

PAGE 2

LIMAGRAIN SÈME SES GRAINES EN INDE



En partenariat avec la CCI International Auvergne (CCI de Thiers), Altios International a organisé une mission collective en Inde pour une dizaine d'entreprises de la région. Créateur et producteur de variétés végétales, LCI, filiale de Limagrain, était du voyage.

PAGE 3

LE ROI DES NOIX DE MACADAMIA CONVOITE LA FRANCE



Le premier fournisseur de noix de macadamia en Australie s'est mis en quête de partenaires français pour conquérir le marché hexagonal. Suncoast Gold a noué ses premiers contacts le mois dernier, avec l'aide d'Altios International.

PAGE 3

LE MARCHÉ DU VIN NE TARIT PAS AU BRÉSIL



Le Brésil offre un débouché de choix pour les vins français. Une consommation en hausse, la bonne image des produits estampillés tricolores et les efforts de la grande distribution sont autant d'éléments favorables aux exportations.

PAGE 4

LES INGRÉDIENTS DE LA RÉUSSITE AUX ÉTATS-UNIS



Domiciliée depuis trois ans au sein d'Altios USA, Ingredia a réussi son implantation sur le marché nord-américain. Le groupe s'apprête à voler de ses propres ailes, comme l'explique Dominique Filbien, son directeur des Affaires internationales.

> S'INFORMER

- Nos prochaines interventions :
- 4 juin : 2° Forum international de Bourgogne (Medef), Colisée, Chalon-sur-Saône ;
 - 15 juin : Mission prospection Chine, journée pays, conseil régional, Caen ;
 - 16 juin : Débat Chine-Inde, Strasbourg ;
 - 17 juin : Débat Chine-Inde, Grenoble ;
 - 18 juin : Débat Chine-Inde, Lyon ;
 - 18 juin : S'implanter à l'étranger, WTC, Nantes ;
 - 19 juin : Journée États-Unis, en présence du directeur d'Altios USA, Nantes ;
 - 19 juin : Débat Chine, Club Gier, Saint-Chamond ;
 - 23 juin : Journée Inde, CCI, Saint-Étienne ;
 - 8 et 9 juillet : Journée Brésil-Inde, CCI Internationale Champagne-Ardenne. ■

> SE RENCONTRER

- Nos bureaux étrangers de passage en France. Vous souhaitez un rendez-vous ?
- Altios USA : 14-19 juin,
 - Altios Chine : 11-19 juin,
 - Altios Australie : 6-10 juillet,
 - Altios Inde : 9-17 juillet,
 - Altios Brésil : 13-17 juillet. ■



Altios International propose aux entreprises françaises des ressources commerciales dédiées pour assurer leur développement export à partir de New York, São Paulo, Moscou, New Delhi, Shanghai et Sydney.
Plus d'infos : info@altios-international.com.

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 · Internet : www.altios-international.com

La crise ne se montrera pas (trop) à l'Exposition universelle 2010

La ville de Shanghai accueillera l'Exposition universelle de 2010. Les membres du comité d'organisation tablent sur un succès en dépit de la crise économique.

La crise financière mondiale n'aura qu'un impact limité." Les responsables de l'Exposition universelle Shanghai 2010 se veulent confiants. Pour eux, le succès de la manifestation ne devrait pas pâtir de la situation actuelle, d'autant que "bien que certains parti-

cipants aient des difficultés à rassembler des fonds, aucun d'entre eux n'a abandonné". Pour les pays en développement, cette participation sera facilitée par la mise en place d'un fonds spécial de 100 millions de dollars.

Vitrine

Le budget de cet événement s'élève à 18 milliards de yuans pour la construction des sites et 10,6 milliards de yuans en fonctionnement. 70 millions de visiteurs, dont 5,5 millions d'étrangers, sont attendus sur les 5 km² du site. Depuis plus de 150

ans, l'Exposition universelle constitue une vitrine pour les pays.

Sur le thème "better city, better life", le pavillon France sera un immense quadrilatère suspendu au-dessus d'un plan d'eau et traversé d'un jardin à la française. On y trouvera sept œuvres prêtées par le musée d'Orsay et un restaurant confié aux frères Pourcel. ■



● **BON VENT.** Au point mort depuis la rencontre de Nicolas Sarkozy, alors président de l'UE, avec le dalai-lama, les relations diplomatiques sino-françaises se sont améliorées lors du G20 de Londres. Cette confiance mutuelle retrouvée pourrait permettre aux deux pays d'avancer ensemble. Par des échanges commerciaux bilatéraux, pour lutter contre la crise.

Également par des investissements français dans les énergies renouvelables. Le secteur est très attractif en Chine, où les autorités se sont engagées à doubler la part de ces énergies, d'ici à 2020. Le programme de développement, doté de 200 milliards d'euros, bénéficiera en particulier à l'équipement éolien. Une opportunité pour les entreprises françaises. ■

EN BREF

Les entreprises qui exportent vers les États-Unis et les transporteurs de fret maritime doivent répondre à de nouvelles règles documentaires. Il s'agit des *importer security filing* et *additional carrier requirements* mis en place fin janvier par les douanes américaines. Le détail sur www.cbp.gov. (D'après *Le Moci*). ■

Un consortium piloté par Alstom devrait obtenir le premier contrat de tramway du Brésil, celui de la capitale. La signature devrait intervenir prochainement et les travaux démarrer au second semestre. Brasilia sera conseillé par Tam (Transports de l'agglomération de Montpellier) dans ce projet. Celui-ci bénéficiera d'un prêt de 134 millions d'euros de l'Agence française de développement (AFD). La ligne s'étendra sur 20 kilomètres et comportera 11 stations. (D'après *Le Moci*). ■

Devenue l'un des dix premiers producteurs de vin en 2007, la Chine dépasserait le milliard de bouteilles consommées, cette année. La France profite le plus de la croissance des importations, avec des chiffres en hausse de 256 % entre 2003 et 2007. (D'après *Le Moci*). ■

Alors que le gouvernement indien a confirmé en janvier la disparition prochaine d'un demi-million d'emplois dans le textile, le ministre des Finances annonce un plan de 4 milliards de dollars pour relancer le secteur, deuxième source de revenus du pays. (D'après *Pratic Export*). ■

30 %, c'est l'augmentation du nombre d'entreprises qui ont bénéficié d'une assurance prospection en 2008, soit près de 1 400, dont 900 pour la première fois. (D'après *Le Moci*). ■

Les perspectives sont positives pour le dollar australien, qui profite de la hausse des prix des matières premières. Les grandes devises comme le dollar, le yen, la livre sterling et le franc suisse n'ont plus la faveur des investisseurs depuis que les banques centrales américaine, japonaise, suisse et britannique ont adopté des mesures d'assouplissement quantitatif. Pour certains participants du marché, le dollar australien pourrait se redresser au moins jusqu'à son plus haut niveau de janvier, à 0,727 dollar américain. (D'après l'AFP). ■

> TÉMOIGNAGE

LCI sème ses graines en Inde

En partenariat avec Chantal Paris, conseillère en développement international à la CCI Internationale Auvergne, Altios international a organisé une mission collective en Inde pour une dizaine de sociétés*. Claude Gagnol, directeur de LCI (Limagrain Céréales Ingrédients, ingrédients alimentaires céréaliers) livre ses impressions.



C'était l'opportunité de l'approcher de façon organisée. L'image de l'Inde reste associée à la misère mais le progrès est en marche et tous nos contacts ont témoigné de la forte croissance qui permet d'élever peu à peu le niveau de vie moyen. La pollution et l'absence de collecte des détritivent restent choquantes. Le pays est conscient de ce désastre écologique, or tout reste à faire.

Ouverts

"Ce voyage aura été passionnant. Les Indiens sont très ouverts. Notre activité sera toutefois tributaire des

barrières douanières, encore élevées. Le coût de revient est un critère important qui interdit l'accès à nombre de marchés de masse. Il nous faudra segmenter et être pertinents dans la technicité de notre offre et sa performance industrielle. Il nous faudra aussi penser production locale. Il y a de l'espace pour développer in situ des filières végétales.

"Les clés pour bien appréhender ce pays ? Avoir des relais locaux, cibler son ou ses marchés et ne pas considérer que l'Inde est un seul pays mais l'assemblage de grandes régions (avec 85 langues et dialectes !), qui présentent chacune leurs spécificités." ■

*LCI, Rousselon Frères, Interep, Favier TPL, CMF, Ordimoule, ISI, Chapelet d'Ambert et Sotres.

Malgré une forte présence internationale, l'Inde ne faisait pas à ce jour partie de nos marchés actifs. Grâce à cette mission, nous voulions découvrir un territoire à fort potentiel par sa population, donc ses besoins alimentaires (mais aussi ses problématiques environnementales).

> AUSTRALIE

Le roi des noix de macadamia en quête de partenaires français

Le premier fournisseur de noix de macadamia en Australie convoite la France. Suncoast Gold a noué ses premiers contacts, avec l'aide d'Altios International.

Fidèle à son expérience de l'export (70% de son chiffre d'affaires), Suncoast Gold, numéro un de la noix de macadamia en Australie, souhaite mettre en place un partenariat de qualité avec des interlocuteurs français afin de développer le marché de ce fruit sec dans l'Hexagone.

Dans ce cadre, la société a sollicité Altios International pour approcher les acteurs clés du secteur agroalimentaire français et négocier des accords de distribution avec les porteurs de projets les plus avancés. Le directeur marketing et commercial est venu à la rencontre de ces partenaires potentiels, le



Suncoast Gold maîtrise toute la chaîne de production.

mois dernier. Une semaine de travail jugée "très enrichissante, présage d'un avenir prospère pour la noix de macadamia en France. Nous avons établi de précieux contacts et nous espérons le lancement de plusieurs produits dès la fin de l'année".

Fiabilité

Installée au cœur de la région de production des noix de macadamia, dans l'État du Queensland, sur la côte est de l'Australie, Suncoast Gold cultive ses propres plantations de noix de première qualité, les traite et les emballe depuis 1985. La

société a su acquérir une très bonne réputation dans son pays et à travers le monde grâce à la fiabilité de ses productions, à la qualité de ses produits et à son relationnel client. Une philosophie et une éthique qu'elle compte bien appliquer en France. ■

Pour en savoir plus, vous pouvez contacter Nellie Seznec, chargée de projet à Altios International, au 0800 35 30 35 et par mél à n.seznec@altios-international.com.

Suncoast Gold sera présent au FIE (Food Ingredients Europe) qui se tiendra à Francfort, en Allemagne, du 17 au 19 novembre.

LABARONNE CITAF EN AUSTRALIE

Date incontournable du BTP au sens large pour l'Australie, le salon Civenex s'est tenu fin mai à Sydney. L'occasion pour la société Labaronne Citaf, accompagnée sur le marché australien par Altios International, d'exposer son stand et de se faire connaître grâce à son nouveau distributeur sur ce marché, Irrigear.

Labaronne Citaf fabrique et commercialise des citernes destinées au transport, au bâtiment, au stockage d'eau pour l'irrigation ou encore au stockage de liquides agricoles. Sa présence au salon a attiré de nombreux visiteurs de nature très différentes : responsables de services techniques de municipalités, terrassiers, entreprises de BTP, responsables d'espaces verts et de parcs nationaux et régionaux... Ce panel représente bien la multitude d'applications possibles pour les citernes Labaronne Citaf.



Un salon incontournable.

Ce rendez-vous a été l'élément déclencheur du développement de la marque en Australie et une bonne opportunité pour se positionner auprès de nouveaux interlocuteurs. ■

> BRÉSIL

Le marché du vin ne tarit pas

Le Brésil offre un débouché de choix pour les vins français. Une consommation en hausse, la bonne image des produits estampillés tricolores et les efforts de la grande distribution sont autant d'éléments favorables.

C'est le premier marché d'Amérique du Sud pour les vins et spiritueux français : le Brésil. Un marché si dynamique qu'il affiche ces dernières années une nette progression des exportations en provenance de l'Hexagone. Et ce n'est pas fini. Compte tenu de l'importance de la population et du niveau actuel de consommation, la marge de progression des boissons

alcoolisées, notamment celle des vins, apparaît considérable. Pour l'instant, c'est encore la bière qui prédomine dans les habitudes.

Opportunités

Des assouplissements en cours vont faciliter et accélérer la consommation du vin, donc offrir des opportunités intéressantes pour les producteurs français. Ainsi, grâce à l'action de la grande distribution (avec en tête les groupes Carrefour et Casino), des magasins spécialisés et des diverses associations professionnelles, de plus en plus de Brésiliens s'intéressent et se familiarisent au vin. La consommation devrait augmenter de 25 % entre 2008 et 2011.

Pour Frédéric Larre, directeur d'Altios do Brasil, pré-

sent à Expovinis, premier salon en Amérique du Sud, "l'image des vins français constitue ici un atout important face au marketing offensif des pays dits du Nouveau Monde". ■

Altios International sera présent au salon Vinexpo, à Bordeaux, les 23, 24 et 25 juin.

Pour en savoir plus, écrivez à info@altios-international.com.



F. Larre, directeur d'Altios do Brasil, à Expovinis.

- **EN CHIFFRES.** Le Brésil est le 15^e producteur (avec 320 millions d'hectolitres) et 16^e consommateur mondial de vin. Cette consommation est passée de 251 à 372 millions de litres entre 1995 et 2007, soit une hausse de près d'un tiers. Avec deux litres par an et par habitant, il se place au second rang en Amérique latine. Les importations suivent la même évolution. Elles s'élèvent à 45 millions de litres, principalement en provenance du Chili et d'Argentine, pays favorisés par l'absence de droits de douane pour le premier et un tarif préférentiel pour le second. La France est le quatrième fournisseur, avec une part qui atteint 15 % des importations. ■

Les ingrédients de la réussite

Domiciliée depuis trois ans au sein d'Altios USA, Ingredia a réussi son implantation sur le marché nord-américain. Le groupe s'apprête à voler de ses propres ailes, comme l'explique Dominique Filbien, son directeur des Affaires internationales.



Le leader des ingrédients laitiers.

"Créé en 1991, Ingredia est leader dans le développement et la commercialisation d'ingrédients laitiers fonctionnels auprès des industries alimentaires, de la santé et de la nutrition (compléments alimentaires, fromagerie, desserts, plats cuisinés...). Pour renforcer ses positions sur la scène internationale, l'entreprise a ouvert une filiale américaine, en 2006." **Pourquoi une domiciliation au sein d'Altios USA ?** "Pour une PME, une implantation à l'étranger n'est pas réaliste sans des partenaires locaux experts dans les domaines où les règles diffé-

rent avec la France. Elle se doit aussi de maîtriser le coût de ce développement.

Altios nous a proposé une solution pour assurer la création de notre filiale puis sa domiciliation, qui intègre les services de gestion comptable et de gestion sociale de nos salariés.

Nous avons rencontré en Altios USA un partenaire au fait des pratiques locales, disponible et à l'écoute de nos besoins, n'hésitant pas à mettre en place des ressources additionnelles afin de satisfaire nos attentes."

Quel va être votre développement aux États-Unis ?

"Nous avons beaucoup appris de ce marché au cours de ces dernières années, par nous-mêmes et avec l'aide

d'Altios. Nous avons maintenant atteint un stade de maturité qui nous a amenés à reconsidérer notre stratégie de développement, à acquérir une unité de production et à planifier le regroupement, au sein de cet ensemble, des activités commerciales et comptables."

Vos conseils pour aborder le marché américain ?

"Ce n'est peut être pas le cas pour tous les métiers, mais la première recommandation que je ferais serait d'oublier ses racines et d'américaniser son offre produit.

Les sociétés américaines attachent une importance forte à la qualité du service. Il est important de les approcher en ayant d'abord mis en place des relais locaux.

Les différences culturelles entre Américains et Français existent réellement et mieux vaut ne pas les négliger. C'est pourquoi je conseille vivement de faire appel à un partenaire comme Altios pour mettre un maximum de chances de son côté." ■

LA VIE D'ALTIOS INTERNATIONAL

Après avoir été diplômé en français et en sciences politiques à l'université du Michigan, Ross Johnson a obtenu son diplôme du programme international à Sciences Po Paris. À son retour, après un stage à New York, il a été embauché à plein temps au sein d'Altios USA. Ross débute sa carrière en affaires internationales en tant que chef de projet et bâtit ses compétences dans les industries aéronautiques et pharmaceutiques principalement. ■



LU POUR VOUS

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



Les 12 lois incontournables du marché américain d'Auréliet Gilbert Croze (Gualino, 2008) : s'appuyant

sur 20 ans d'expérience outre-Atlantique, les auteurs offrent une grille de lecture originale et interculturelle du "business à l'américaine". Douze lois dissèquent les fondamentaux du marché, décryptent les Américains et leur façon de travailler et livrent les clés de la réussite aux États-Unis. ■



Les clés du comportement à l'international ! de Laurent Goulvestre (Afnor, 2008) : ce livre novateur donne

les clés pour construire une relation réussie avec sept pays incontournables des échanges internationaux : Japon, Chine, États-Unis, Inde, Royaume-Uni, Allemagne et Russie. L'auteur bénéficie de dix années d'expérience dans la direction de divisions commerciales à l'international. ■



Réussir avec les Asiatiques de Bruno Marion (Éditions d'Organisation, 2005) : les bases à

de bonnes relations avec ses interlocuteurs et les clés du succès dans les affaires. Quelles sont les bonnes manières et les règles de vie élémentaires ? Quels sont les comportements à éviter ? Des recommandations précises pour les négociations avec l'Asie, sur place ou à distance. ■

Un succès qui ne s'émousse pas pour la brasserie Castelain

Implantée près de Lens, la brasserie Castelain, qui produit la Ch'ti, est en plein essor. Elle s'est appuyée sur Altios USA pour son développement outre-Atlantique.



La brasserie Castelain, maison familiale et indépendante créée en 1926 à Bénifontaine dans le Pas-de-Calais, ce sont des idées d'avant-garde. Comme celle de lancer une bière biologique, la Jade, dès 1986. C'est aussi un coup de pouce du destin pour son produit phare, la Ch'ti. Le film *Bienvenue chez les Ch'tis* lui a octroyé une notoriété natio-

nale, que seule une inabordable campagne de publicité aurait pu lui apporter. Avec 45000 hectolitres produits en 2008, la croissance en volumes a atteint les 20 % !

Exportation

Une croissance que le septième brasseur français doit aussi à une politique d'investissements conséquents. Il a notamment consacré 4 M€ à

la modernisation de son outil, dont le renouvellement de ses cuves.

Ses efforts portent également sur l'exportation. Pour l'instant, 15 % de sa production part à l'étranger. Or, elle voit beaucoup plus loin, sachant que chez ses concurrents belges, les chiffres peuvent monter jusqu'à 50 %.

Suite à une étude de développement commercial, Altios USA domicilie la brasserie Castelain depuis deux ans aux États-Unis. L'équipe de New York anime ainsi les opérations locales en relation avec les partenaires américains. ■