



La Lettre d'Informations sur les Marchés Lointains

Janvier - Mars 2002, N°3

Sommaire

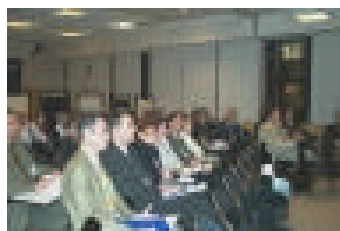
- **La décoration intérieure : USA/Chine p.2**
Dopés par des marchés immobiliers extrêmement dynamiques, les Etats-Unis et la Chine offrent de nombreux débouchés aux entreprises françaises dont les produits bénéficient d'une excellente image de marque.
- **Les clés de la négociation au Brésil...p.3**
Dans ce pays de culture latine, vaste et complexe, il importe de connaître quelques règles de base pour savoir comment bien négocier avec les Brésiliens.
- **VIETNAM : une nouvelle étapep.3**
En collaboration avec la société OPENASIA, ALBATROS INTERNATIONAL ouvre son 6ème bureau étranger à Hanoi, capitale dynamique d'un marché en pleine expansion : le VIETNAM
- **La CHINE : le grand marché du 21^{ème} sièclep.4**
Avec son entrée dans l'OMC et l'accueil des JO en 2008, la Chine acte à la fois sur son ouverture progressive et son appétit pour bâtir un marché de classe internationale.

Actualités / News

*Les équipes d'ALBATROS INTERNATIONAL
vous présentent leurs meilleurs vœux pour
cette nouvelle année 2002.*

SOIREE PAYS CHINE - CLUB CACI DES ENTREPRISES MOBILISEES !

Une quarantaine d'entreprises était présente le 6 décembre dernier lors de la soirée organisée par le club CACI Partenaires sur le marché Chinois, ses opportunités et ses contraintes. Cette mobilisation a encore démontré l'intérêt de plus en plus fort des entreprises de notre région pour ce "grand marché".



En plus de l'intervention proposée par Albatros International, des intervenants de qualité (Savonneries Bernard, ACB Pressure System, Centre de Management Franco-Chinois) ont permis de mieux cerner les potentialités et les difficultés de ce marché.

NOS BUREAUX EN FRANCE

Notez sur vos agendas les déplacements de nos bureaux en France. Ils sont à votre disposition pour étudier vos projets de développement.

8 - 18 janv : P. Gonzales Moyano, Albatros Mercosur

21 - 24 janv : Tao Yeh, Albatros Chine

25 fév - 8 mars : M. Leray, Europacific - Albatros Taiwan

13 - 26 avril : F. Motte, Albatros Australie

info@albatros-international.com

ALBATROS INTERNATIONAL - FRANCE

2, rue Robert Schuman - 44408 Rezé Cedex - Nantes - Tél : 02 40 32 83 83 - Fax : 02 51 70 38 47

SARL au capital de 20 580 € - 423 786 599 RCS Nantes - APE : 741 G

E-mail : info@albatros-international.com / Site internet : www.albatros-international.com

LE SECTEUR DE LA DECORATION INTERIEURE FLASH SUR DEUX MARCHES EN FORTE CROISSANCE

USA : NOTRE ECLAIRAGE SUR DEUX SECTEURS CLE

LES ARTS DE LA TABLE :

Un marché de 1^{er} ordre

• Les caractéristiques de la demande US

Ce marché de 270 millions de consommateurs qui a généré 4,7 Mds \$ de ventes en 2000, soit une hausse de 2,6% par rapport à 1999, est un marché de 1^{er} ordre pour les sociétés françaises positionnées dans le haut de gamme/luxe.

A noter toutefois des caractéristiques spécifiques :

- Des différences de goût par rapport à nos marchés : les styles traditionnel et moderne prévalent, marqués par deux tendances : la simplicité et l'exagération ;
- La recherche du « pratique » et du fonctionnel ;
- Des différences de taille, de produits et des services ;
- Une répartition très inégale du marché : 11 villes américaines (de plus de 2 millions d'hab) représentent 50% des familles au revenu annuel de plus de 40.000\$.

• Les réseaux de distribution

Sur les 12 canaux de distribution que l'on retrouve, on constate la prédominance de la Grande distribution et des Grands magasins / Chaînes de magasins qui détiennent plus de 50% du marché.

Les créneaux porteurs pour les sociétés françaises : le détail spécialisé (cadeaux, décor de la maison) et les grands magasins haut de gamme.

LE LINGE DE MAISON :

Un créneau en constante progression

• La demande : répartition & tendances

Les achats américains en linge de maison (lit, bain, office, rideaux, table) ont représenté 18,31 Mds \$ en 1999, présentant ainsi un taux de croissance annuel de 5,3%.

Trois faits majeurs sont à noter :

- La hausse générale de la qualité avec un retour marqué au somptueux ;
- Les créneaux porteurs : les coussins décoratifs, le linge brodé, le linge en lin et autres matières coûteuses ;
- 45% des ventes réalisées par le linge de lit avec une progression des ventes d'articles pour le bain depuis trois ans.

• Nos recommandations pour approcher le marché

- Visiter les points de vente et rencontrer les acheteurs afin de déterminer la gamme spécifique à introduire sur le marché (tailles, standards,...) ;
- Avant la sélection de votre partenaire, bien maîtriser vos circuits de distribution afin d'identifier & sélectionner le mode d'implantation adapté (agent, importateur, filiale) ;
- Mettre en place un relais local assurant un suivi rigoureux de vos clients et un développement pérenne de vos ventes.

CHINE : BOOM SUR LA DECORATION INTERIEURE

Un vaste marché prometteur...

Ce sont 150 millions de Chinois habitant les zones côtières qui bénéficient aujourd'hui de conditions de vie et de pouvoir d'achat nettement améliorés.

Quatre faits majeurs démontrent le potentiel important du marché de la décoration et l'engouement des Chinois pour se constituer au plus vite un « Home Sweet Home » :

- Les modes de consommation sont de plus en plus occidentalisés grâce à un pouvoir d'achat élevé ;
- L'aménagement intérieur grâce notamment, à l'accession à la propriété des particuliers, connaît un essor formidable ;
- La baisse des tarifs douaniers ;
- La vigueur des investissements immobiliers qui se développent à une vitesse supérieure à la croissance générale (7-8% par an).



Les secteurs porteurs

Certains secteurs présentent un contexte particulièrement favorable à l'introduction de l'offre étrangère :

- L'AMEUBLEMENT (MOBILIER & TISSUS)
- LE SECTEUR DES ARTS DE LA TABLE (et notamment la verrerie, linge)
- LE SECTEUR DES MATERIAUX DE DECORATION (revêtements de sols & murs, sanitaires, cuisines...)

Ainsi avec 80% des habitations et espaces commerciaux restant à décorer, de nombreuses opportunités s'offrent aux produits français qui bénéficient d'une excellente image.

...MAIS un marché qui évolue très vite & à l'accès difficile

Si l'on projette de commercer avec la Chine, il s'agit de tenir compte de certaines caractéristiques liées à ce marché :

- Approche des affaires très différente des nôtres (cf. notre Lettre d'informations N°2) ;
- Importance d'un partenaire régional bien établi ;
- Rôle clé joué par les prescripteurs ;
- Retour sur investissement qui ne peut être rapide.

Il s'agit, en tout cas, de prendre place rapidement sur ce marché, puisque sa récente adhésion à l'OMC devrait largement y favoriser les échanges avec les entreprises étrangères.

L'APPROCHE DES AFFAIRES AU BRÉSIL : CONSEILS & RECOMMANDATIONS PRATIQUES

BRÉSIL : LA LOCOMOTIVE DU MERCOSUR*

Contre toute attente, l'économie brésilienne n'a pas subi de plein fouet le contrecoup de la crise que connaît l'Argentine, affichant un certain soulagement au regard de l'embellie conjoncturelle du dernier trimestre.

La capacité de reprise de l'économie brésilienne, jugée « impressionnante » par les économistes eux-mêmes, permet aujourd'hui au Brésil de maintenir un taux de croissance avoisinant les 4%.



* Le Marché commun du cône Sud (Mercosur) regroupe l'Argentine, le Brésil, le Paraguay et l'Uruguay. Le Chili, la Bolivie et le Pérou y ont le statut de membres associés.

Fort de ses 170 millions d'habitants, d'une croissance dynamique et d'un fort pouvoir d'achat, le Brésil demeure un important marché qui présente aujourd'hui plus que jamais de remarquables attraits aux yeux des investisseurs étrangers. Ce marché se positionne comme le marché le plus convoité d'Amérique du Sud.

1. Choisir des relais sérieux & fiables : une nécessité impérieuse

Dans ce pays vaste et complexe, il est prudent de s'entourer de partenaires locaux ayant une bonne connaissance des modes de consommation très différents d'une région à l'autre. Il s'agira par ailleurs de s'assurer qu'ils connaissent toutes les ficelles de l'administration brésilienne en particulier pour dédouaner les marchandises ou se procurer un document dans les plus brefs délais.

2. Soigner vos relations informelles

Dans ce pays de culture latine, les contacts informels comptent beaucoup dans les affaires. Même si cela semble évident, il est essentiel de nouer des relations personnelles avec les partenaires, représentants et distributeurs. La convivialité est également de mise dans les négociations commerciales dans le cadre desquelles il est sage de prévoir des délais plus longs que prévus...

3. Considérer les Brésiliens comme des consommateurs avisés

Grands utilisateurs d'Internet, les Brésiliens sont à l'affût de nouveautés et de produits à la mode. Par ailleurs, de par leurs origines européennes, ils suivent de près les tendances des modes de consommation européens.

4. Prendre des garanties pour une implantation pérenne

Enthousiastes et impulsifs, les Brésiliens peuvent abandonner la distribution de vos produits s'ils jugent ceux d'un concurrent, plus à la mode ou plus rentable. Aussi, s'agit-il de répartir les risques entre plusieurs distributeurs et partenaires.

5. Bien déterminer la compétitivité de vos produits

Sur ce marché, il est particulièrement important de connaître les différentes taxes additionnelles aux droits de douane afférents à vos produits. L'étude de la structure du prix marché de vos produits et de vos marchés cibles vous permettront de déterminer la compétitivité de vos articles. Vous saurez de la sorte quelles sont les meilleures solutions de distribution à mettre en place.

ALBATROS INTERNATIONAL OUVRE UN BUREAU AU VIETNAM

Depuis le 1^{er} janvier 2002, Albatros International en collaboration avec le Groupe Openasia ouvre la porte du Vietnam aux PME - PMI françaises.

Face à des demandes de plus en plus nombreuses, Openasia et Albatros International s'associent pour apporter une solution aux entreprises qui souhaitent s'implanter sur le marché vietnamien.

Depuis plus de 15 ans, le Vietnam a opté pour la politique du "doi moi", littéralement 'changer pour faire du nouveau'. L'économie est ainsi sortie de l'état de crise continue pour entrer dans une période de croissance forte (moyenne de 7,6% depuis 10 ans), avec des investissements étrangers en constante augmentation et une inflation maîtrisée.

Les axes pour ces prochaines années sont la modernisation du pays (infrastructure, agriculture, médecine, environnement) et la stimulation du marché interne par l'augmentation du niveau de vie et des investissements nationaux et internationaux.

La France, premier partenaire non asiatique du Vietnam, entend bien contribuer à la modernisation et au développement de ce pays.



CHINE : LE GRAND MARCHÉ DU 21^{EME} SIECLE

Avec son entrée dans l'OMC le 11 décembre dernier, l'accueil des jeux Olympiques en 2008, la Chine acte à la fois sur son ouverture progressive et son appétit, pour bâtir un marché de classe internationale. Cette entrée est un événement à la hauteur du rythme de développement du pays : 7% de croissance annuelle.

ADHESION DE LA CHINE DANS L'OMC : l'aboutissement de près de 15 années de négociations

- Naissance de la Commission de régulation Nationale pour la Certification et l'Accréditation afin de simplifier les procédures d'importation en s'alignant sur les exigences de l'OMC.
- Réduction des tarifs douaniers sur la moitié des articles imposables par la douane chinoise et baisse des contingents tarifaires.
- Ouverture du marché financier : constitution du crédit à la consommation, et assouplissement du régime d'investissement.
- Amélioration du système juridique et administratif.

L'industrie automobile

- Volonté du gouvernement de faire de ce secteur l'un des piliers de l'économie chinoise.
- Droits de douane abaissés à 25% en 2006 sur les véhicules, à 10% sur les pièces. Disparition des quotas.
- Libéralisation des prix de ventes dans le but de toucher la clientèle familiale encore marginale sur ce marché.
- Croissance des ventes de 2 à 4,5 millions de véhicules d'ici 2010.

L'agriculture

- Refonte complète du secteur agricole, passage d'une exploitation extensive à intensive. Optimisation de la productivité.
- Baisse des droits de douane des produits agricoles à 19%.
- **Besoins colossaux** : engrais de semences, matériel d'irrigation, machines agricoles, matériel d'équarrissage, unités de transformation, emballages...
- Importance du respect de l'environnement et production de produits biologiques.

L'industrie agroalimentaire

- 1,3 milliards de bouches à nourrir
- La Chine n'arrive plus à produire suffisamment pour répondre à la demande dans les produits tels que : le poulet, le porc, les fruits de mer, les confiseries et les produits laitiers.
- **Occidentalisation du mode de consommation** : croissance des ventes de plats préparés et de produits congelés.
- Droits de douane sur les alcools et les spiritueux : abaissés de 65% à 15/20% en 2004.

La distribution

- Déjà plusieurs noms français présents sur le marché : Carrefour (23 mag. depuis 1995) et Auchan.
- Ce secteur est en pleine mutation et loin d'être arrivé à son terme : spécialisation des enseignes, apparition de centrales d'achat.
- **Des opportunités existent dans la logistique, la manutention, l'emballage, l'aménagement des magasins, la chaîne du froid...**

L'industrie du textile

- Excellente capacité d'adaptation des Chinois, acquisition rapide d'un professionnalisme comparable à celui des occidentaux.
- La Chine considérée auparavant comme un simple sous-traitant de textile de bas de gamme change ; le marché se sophistique, les clients deviennent exigeants et veulent de la qualité.
- La Chine inscrit l'industrie du textile dans son 10^{ème} plan quinquennal afin de **renouveler son appareil industriel et profiter des avancées technologiques** pour une meilleure qualité de produits.
- Réduction des droits de douane à 21,1%.



AGENDA ALBATROS INTERNATIONAL - PERIODE JANVIER - MARS 2002

- ◆ **4 & 5 février 2002** : Intervention CRCI PACA sur "Le marché Argentin" de Patrick FERRON

Pour tous renseignements ou commentaires sur cette lettre ou les interventions en cours, Contactez-nous : ALBATROS FRANCE au 02 40 32 83 83.

ALBATROS INTERNATIONAL - FRANCE

2, rue Robert Schuman - 44408 Rezé Cedex - Nantes - Tél : 02 40 32 83 83 - Fax : 02 51 70 38 47
SARL au capital de 20 580 € - 423 786 599 RCS Nantes - APE : 741 G

E-mail : info@albatros-international.com - Site Internet : www.albatros-international.com