

La Lettre d'Informations sur les Marchés Lointains
AMERIQUE DU NORD • AMERIQUE LATINE • OCEANIE • ASIE

Septembre - Décembre 2003, N°8

Sommaire

- **La filière Textile en Chine ...P.2**
Quelques pas dans la rue de Nankin à Shanghai suffisent pour comprendre l'évolution connue dans ce pays en quelques années.
La Chine dispose d'un marché intérieur qui va sans cesse augmenter, ceci à mesure que le pouvoir d'achat s'améliore.
- **Les équipements viticolesp.3**
Tout est mis en oeuvre pour que l'Australie soit reconnue mondialement, et notamment par le « *vieux monde* » comme un producteur de vin de qualité.
- **Quelques nouvelles de nos clients..... p.4**
Interplume, leader français des plumes et duvet, collabore avec ALTIOS China depuis plusieurs mois pour pénétrer le marché chinois. Aujourd'hui, la réussite est au rendez-vous et les prospects deviennent clients...
- **La vie de nos bureauxp.4**
Deux nouvelles personnes sont venues renforcer ALTIOS International en France. Elodie FAVARD qui a intégré la structure de Nantes et Boris LECHEVALIER, Directeur de la structure de Lyon.

Actualités / News

Albatros International devient... ALTIOS International	OUVERTURE DU BUREAU DE LYON
<p>Nous vous rappelons l'évolution du nom de notre société. Depuis le 1^{er} Août 2003, Albatros International a donné naissance à... ALTIOS International.</p> <p>Pour compléter ce développement, vous trouverez un site Internet enrichi pour plus d'informations : www.altios-international.com.</p> 	<p>Pour toujours plus de proximité dans nos relations avec nos clients et pour mieux préparer vos projets, nous renforçons nos équipes en France avec l'ouverture d'un nouveau bureau à Lyon.</p> <p>Boris Lechevalier, Responsable du bureau, apportera toute son expérience pour l'accompagnement et la concrétisation de vos projets à l'export.</p> <p>ALTIOS International 45, rue Saint Romain • 69008 Lyon Tél. 04 78 75 10 01 • Fax 04 78 75 58 95</p>

ALTIOS INTERNATIONAL - FRANCE

CHINE : L'INDUSTRIE TEXTILE

A la veille de la disparition des quotas, la Chine est devenu le plus grand atelier textile du monde. L'industrie textile, un des piliers de l'économie chinoise, a connu une croissance effrénée ces 20 dernières années.

Tous les segments en ont fortement profité : les textiles de série comme les textiles haut de gamme pour le secteur de l'habillement ou les tissus techniques.

Cette croissance ne semble pas se calmer au vu des investissements réalisés et de l'adhésion de la Chine à l'OMC.



Shanghai Silk corp.

Le consommateur chinois

Quelques pas dans la rue de Nankin à Shanghai suffisent pour comprendre l'évolution connue dans ce pays en quelques années.

La Chine dispose d'un marché intérieur qui va sans cesse augmenter, ceci à mesure que le pouvoir d'achat s'améliore.

Grâce à un niveau de vie en augmentation, l'accès aux produits de type occidentaux est facilité et souhaité.

Les consommateurs à pouvoir d'achat se trouvent dans la tranche 25 - 35 ans, les salaires d'entrée dans la vie active étant de plus en plus élevés.

Le marché le plus important est pour le prêt à porter féminin moyen de gamme, segment 25 - 35 ans.

Les circuits de distribution

Les circuits de distribution se sont rapidement transformés en Chine et s'organisent autour des grandes villes dont la vitrine est Shanghai.

La commercialisation en Chine repose principalement sur les centres commerciaux (« department stores »).

Tous les chiffres d'affaire des grandes marques de prêt-à-porter proviennent de ces points de vente (type « corners ») dans les centres commerciaux. Le développement de ces grands centres forme un réseau de plus en plus significatif.



Points de vente à Shanghai

Chaque point de vente varie d'une surface de 35 à 80 m². Il est ainsi conseillé que les nouveaux produits soient distribués dans des points de vente les plus en vue des centres commerciaux les plus connus localement.

Les tendances

Le consommateur chinois est à la recherche de produits porteurs d'image, de valeurs et de reconnaissance sociale. Le domaine de la création fait encore défaut et les styles adoptés sont aujourd'hui occidentaux.

On retrouve d'ailleurs des marques locales à consonance européenne : Giordano, Bossini, ...

Mais des créateurs émergent en Chine et leur influence sur l'Asie leur permettront demain d'imposer leurs propres tendances.

Nous pensons donc qu'à court terme, la Chine créera elle-même ses produits.

Etre présent aujourd'hui en Chine permettra de suivre demain cette évolution...

Les équipements pour l'industrie textile

La Chine est un marché incontournable pour les fabricants de machines textiles et pour l'ensemble de la filière. L'industrie textile investit fortement dans la modernisation et l'extension des installations de production.

Ce marché représentera demain la moitié de la production textile et des investissements en Asie.

SHANGHAITEX - Salon des équipements pour l'industrie textile
10 - 13 décembre 2003
Shanghai - Pudong

Taxes et réglementation

Baisse des droits de douane avec l'adhésion à l'OMC : moyenne de 9,4 % à l'horizon 2005.

Droit de douane PAP : 17,5 % en 2005. (environ 20% aujourd'hui)

Disparition des quotas en 2005.

TVA pour la confection = 17 %

L'avis d'ALTIOS China

Le marché chinois devient incontournable pour les entreprises françaises, qui disposent aujourd'hui d'atouts : créativité, réseau commercial en Europe, capacités logistiques.

Nous constatons ainsi de nombreuses réussites de partenariats commerciaux et industriels permettant aux entreprises un développement pérenne en Chine.

De nombreuses entreprises chinoises nous sollicitent pour trouver des partenaires européens. Soyez les premiers à répondre...

Pour plus d'informations :

Tao YEH - ALTIOS China

chine@altios-international.com

David GERARD - ALTIOS France

d.gerard@altios-international.com

Exemples de prix de vente moyen de gamme à Shanghai

	ETAM	MNG (Mango)	ESPRIT	GIORDANO
prix* (yuan)	125 à 399	600	129 à 495	29 à 199
En euros	13 à 41,50	62,5	13,50 à 51,50	3 à 20,70
Années d'existence	12	1	>10	>12
Pts de vente	>100	4	>100	>300
Produit localement	Oui	Non	Oui	Oui

* Prix constatés dans les magasins à Shanghai

AUSTRALIE : l'essor rapide de l'industrie vitivinicole

Tout est mis en oeuvre pour que l'Australie soit reconnue mondialement, et notamment par le « vieux monde », comme un producteur de vin de qualité.



Vignoble de la Barossa Valley (SA)

Un développement exponentiel

Le pays compte aujourd'hui près de 1.600 producteurs de vin. En 2002, il se créait 1 winery par jour en moyenne alors qu'ils étaient à peine 800 en 1993.

En 2001, et ce malgré des conditions météorologiques difficiles, le pays a enregistré un nouveau record avec une production équivalente à 12 millions HL. En l'espace de 10 ans, l'Australie est ainsi devenue le 6^{ème} producteur mondial de vin (devant l'Afrique du Sud) et est passé du 12^{ème} au 5^{ème} rang mondial des pays exportateurs.

Trois Etats fournissent l'essentiel de la production : le New South Wales, le Victoria et surtout le South Australia, première région viticole.

Face à cet ensemble, il est intéressant de noter le développement de certains domaines de la région de Perth (Maragret River) se positionnant

sur des vins très typés, plus confidentiels issus de petites parcelles.

Une production portée par la consommation locale et les exportations

Enfin, pays producteur, l'Australie est également le pays de la région Asie-Pacifique dont la consommation de vin par habitant est la plus élevée (20.5 l/an/hab), bien devant les Etats-Unis (8.5 l/an/hab) et le Japon (4.5 l/an/hab).

Les médias louent les propriétés du vin, l'intégrant à un style de vie plus sain. Et que dire des nombreuses dégustations, magazines spécialisés et tourisme vinicole qui ne font qu'amplifier cette curiosité déjà forte !

L'Australie recèle de vastes potentiels sur lesquels les exportateurs français d'équipements vitivinicoles peuvent se positionner avec succès en explorant notamment des pistes moins connues.



Dégustation dans une cave de la Yarra Valley avec notre équipe

S'appuyant sur cet exemple, notre bureau de Sydney vient d'accompagner **Tonnellerie Saint Martin** dans son développement commercial sur le marché australien.



Introducing...

Tonnellerie
Saint Martin
to
Australia & New
Zealand

Family owned and enriched by the history and experience of three generations of coopers Tonnellerie Saint Martin barrels are used by the highest quality references in France, Italy and the USA.

Saint Martin now looks forward to working with the best wines and winemakers in Australia and New Zealand.

Yves and Francois Saint Martin personally select only the finest French oak staves which are all naturally air seasoned. Careful monitoring of the Saint Martin judicious open wood fire toasting regimen ensures the winemaker's preference.

More tannic varieties such as Cabernet Sauvignon and Syrah are gently polished by the long and aromatic toasting of Saint Martin barrels while Sauvignon Blanc, Chardonnay, Pinot Noir and Merlot benefit from Saint Martin's gentle and penetrating toasting methods.

Tonnellerie Saint Martin...
when tradition meets the
highest standard of quality

For details and prices please contact:

Garry King, newly appointed
Director Australasia on:
(M): 0439 766 777
gking@saintmartin.com.au

Le témoignage de l'un de nos clients...

Il n'y a que 6 ans que la **TONNELLERIE SAINT MARTIN** s'est attaqué à l'export. Pourtant, elle réalise désormais 65% de son chiffre d'affaires à l'international. Pour cette tonnellerie traditionnelle du Sud-Ouest, « **les marges de progression se situent désormais à l'export** », explique François Saint Martin, le gérant. Travaillant avec des clients dont les commandes sont très saisonnières, la Tonnellerie cherche à étaler sa production sur l'année. Après l'Europe, François Saint Martin a décidé de s'attaquer à l'Australie où le décalage des saisons est total par rapport à l'hémisphère Nord.

Très attentif à la qualité de ses produits, le responsable de la PME apprécie de travailler avec des Anglo-Saxons « **Il y a une véritable collaboration entre le fournisseur et le client. Nous voyons souvent nos clients pour discuter. C'est un travail de longue haleine pour s'adapter au cépage, au terroir. On estime qu'il faut 3 ans pour s'approcher de la perfection** », poursuit François Saint Martin.

« **L'appui d'un partenaire local comme Altios International, nous permet de gagner du temps et de faire les bons choix. Aujourd'hui, nous finalisons notre implantation avec la création d'une filiale Tonnellerie Saint Martin Australia Pty Ltd** ». Un développement qui s'inscrit dans la durée, basée sur une qualité d'écoute qui n'est pas remise en cause par l'éloignement géographique.

ALTIOS INTERNATIONAL S'AGGRANDIT

Deux nouvelles personnes sont venues renforcer ALTIOS International en France. Elodie FAVARD qui a intégré la structure de Nantes et Boris LECHEVALIER, Directeur de la structure de Lyon.

Boris LECHEVALIER, 31 ans.



Diplômé de l'Ecole Supérieure du Commerce Extérieur, Boris intègre rapidement la vie active internationale, où il se voit confier la responsabilité de directeur de filiale pour une société de logistique internationale en Tanzanie. Il part ensuite à Londres où il dirigera pendant plus de deux ans une entreprise dans le secteur de l'ameublement.

Dès 1997, Il intègre l'activité de Conseil à l'export. Tout d'abord Responsable de l'Imed à Paris (mise en place de VIE sur le Moyen Orient), puis consultant international chez Aidexport (filiale conseil du groupe CIC), et enfin pour le compte de Novalys à Paris (1^{ère} société d'accompagnement sur les marchés européens).

Boris a rejoint ALTIOS International en août 2003 pour l'ouverture du bureau de Lyon, sa région natale.

Elodie FAVARD, 26 ans



Diplômée d'un Brevet de technicien supérieur en commerce international, elle s'envole pour les USA, où elle restera une année à Seattle afin de compléter sa formation en marketing et découvrir la culture et le business à l'américaine.

Après avoir travaillé deux années dans différentes entreprises de la région nantaise dans des secteurs d'activités tels que le secteur du bois, de l'outillage portatif, ou des stylos de luxe (Waterman), Elodie a intégré le groupe courant avril 2003 en tant que Chargée de mission.

SUCCESS STORIES : INTERPLUME EN CHINE



INTERPLUME est le leader français des plumes et duvets pour la confection, la literie et l'ameublement, avec un chiffre d'affaires supérieur à 30 millions d'euros (dont 85 % à l'export).

Les affinités de la société avec la Chine, mais aussi le potentiel du marché et ses perspectives guidèrent la société dans son choix de développement. Un premier client lui permit de valider l'intérêt de des entreprises chinoises pour leurs produits. ALTIOS International fut chargé de concrétiser ce potentiel.

Plusieurs phases nous ont amené à définir la politique commerciale de l'entreprise en Chine : la veille des producteurs locaux et des produits importés (prix pratiqués, produits vendus), la sélection des clients (capacités à importer, produits de qualité), la validation des intérêts et l'initiation des relations commerciales. Nous avons ensuite accompagné l'entreprise dans tous ces déplacements afin de l'assister dans les négociations.

Résultats

La première réussite est intervenue 6 mois après le début de la prospection : Interplume livrait un premier container de 90.000 €. Depuis, INTERPLUME poursuit sa collaboration avec ALTIOS International et notre bureau de Shanghai continue la prospection des clients potentiels. INTERPLUME dispose ainsi d'un véritable bureau en Chine pour représenter ses intérêts et assurer une présence commerciale pérenne et soutenue auprès de ses clients et prospects

Pour tous renseignements ou commentaires sur cette lettre

Contactez-nous : ALTIOS INTERNATIONAL FRANCE au 02 40 35 18 28

Brèves ALTIOS International...

La force du dollar australien

Début septembre, l'aussie, surnom du dollar australien s'est hissé à son plus haut niveau depuis 5 ans face au dollar américain.

Cette forte augmentation est due à une économie dont le dynamisme est largement supérieur à celui de ses partenaires de l'OCDE.

USA : Loi sur le Bio terrorisme sur les produits alimentaires

La FDA adoptera mi octobre une réglementation enjoignant les entreprises de produits alimentaires de s'enregistrer auprès des autorités américaines.

Cela concerne les sociétés étrangères et américaines qui fabriquent, emballent et/ou stockent des produits destinés à l'alimentation humaine (y compris les boissons) et animale.

Cette loi ne sera pas promulguée avant le 12 octobre 2003. Aucun enregistrement FDA ne sera validé avant cette date

Taux de change au

25/09 :

1 US\$ = 0,88 €

1 AU\$ = 0,59 €

1 yuan = 0,11 €

Agenda...

Retrouvez-nous sur les principaux rdv de l'export:

Classe Export - Lyon

26 & 27 novembre

International Atlantic Meeting

Nantes - 4 & 5 février 04

Nos bureaux en France...

Sydney, JP GRANGE

8 - 19 décembre

Shanghai, Tao YEH

Février 2004

ALTIOS INTERNATIONAL - FRANCE

34, Quai Magellan - 44000 Nantes - Tél : 02 40 35 18 28 - Fax : 02 40 35 18 38

SARL au capital de 22 870 € - 423 786 599 RCS Nantes - APE : 741 G

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