

PAGE 2

LE MARCHÉ DU VIN SE DÉCANTE EN CHINE



En hausse progressive depuis trois ou quatre années, la demande chinoise pour les vins français a bondi l'an passé. Tout un pays de 1,5 milliard d'habitants s'ouvre à cette boisson, symbole d'un art de vivre et d'une occidentalisation désormais prisés.

PAGES 2-3

"DES POTENTIELS DANS LES PAYS ÉMERGENTS"



Altios International organise régulièrement des missions de prospection dans les pays dits émergents, souvent en pleine expansion. Découvrez les témoignages de trois de ses clients français, quelques mois après leur retour d'Inde et du Brésil.

PAGE 3

LE NATUREL REVIENT AU GALOP DANS L'ALIMENTAIRE US



Altios International a représenté ses clients à l'édition hivernale du Fancy Food Show, à San Francisco en Californie. Ce salon de référence permet de s'informer des dernières grandes tendances dans l'alimentaire, comme le retour vers des produits plus sains.

PAGE 4

POURQUOI VOUS AVEZ INTÉRÊT À ALLER EN AUSTRALIE



Avec une croissance continue depuis 17 années, l'Australie constitue la 13^e puissance économique mondiale. Avec un pouvoir d'achat très fort et une volonté de renforcer les échanges avec les pays étrangers, c'est aussi un marché d'importation par excellence.

> S'INFORMER

- Nos prochaines interventions :
- 24 mars, Nantes : S'implanter en Amérique du Nord, WTC Nantes Atlantique ;
 - 29 mars, Orléans : Odyssée, forum pour le développement international, au centre de conférences ;
 - 31 mars, Strasbourg : Journée Amérique latine et Caraïbes en Alsace, CCI d'Alsace. ■

> SE RENCONTRER

- Nos bureaux étrangers de passage en France. Vous souhaitez un rendez-vous ?
- Altios Chine : 23-29 mars,
 - Altios Brésil : 28 mars-8 avril,
 - Altios Australie : 29 mars-6 avril,
 - Altios Inde : 11-15 avril,
 - Altios USA : 11-15 avril. ■

Altios International - France

Nantes : Zac de La Pentecôte, 8, rue Jean-Rouxel 44700 Orvault · Tél. : 02 40 35 18 28 · fax : 02 40 35 18 38
Lyon : parc du Chater, Bât. E2, 33, rue de Belissen 69340 Francheville · Tél. : 04 78 75 10 01 · fax : 04 78 75 58 95
Paris : 29, rue de Marignan 75008 Paris · Tél. : 01 53 83 09 28
Mél. : info@altios-international.com · Internet : www.altios-international.com

Le marché du vin se décante

En hausse progressive depuis trois ou quatre années, la demande chinoise pour les vins français a bondi, l'an passé. Tout un pays de 1,5 milliard d'habitants s'ouvre à cette boisson.

Qui l'eût cru ? En 2010, la Chine est devenue le premier marché à l'exportation des vins de Bordeaux, en valeur, avec un montant de 333 M€. Elle talonne l'Allemagne qui reste toutefois le premier marché, en volume, avec 255 000 hl (soit seulement 4 000 hl de

plus que la Chine). L'année 2011 s'annonce du même tonneau. Globalement, les exportations vers l'Asie se sont envolées ces derniers mois, quel que soit le vignoble. Certains négociants y effectuent désormais plus de la moitié de leurs ventes.

Occidentalisation

Pourquoi cet engouement ? Les vins sont le symbole d'un art de vivre et d'une occidentalisation prisés par les habitants qui élèvent leur niveau de vie. Il y a aussi la fin de taxes à l'importation. À Hong Kong, par exemple, les autorités estiment préférable de



Un engouement soudain.

consommer du vin plutôt que des alcools forts à base de cultures vivrières, comme le riz, plus utiles pour nourrir les populations. Revers de la médaille, les maisons françaises devront lutter contre la contrefaçon : de fausses étiquettes sont apparues. ■

“Un pays en pleine expansion”

Les responsables des entreprises Thermo Est et TSA Inox ont participé à une mission collective d'Altios et de la CCI International Lorraine en Inde. Réactions.



Raymond Klein est à la tête de Thermo Est Holding, spécialiste du capteur de température, à Metz. “Nos produits sont utilisés sur toute la planète. Par la sidérurgie, le nucléaire et l'aéronautique. Nous voulions un agent distributeur en Inde, pays en pleine expansion, avec d'importants projets nucléaires. Mais par où commencer ?

La chambre de commerce de Moselle nous a dirigés vers Altios International. Ce dernier a bien compris la demande et, avec beaucoup de professionnalisme, son bureau de New Delhi a recherché des entreprises intéressées par nos produits. Nous revoyons deux d'entre elles au premier semestre. Le voyage (hôtel,

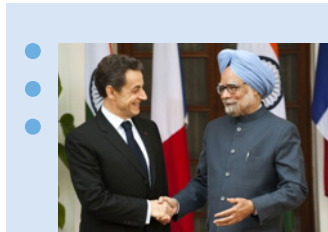
transport, interprète) a été organisé par Altios International, ce qui nous a permis de nous concentrer sur la mission uniquement.”

Vision

Éric Vinay est le PDG de TSA Inox, leader européen de la conception et la fabrication d'équipements et de matériel en inox. “Nous réalisons 35 % de notre chiffre d'affaires à l'export. Le marché indien nous intéressait car sa croissance est très forte, une classe moyenne émerge, le pays est stable et l'usage de l'anglais facilite la communication. Or, malgré nos déplacements réguliers, nous n'en avons pas une vision claire. Avant toute action commerciale, nous souhaitons une étude (type de clients, organisation du marché, réseaux de distribution, niveaux de



prix). Altios International a organisé des visites avec les leaders de nos secteurs d'activités. Seuls, nous n'aurions pas pu les rencontrer. “De ce que nous avons vu en Inde, le marché est très complexe, pas du tout organisé, avec parfois de très bonnes surprises, parfois des points très décevants. Il ne faut surtout pas extrapoler nos méthodes au risque de grosses déceptions. Il faut être patient, tout est long en Inde. Nous allons démarrer avec certains interlocuteurs rencontrés durant la mission afin de tester le marché.” ■



les deux pays a avant tout concerné les secteurs de l'énergie, de la défense et de l'aéronautique. ■

VISITE. Le président français Nicolas Sarkozy et une délégation de chefs d'entreprise ont accompli une visite de quatre jours en Inde, en décembre. La signature de contrats entre

Le chiffre est historique dans l'aviation civile, la compagnie indienne à bas coût IndiGo commande 180 Airbus A 320. Elle veut profiter de l'essor du trafic aérien indien dans les années qui viennent pour se développer à l'international. (D'après *Aujourd'hui l'Inde*.) ■

Le géant pétrolier russe Rosneft devrait investir 50 M€ dans l'exploration scientifique du plateau continental de la mer de Barents. À la clé, un centre de technologies arctiques et un centre de surveillance de l'environnement. (D'après *Le Figaro*.) ■

La Chine est débordée par la demande de yuans. Les 30 000 personnes qui travaillent au sein de l'imprimerie nationale n'arrivent pas à répondre à la demande, en hausse de 20 % l'année dernière. (D'après *Les Échos*.) ■

Le produit intérieur brut du Brésil a progressé de 7,5 % en 2010, avec une forte croissance du secteur industriel. De 2001 à 2010, la croissance annuelle moyenne du Brésil a été de 3,6 %, supérieure à celle de la décennie précédente, 2,6 %. (D'après *Le Monde*.) ■

En Australie, le groupe Suez Environnement et sa filiale Degrémont ont remporté, en partenariat avec le groupe d'infrastructures Transfield Services, un contrat de maintenance et d'exploitation des services d'eau et d'assainissement d'Adelaide. Il porte sur un montant total de 840 millions d'euros. (D'après *Le Moci*.) ■

Après deux ans et demi au Canada, François Delattre a été nommé ambassadeur de France à Washington, en janvier. Il a auparavant dirigé le service de presse de cette ambassade. De 2004 à 2008, il a aussi été consul général de France à New York. (D'après *frenchmorning.com*.) ■

Le produit intérieur brut du Mexique, deuxième économie d'Amérique latine, a augmenté de 5,5 % en 2010. Le PIB rebondit fortement après une chute historique de 6,5 % en 2009, selon l'Institut national de statistiques et de géographie (INEGI). L'économie mexicaine a été tirée l'an dernier par son industrie (avec une hausse de 6 %) et ses exportations. Celles-ci sont liées en majorité au secteur manufacturier du voisin américain. (D'après *lavieeco.com*.) ■

Le naturel revient au galop dans l'alimentaire

Altios International a représenté ses clients à l'édition hivernale du Fancy Food Show, à San Francisco. Le salon permet de s'informer des dernières tendances dans l'alimentaire.

Le Fancy Food Show est le salon des spécialités alimentaires (fromage, produits d'épicerie, amuse-bouches, confiseries) aux États-Unis. Il est le reflet de la demande. Une demande qui porte aujourd'hui sur la qualité, comme a pu le constater Altios International, présent à l'édition de janvier. "Cela se traduit par une forte progression des produits naturels et biologiques. Les Américains ont pris conscience des méfaits de leur

alimentation et se tournent vers des produits plus sains. Par ailleurs, les produits importés, d'Europe en particulier, reviennent sur le devant de la scène. Des pays comme la France et l'Italie tirent leur épingle du jeu grâce à la renommée de leurs productions."

Nouveau

Quelles sont les nouveautés ? "Olives, mezzés et antipasti sont de plus en plus prisés. L'offre s'élargit dans les supermarchés. Côté fromages, les producteurs américains gagnent en performance et grignotent les parts de marché des Européens, dont les volumes augmentent néanmoins grâce à la croissance du marché."

Sur ce salon, Altios International a représenté André



Bon appétit, bien sûr.

Laurent (choucroute cuisinée, lire ci-contre), Solia (vaisselle à usage unique) et Saveurs & Nature (chocolats bio). Avec pour but de favoriser le développement de ses clients aux États-Unis par la bonne mise en place de leur réseau de distribution et par l'animation des marchés cibles. ■

Prochain Fancy Food Show, du 10 au 12 juillet, à Washington.

GROS PLAN



Jerôme Bouston, Altios USA.

Productrice de choucroute légume crue, cuite et en conserve depuis quatre générations en Champagne-Ardenne, la famille Laurent aborde le marché américain. "Nous voulions pallier la chute de consommation en France, augmenter nos marges sur un produit à faible valeur ajoutée, optimiser notre capacité de production et nous positionner sur le premier marché de consommation de choucroute. Nous avons fait appel à Altios International, relais de la Région en Amérique du Nord, ce qui pour nous était un gage de sérieux. Nous avons été enthousiasmés par sa vision concrète du terrain. Le bureau de New York nous a dédié un chargé d'affaires pour 30 % de son temps. Ceci a grandement accéléré notre implantation, notre développement et notre crédibilité aux États-Unis. L'expérience est très positive. Nous continuons de travailler avec Altios International qui a gagné notre confiance et comprend bien nos attentes. Nous souhaitons poursuivre nos efforts de développement outre-Atlantique pour atteindre un volume annuel de vente de 1000 tonnes (soit 1,5 à 2 M€). Pour appréhender le marché américain, il faut connaître la réglementation concernant son produit et se fixer un budget développement assez large la première année, faute de quoi le potentiel qu'offre le marché ne serait pas atteint. Il est utile d'être accompagné d'un chargé d'affaires sur place." ■

"Les potentiels sont à rechercher dans les pays émergents"

Altios International a organisé une mission au Brésil pour Vernet, leader mondial de la régulation thermostatique. Gérard Le Clanche, responsable marketing, témoigne.

Numéro un mondial des dispositifs de régulation thermostatique, Vernet ne peut assurer sa croissance que par l'acquisition de nouveaux clients. L'utilisation de la robinetterie thermostatique est en général liée à un accroissement du besoin de confort et à une évolution de la demande pour des raisons législatives ou écologiques. Ces demandes sont fortement liées à l'élévation du niveau de vie. C'est donc plus particulièrement dans les pays émergents que les potentiels sont à rechercher. Pour Vernet, l'ampleur de la



São Paulo, principal centre économique en Amérique latine.

tâche de prospection est disproportionnée vis-à-vis de ses ressources internes. Il a été choisi de renforcer cette capacité en faisant appel à un prestataire extérieur. Pour le Brésil, cette mission a été confiée à Altios, dont l'offre a paru correspondre au besoin.

Pertinence

"Le succès de cette mission est dû principalement à une préparation minutieuse, qui a permis de détecter avec pertinence des prospects, et à une forte capacité du bureau local d'Altios à se

mettre dans la peau d'un salarié Vernet lors de la rencontre de ces prospects. La gestion des rendez-vous lors de notre déplacement et l'organisation du voyage de prospection sont également à mettre au crédit de notre prestataire pour la réussite de cette campagne.

"Nous avons conclu à l'existence d'un potentiel de croissance sur le moyen et long terme, grâce à l'évolution du marché intérieur, mais aussi en raison des liens forts existants avec des acteurs nord-américains." ■

ARRIVÉE



Boris Lechevalier, l'un des quatre directeurs associés d'Altios International, a quitté la direction française à Lyon pour rejoindre la filiale Altios Do Brasil à São Paulo. L'essor économique brésilien ces dernières années et le fort développement de l'activité avaient rendu nécessaire l'arrivée d'un associé. ■

b.lechevalier@altios-international.com

Pourquoi vous avez intérêt à y aller

L'Australie est la 13^e puissance économique mondiale. C'est aussi un marché d'importation par excellence.

Avec ses 17 années de croissance continue, l'Australie se classe en tête des pays de l'OCDE les plus performants. Son dynamisme et un plan de relance ciblé lui ont permis d'éviter la récession pendant la crise financière. Le très fort pouvoir d'achat dépasse de 15 % celui de la France. La volonté de renforcer les échanges avec le monde fait de ce marché l'un des plus attractifs et rentables pour les investissements étrangers. En 10 ans, les exportations françaises vers l'Australie ont triplé. Principalement dans l'aéronautique, la pharmacie et les équipements industriels et agricoles. En pleine expansion, le pays présente

des perspectives prometteuses aux entreprises qui s'y intéressent.

Porteurs

La France est aujourd'hui le septième investisseur en Australie. Plus de 250 filiales françaises (pour moitié, des PME) y sont installées et emploient environ 85 000 salariés. Au total, plus de 5 890 entreprises françaises ont exporté vers l'Australie en 2009, dont 60 % de PME indépendantes.

Les biens de consommation, vins et spiritueux, équipe-



Un pays de la taille de l'Europe.

ments industriels et agricoles, énergies renouvelables, biotechnologies et le secteur des infrastructures sont des domaines porteurs. L'inversion des saisons peut représenter un atout. ■



MATCH. À l'occasion de la coupe du monde de rugby en Nouvelle-Zélande, Altios International organise, en partenariat avec le Crédit Agricole, une mission collective en Australie du 19 au 23 septembre, avec une extension en Nouvelle-Zélande jusqu'au week-end du 25 pour assister au match NZ-France. ■

Vous pouvez contacter p.ferron@altios-international.com.

Altios International tient salon

Altios International mobilise ses équipes sur les salons export organisés en France. Des rencontres incontournables pour les entreprises qui veulent développer un projet à l'étranger.



Patrick Ferron, directeur associé d'Altios International, au salon de Nantes.

Quelles sont les opportunités de développement pour votre entreprise en dehors de l'Hexagone ? Comment aborder l'international de manière concrète ? Ce sont des questions auxquelles l'International Connecting Day est venu répondre, en octobre à Nantes : 1 250 participants, 600 rendez-vous avec 70 experts, 200 intervenants et une salle comble pour la conférence avec l'ancien ministre des Affaires étrangères Hubert Védrine.

Bien sûr, Altios International en était. L'agence a aussi été présente aux salons Classe export de Paris et de Lyon, cet automne.

Éclairage

Ces rendez-vous s'adressent aussi bien aux nouveaux exportateurs qu'aux PME déjà habituées aux marchés internationaux. Les interventions d'experts et les témoignages d'entrepreneurs offrent un

éclairage sur des points précis comme les démarches douanières, les aides publiques à l'international ou la maîtrise des risques juridiques et fiscaux. C'est connecter les entreprises entre elles, faire se rencontrer dirigeants, responsables export, logistique et achats afin qu'ils partagent leurs bonnes pratiques à l'international. ■

Prochain salon : lire en page 1.



Double diplômée de Sciences Po Rennes et HEC Paris, Stéphanie Fortier a fait ses premières armes en Amérique du Nord pendant deux années. Elle a ensuite participé à la création de la filiale italienne d'une PME française du tourisme avant de revenir en France comme chargée d'affaires dans le conseil en management des systèmes d'information pour de grands groupes. Elle rejoint Altios International en ouvrant le bureau de Paris. ■



Diplômée d'une école de commerce, Anaïs Millour a poursuivi ses études à la Sorbonne en master Stratégie commerciale et politiques de négociation. Forte de ses expériences comme chef de secteur à L'Oréal et category manager junior à Cadbury, elle a rejoint Altios Australia Fashion and Textiles Division en tant que coordinatrice des ventes, chargée du marketing et des relations publiques. ■



Le défi indien de Pavan K. Varma (Actes Sud, 2005) : de l'image que les Indiens projettent d'eux-mêmes à la démolition des stéréotypes, cet ouvrage explore les paradoxes qui marquent la plus grande démocratie du monde. Une puissance avec laquelle il faut désormais compter. ■



Une histoire populaire des États-Unis de Howard Zinn (Agone, 2003) : cette histoire des États-Unis présente le point de vue de ceux dont les manuels d'histoire parlent habituellement peu. L'auteur confronte la version officielle et héroïque aux témoignages des acteurs les plus modestes. ■



Géopolitique de l'Australie de Fabrice Argounès (Éditions Complexe, 2006) : l'Australie réussira-t-elle à intégrer l'espace asiatique sans abandonner l'anglosphère ? Malgré son isolement, ce pays-continent se place comme une puissance forte sur l'échiquier régional en revendiquant son statut de pont économique et politique entre l'Orient et l'Occident. ■