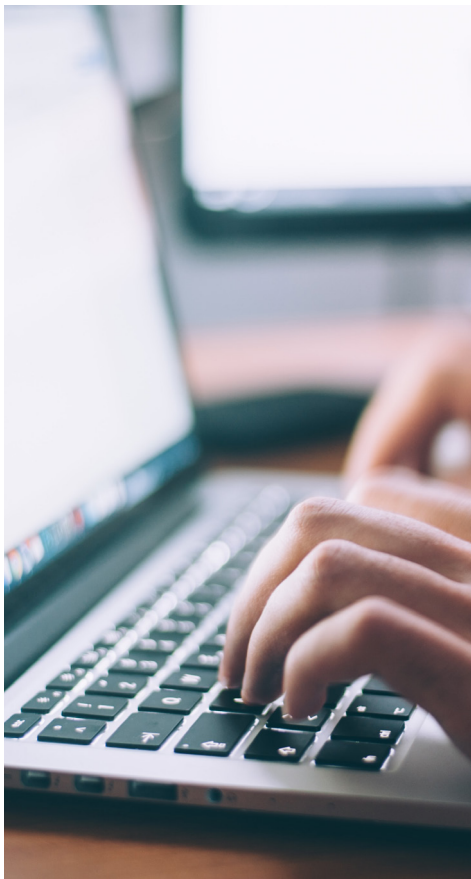
Cette confusion est encore alimentée par le développement des influenceurs et des contenus sponsorisés. Elle est d'autant plus préoccupante pour la démocratie qu'il est acquis que les inégalités de revenus et d'information vont de pair. Le constat serait particulièrement vrai en France, pays socialement égalitaire mais médiatiquement très inégalitaire. Peut-être l'une des clés de ce pes-

simisme collectif national. Face à ce doute partagé, dans cette jungle d'émetteurs d'informations, seules les grandes marques de médias, les mieux authentifiées, les plus repérables, les plus rassurantes devraient théoriquement tirer leur épingle du jeu. Elles servent de repères. Mais la partie n'est pas gagnée.

Les médias ont commis l'erreur, à l'époque où le numérique explosait, de ne pas donner la même valeur à l'information sur le web qu'à celle sur le papier. Ils n'ont pas fini de payer cette erreur. Et cela pourrait ne pas s'arranger à l'heure de l'intelligence artificielle générative (ChatGPT et autres) facilitant la rédaction d'articles clé en main. Le journalisme promet d'être bouleversé par la génération automatique de texte. La profession répond à cela que ChatGPT permettra d'automatiser le « bâtonnage des dépêches » et donnera plus de temps aux journalistes pour se consacrer à l'enquête et au décryptage. Faut-il vraiment le croire,

alors que les modèles économiques des journaux sont fragiles et que la chasse aux coûts est un impératif quotidien ?

Face aux fake news, les gestes barrières s'imposent mais risquent d'être insuffisants dans un monde de post-vérité où les faits ne sont plus un argument, où l'on a tendance à ne voir que ce que l'on croit. Revenir à un traitement hiérarchisé de l'information représente un défi qui reste devant nous. L'effort de recoupement et de vérification reste entier. Tout comme le besoin d'éduquer à la consommation de l'information. Cet effort est en cours avec la volonté des journaux (print et digital) d'identifier les fausses informations, d'utiliser à bon escient les réseaux sociaux pour proposer des parades aux fake news, de corriger et de « fast checker ». Il n'est pas inintéressant de noter qu'au moment où se multiplient les vagues de fake news apparaissent de nouvelles formes de journalisme destinées à contrer ces tendances à la manipulation. Comme si le corps malade produisait ses anticorps. Aux États-Unis, en plein déchaînement Trump, est apparu un nouveau média numérique, Axios, dont la promesse, dans la lignée du Reader's Digest a été de proposer une information au format court, exclusive, gratuite, bannissant les articles d'opinion, cherchant à éliminer le bruit, à respecter le temps des gens, à trier les nouvelles qui comptent et à dire pourquoi. Et cela fonctionne. Un peu partout dans le monde, les initiatives visant à rebâtir une hiérarchie de l'information se multiplient. La France n'y échappe pas, en voyant émerger de nouveaux acteurs animés par cette saine inquiétude : c'est sans doute une goutte d'eau dans un océan de confusion. Mais la démarche, peu importe son succès, mérite d'être observée et encouragée ●



REGARD D'EXPERTE

## Twitter : encore un réseau social ou objet de pouvoir et d'influence d'Elon Musk ?

Par Emeline Invernizzi



Diplômée d'un master en Communication et Edition Numérique, mais aussi d'une licence en Lettres Modernes, Emeline Invernizzi a suivi un parcours orienté vers la littérature et le cinéma. Elle aime particulièrement les campagnes de communication originales et créatives.

de 1873 % depuis son introduction en bourse en juin 2010, dépassant ainsi Ford Motor Company et Renault. Une remontada surprenante, puisque ces deux dernières marques vendent bien plus de véhicules que Tesla.

Un enthousiasme financier s'expliquant par la personnalité d'Elon Musk, un charismatique novateur ouvrant la voie à la mobilité de demain.

Maniant régulièrement sa plume pour affoler le monde de la finance, il est devenu le maître en la matière, bien devant Kylie Jenner qui avait, la même année, fait perdre plus d'un milliard de dollars à Snapchat, avec un simple tweet. Lundi 3 avril, « The Dogefather », ainsi surnommé par le journaliste Kevin Hurler, a changé le logo de Twitter pour le fameux chien japonais, en tweetant deux messages humoristiques concernant son choix. L'un utilisant les codes du même, l'autre dévoilant une conversation numérique avec un internaute. Depuis la publication, les cours ont flambé de 30 % pour le Dogecoin. Un énième coup de marketing croisé réussi pour le milliardaire, qui donne un « coup de pouce » à cette cryptomonnaie.

Ce lundi 3 avril, la décision d'Elon Musk de changer l'emblématique oiseau bleu par l'icône du Dogecoin a mis en émoi les détracteurs du « génie » de l'Amérique, comme Donald Trump aime à le baptiser. Depuis deux ans, Elon Musk a en effet régulièrement tweeté sur cette « cryptomonnaie du peuple », symbolisée par un shiba inu, devenu avec le temps un des mêmes favoris des internautes. Un changement qui n'est pas sans conséquence : les investisseurs du Dogecoin ont accusé Elon Musk d'avoir « artificiellement gonflé le cours de cette crypto » via la publication de messages de soutien.

Elon Musk est un habitué des coups de « com » à sensations fortes. En février 2018, lors du lancement de la fusée Falcon Heavy avec Space X, le grand patron de la firme a fait d'une pierre deux coups. Ce fut non seulement un exploit dans l'industrie de la conquête de l'espace avec ses propulseurs réutilisables, mais a aussi permis de donner un coup de boost considérable à ses véhicules électriques Tesla. Elon Musk avait en effet décidé d'embarquer un cabriolet rouge Roadster à bord de la fusée, la propulsant en orbite autour du soleil, en compagnie du mannequin Starman et de la célèbre chanson « Space Oddity » de David Bowie.

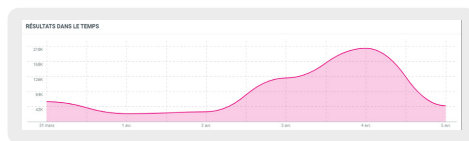
A l'époque, les finances de Tesla n'étaient pas au beau fixe, mais ce coup de marketing a fait mouche. Au 17 février 2018, la société affichait une cote à 335,49 dollars, soit une augmentation





Alors, s'agit-il encore d'un coup de « provoc » ou y a-t-il réellement une volonté de gonfler son cours ? À première vue, Elon Musk est un grand amateur de tweets énigmatiques, sarcastiques et provocateurs, pour le plus grand plaisir de ses fans et de ses détracteurs, à qui il donne volontiers du grain à moudre.

Mais il est aussi un fin stratège. Rappelons qu'avant de propulser Tesla dans les étoiles, au sens propre comme au figuré, le constructeur automobile vivait une situation financière difficile. Alors que la voiture électrique souffrait encore de nombreux préjugés, comme Elon Musk d'ailleurs, leur légitimité était contestée. En réussissant son pari avec la fusée Falcon Heavy, Elon Musk a prouvé que son génie, très controversé, avait les capacités pour relever les défis que lui-même s'était lancés. Grâce à une communauté forte aujourd'hui de plus de 133 millions d'abonnés sur la plateforme de l'oiseau bleu, il est tout à fait justifié de penser qu'Elon Musk use de sa notoriété pour influencer sur l'opinion publique et le monde de la finance. Est-il alors un grand maître de la provocation, ou de l'illusion ?



Le mardi 4 avril, soit moins de 24h après la publication de ses tweets, les mentions de la cryptomonnaie se sont envolées. Du 31 mars au 5 avril, ce ne sont pas moins de 475,4k mentions qui sont apparues sur la toile, suscitant ainsi 1,5M d'engagements, avec une portée potentielle s'élevant à 63,5B. De plus, l'analyse de ces mentions démontre que 41,8 % d'entre elles sont positives, contre seule-

ment 12,5 % de messages négatifs. Toutefois, si ce début d'avril a été bénéfique pour Dogecoin, n'oublions pas que l'influence comporte une double casquette. Si elle a la capacité de donner de la visibilité à une entreprise, elle peut également l'enterrer. En mai 2021, alors qu'il participait à l'émission "Saturday Night Live", un show très populaire aux Etats-Unis, le patron de Tesla a massivement fait chuter une cryptomonnaie, la jugeant d'« arnaque », et qui n'est autre que... le Dogecoin.

A l'époque du rachat de Twitter par Elon Musk, les spéculations foisonnaient sur les raisons de cette acquisition. Pour Olivier Babeau, économiste et président de l'Institut Sapiens, il s'agit avant tout d'un caprice, mais aussi d'un choix stratégique.

« La deuxième raison est que vous allez acheter un réseau social comme autrefois un capitaine d'industrie achetait la presse, pour avoir de l'influence auprès des pouvoirs publics, des politiques. On vous écoute beaucoup plus quand vous avez un média comme celui-là dans votre escarcelle ». Nous pouvons alors nous interroger sur l'usage de la plateforme par Elon Musk. Twitter est-il toujours un réseau social, ou bien le propre média du milliardaire, qu'il utilise comme un jouet pour faire la pluie et le beau temps sur l'économie et l'industrie américaines, voire mondiales ? ●

## À propos de nous



**Xavier DESMAISON**  
CEO

x.desmaison@antidox.fr

Antidox est un cabinet de conseil en stratégie de communication et d'opinion à forte dominante digitale. Antidox positionne les dirigeants au cœur des débats d'idées et connecte les organisations à leur écosystème : des décideurs aux influenceurs, des consommateurs aux collaborateurs.



**Alexandre MEDVEDOWSKY**  
Président du Directoire

alexandrem@eslnetwork.com

Le Groupe ESL & Network s'est imposé comme l'un des leaders français et européens de l'intelligence économique, de l'accompagnement stratégique et des affaires publiques. ESL & Network conseille aujourd'hui les plus grandes entreprises françaises et les accompagne dans leurs décisions stratégiques, en France comme à l'international. Le Groupe conseille également des Etats et gouvernements.