

PAGE 2

### ALTIOS PARTENAIRE DES COLLECTIVITÉS À L'ÉTRANGER



Les collectivités territoriales ont la volonté de faciliter l'implantation des entreprises françaises à l'étranger. Plusieurs se sont dotées de bureaux de représentation pour accompagner les sociétés régionales dans leur phase d'approche du marché.

PAGE 3

### UNE VOIE TOUTE TRACÉE POUR LES GÉANTS DE L'AUTO



De Renault à Volvo, de General Motors à Volkswagen, la liste des constructeurs automobile qui expriment leur volonté de s'investir de manière plus importante sur le marché indien ne cesse de s'allonger. Les raisons de cette frénésie sont évidentes.

PAGE 3

### LE BON MOMENT POUR INVESTIR AUX ÉTATS-UNIS



Le contexte actuel présente de nouvelles opportunités pour s'implanter aux États-Unis. Le dollar faible, la baisse de l'immobilier tout comme la valorisation de certaines sociétés poussent de plus en plus d'entreprises françaises à franchir l'Atlantique pour investir.

PAGE 4

### NOUVELLE ÉTAPE DANS L'ESSOR D'ALTIOS INTERNATIONAL



Le développement d'Altios International se poursuit avec le renforcement de ses services d'accompagnement à l'international. Suite à une opération de rachat, le groupe propose aujourd'hui un réseau opérationnel dans 80 pays avec 150 collaborateurs.

#### > S'INFORMER

- Nos prochaines interventions :
- 19 et 20 novembre : Classe export, Lyon ;
  - 25 novembre : Les rencontres du monde chinois, Ubifrance, Paris ;
  - 27 novembre : Forum international, CCI centre international, Orléans ;
  - 16 décembre : Club Chine Basse-Normandie, Caen. ■

#### > SE RENCONTRER

- Nos bureaux étrangers de passage en France. Vous souhaitez un rendez-vous ?
- Altios Brésil : 18-21 novembre,
  - Altios USA : 1<sup>er</sup>-8 décembre,
  - Altios Inde : 1<sup>er</sup>-8 décembre,
  - Altios Australie : 12-21 janvier,
  - Altios Chine : 22-30 janvier. ■

#### > LE SAVIEZ-VOUS ?

Altios International propose des services clés en main de domiciliation pour héberger vos collaborateurs, VIE, filiale ou bureaux de représentation. Plus d'informations au + 33 (0) 2 40 35 18 28.

#### 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 : 21, rue de La Sarra 69600 Oullins · Tél. : 04 78 75 10 01 · fax : 04 78 75 58 95  
Mél. : [info@altios-international.com](mailto:info@altios-international.com) · Internet : [www.altios-international.com](http://www.altios-international.com)

# Altios International partenaire des collectivités à l'étranger

**Les collectivités territoriales cherchent à faciliter l'implantation des entreprises françaises à l'étranger. Plusieurs d'entre elles se sont dotées de bureaux de représentation pour accompagner les sociétés régionales.**



G. de La Bourdonnaye à Qingdao.

Dans un contexte de mondialisation, l'aide à l'export et à l'internationalisation des entreprises est l'une des priorités des collectivités françaises et des chambres économiques. Elles tissent des liens avec des régions à l'étranger et souhaitent pérenniser leurs relations par la mise en place d'un bureau local d'appui aux entreprises.

Altios International a développé une expertise dans la mise en place de tels bureaux de représentation pour le compte de collectivités comme le conseil régional des Pays de la Loire, le conseil régional de Basse-

Normandie, Erai (Entreprise Rhône-Alpes international) ou encore Septimanie (région Languedoc-Roussillon).

C'est ainsi que la région Pays de la Loire a fait appel aux services d'Altios International pour créer un bureau de représentation à Qingdao (dirigé par le Nantais Gilles de La Bourdonnaye, 33 ans – notre photo), dans le Shandong en Chine, province avec laquelle la collectivité avait déjà développé des relations culturelles et économiques. Ce bureau a pour vocation de simplifier et de favoriser le développement des entreprises ligériennes en Chine. Il vise aussi à développer les coopérations

institutionnelles, universitaires et de recherche entre les deux territoires. En 2007, près de 60 entreprises ligériennes ont été accompagnées par ce seul bureau et plus de 200 rendez-vous ont été organisés entre des entreprises françaises et chinoises.

La mission d'Altios International ne s'arrête pas là. D'après le baromètre annuel sur l'attractivité des pays européens publié par le cabinet Ernst & Young, l'Hexagone se place au deuxième rang, derrière le Royaume-Uni, des destinations européennes les plus appréciées des investisseurs internationaux. Altios International travaille par conséquent avec plusieurs collectivités françaises – comme par exemple en Chine et en Inde avec l'Agence de développement économique du Loiret – qui souhaitent attirer de nouveaux investisseurs étrangers sur le territoire français. ■

## ● EN CHINE AVEC LE GROUPEMENT FOOD BIOFOURNIL-TIPIAK-BRETAGNE SAUMON.

Dotée d'une forte expertise dans l'agroalimentaire (un tiers de son activité), Altios International a implanté l'an dernier en Chine trois sociétés du Grand Ouest spécialisées dans les produits gourmets (panification biologique, plats préparés et épicerie haut de gamme, saumon fumé). En 2008, forte de leur succès respectif, elle a proposé à ces trois entreprises, Biofournil, Tipiak et Bretagne Saumon de se réunir afin de pouvoir se doter d'un VIE (Volontaire international en entreprise) commercial commun spécialisé dans l'agroalimentaire, recruté par Altios China et domicilié au bureau de Shanghai (voir son portrait ci-contre). Ses missions : promouvoir leurs produits sur le marché chinois via des actions commerciales et des salons, développer et animer les réseaux de distribution, assurer le suivi des comptes clients... Une présence locale est sans conteste un atout pour développer une stratégie offensive sur ce marché. À l'heure de l'internationalisation, le

groupement à l'export constitue un levier de croissance considérable. Avec nombre d'avantages non négligeables : coûts de recrutement partagés, mutualisation des frais de prospection, participation collective à des salons, etc. ■

- **GÉRALD JOLIVET, VIE.** Ingénieur agroalimentaire diplômé de Polytech'Lille et titulaire d'un master Asie obtenu à l'USTL de Lille,
  - Gérald Jolivet rejoint l'équipe Hygiène et Qualité de Carrefour Chine en 2005, où il participe à l'organisation des audits fournisseurs et magasins ainsi qu'au développement des produits alimentaires à marque propre. Il est ensuite recruté par la société d'audit et de certification SGS en tant que coordinateur grand compte dans un premier temps puis évolue rapidement vers un poste de responsable du développement Europe.
- "Ce qui a motivé ma candidature au poste de VIE commercial pour Biofournil, Tipiak et Bretagne Saumon, c'était l'opportunité de faire la synthèse de mes expériences en Chine et de me mettre au service du développement à l'international de sociétés françaises agroalimentaires."*



Une façon de mettre à profit ses connaissances des produits et ses compétences commerciales dans un cadre enrichissant pour lui et avantageux pour les entreprises. ■

## AU BRÉSIL AVEC SOPEXA

Fort de son savoir-faire agroalimentaire, Altios International a développé un partenariat avec Sopena, spécialiste du marketing et de la communication agroalimentaire et acteur majeur de la promotion de la culture alimentaire française dans le monde.



Basée à São Paulo, la filiale Altios do Brasil est chargée de réaliser, pour le compte de Sopena, une veille stratégique mensuelle. Sa vocation ? Être le reflet le plus exact possible des propos tenus par les médias brésiliens surveillés concernant l'actualité du secteur agroalimentaire du pays : informations générales, tendances, problématiques de sécurité alimentaire, qualité, nutrition et tous sujets transversaux (biotechnologie, nanotechnologie, OGM...). ■

*Pour tout renseignement sur les représentations assurées par Altios International à l'étranger, vous pouvez écrire à p.ferron@altios-international.com.*



# Une voie toute tracée pour les constructeurs automobile

La liste des constructeurs automobile désireux de s'investir de manière plus importante sur le marché indien ne cesse de s'allonger. Les raisons en sont évidentes.

**R**enault, Nissan, Fiat, Volvo, Volkswagen, Honda, Toyota, Hyundai et General Motors sont les derniers constructeurs en date à avoir des projets pour le marché indien de l'automobile. Cette vraie frénésie des industriels automobiles mondiaux pour l'Inde s'explique aisément : le marché chinois semble déjà bien éta-



Un marché qui grandit à toute vitesse.

bli et il est peut-être déjà trop tard pour y prendre des positions fortes. D'autant que les acteurs locaux, loin de redouter la concurrence

occidentale, japonaise ou coréenne, s'apprêtent même à venir défier leurs concurrents sur leurs propres marchés.

## Prometteur

Le débouché indien se révèle le plus prometteur dans le monde pour qui veut augmenter ses parts de marchés. Les géants de l'auto affirment que l'Inde est devenue l'une de leurs priorités. ■

Pour plus d'informations, écrivez à [b.lechevalier@altios-international.com](mailto:b.lechevalier@altios-international.com).

- **AIDE DE CAMP.** La marque Camping-gaz Coleman a été officiellement lancée en Inde, devant 80 professionnels des loisirs de plein air, par son responsable développement Ish Madaan. Celui-ci est hébergé par Altios International.



*"Sans l'appui de cette société dans notre implantation, nous aurions perdu un temps précieux",* affirme-t-il. Si l'Inde attire par son potentiel, ses difficultés d'accès effraient parfois. D'où la pertinence de recourir à une société d'accompagnement à l'international. ■

# Sous le charme de la lingerie fine

Le pôle textile d'Altios Australia annonce le lancement de la marque Princesse Tam-Tam en Océanie. Premières réactions très positives.

**A**ltios Australia devient l'importateur-distributeur de Princesse Tam-Tam en Australie et Nouvelle-Zélande (comme c'est déjà le cas pour la marque de lingerie haute couture Chantal Thomass\*). Sur pla-

ce, l'enthousiasme est grand pour ces produits français. La collection printemps-été 2009 de lingerie fine et de ligne de bain sera distribuée dans les magasins australiens à partir de février. Ces gammes colorées et tendan-

ce pourraient s'adresser à un public plus large que la cible privilégiée des femmes de 20 à 40 ans. ■

\*Altios Australia est aussi agent de la marque de lingerie raffinée Lejaby et de sa filiale Elixir de lingerie, en grandes tailles.

- **MISSION RÉUSSIE.** Spécialisé dans le matériel de réception et de tri de vendanges, Vaucher Beguet a fait appel à Altios International pour pénétrer le marché australien. Une mission a permis de mettre la société en contact avec des acteurs clés du secteur, acheteurs potentiels, importateurs et distributeurs d'équipements viticoles. Mieux, un accord de distribution a été signé sur place et Vaucher Beguet est en position de remporter des marchés stratégiques.

Septième producteur mondial de vin, l'Australie compte 2200 exploitations pour 1,84 millions de tonnes de raisin écrasé et 168000 ha de vignobles cultivés. Le pays est très demandeur d'équipements pour la vigne et la cave. ■

Altios International sera au salon Vinitech, du 2 au 4 décembre, à Bordeaux. Contact : [p.ferron@altios-international.com](mailto:p.ferron@altios-international.com).



Princesse Tam-Tam en Australie.

Leader technologique de la vision numérique et du traitement de l'image, I2S a reçu cette année le Prix du talent du développement à l'international. L'activité à l'étranger du groupe girondin (surtout aux États-Unis, dans l'Union européenne et en Asie) est passée de 35 % à 62 % de son chiffre d'affaires en trois ans, pour atteindre 9,2 M€ ■

Déjà multipliées par dix en 10 ans, les ventes de vin en Inde devraient doubler d'ici à 2010. Malgré une production locale en hausse spectaculaire, le territoire demeure un marché d'importation, avec beaucoup de places à prendre. Bonne nouvelle : une réduction des taxes à l'importation pourrait être obtenue sous la pression de l'OMC. (D'après l'AFP.) ■

Accor va amplifier son développement au Brésil grâce à un partenariat avec le constructeur et promoteur immobilier Walter Torre. Le groupe hôtelier entend ouvrir 13 Ibis et 7 Formule 1 – soit 5000 chambres – à partir du second semestre 2010. (D'après Les Echos.) ■

La population de Melbourne pourrait dépasser celle de Sydney dans les dix ans qui viennent. Sauf à maîtriser sa croissance, la ville de 3,7 millions d'habitants devrait en compter 5 millions en 2030. (D'après Air France Magazine.) ■

L'économie de la Chine va dépasser celle des États-Unis pour devenir la plus grande du monde d'ici à 2035 et doubler d'importance d'ici à 2050. Cette prévision émane du centre de réflexions Carnegie Endowment for International Peace. (D'après l'AFP.) ■

Les entreprises américaines perdent du terrain dans le classement des 500 plus grosses sociétés du monde, dressé par le magazine *Fortune*, tandis que les firmes chinoises, indiennes et mexicaines s'y assurent une présence sans précédent. (D'après l'AFP.) ■

General Motors compte investir 500 M\$ pour assembler aux États-Unis une nouvelle voiture compacte. Ce type de modèle connaît un regain de popularité auprès des conducteurs en raison de sa plus faible consommation de carburant. (D'après l'AFP.) ■

# Le bon moment

## pour racheter ou investir

**C'est maintenant qu'il faut chercher à racheter ou à s'implanter Outre-Atlantique. La faiblesse du dollar représente une belle aubaine pour les entreprises européennes.**

Il en est qui se frottent les mains du maintien du dollar à un niveau bas par rapport à la monnaie unique européenne : les sociétés américaines fortement implantées sur le vieux continent mais aussi les compagnies aériennes européennes dont les coûts se paient en billets verts ou encore les chaînes de vêtements européennes qui fabriquent en Chine, où le yuan suit relativement le cours du dollar.

### Sur place

D'autres en revanche pâtissent des effets de change. C'est le cas de BMW. Même s'il enregistre une hausse de son résultat net, le groupe allemand subit les effets de la hausse du prix des matières premières et surtout de l'évolution des taux de change sur le marché américain,

son premier marché mondial. Du coup, il a décidé de produire localement.

Avec un dollar faible, un marché intérieur important et de nombreuses opportunités d'investissements, certains clients d'Altios International font évoluer leur stratégie pour développer leur base industrielle locale, voire mener localement des opérations de rachat. Ceci leur permet de bénéficier de structures de prix compétitifs face à des coûts européens plus importants. La crise américaine est une chance

- **LE DOLLAR RESTE MAÎTRE.** Le faible cours du dollar ne joue en rien sur son statut d'unique monnaie des échanges mondiaux. Le pétrole, les matières premières et les produits agricoles sont et resteront cotés dans cette devise. À l'heure actuelle, 86 % des 3 200 milliards de dollars de transactions quotidiennes dans le monde sont libellés en dollars et aucune autre monnaie, pas même l'euro, ne semble être prête à le remplacer, quelle que soit l'ampleur de son affaiblissement. D'ailleurs, l'administration américaine ne fait rien pour enrayer sa chute, qui profite aux chiffres des ventes du pays sur les marchés étrangers. Le dollar a déjà traversé des récessions sans perte de confiance, même si, cette fois, on note une volonté de diversification internationale de la part des épargnants américains. ■



Un taux de change profitable.

pour les patrons français attirés par le marché US. Avec un dollar qui reste bas et un grand nombre d'entreprises en détresse, c'est le moment d'investir aux États-Unis, toujours la première puissance économique. ■

### LA VIE D'ALTIOS INTERNATIONAL

Après une formation en commerce international et des expériences dans le domaine de l'industrie, Bruno Leoty a été pendant près de 10 ans responsable export pour une entreprise de l'électronique pour réseaux de télévision câblée sur toute l'Europe (principalement en Scandinavie, en Allemagne et dans la péninsule ibérique). Il rejoint l'équipe Altios International de Lyon pour coordonner les projets de développement export des clients du groupe en lien avec ses filiales à l'étranger. ■



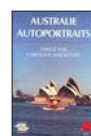
De formation ingénieur, Gaurav Taneja représente l'université de Windsor (Canada) en tant que chef d'équipe au concours SAE Supermileage de Michigan



en 2006. Après trois ans d'expérience dans l'industrie automobile au Canada, il revient en Inde apporter ses compétences techniques et son expérience internationale au sein du groupe Altios International. À ses yeux, "associer la culture indienne et la culture française pour développer une croissance dynamique est un challenge captivant". ■

### LU POUR VOUS

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



*Australie autoportraits* de Caroline McKenzie (Éditions de l'Aube, 2000) : l'Australie, entre légende édenique et réputation conservatrice, cherche son identité. Un choix d'essais d'intellectuels éclairés aide à comprendre les problèmes du pays. Un brillant autoportrait dans lequel l'Europe se reconnaîtra. ■



*Carnet d'un expatrié au cœur de la Chine* de Christophe Tanguy (Maxima, 2008) : ingénieur détaché sur un site industriel au cœur de la Chine, Christophe Tanguy a tenu, au fil des quelque 30 mois que dura son séjour, un carnet quotidien dans lequel il a noté les péripéties professionnelles et personnelles qui ont ponctué son immersion dans le monde chinois. ■

# Nouvelle étape dans l'essor d'Altios International

**Plus haut, plus loin, plus export...**

**Altios International propose aujourd'hui un réseau opérationnel dense.**

Altios International renforce ses services d'accompagnement à l'international par une opération de rachat qui permet au groupe d'être désormais présent dans 80 pays avec de nouvelles zones d'intervention (Europe, Russie, Moyen-Orient, Mexique, Japon...).

L'opération s'accompagne de la signature d'un partenariat avec Crédit Agricole SA et LCL pour accompagner les clients des deux banques dans leurs projets d'implantation et de développement à l'international.

### Unique

Dans ce contexte, Altios International propose une approche simplifiée et pragmatique de 80 marchés export grâce à un réseau unique de 150 collaborateurs dans le monde, établis directement sur le terrain.



Altios voit toujours plus loin.

Ce maillage international est accessible depuis le 1<sup>er</sup> septembre à l'ensemble des clients et prospects Altios International. ■

*Un projet d'implantation ? contactez le 02 40 35 18 28 ou [info@altios-international.com](mailto:info@altios-international.com).*