

PAGE 2

### LA CHINE TABLE SUR LA CROISSANCE DE L'ÉLEVAGE



Les Chinois sont les premiers consommateurs de viande au monde, avec 74 millions de tonnes de produits carnés avalés. Un secteur agroalimentaire immanquablement appelé à bénéficier d'une forte croissance et à se moderniser.

PAGE 3

### ALTIOS INTERNATIONAL UNIT SES FORCES À FIRST ONE



Altios International s'est associé à un spécialiste du sourcing et de la recherche de fournisseurs implanté en Inde depuis plusieurs années. Cela renforce ses moyens sur place alors que la demande de ses clients se fait de plus en plus pressante.

PAGE 3

### LA FRANCE DÉVOILE SES CHARMES AUX AUSTRALIENS



Le festival French Rendez-vous – deux semaines de manifestations artistiques, gastronomiques et commerciales, à Sydney – a permis aux Australiens de redécouvrir l'art de vivre à la française. À commencer par ses grands noms de la lingerie...

PAGE 4

### COMMENT FLAIRER LES NICHES DU MARCHÉ AMÉRICAIN



Pour une implantation réussie sur le marché américain, pensez à l'approche sectorielle. Parmi les niches dans lesquelles l'expertise des entreprises françaises est la bienvenue, les biotechnologies et les NTIC ont le vent en poupe.

#### > S'INFORMER

- Nos prochaines réunions sectorielles :
- 3-4 octobre : rencontres du monde chinois, Ubifrance, Paris ;
  - 22-23 novembre : classe export, Eurexpo, Lyon ;
  - 3-8 décembre : forum France India, Ubifrance, New Delhi ;
  - 4 décembre : journée sur le marché américain, CCI du Var et Var export, Toulon ;
  - 7 décembre : forum China Europa, "Vendre et distribuer en Europe", CCI du Havre. ■

#### > SE RENCONTRER

- Un projet d'implantation ? Profitez de la venue en France de nos bureaux étrangers.
- Altios Canada: 16-27 octobre,
  - Altios Brésil : 23-31 octobre,
  - Altios Inde : 20-24 novembre,
  - Altios Chine : 20-29 novembre,
  - Altios USA : 20-30 novembre,
  - Altios Australie : 4-15 décembre. ■



**Le nouveau siège d'Altios International**  
L'équipe du siège vous accueille dans ses nouveaux locaux, plus modernes et agréables, de la périphérie nantaise\*.

Altios International - France

Nantes (siège) : \* Zac de La Pentecôte, 8, rue Jean-Rouxel 44700 Orvault · Tél. : 02 40 35 18 28 · fax : 02 40 35 18 38  
Lyon : 21, rue de La Sarra 69600 Oullins · Tél. : 04 78 75 10 01 · fax : 04 78 75 58 95  
Mél. : info@altios-international.com · Internet : www.altios-international.com

# La Chine table sur la croissance du secteur de l'élevage

**Les Chinois sont les premiers consommateurs de viande au monde. Un secteur agroalimentaire appelé à bénéficier d'une forte croissance et à se moderniser.**

L'an dernier, les Chinois ont englouti 74 millions de tonnes de viande (du porc à 65 %, des volailles et une diversification vers le bœuf et les ovins), soit près de tiers de la consommation mondiale. Ramené au nombre d'habitants, cela représente 33 kg par personne dans les villes et 18 kg dans les campagnes. Un chiffre moyen qui devrait atteindre les 60 kg d'ici à l'année 2020. Cet essor du secteur de la viande devrait en effet être pérenne, soutenu à la fois par les profondes transformations sociales et une croissance économique robuste, estiment les observateurs.

La production intérieure couvre les besoins : la Chine est le premier producteur mondial de porcs et le second pour les volailles, tandis que les productions de viande bovine et ovine s'accroissent.

### Changement

La consommation de viande fraîche domine mais les habitudes changent et les produits transformés font leur apparition : viande congelée, conserves et charcuterie. Cette dernière fait

partie des secteurs les plus dynamiques (pas moins de 70 % de croissance entre 1998 et 2004) avec celui de la viande congelée (52 %). Les activités d'abattage et de transformation sont réalisées par 3 000 entreprises dont seulement quelques centaines sont de moyenne ou de grande taille. Les plus importantes d'entre elles incluent souvent les activités d'élevage, d'abattage et de transformation. ■

- **LES OPPORTUNITÉS.** Pour répondre à la demande croissante de produits transformés et améliorer la productivité, les entreprises chinoises doivent innover et intégrer de nouveaux procédés de transformations. Les entreprises françaises peuvent là apporter leur savoir-faire : ingrédients fonctionnels, équipements pour l'abattage, la transformation et le conditionnement, etc. Les procédés de transformation et les équipements sont d'ailleurs deux des principales priorités du secteur dans les années à venir. Les grands salons\* constituent le moyen privilégié pour les entreprises européennes de présenter leurs équipements. ■

\*Le prochain : Agrichina 2007, du 26 au 28 avril, à Pékin.

### EN BREF

À l'heure où l'on fonde des espoirs dans l'essence verte, le Brésil se sucre : en cinq ans, ses exportations de bioéthanol ont été multipliées par six. Cette année, la récolte de canne affiche un record historique. Sa production, deux fois moins chère que celle du maïs, réduit les prix à la pompe. Du coup, un automobiliste sur trois roule au flex-fluel, une technologie qui permet de faire son plein 100 % bioéthanol, 100 % essence ou n'importe quel mélange des deux. Le climat et l'espace sont deux atouts considérables du Brésil face à ses concurrents producteurs d'éthanol. En fait, le pays est le plus gros réservoir de bioéthanol de la planète. Seule l'Afrique du Sud ou l'Inde, qui ont déjà signé des partenariats, peuvent imaginer planter de la canne à une telle échelle. (D'après 20 minutes.) ■

De 4 000 à 5 000 entreprises en forte croissance devraient recevoir le label "Gazelle" qui leur permettra de bénéficier, entre autres, pendant au moins deux ans, d'un dispositif de mobilité attractif pour les cadres de grandes entreprises et de la fonction publique en instaurant un "congé-PME de croissance" ou un "mi-temps PME de croissance". Pour aider financièrement ces entreprises, une structure baptisée "France Gazelles" interviendra au travers de "fonds de fonds". Un conseil d'orientation sera chargé de déterminer la stratégie générale du dispositif et d'assurer la cohérence des différentes interventions. Ces mesures font partie des grandes orientations du plan d'action en faveur des PME présenté, le mois dernier, par Renaud Dutreil, ministre des PME, du Commerce, de l'Artisanat et des Professions libérales. (D'après La Tribune.) ■

Incroyable ! Les principales industries chinoises ont des difficultés de recrutement. Il leur faudrait au moins un million de travailleurs supplémentaires, estime-t-on. Une pénurie qui concernerait modérément les ouvriers peu qualifiés. Les entreprises ont surtout du mal à trouver des personnes expérimentées pour leurs postes de management. Résultat : les salaires grimpent (25 % en trois ans) et les entreprises commencent à recruter dans les "nouveaux" pays low-cost, Vietnam, Inde et Bangladesh. (D'après le New York Times.) ■

# Altios India unit ses forces avec First One

**Altios International s'est associé à un spécialiste du sourcing en Inde. Cela lui offre plus de moyens pour répondre à une forte demande de ses clients.**

Du renfort pour Altios India. La filiale s'est rapprochée de First One, société de sourcing et de recherche de fournisseurs. En Inde depuis plusieurs années, cette dernière œuvre dans les secteurs des biens de consommation et des biens industriels. Grâce à cette association, née des demandes de plus en plus pressantes des clients d'Altios International, trois personnes sont dédiées

à des missions de recherche\* de fournisseurs ou à la gestion complète de sourcing local.

### Centre d'affaires

Ce partenariat permet de proposer des solutions d'hébergement et de domiciliation dans un centre d'affaires

- **RENDEZ-VOUS.** Au vu de son activité florissante dans le secteur du meuble et de la décoration, Altios International sera présent à l'Indian handicrafts & gifts fair. Avec 1 800 exposants sur 75 000 m<sup>2</sup>, cette foire est incontournable pour trouver, en Inde, cadeaux, ustensiles de cuisine, articles de décoration, meubles, vaisselle de jardin, articles de maison et accessoires de mode. ■

Intéressé ? écrivez à [b.lechevalier@altios-international.com](mailto:b.lechevalier@altios-international.com).

fares haut de gamme, de plus de 150 m<sup>2</sup>, au cœur de Delhi. ■

\*Les missions en cours portent sur les secteurs suivants : cadeaux, ustensiles de cuisine, meubles, pièces mécaniques, équipements électriques et électronique.



Une foire incontournable.

> INITIATIVE

# La France dévoile ses charmes aux Australiens

**Le festival French Rendez-vous, organisé cet été à Sydney, a permis aux Australiens de mieux découvrir l'art de vivre à la française. À commencer par ses grands noms de la lingerie fine...**

Un défilé de lingerie fine, animé par huit superbes mannequins dans un prestigieux hôtel. Pouvait-on rêver plus agréable préambule aux manifestations artistiques, gastronomiques et commerciales de French Rendez-vous, deux semaines dédiées à la France, son art de vivre et son influence culturelle en Australie ?

Ce cocktail d'ouverture, organisé par la mission économique et présidé par François Descoueyet, ambassadeur de France, en présence de Jean-Louis Latour, conseiller consulaire aux affaires économiques et commerciales, a offert à 300 invités le



Un événement très apprécié.

luxé de découvrir les plus belles marques de lingerie françaises lors d'un défilé exceptionnel, supervisé par Altios Australia.

#### Contact direct

Au-delà de son aspect événementiel très apprécié, ce défilé a permis de donner un aperçu qualitatif des principales tendances de la lingerie française et d'assurer une promotion efficace des marques, parmi lesquelles Lejaby et Chantal Thomass, dont

Altios Australia assure le développement commercial sur les marchés australien et néo-zélandais. Les participants ont bénéficié non seulement d'un contact commercial direct avec les invités (clients points de ventes, clients prospects et clients finaux) mais aussi de larges retombées médiatiques avec la présence, entre autres, de Vogue, New idea, Nylon, Follow, Rag Trader, Fashion TV et Channel 7. ■

> GROS PLAN

# Sigüier bien dans ses meubles en Australie

**1966-2006. Alors que Sigüier fête ses 40 ans, ses meubles séduisent l'Australie.**

Bernard Sigüier imaginait-il qu'il vendrait un jour ses meubles en Australie quand il a créé son entreprise familiale près de Castres ? C'était il y a 40 ans tout juste. Le propriétaire de la marque de renom a tenu à célébrer cet anniversaire de l'autre côté de la planète, en visitant les points de vente de son partenaire australien, à Sydney, Melbourne et Adélaïde.

La conquête des antipodes a débuté en 2004, en collabo-

ration avec Altios International qui, depuis, assure sur place le suivi du développement de Sigüier. En deux ans et demi seulement, l'attrait du public australien pour ses gammes de meubles d'intérieur est déjà évident.

#### Véritable succès

Le mobilier, dessiné par le fils, Sébastien Sigüier, est d'inspiration provençale, avec toutes les couleurs et la chaleur de cette région. Même si aujourd'hui le marché australien préfère des couleurs plus classiques, comme le noir et le crème, l'entreprise est parvenue à se créer là-bas une vraie clientèle. La qualité d'une fabrication



Sigüier, une affaire familiale.

française ainsi que le service local ou encore la capacité des meubles à se fondre et s'adapter aussi bien dans des atmosphères rustiques que dans des intérieurs modernes ont, sans aucun doute, participé au véritable succès de la marque sur le territoire australien, comme en France. ■

[www.sigüier.fr](http://www.sigüier.fr).

UNE RENTRÉE EN CHINE



Réunion de famille en Chine.

Chaque année, la rentrée donne lieu à un séminaire entre les différents directeurs de filiales d'Altios International (États-Unis, Inde, Australie, France, Chine et Brésil). Pour 2006, rendez-vous avait été pris en Chine, à Shanghai, avec les équipes locales de la société. ■

INDE ET GRANDE DISTRIBUTION

Du changement en vue en Inde. Depuis 1997, cet immense marché de la grande distribution est fermé aux investissements étrangers directs. Or, la loi autorise désormais les implantations de groupes internationaux à condition que ceux-ci passent des accords de franchise avec des partenaires locaux. Ce n'est qu'une brèche et il est clair que la réglementation bougera tôt ou tard. Il va sans dire que, face à un marché de la vente au détail comptant quelque 300 millions de consommateurs issus des classes moyennes, toutes les enseignes sont sur les rangs. La demande est forte, avec des habitudes alimentaires qui changent à la faveur des produits de marques. Même si le potentiel du pays est énorme – en termes d'offre, l'Inde est le second producteur mondial de fruits et légumes et le premier producteur de lait – il y aura toujours de la place dans les rayons des supermarchés, appelés à ouvrir en très grand nombre, pour des produits alimentaires standardisés. Prêts dans leurs starting-blocks, les distributeurs étrangers comptent aussi sur les investissements en matière de chaîne du froid, de capacités de transport et de stockage. Sur ce point, il semble qu'ils devront être (très) patients. ■



L'Inde va s'ouvrir sans tarder.

# Comment flairer les niches du marché américain

**Pour une implantation réussie sur le marché américain, pensez à l'approche sectorielle. Les biotechnologies et les NTIC ont le vent en poupe.**

Savez-vous que le stock d'investissement français outre-Atlantique y représente sept fois le montant de nos exportations ? Rien d'étonnant, les États-Unis constituent le premier marché au monde, donc une cible majeure pour le commerce extérieur français. Comme toujours, pour être efficace, il est préférable de s'installer directement sur le marché – les 2 300 filiales d'entreprises françaises déjà implantées là-bas l'ont bien compris. Reste que, vu la taille du marché en question et sa diversité, l'expérience peut

se montrer déroutante. D'où l'intérêt de faire appel aux partenaires publics et privés en charge de l'appui au développement international et de privilégier une approche sectorielle.

### Expertise

En agissant ainsi, les entreprises françaises, y compris les PME, peuvent trouver des niches pour se développer. Actuellement, les secteurs

des biotechnologies et des technologies de l'information et de la communication sont les plus porteurs. L'expertise, la capacité d'innovation et la créativité des PME françaises leur offrent de solides opportunités. Un savoir-faire qu'il convient toutefois de promouvoir pas à pas dans un pays aux puissants leaderships, entretenus par les pouvoirs publics. ■

- **LE CAS D'ÉCOLE.** Ophrys Systèmes, spécialisé dans les systèmes d'audioguide et d'information pour les musées et les sites culturels, a confié le développement d'Orpheo USA à Altios International, il y a un an. Tout en animant des clients prestigieux tel que l'Empire state building, ce partenariat vise à apporter des solutions novatrices au public américain. La dernière innovation technologique s'appelle Neo. Doté d'un navigateur GPS, d'un système de positionnement et déclenchement infrarouge ainsi que d'un large écran tactile permettant d'afficher vidéos, images, texte ou autres menus déroulants, ce guide multimédia de poche va révolutionner le marché des audioguides. ■

[www.orpheo-usa.com](http://www.orpheo-usa.com)

# Chapuis Armes vise l'étranger

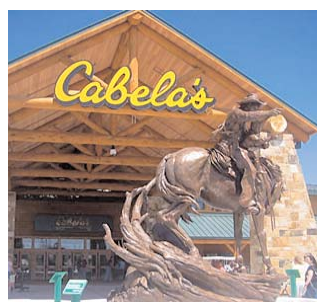
**Dans un marché national stagnant, Chapuis Armes, spécialiste du fusil de chasse haut de gamme, a choisi l'international pour développer son chiffre d'affaires. Altios USA est son partenaire.**

Chapuis Armes tire un tiers de son chiffre d'affaires à l'export. C'était 12 % seulement il y a cinq ans. Le fabricant d'armes de chasse, installé depuis 1930 dans la région stéphanoise, s'assure une croissance régulière grâce à ses performances à l'étranger. Après une mission en Australie, il a confié en septembre 2004 son développement commercial en Amérique du Nord au bureau d'Altios International. Les dirigeants, conscients que

*"l'export est une démarche de longue haleine et qu'il n'y a pas de retour sur investissement à court terme"*, souhaitaient une représentation commerciale locale pour prospecter et développer le chiffre d'affaires. Le partenariat avec Altios International a déjà permis de tripler celui-ci et de doubler le nombre de revendeurs.

### Innovation

Les deux sociétés se sont fixé des objectifs encore plus ambitieux. Chapuis Armes vient notamment d'être référencé chez le premier revendeur mondial d'armes haut de gamme, Cabela's. Pour s'imposer face à Winchester ou Beretta, Chapuis Armes mise en permanence sur la qualité et l'innovation : plus de 50 "artisans" officient, chaque jour, à la créa-



Des potentiels de vente colossaux.

tion d'œuvres d'art uniques. Chaque arme est ajustée au besoin de l'acheteur, les bois de la meilleure qualité sont acheminés directement de Turquie, la totalité des pièces métalliques est fabriquée à l'usine de Chapuis Armes pour un contrôle rigoureux et les gravures sont réalisées, la plupart du temps, à la main par les meilleurs spécialistes. ■

[www.chapuis-armes.com](http://www.chapuis-armes.com)

## LA VIE D'ALTIOS INTERNATIONAL

Diplômé de l'université de Taipei, Quentin Caillault a d'abord travaillé plusieurs années à Shanghai, au sein d'un bureau d'achats et export comme responsable de comptes-clés internationaux. À son retour en France, il s'est chargé du lancement sur le marché national d'une gamme de produits cosmétiques et santé. Parfaitement à l'aise en anglais et mandarin, il renforce l'expertise d'Altios International sur ses marchés d'intervention, particulièrement en direction de la Chine. ■



Après une formation en marketing international et un MBA à Toronto (York University), Jérémy Hagnere a poursuivi sa carrière au Canada, en charge du développement régional sur la côte ouest (Calgary) d'équipements d'outillage. Une expérience réussie outre-Atlantique l'amène aujourd'hui à Sydney, pour accompagner les projets de nos clients en Australie. ■

## LU POUR VOUS

Les filiales d'Altios International proposent une sélection de livres pour découvrir autrement leur pays respectif.



États-Unis. *Une fille dans la ville* de Flore Vasseur (Éditions des Équateurs, 2006) : ex-espoir du snowboard français, ex-chef

d'entreprise à succès aux États-Unis, l'auteur, dans son premier roman, dissèque notre époque comme personne. Le récit d'une jeune femme qui se rêvait wonderwoman. ■



Australie. *Pistes de rêve* de Barbara Glowczewski (Le Chêne, 2005) : sous-titré *Voyage en terres aborigènes*, le

livre décrypte avec talent, à travers deux communautés aux environnements contrastés, les Warlpiri du désert central et les Yolngu de la terre d'Arnhem, les liens qui unissent les paysages, les rêves et leurs représentations picturales par ces populations. Passionnant. ■