

PAGE 2



VOTRE PREMIER RENDEZ-VOUS EN INDE

L'Inde est certainement l'un des pays les plus difficiles à approcher pour une première implantation commerciale. Or, une fois la barrière culturelle franchie, grâce à une phase de préparation minutieuse, l'Inde est aussi un pays très riche en rencontres.

PAGE 3



LES CINQ MARCHÉS PORTEURS EN RUSSIE

L'accès au marché russe semble encore difficile aux yeux de nombreuses PME françaises. Or, s'il ne faut pas y aller la fleur au fusil, ce marché est riche d'opportunités dans la métallurgie, les transports, la distribution, les communications et l'énergie.

PAGE 4



CHANGEMENT DE RÉGIME AU MEXIQUE

Face au fléau du surpoids et de l'obésité, tant chez les adultes que chez les enfants, les Mexicains sont appelés à modifier leurs habitudes alimentaires. À terme, de nouveaux marchés seront à prendre pour les entreprises françaises.

PAGE 5



UN PARTENARIAT FORT TISSÉ AVEC LE MAROC

Altios International accompagne en Europe les principaux acteurs marocains du textile, de l'habillement et des métiers du cuir. Cela va de la mise en place de missions de prospection à l'organisation et la promotion de salons spécialisés.

> SE RENCONTRER

- Nos bureaux étrangers de passage en France.
Vous souhaitez un rendez-vous ?
- Altios Mexique : 14-17 novembre,
 - Altios Chine : 21-25 novembre,
 - Altios Australie : 21-28 novembre,
 - Altios Brésil : 27 novembre-2 décembre,
 - Altios USA : 28 novembre-2 décembre,
 - Altios Russie : 12-16 décembre,
 - Altios Inde : 19-23 décembre. ■

> S'INFORMER

- Nos prochaines interventions :
- 29-30 novembre, Lyon : Classe export. ■

> NOUVEAU



Altios International ouvre des filiales en Russie et au Mexique. Contactez nos équipes pour vos projets d'implantation.

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 · fax : 01 53 83 09 17
Mél. : info@altios-international.com · Internet : www.altios-international.com

> CHINE

Le meuble est tendance

La Chine est le premier producteur de meubles au monde, devant l'Italie et les États-Unis. Le contexte est favorable à la croissance du secteur.

En Chine, la production de meubles augmente de façon exponentielle depuis dix ans. Un taux de croissance annuelle à deux chiffres lié au développement du marché immobilier (la réforme du logement a permis aux citadins de devenir propriétaires) et tiré par les exportations aux États-Unis, en Europe et en Asie. La Chine a bien surmonté la crise, notamment grâce aux mesures de relance : sur le

marché domestique, les ventes de meubles ont grimpé de 35 % entre avril 2009 et avril 2010. Les besoins en mobilier devraient encore croître de 10 à 15 % par an pendant les dix prochaines années, avec un marché de remplacement mais aussi du neuf pour les nouveaux logements aménagés.

Potentiel

Avec la baisse des taxes à l'importation de meubles, jusqu'à un taux zéro en 2005, de nombreux fabricants étrangers sont arrivés en Chine, attirés par le potentiel local.

Les habitudes de consommation se rapprochent petit à petit des standards occiden-



La demande s'occidentalise.

taux, avec des collections qui se renouvellent et plus de sensibilité à la mode. Les 25-40 ans, citadins et aisés (et jeunes parents), demandent un design plus moderne et épuré. Ils sont plus ouverts à des couleurs ou des formes qui sortent de l'ordinaire. ■

> INDE

Votre premier rendez-vous

L'Inde est certainement l'un des pays les plus difficiles à approcher pour une implantation commerciale. Une fois la barrière culturelle franchie, l'Inde est aussi riche en rencontres.

Il est primordial de préparer sa venue en Inde et non d'agir sous impulsion. Cette phase doit intégrer la connaissance culturelle du pays en plus de sa connaissance économique. Chaque personne que vous aurez l'occasion de côtoyer sera un mélange unique de valeurs indiennes et occiden-

tales. Le comportement individuel différera en fonction du positionnement de votre interlocuteur dans l'échelle sociale, de son éducation, de sa religion et de son exposition plus ou moins forte aux usages internationaux dans les affaires.

Talent

Les Indiens raisonnent autant avec leur cœur qu'avec leur tête. L'aspect relationnel est important dans une négociation ou un partenariat. Dans une économie dynamique, avec une importante rotation du personnel, vous garderez vos employés au vu de la qualité du rapport que vous



L'aspect relationnel prime.

aurez tissé avec eux (même valeur que l'augmentation du salaire et l'évolution du poste que vous proposerez). L'adversité a aiguisé chez les Indiens un talent inné d'entrepreneurs : le jugaad. Ou, système D, l'improvisation créatrice, en hindi. ■

- **COMMUNIQUER "À L'INDIENNE".** L'Inde surprend, voire choque. Sachez apprivoiser cette culture très différente de la nôtre. Lors de la première rencontre, présentez votre carte de visite à deux mains. Acceptez thé, café et snacks qui vous sont offerts. Un rendez-vous débute souvent de manière informelle. Intéressez-vous à la famille de vos interlocuteurs pour créer un climat de confiance propice à une discussion commerciale. Ne vous formalisez pas si votre rendez-vous est retardé, ou annulé, à la dernière minute. Faites preuve de patience – valeur jugée positive, face aux lenteurs. Les Indiens sont fiers de leur pays : parlez cricket, Bollywood et traditions ; pas Pakistan, pauvreté ou bidonville. Ne refusez rien ouvertement, ce qui serait discourtois. Ne vous attendez pas à un engagement ferme dès cette première rencontre. La décision implique souvent la validation de personnes non présentes. Soyez conscient qu'un développement prend plus de temps en Inde. ■

RENTREE

Comme chaque année, Altios International a organisé son séminaire de rentrée avec ses directeurs de filiales et toute son équipe France, à Nantes. Nos équipes restent à votre écoute pour tous vos projets d'implantation.



Patrick Ferron
directeur associé,
directeur d'Altios
France.

p.ferron@altios-international.com



David Gérard
directeur associé,
directeur d'Altios
France.

d.gerard@altios-international.com



Bruno Mascart
directeur associé,
directeur d'Altios
Australia.

b.mascart@altios-international.com



Boris Lechevalier
directeur associé,
directeur d'Altios
do Brasil.

b.lechevalier@altios-international.com



Alexis Martin
directeur d'Altios
USA.

a.martin@altios.us



Séverine Balian
directrice d'Altios
Mexico.

s.balian@altios.mx



Alexei Dobrynine
directeur d'Altios
Russia.

a.dobrynine@altios-international.com



Grégory Prudhommeaux
directeur d'Altios
China.

g.prudhommeaux@altios.cn



Germain Araud
directeur d'Altios
India.

g.araud@altios.in

Les cinq marchés porteurs

L'accès au marché russe semble encore difficile aux yeux de nombreuses PME françaises. Or, s'il ne faut pas y aller la fleur au fusil, ce marché est riche d'opportunités.

1. La métallurgie. Les métaux constituent la deuxième exportation du pays. Fer et acier russes comptent pour plus de 50 % de la valeur de l'industrie européenne. Les principales ressources minières sont l'or, le minerai de fer, le nickel, le manganèse, le plomb, l'étain, l'argent et le mercure.

2. Les transports. En 2008, le marché de l'automobile a bondi de 29 %. Les constructeurs étrangers ont gagné des parts de marché considérables – tendance susceptible d'être inversée par la hausse des taxes douanières. L'amélioration des voies routières et ferroviaires transfrontalières est engagée.

3. La distribution. En 2008, l'industrie de la distri-

bution était évaluée à 560 milliards de dollars. L'arrivée de groupes internationaux de la distribution rend le marché plus attractif.

4. Les technologies de l'information et des communications. La pénétration des mobiles sur le marché est remarquable, avec environ 190 millions d'abonnés. La libéralisation des télécommunications est complète, le cadre de régulation est neutre. Les multinationales sont leaders mais le gouvernement entend privilégier l'utilisation efficace des ressources domestiques.



5. L'énergie. La Russie détient les premières réserves mondiales de gaz et une grande part du pétrole, du bois, du charbon et de l'uranium. Elle est le premier exportateur mondial d'énergie (électricité, pétrole et gaz). L'État contrôle 30 % de la production pétrolière et 83 % pour le gaz, alors qu'il souhaite libéraliser le marché de l'électricité. Les besoins en capitaux nouveaux sont immenses. Cela offre des opportunités d'investissement pour la France, notamment en matière d'échange de technologies. ■

- **D'AUTRES OPPORTUNITÉS.** Des investissements massifs sont attendus dans l'aéronautique, les transports et les services urbains, l'automobile, l'énergie, l'agriculture et l'agroalimentaire et l'aménagement touristique (JO de Sotchi). L'explosion de la consommation tire l'équipement des ménages, la téléphonie et les services informatiques, l'alimentaire, le textile, l'ameublement, la décoration et l'industrie pharmaceutique. De plus, santé, éducation, logement et agriculture sont des priorités nationales. ■

EN BREF

PSA a monté une usine de construction automobile dans le Tamil Nadu pour attaquer, à son tour, l'immense marché indien. L'investissement, qui s'élèvera à 620 millions d'euros, devrait permettre la création de 20000 emplois directs et indirects. (D'après *Les Échos*.) ■

Le ministère de la Défense russe a signé une commande de près de cinq millions de pièces à l'entreprise française Arc International. Cette commande porte sur des assiettes, des bols, des tasses, des gobelets et autres plats en opale, estampillés du symbole de l'armée russe, qui seront destinés aux 750000 soldats qui compose celle-ci. (D'après *Le Moci*.) ■

En 2015, la Chine représentera 20 % du marché mondial du luxe – contre 10 % l'année dernière – et dépassera le Japon. Ce bond en avant est lié au développement de la classe moyenne, qui va peu à peu acheter plus de parfums, de vins et spiritueux, des montres et de la maroquinerie de luxe. (D'après *Les Échos*.) ■

Tereos, le sucrier qui détient notamment Beghin-Say, s'est lancé dans l'exploitation de la canne à sucre au Brésil. Pour percer dans les biocarburants, il s'est allié au géant local de l'or noir, Petrobras. (D'après *L'Express*.) ■

Le grand pari

Selon *CCE International*, la première moitié de la décennie constitue un pari sur l'avenir pour le Brésil. Y compris pour les entreprises étrangères partie prenante à son développement.

Le Brésil s'est doté d'un ambitieux programme d'investissements prioritaires. Dans les secteurs qui vont en profiter, des opportunités sont à la portée des entreprises françaises, même de taille moyenne. Dans les aéroports, les infrastructures ne répondent plus à la croissance du trafic et les technologies ne répondent plus aux normes. L'urgence de la modernisation est telle que l'État s'est décidé à faire appel aux investis-

seurs privés. Dans les ports aussi, la rénovation est en marche. Celle des terminaux, des contrôles d'accès et systèmes de sécurisation, des réseaux de télécommunication, des opérations de douanes, chargement et déchargement à l'aide d'une base de données commune et centralisée.

Investissements

Avec l'accueil de deux événements sportifs planétaires (lire ci-contre), les équipements sportifs et hôteliers et les transports publics vont bénéficier de très larges investissements. Il faudra aussi mettre en place des systèmes de sécurité et de contrôles d'accès.

Il est un autre secteur qui est appelé à bénéficier de tels investissements d'im-



Les JO de 2016 doivent profiter à l'économie brésilienne.

portance, celui des matériels pétroliers, avec l'une des plus grandes découvertes de pétrole depuis 30 ans. Une première tranche porte sur quelque 19 plates-formes et tout l'équipement qui les environne (navires, pompes, logements...). ■

- **LES DÉFIS.** Le Brésil fait passer son essor économique par l'offshore pétrolier, la coupe du monde de football en 2014, les JO de 2016, le fait de devenir la ferme du monde et l'éradication de la pauvreté. ■

> ÉTATS-UNIS

Prompt rétablissement pour le secteur de la santé

Le secteur médical est en plein bouleversement aux États-Unis. Pour qui sait approcher ce marché complexe, les potentiels de développement sont très importants.

Durant sa campagne, Barack Obama avait promis une révolution culturelle. Le président des États-Unis s'était engagé à "supprimer les coûts liés aux soins pour les familles et les entreprises et à fournir une assurance maladie abordable et accessible pour chaque Américain". Après plusieurs tentatives avortées ces dernières années, la réforme du système de santé, votée en

mars 2010, doit permettre à près de 32 millions de citoyens de bénéficier d'une couverture sociale en 2019, sur les 50 millions de personnes non assurées aujourd'hui. Cette nouvelle population qui accède aux soins forme un énorme potentiel pour l'industrie médicale.

Restructuration

Cela est d'autant plus vrai que le secteur médical est en cours de restructuration. Il doit notamment faire face au vieillissement de la population, à l'obésité latente, tout en intégrant 35 millions de patients supplémentaires à l'horizon 2014.

Cette situation peut représenter une opportunité pour



Un meilleur accès aux soins.

de nouveaux produits et services. Un accompagnement est bien entendu préférable pour tirer le meilleur parti de ces potentiels de développement. Altios International a déjà mis le pied à l'étrier de plusieurs entreprises du secteur médical sur le marché nord-américain. Elle dispose d'une équipe forte de l'ensemble des compétences techniques nécessaires. ■

EN BREF

Volkswagen part à la conquête des marchés sud et nord-américains. Le constructeur a commencé la production de la nouvelle Beetle 2 à l'usine mexicaine de Puebla, dans la deuxième ville du pays, où était déjà produite la version précédente de l'emblématique modèle.

(D'après *Les Échos*.) ■



La Beetle-mania continue.

Alors que la Chine domine outrageusement le secteur manufacturier du solaire photovoltaïque, les États-Unis ont réalisé une belle remontée dans l'exportation de produits solaires en 2010. Cette hausse est en partie à lier aux subventions et autres garanties de prêts accordées par le Trésor américain.

(D'après *Le Figaro*.) ■

Le Premier ministre australien a déposé un projet de loi visant à instaurer une taxe carbone. Les 500 plus gros émetteurs du pays seraient assujettis, à partir du 1^{er} juillet 2012, à une taxe de 23 dollars australiens (17 euros) par tonne de CO₂. Il s'agit d'un premier pas vers une réduction de 80 % des émissions en 2050 par rapport au niveau de l'année 2000.

(D'après l'AFP.) ■



Des émissions taxées.

> MEXIQUE

La balance penche en faveur d'une alimentation saine

Les Mexicains sont appelés à modifier leurs habitudes alimentaires. À terme, de nouveaux marchés seront à prendre pour les entreprises françaises.

Un Mexicain sur deux est en surpoids. Si rien n'est fait, 90 % de la population sera concernée dans les 10 ans. Le Mexique est le pays le plus touché au monde par l'obésité, qu'elle soit adulte ou infantile.

Entre campagnes d'information et inquiétude croissante à l'égard des problèmes de santé liés à l'alimentation, la population mexicaine en vient à changer ses habitudes alimentaires et à augmenter sa consommation de produits considérés comme sains. Les transformateurs d'aliments se mettent à la recherche de meilleurs ingrédients : riches en vitamines et en fibres, pauvres en gras saturés et



Changement de régime.

en sucre... Reste que, pour l'instant, le marché le plus important est toujours celui des plats préparés et de l'alimentation rapide.

Prestige

Le changement sera progressif, avec la sensibilisation accrue des consommateurs à la bonne alimentation et aux questions de santé, l'éducation de la population à la consommation de produits diététiques ainsi que la hausse du revenu des habitants.

Voilà qui laisse aux Français le temps de se préparer. Ils jouissent au Mexique d'une image de prestige et de qualité. Cela implique pour les entreprises tricolores désireuses d'exporter d'avoir un positionnement en accord avec cette image. De plus, les Mexicains ne sont, bien souvent, pas éduqués à la consommation de produits français. Pour faire découvrir ces derniers, les budgets de communication sont importants. ■

- **EN CHIFFRES.** La production alimentaire représente 7 % du PIB, avec, en particulier, le lait, la préparation de fruits et légumes, les sodas, l'abattage et les produits carnés. Dans l'industrie agroalimentaire, deux ou trois compagnies se partagent souvent 70 % du marché. Les canaux de distribution sont constitués de six principales chaînes, deux principales chaînes de grands magasins, des magasins spécialisés, des marchés régionaux, des magasins de proximité et des marchés. Par ailleurs, les habitudes de consommation sont souvent introduites via les restaurants, cafés et hôtels, ce qui confère une importance particulière à ce secteur. ■

Prochains salons : *Expo agroalimentaria*, du 9 au 12 novembre, à Irapuato et *Alimentaria Mexico*, du 5 au 7 juin, à Mexico.

Le solaire pour crème des énergies

L'Australie veut plus que quadrupler sa production d'énergie renouvelable en dix ans. C'est autant de marchés à prendre dans le solaire et l'éolien.

Le parlement australien a fixé à 20 % la part d'électricité qui sera issue de ressources renouvelables en 2020. Aujourd'hui, la consommation d'énergie de l'Australie est dominée par le charbon, ressource la plus utilisée pour la production électrique. Or, la quasi-totalité des besoins pourraient être couverts par les énergies solaire et éolienne. Cela pourrait créer 80 000 emplois pour la construction des installations et 45 000

pour le suivi et la maintenance. Cela en créerait plus que ce qui serait perdu, avec l'arrêt des centrales à charbon et au gaz.

Première

Les entreprises leaders dans l'énergie renouvelable et solaire vont construire la première centrale solaire de grande envergure du pays, la ferme solaire de Moree, en Nouvelles-Galles du Sud. Le site, qui comprendra 650 000 panneaux photovoltaïques, produira assez d'énergie pour desservir 45 000 foyers (soit une ville de la taille de Darwin) et permettra une réduction annuelle d'environ 400 000 tonnes de CO₂. Si cette ferme solaire est la première du genre à voir le



L'Australie mise sur le solaire.

jour en Australie, ce type d'installations a déjà prouvé son efficacité depuis de nombreuses années, que ce soit aux États-Unis, au Canada, en Espagne, en Italie, en Allemagne ou en Chine. Sans compter que l'Australie dispose de plus importantes ressources solaires que ces pays. ■

Un partenariat fort tissé avec le Maroc

Altios International accompagne en Europe les principaux acteurs marocains du textile, de l'habillement et des métiers du cuir. Voici un bilan d'étape.

Via son pôle spécialisé dans la représentation de salons commerciaux, Altios International collabore avec l'Amith (Association marocaine des industries du textile habillement). Ensemble, ils assurent la promotion du savoir-faire textile marocain en Europe. Cela va de la mise en place de missions de prospection à l'organisation et la promotion de salons spécialisés, aussi bien sur l'amont que l'aval de la filière.

Sept fabricants marocains leaders et 18 donneurs d'ordre français (enseignes, groupes et grands magasins) ont participé aux dernières missions "chaîne et trame femme" et "maille femme" organisées à



Des contacts entre acteurs majeurs du textile.

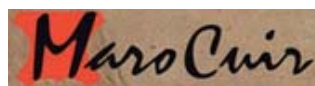
Paris. Avec 12 rendez-vous en moyenne par entreprise, pendant deux jours.

Contact

Les délégations marocaines ont considéré avoir atteint leur principal objectif. Celui d'obtenir un contact "d'entrée" auprès des entreprises françaises de renom dans le secteur du textile. Plusieurs cotations et échantillonnages ont été demandés par les acheteurs français aux entreprises marocaines.

Les donneurs d'ordre apprécient cette méthode qui leur permet de rencontrer de manière qualitative, en un même lieu, sur une demi-journée, quatre ou cinq usines marocaines répondant à leurs besoins. ■

La Fédération des industries du cuir (Fedic) confie à Altios la promotion annuelle du salon MaroCuir de Casablanca.



Danielle Savary, diplômée en techniques d'import-export, débute sa carrière par la vente d'embarcations de sauvetage, auprès d'Alstom Atlantique. Elle intègre, en 1993, le service export d'un spécialiste du matériel de laboratoire, PME reprise en 2004 par le leader américain de l'instrumentation médicale. Après une spécialisation en commerce international, elle rejoint Altios International France, en tant que chargée de projets en relation avec les bureaux à l'étranger. ■



Ingénieur en industries alimentaires, Céline Laffin est d'abord responsable R&D d'une PME spécialiste des repas pour les allergiques alimentaires, puis devient responsable des grands comptes. En 2007, elle arrive à Shanghai, où elle apprend le chinois. Elle entre à Carrefour Chine, en charge du développement durable puis comme responsable nationale qualité. Elle a rejoint l'équipe d'Altios Shanghai où elle est aujourd'hui responsable du pôle agroalimentaire. ■

LU POUR VOUS



Export : les incontournables d'Éric de Fontgalland (Arnaud Franel, 2008) : méthodes pour s'implanter durablement sur les marchés, gagner des parts de marché, améliorer les marges et les profits, tout en gérant les risques. Au sommaire de cette étude figurent le choix du mode d'implantation sur un marché étranger, la sélection du bon représentant et l'animation des réseaux commerciaux à l'export. ■



Réussir ses projets en Russie de Lydie Évrard et Ronan Venetz (Presses des Mines, 2010) : la Russie est-elle un marché prometteur ou trop complexe ? Quelle est donc la Russie d'aujourd'hui et peut-on y réussir ses projets ? Les auteurs proposent des pistes de réflexion, issues d'échanges avec les représentants d'entreprises françaises qui ont acquis une solide expérience de la Russie et avec des institutionnels spécialistes de ce pays. ■