



## La Lettre d'Informations sur les Marchés Lointains


AMERIQUE DU NORD • AMERIQUE LATINE • OCEANIE • ASIE

Janvier - Mars 2004, N° 9

### Sommaire

- **CHINE : un marché pour les PME ..... p.2**  
Depuis le début de l'année, nous sommes abreuvés de messages, d'articles sur la Chine. La venue de Hu Jintao nous rappelle que la Chine est aujourd'hui un marché sur lequel il faut compter et qui sera de plus en plus présent à l'avenir.
- **USA : les raisins de la croissance.....p.3**  
Malgré des lois strictes en matière de vente d'alcool et une population peu encline à consommer régulièrement du vin, la production vinicole est en pleine expansion.
- **Les opportunités de la croissance aux Etats-Unis..... p.4**  
Les Etats-Unis ont connu 3% de croissance en 2003 et les experts annoncent 4% pour 2004. Une vraie reprise qu'on aimerait retrouver en Europe !
- **ALTIOS Australia, partenaire du SIAL China..... p.4**  
Exposium, l'un des tous premiers intervenants de salons professionnels à l'international, organise la 5<sup>ème</sup> édition du SIAL China se tenant à Shanghai du 30 mars au 1<sup>er</sup> avril 2004.

### Actualités / News

DEPLACEMENTS DE NOS BUREAUX	INTERNATIONAL ATLANTIC MEETING COLLOQUE CHINE
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Mars 2004 - SIAL CHINA</b> France - D. Gérard Australie – JP. Grange</li><li>• <b>Mars 2004 - en France</b> USA - T. Zimmermann</li><li>• <b>Avril 2004 - en France</b> Shanghai – JM. Legall</li><li>• <b>Juin 2004 - en France</b> Australie – JP. Grange</li></ul> <p><i>Pour rencontrer nos bureaux, contactez-nous au 02 40 35 18 28</i></p>	 <p>ALTIOS International était présent au salon International Atlantic Meeting qui a réuni sur deux jours plus de 1 500 chefs d'entreprises.</p> <p>ALTIOS International a participé à la rencontre "<b>Chine, négociier avec vos partenaires chinois</b>". Plus de 120 personnes ont ainsi pu écouter les témoignages des entreprises présentes ainsi que de notre responsable du bureau de Shanghai, Jean-Marc LEGALL.</p> <p>Cette nouvelle initiative du Club du WTC de Nantes et l'affluence des entreprises est encore une preuve de l'interrogation des entreprises face au marché chinois !</p>

#### ALTIOS INTERNATIONAL - FRANCE

34, Quai Magellan - 44000 Nantes - Tél : 02 40 35 18 28 - Fax : 02 35 18 38  
45, rue St Romain - 69008 Lyon - Tél : 04 78 75 10 01 - Fax 04 78 75 58 95  
E-mail : info@altios-international.com - Site internet : www.altios-international.com

## CHINE : UN MARCHÉ POUR NOS PME

**Depuis le début de l'année, nous sommes abreuvés de messages, d'articles sur la Chine. La venue de Hu Jintao nous rappelle que la Chine est aujourd'hui un marché sur lequel il faut compter et qui sera de plus en plus présent à l'avenir.**

Les Grands contrats sont annoncés les uns après les autres, comme pour essayer de nous faire oublier notre retard et notre réveil.

Négliger la Chine, ses opportunités et ses menaces, est aujourd'hui pour les responsables d'entreprises une faute professionnelle !

Nos clients sont tous formels : "La Chine ? On y pensait il y a un an, nous avons retrouvé des fournisseurs chinois sur nos marchés il y a 6 mois et aujourd'hui nous devons rattraper notre retard...".

Retard important sur nos concurrents européens tel que l'Allemagne qui exporte 4 fois plus que la France en Chine, l'Italie ou les Etats-Unis.

**Malgré une augmentation de ses exportations de 30%, la France a divisé ses parts de marché par deux en 5 ans sur le marché chinois !**

### L'année du Singe sera Française...

**Non, nous n'avons pas encore "manqué le train Chinois".**

Malgré ce retard, et notamment le manque d'engagement des PME, la France a de nombreux atouts et pour commencer les relations très cordiales entre nos deux pays : la France est le premier pays occidental à reconnaître en 1964 la Chine communiste.



**ALTIOS International accompagne depuis 8 ans les PME françaises en Chine. Nous avons créé un centre d'affaires à Shanghai dans le quartier de Pudong pour apporter aux PME des solutions à leur taille.**

**Plusieurs entreprises sont déjà domiciliées dans nos locaux et bénéficient de services tels que la domiciliation, l'hébergement de personnel chinois, l'accompagnement dans la recherche de partenaires industriels et commerciaux.**

### Quelques données de base :

- 1,3 milliards de personnes
  - 10% de personnes qui consomment déjà comme les occidentaux
  - 4ème producteur de voitures (devant la France) avec une production de 4 millions de voitures en 2003,
  - une croissance moyenne annuelle de 10% ces dix dernières années,
- Plus de 900 entreprises françaises présentes en Chine avec 150 000 personnes.

### La France a donc une part importante à jouer dans le développement de la Chine et de ses industries.

En effet, les besoins de la Chine portent pour beaucoup sur les domaines d'excellence des PME françaises :

- **les équipements industriels pour l'industrie automobile** : accompagner les donneurs d'ordre devient une nécessité,
- **les équipements électriques** : le développement des zones urbaines et des industries mobilisent la distribution électrique,
- **les équipements agricoles et agro-alimentaires** : le consommateur chinois élève la qualité des produits demandés. Le process agro-alimentaire est de plus en plus complexe.
- **Tous les produits liés à l'équipement de la maison** : le Chinois devient propriétaire de son logement et investit dans celui-ci.

Les sociétés chinoises s'internationalisent rapidement et la grande force des industriels chinois est de s'adapter très vite et de savoir faire du bas de gamme comme du très haut de gamme.

**De l'avis de tous les experts, les places sont à prendre maintenant... Dans très peu d'années, il sera trop tard !**

### La Chine : un marché accessible pour les PME

**La Chine n'est plus seulement un marché de grands groupes et de grands contrats, de plus en plus de contrats se font sur des volumes d'affaires réguliers.** Les PME sont les bienvenues et le marché devient totalement accessible.

**"Il est parfois plus facile de faire du business en Chine qu'en Allemagne !"**. Cette affirmation d'un expatrié français en Chine présente une culture du business beaucoup plus proche de ce que nous pourrions penser. On s'aperçoit rapidement que "95 % des difficultés de communication proviennent de la langue...".

**Côté culture des affaires, il ne faut donc pas se focaliser sur les différences culturelles.** Une bonne notion de savoir-vivre permet de pallier à la plupart des situations.

**Nous vous invitons à Shanghai pour vous rendre compte de l'avancée de la Chine et rencontrer vos homologues chinois qui pourront être vos partenaires ou vos concurrents de demain...**

**La Chine s'éveille et le monde n'a pas fini de trembler...**

## ETATS-UNIS : LES RAISINS DE LA CROISSANCE

Malgré des lois strictes en matière de vente d'alcool et une population peu encline à consommer régulièrement du vin, la production viticole est en pleine expansion. A l'exception du Dakota du Nord, tous les Etats du pays produisent aujourd'hui leur vin, même l'Alaska à partir de vignes très protégées.

### Vers un changement de consommation

En 2002, selon le rapport Gromberg-Fredrikson, la consommation de vin a été aux Etats-Unis de 595 millions de gallons (soit environ 2252 millions de litres de vin - 1 Gallon = 3,785 litres).

Bien que 2002 ait été une année particulièrement difficile pour l'industrie viticole américaine (et mondiale), confrontée à une surproduction aussi bien nationale qu'internationale, cela représente une progression de la consommation de 6% par rapport à 2001.

Alors que la consommation passe en indice de 100 à 128 sur la période, celui du volume du chiffre d'affaires lui passe de 100 à 194. Le comportement

d'achat du consommateur a donc suivi un parcours assez comparable à celui du consommateur français il y a quelques années, délaissant au fur et à mesure les vins « au Gallon » de qualité très médiocre pour des vins de meilleure qualité.

Un groupe comme GALLO à Sonoma, le 1<sup>er</sup> producteur de vin américain, a depuis longtemps diversifié son offre pour faire face à cette évolution.

### Des investissements relancés par les Australiens

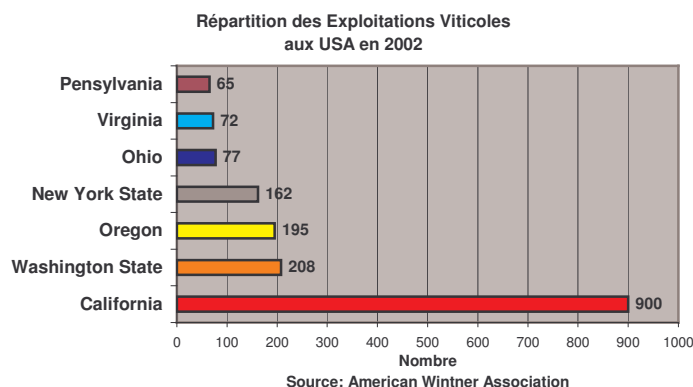
L'industrie nord-américaine du vin est si prospère qu'elle commence à attirer les investissements étrangers.

La vague d'investissement direct des producteurs français de Champagne

dans les années 80 et au début des années 90 est maintenant relayée par l'intérêt des Australiens, les exportateurs de vin les plus agressifs de la planète.

Les cultures de ces deux pays sont complémentaires. Alors que les Américains proposent une grande surface exploitable et des techniques sophistiquées en matière de marketing, les Australiens profitent d'une expérience considérable dans le domaine de l'exportation. Tous les ingrédients sont donc réunis pour une profitable association.

**A l'instar des territoires du Nouveau Monde, les Etats-Unis recèlent encore de vastes potentiels pour les exportateurs français d'équipements vitivinicoles.**



### 2 bouteilles sur 3 proviennent de Californie

66% de la production de vin aux USA provient de Californie. En chiffre d'affaires, cela représente plus de 14 milliards de dollars (marché global équivalent à 21,1 milliards de dollars).

La Californie, située à la même latitude que l'Afrique du Nord, jouit d'une multitude de micro climats. L'agriculture en général et la viticulture en particulier constitue une part importante des richesses de cet Etat.

Les principales régions viticoles sont Nappa Valley, Sonoma Valley et Central Coast.

## ETATS-UNIS : LE DOLLAR NE DOIT PAS NOUS FAIRE OUBLIER LA REPRISE AMERICAINE ET SES OPPORTUNITES !

Il y a deux ans, bien des chefs d'entreprise considéraient que la crise Irakienne n'était pas propice à des démarches commerciales.

Mis à part quelques coups d'éclat retentissants exploités par la presse, les statistiques sont formelles : les échanges commerciaux avec les USA se portent bien.

Au-delà de ces échanges, les Etats-Unis ont connu 3% de croissance en 2003 et les experts annoncent 4% pour 2004. Une vraie reprise qu'on aimerait retrouver en Europe !

Aujourd'hui, les décideurs se posent des questions pour savoir si le moment est propice pour engager des démarches commerciales alors que les taux de change sont largement défavorables aux produits européens. C'est vrai dans certains cas mais c'est oublier que les marges d'intermédiation sur les produits de détail n'empêchent pas les Européens de faire de bonnes affaires aux USA et de profiter du climat de reprise actuelle.



**S'il ne faut pas sous-estimer les craintes des PME françaises concernant les taux de change (mais ce phénomène date-t-il d'aujourd'hui ?), il est quelques constantes à rappeler :**

- **le climat est plus que favorable pour investir aux USA** et notamment pour y créer un bureau de représentation commerciale ou une filiale. C'est le moment propice pour investir dans des démarches commerciales qui porteront leurs fruits sur un marché exigeant et de longue haleine. De ce point de vue, investissez dans des structures commerciales souples aux USA (commercial à temps partagé, domiciliation de filiale...) vous profiterez de taux de change qui réduisent vos investissements et vous vous rapprocherez de vos clients finaux.
- **être présent aujourd'hui en période de reprise économique c'est se préparer demain à des taux de change plus favorables.**
- aux USA, le prix est rarement le facteur déclencheur d'achat. La notion de service autour du produit et une bonne communication sont au moins aussi importants. **Ce qui nécessite de bien préparer en amont le lancement de ses produits.**
- Aux USA, sur un marché aussi concurrentiel, **il faut se différencier de la concurrence par une présence terrain effective et un service commercial de qualité.**

***Pour tous ceux que les Etats-Unis intéressent : rendez-vous aux USA, constatez que les affaires reprennent et que vos produits ont dans bien des cas des chances d'y trouver des débouchés réels.***

#### **ALTIOS AUSTRALIA : PARTENAIRE DU SIAL CHINA**



***Exposium, l'un des tous premiers intervenants de salons professionnels à l'international, organise la 5<sup>ème</sup> édition du SIAL China se tenant à Shanghai du 30 mars au 1<sup>er</sup> avril 2004.***

***Le SIAL China est le salon N°1 en Chine pour les produits agroalimentaires, boissons, vins et spiritueux.***

Se déroulant en partenariat avec Packteck - Foodtech et Hotelex, l'édition 2003 avait accueilli 350 exposants de 37 pays et plus de 20.000 visiteurs. Pour cette édition 2004, 900 exposants sont dorés et déjà inscrits issus de 42 pays.

Fort de nos réseaux au sein de la filière agroalimentaire, ALTIOS Australia intervient en tant que Représentant du SIAL China auprès des entreprises australiennes et néo-zélandaises pour leur présenter les potentiels de ce gigantesque marché qu'est la Chine :

- ⇒ Un marché de l'alimentation équivalent à 100 milliards de dollars,
- ⇒ Des droits de douane réduits à 11% depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2003,
- ⇒ Un pouvoir d'achat en forte progression entraînant une demande accrue pour les produits industriels et plats préparés,
- ⇒ Des réseaux de distribution en fort développement sur la Chine avec notamment les grandes enseignes : Carrefour, Walmart, Auchan et Metro.

***Notre responsable de Sydney sera à cette occasion à Shanghai du 30 mars au 1<sup>er</sup> avril pour accompagner les entreprises australiennes dans leurs projets avec des partenaires chinois.***

#### ***Brèves ALTIOS International...***

##### **Australie : des investissements français en force**

On dénombre 250 filiales dégageant un chiffre d'affaires de l'ordre de 12 milliards d'euros (7,5 fois les exportations françaises). Ces filiales sont pour la plus part des créations récentes : 35 étaient recensées au début des années 80.

La France est maintenant au 8<sup>ème</sup> rang des investisseurs étrangers.

##### **USA - une année record pour les ventes de logements**

Pour 2003, les ventes ont progressé de 11,5 % pour atteindre le chiffre record de 1,085 millions d'unités.

##### **USA - Une reprise en vue dans le Luxe**

Le luxe annonce des prévisions en hausse pour 2004. Les signes précurseurs d'une reprise globale de l'économie, la montée du tourisme et la hausse du yen japonais laissent penser que le marché du luxe connaîtra un regain d'activité dans les mois à venir.

La classe riche américaine, les « upper-crust » dispose d'un revenu annuel de 200 000 dollars et en moyenne un capital de 2 millions de dollars, cette classe étant grande consommatrice de produits de luxe.

##### **Taux de change au 11/02/2004 :**

1 USD =	0,79 €
1 AUD =	0,61 €
1 RMB =	0,095 €

***Pour tous renseignements ou commentaires sur cette lettre***

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

#### **ALTIOS INTERNATIONAL - FRANCE**

34, Quai Magellan - 44000 Nantes - Tél : 02 40 35 18 28 - Fax : 02 35 18 38  
45, rue St Romain - 69008 Lyon - Tél : 04 78 75 10 01 - Fax 04 78 75 58 95  
E-mail : info@altios-international.com - Site internet : www.altios-international.com