

CCI International Normandie

Mars
Avril
2011

La revue des Chambres de Commerce et d'Industrie de Normandie

Dossier

Turquie : entre orient et occident

#41

CCI INTERNATIONAL
Normandie

#edito

CCI International se constitue en association



C'est par la force et la cohérence de nos réseaux que notre appui aux entreprises se fera le plus efficacement.

Lancé début 2010 au niveau national, le label CCI International vise à une meilleure communication et à une meilleure lisibilité de l'ensemble des actions consulaires à l'international au travers d'une charte commune.

CCI International vient de franchir une étape supplémentaire en se constituant en association. Objectif : organiser et valoriser les actions de l'ensemble des CCI et y intégrer plus visiblement le réseau des CCI Françaises à l'Étranger de l'UCCIFE.

La mission principale de l'association, qui vient de se doter d'un délégué général en la personne de Dominique Brunin (ancien directeur général de la CFCI du Maroc), consistera à animer et à renforcer les actions en utilisant les meilleures pratiques locales et régionales développées par les CCI et leurs partenaires les CCI Françaises à l'Étranger. Dans ce cadre, elle assurera les relations avec les instances internationales, européennes et françaises, notamment l'agence UbiFrance.

L'association est constituée de représentants de l'ACFCI, de CCI de Région ou CCI Territoriales et de membres associés dont l'UCCIFE.

C'est au total, en France, sur une équipe de terrain de près de 400 Conseillers en Développement International et de Responsables Experts Pays que CCI International trouve sa légitimité en valorisant, en coordonnant et en mutualisant leurs actions et leurs initiatives. CCI International Normandie en est l'émanation sur notre région.

Vianney de Chalus
CCI International Normandie
Président Haute-Normandie



#Sommaire

Pages 3 4 5 6

Carnet de route Turquie

- Novacel
- SPX
- Simon
- Raphaël Esposito

Pages 7 9

- Domaine Dupont

• Anfray

Pages 10 11 12 13

Pour tout vous dire

- Oseana / Europa
- Consûl Algérie
- Seinari
- Appex

• CCIR Présidents

Pages 14 15

En savoir plus
Fiche export n°97

Page 16

Agenda et contacts

“La Turquie fait partie de la cour des grands”

■ **Novacel, leader dans son activité, développe, produit et commercialise des films auto-adhésifs pour la protection temporaire des surfaces du secteur industriel (bâtiment, électroménager, automobile, électronique). Novacel est la marque mondiale de Chargeurs Films de Protection, un des métiers du groupe Chargeurs. Présente en Turquie depuis de nombreuses années, la société connaît particulièrement bien ce marché qu'elle apprécie tout particulièrement : de surcroît son chiffre d'affaires y a quadruplé en 5 ans ! Messieurs Derolez, Président-directeur général et Lerailler, Directeur export ont accepté d'apporter leurs témoignages.**

L'engagement qualité est une composante essentielle de la vision stratégique de Novacel qui a obtenu les certifications ISO 9001 et ISO 14001. «Sur tous nos sites, nous nous attachons à mettre en œuvre des solutions conformes au développement durable» explique Laurent Derolez. Autre point fort : «Nous nous appuyons sur une politique de ressources humaines

dynamique». La société compte 500 emplois parmi lesquels 225 sur le siège social à Déville-lès-Rouen. La formation est une composante déterminante visant elle aussi à favoriser l'innovation, clé de voûte et fer de lance de Novacel. «Notre service Recherche et Développement installé en France recense 25 docteurs, ingénieurs, techniciens en chimie plastique».

La société a connu en 2010 une année de rebond important, et ce, malgré la flambée des cours des matières premières. Elle attend un chiffre d'affaires global avoisinant 190 à 200 millions d'euros pour 2011 «Le dernier gros investissement s'est fait en France en 2005 à Déville» précise également Monsieur Derolez.

«Notre développement à l'international passe par les différentes étapes nécessaires à l'expansion de nos ventes» explique Arnaud Lerailler Directeur export : «D'abord une approche clients directs, puis la mise en place d'agent/distributeur, et par la suite l'implantation de responsable pays dans un bureau, mise en place d'un stock local, d'une facturation locale, de "services centers" afin d'offrir une prise en charge globale des problématiques «protection / qualité». La société est présente dans plus de 60 pays et dispose de 13 filiales». Les plus gros marchés : États-Unis, Allemagne, Italie, Chine.

Dans le domaine de la protection de surface qui va de pair avec la haute qualité, les pays émergents présentent des opportunités encore limitées, ils offrent plutôt une concurrence locale à bas coût. Dans quelques années peut-être... **Et la Turquie ?** «La Turquie n'est plus en émergent» précise Arnaud Lerailler : «Le secteur industriel y est développé, moderne, très diversifié avec des investissements importants et des niveaux de qualification élevés. C'est un marché intérieur important :



près de 80 millions d'habitants ! Le business y est plaisant, le niveau d'éducation élevé, nos interlocuteurs se montrent très ouverts».

«De plus la position géostratégique est excellente : proche de marchés émergents comme la Russie. Le Sud-Est se développe vers le Moyen-Orient, participe aux chantiers de reconstruction en Irak».

Après 13 années de collaboration avec un agent local, Novacel dispose depuis 5 ans d'un bureau commercial dont la direction est confiée à une femme, et situé à Istanbul où 60% du business se fait dans un rayon de 100 km, mais il a aussi des clients à Izmir, Ankara, Konya... Il est présent dans les secteurs de la transformation des métaux, extrusion de matières plastiques, bois et stratifiés, verre.

«La concurrence est locale, elle est vive, dynamique, tend à se développer et est de plus en plus exportatrice. Malgré cela, notre chiffre d'affaires s'envole». Le secret ? La présence locale et le recentrage sur des produits à forte valeur ajoutée.

L'environnement est également un grand facilitateur : facilités d'accès servies par les ports, flux de transports très rodés, belle autoroute qui traverse le pays jusqu'à l'Est... aux portes d'autres marchés, accords spécifiques d'union douanière avec l'Europe même si ces accords restent fragiles et si une certaine défiance transparaît. « Il n'y a pas de volonté d'appartenir au bloc européen aussi bien économiquement que culturellement». Attaché à son identité et à son indépendance, le Turc a envie de rester... Turc avant tout.

En période de crise il peut même boycotter le produit français !

Vieux réflexe d'un grand empire assis sur deux continents. «Ils peuvent choisir entre Europe et Asie et cela est parfois déroutant».



■ **La Turquie** est un pays de grande tradition laitière. Qui n'a pas trempé ses lèvres sur le pont de Galata dans quelques yaourts, ces incomparables «yogurdu», ou apprécié le goût un peu acide de son beurre ? Le fait est là : les besoins en aménagement d'unités laitières sont colossaux. Deux entreprises de notre région : SPX/APV à Evreux et SIMON à Cherbourg y sont carrément concurrentes. Pourtant l'une et l'autre ont accepté de témoigner ici.

- Raphaël Esposito, directeur de la Chambre de Commerce Française en Turquie, livre quelques conseils en page suivante sur l'approche de ce marché particulièrement dynamique.

La Turquie côté «yaourt»...

■ L'ex-société APV installée rue Jacquard à Evreux est aujourd'hui une partie de la division Flow Technology du groupe américain SPX, puissant groupe industriel de 15 000 personnes. C'est sous le nom de SPX Flow Technology que depuis septembre 2009, l'usine ébroïcienne vend (sous la marque APV) des composants : pompes, vannes, mélangeurs... ; conçoit et propose des installations de process pour les industries agro-alimentaires (tout particulièrement des lignes pour transformer le lait en yaourt), cosmétologiques ou pharmaceutiques.

L'unité ébroïcienne emploie 170 personnes pour un chiffre d'affaires général de 50 millions d'euros. Outre l'intervention sur l'ensemble de la planète en soutien des locaux, la part consacrée à l'international est conséquente avec 40% du CA réalisé sur des zones prospectées directement : Maghreb, Afrique francophone et Turquie avec laquelle la société travaille depuis 11 ans. Entretien avec Patrick Charlin, Directeur commercial et fin connaisseur de la Turquie.

Comment se montrent les Turcs en affaires ? «De très bons négociateurs ! Très durs et très fidèles, très agréables à travailler». «Il suffit d'être honnête», tel est le credo de Patrick Charlin pour lequel les facteurs clés de succès découlent d'une bonne communication sur les savoir-faire et une relation fondée sur la confiance et le respect.

L'important aussi est de bien se position-



Magasin "Carrefour" à Istanbul

ner sur un marché que Monsieur Charlin segmente en 3 niveaux : industriels, intermédiaires, local. «C'est le niveau 2, celui des intermédiaires, qui est émergent, beaucoup de groupes s'y créent : c'est là que se trouvent les opportunités, c'est aussi le plus difficile car les codes n'en sont pas forcément simples».

Attaché à ses traditions, le pays voit se côtoyer des groupes très industrialisés et des petits faiseurs à façon qui pourront difficilement éviter d'être arasés, ne serait-ce que par l'application des règles sanitaires européennes.

SPX sous la marque APV intervient massivement dans le secteur du lait et des produits laitiers ; les Turcs se montrent très gros consommateurs de laits, fromages et yaourts (qu'ils dégustent même avec la viande !). La concurrence est importante. La société dispose d'un agent à Izmir qui prospecte sur place ; les demandes sont traitées par SPX Evreux directement avec les clients, soit pour vendre les composants, soit pour concevoir les installations.

C'est de l'un à l'autre une présence en continu.

La Turquie c'est aussi «deux Turquie» : celle de l'ouest, européenne, qui représente 80% de l'activité et la Turquie d'Asie : un «autre monde» qui pourtant a tendance à changer, s'industrialise et entretient un gros business avec l'Iran, l'Irak et le Moyen-Orient.

Dans leur souhait d'évoluer, les Turcs regardent l'Europe «avec intelligence», voulant s'en rapprocher quand les intérêts économiques entrent en jeu. Malgré une présence forte des Américains, c'est aux Européens qu'ils veulent ressembler.

Cette économie «qui a les moyens» demeure une priorité pour SPX d'autant que de surcroît la Turquie est ressentie comme «un pays très attachant», ce qui n'est pas le moindre de ses attraits !

www.apv.com

www.spxft.com

et ...côté «beurre»

■ Située à Cherbourg, Simon SAS, anciennement Simon Frères, est une PME autonome (filiale à 100%) de 50 personnes au sein du groupe français Bretèche Industrie. Elle conçoit, fabrique et vend du matériel pour les industries agro-alimentaires et est reconnue comme leader dans le domaine des équipements de beurrieres.

Fondée en 1856, elle a eu très tôt vocation à exporter. Présente à l'Exposition Universelle, elle se voyait gratifiée en 1900 (déjà !) d'un trophée de l'exportation ! Sur un chiffre d'affaires général de 5 millions d'euros en 2010, 50 à 60% sont consacrés à l'export.

Alors qu'elle était en stand-by depuis un certain moment sur la Turquie, Simon SAS vient d'y gagner une affaire, occasion d'ouvrir un œil plus vigilant sur cette destination et d'en refaire un marché prioritaire.

L'activité à l'international concerne les installations pour le beurre, denrée consommée universellement sur toute la planète : quelques grammes annuellement par individu en Chine et près de 8 kg en France, premier consommateur mondial. La société est activement présente dans plus de 50 pays à travers son équipe commerciale, un réseau d'agents, des partenaires commerciaux et des équipes techniques d'intervention. Les principaux marchés concernent l'Inde, le Japon, l'Amérique du Nord et l'Europe. D'autres furent plus épisodiques comme en Amérique du Sud, avant ou après une crise, comme au Brésil.

«Nous sommes allés en Turquie pour la première fois il y a une dizaine d'années et y avons vendu une machine en 2001, raconte Daniel Schmit, Directeur commercial. Puis, plus rien de bien notable, le marché était depuis plusieurs années en stand-by. Nous n'avions plus d'agent. En 2010, nous avons été informés par un partenaire sur place de nouvelles opportunités et un projet pour une laiterie complète partie de zéro nous est parvenu. Ce type d'opportunité est exceptionnel. A ce projet, s'en sont ajoutés d'autres»...

Comment expliquer cette recrudescence soudaine ? par un marché en pleine crois-



Installation d'un équipement Simon en Inde

sance de plus de 70 millions d'habitants dont plus de la moitié a moins de 25 ans ? Force est de constater que le contexte s'avère extrêmement favorable à l'industrie laitière. «Pourtant le prix du lait demeure élevé : 0,37 euro le litre (prix achat pour les laiteries), plus élevé qu'en France et qu'en Europe». C'est également une industrie très protégée par des barrières douanières à l'importation.

«Le beurre reste marginal, précise Daniel Schmit, c'est le parent pauvre du secteur». Le yaourt et le fromage sont plus présents, le beurre est fabriqué industriellement tout en ayant conservé une pratique artisanale avec beaucoup d'opérations manuelles. Les laiteries les plus récentes ont leurs propres

structures laitières intégrées.

«Je retourne désormais de plus en plus souvent en Turquie. Nous avons un agent à Bursa et nos projets concernent Bursa, Antalya, Izmir»...

Le contexte des affaires ? «Les Turcs sont de redoutables négociateurs ! C'est un contexte compliqué pour un occidental ; les marges sont difficiles à défendre».

Comment les conquiert-on ? «Ils sont sensibles à la technologie, à la modernité, ils sélectionnent d'abord un modèle d'équipement puis négocient au mieux».

■ www.simon-sas.com

Nous avons autant de façons de faire notre métier que nous avons de clients.

A votre disposition à Rouen :

- 4 agences Particuliers et Professionnels
- 1 centre d'affaires Entreprises

Rouen Grand Pont 2 rue du Grand Pont	02 32 70 43 50
Rouen Gare 100 rue Jeanne d'Arc	02 32 70 28 30
Rouen Jeanne d'Arc 05 rue Jeanne d'Arc	02 35 52 53 00
Rouen Voltaire 8 rue de Sotteville	02 32 18 47 60
Centre d'affaires 101 boulevard de l'Europe	02 32 70 40 50

Crédit du Nord ★

Comment bien préparer son approche du marché

■ «Les entreprises françaises ne vont pas naturellement en Turquie». Trop souvent elles préféreront les marchés du Maghreb voisin. Pourtant la Turquie est "trois fois plus riche" ! Avec sa gestion exemplaire de la crise, elle renforce son image d'un pays "émergent" avec lequel il faut compter et enregistre en 2010, la deuxième plus forte croissance au monde : 8%. Les agences de notation ne s'y trompent pas, ayant toutes relevé leur note.

Raphaël Esposito, Directeur de Chambre de Commerce Française est arrivé en Turquie en 2001, "un an et demi après la crise financière", il a eu l'opportunité de voir le pays se métamorphoser.

Les indicateurs positifs sont multiples : confiance de consommateurs avides de nouvelles technologies et de nouveautés ; stabilité d'une inflation (4,9% en janvier) en phase d'être maîtrisée ; production industrielle en augmentation régulière (le pays est historiquement industriel) ; capacité de production au plus haut niveau depuis 2008. Le Turc est reconnu bon payeur. La Bourse d'Istanbul compte parmi les premières Bourses mondiales en terme de performances.

Même si 2010 a vu éclore un million de nouveaux emplois, le chômage demeure important : 11% officiellement (proche de 20% dans les faits). Ne pas oublier que l'économie parallèle ou grise représente 30% des activités.

Quand on demande à Raphaël Esposito quels sont les secteurs porteurs, il préfère répondre par ceux qui ne le sont pas : en dehors de quelques niches, peu de débouchés dans l'agro-alimentaire ; même chose dans le BTP (sauf pour le second œuvre). Pays de bâtisseurs, la Turquie est le second constructeur mondial après la Chine. Peu



d'opportunité dans le textile habillement, la production locale étant de qualité.

Pour le reste, on a affaire à une économie florissante : santé, décoration, tout ce qui a trait à la personne, nouvelles technologies, industrie automobile, emballage, chimie, environnement : les opportunités sont nombreuses avec un goût prononcé pour la modernité.

Raphaël Esposito met cependant en garde : Le marché est à la fois moderne et traditionnel. "Ne pas arriver la fleur au fusil". Vendre en direct est impossible, il est recommandé de faire appel à un intermédiaire : agent et/ou distributeur. Qui plus est à celui qui a le meilleur réseau. "L'instrument de travail en Turquie n'est pas l'e-mail mais le téléphone portable". Le contact personnel est primordial, établir une relation de confiance dans la durée un atout. Côté langue, le Turc est très à l'aise avec l'anglais voire le français.

"Le Turc se montre naturellement amical, prévenant et gentil". Avec lui, l'affectif peut prendre le dessus sur la réalité du business.

"Il peut aussi proposer de démarrer demain un projet ! Nous n'avons pas la même notion du temps. Face à lui, le Français tarde, tergiverse, ... nous pouvons apparaître comme peu rapides!"

Raison pour laquelle, il est important de bien se préparer voire de se faire accompagner.

Mission Turquie

En collaboration avec la CCI Seine & Marne et la Chambre de Commerce Française en Turquie, CCI International Normandie propose une mission de prospection CAP Turquie du 22 au 24 juin prochains.

Au programme : organisation logistique «clé en main» de la totalité du déplacement, rédaction d'un cahier des charges personnalisé en amont, validation d'actions de prospection ciblées et pertinentes, identification de prospects, organisation d'un programme de rendez-vous sur place, suivi et accompagnement par un conseiller expert Turquie.

Cette mission étant labellisée par Ubifrance, chaque entreprise participante bénéficiera d'une subvention de 1 200 euros.

Cette opération est soutenue par la Région Haute-Normandie : au-delà de 5 entreprises participantes et éligibles, la Région prendra en charge 50% du coût initial.

Contact : votre Conseiller CCI International Normandie «expert Turquie» :
Grégory Closa - Tél : 02 35 14 38 76
closa@haute-normandie.cci.fr

Dupont se laisse porter par Isigny

■ Pour le **Domaine Familial Louis Dupont** installé à **Victot-Pontfol** dans le **Pays d'Auge**, l'international représente une part conséquente de l'activité : sur un chiffre d'affaires de 1 300 000 euros, 60% concernent l'export. Mais pour une petite société de 10 personnes, la prospection de nouveaux marchés représente un défi, défi relevé grâce au portage d'Isigny-Sainte Mère et l'embauche en commun d'un V.I.E. (Volontaire International en Entreprise) en Chine.

On trouve les produits de Domaine Dupont sur les plus belles tables : calvados, cidre mais aussi produits spécifiques comme le «givre», cidre de glace inspiré des méthodes canadiennes et le «calvados cream», mélange de jeune calvados et de crème... Après Jules, créateur de l'exploitation en 1887, Louis son fils, puis Étienne, c'est aujourd'hui Jérôme Dupont qui pilote les destinées du Domaine depuis 2002. La société connaît une accélération de son développement à l'international déjà initié à partir des années 80.

«Nous travaillons plus particulièrement en Europe du nord précise Jérôme Dupont : Suède, Norvège, Finlande, également Royaume-Uni, États-Unis, Russie». Syno-

nymes de qualité et de fine gastronomie, les produits français bénéficient d'une belle notoriété à l'étranger.

L'Asie offre aussi de nouvelles perspectives. Lors d'une mission en Chine pilotée par la Région Basse-Normandie et CCI International Normandie en octobre 2009, Jérôme rencontre l'équipe combative d'Isigny-Sainte Mère : Daniel Delahaye, Directeur général et son Adjoint, Luc Lesenecal, également Conseillers du Commerce Extérieur de la France, aguerris à l'international depuis 30 années, à l'usage régulier de V.I.E., dont ils savent faire partager l'expertise à d'autres sociétés ainsi «portées» et dont ils connaissent tous les attraits, y compris financiers...

La proposition de portage d'Isigny tombe à point nommé pour Jérôme Dupont qui a également rencontré un distributeur/importateur en Chine. Il voit aussi d'autres intérêts à la proposition : à la tête d'une petite équipe, il lui est difficile de prévoir un déplacement chaque mois et de prospecter lui-même de nouveaux marchés : il pourra ainsi disposer de quelqu'un sur place pour lancer ses produits en Chine. Encadrer un V.I.E. est un nouveau «challenge» ; cette expérience devrait également lui permettre de mesurer si avec une telle structure, il y a matière à pouvoir faire fonctionner un cadre export.

«Isigny, avec ce portage nous propose un service clé en main, guide toute la dé-



marche et nous permet d'avoir un relais à un prix acceptable».

Fin 2010, Luc Lesenecal sélectionne pour ce V.I.E. Sébastien, école de commerce, parlant chinois et ayant fait une partie de ses études en Chine. Sébastien passe ensuite 15 jours d'immersion totale chez Dupont se familiarisant avec tous les postes ; même chose ensuite chez Isigny.

Depuis début 2011, Sébastien est à Shanghai, hébergé par un cabinet conseil, Altios, avec pour mission, d'aider l'importateur à développer la vente des produits du Domaine Dupont en Chine.

Reporting hebdomadaire, point d'étape par téléphone : l'affaire est rondement menée et suivie par Jérôme qui le rejoindra vraisemblablement en mai.

«Sans ce portage, nous n'aurions pas été en mesure d'assumer ce V.I.E. C'est une vraie chance pour une entreprise de notre taille et une expérience formidable pour moi en tant que chef d'entreprise».

■ www.calvados-dupont.fr



Contacts / Inscription :

Grégory CLOSA : closa@haute-normandie.cci.fr / Tél : 02.35.14.38.76
Jonathan ROUDAUT : roudaut@haute-normandie.cci.fr / Tél : 02.35.14.38.92

A l'occasion de Interpack'2011 à Düsseldorf

CCI International Normandie et Normandy Packaging organisent
une mission découverte :

Les 16 et 17 mai 2011

Interpack est le salon mondial de référence de l'emballage :

- Plus de 2 700 exposants venus de 60 pays différents
- 3 halls d'exposition : Produits, Machines et Pharmacie





Développer vos contacts sur les marchés étrangers

avec la Mission de prospection

Vous maîtrisez les composants d'un marché local, mais souhaitez en rencontrer les interlocuteurs décisifs pour votre activité ?

La Mission économique locale sélectionne, en fonction de votre cahier des charges, les opérateurs locaux en adéquation avec votre projet et organise votre programme de rendez-vous sur place. Ainsi,

- Vous rencontrez vos partenaires ou acheteurs.
- Vous validez votre première approche du marché.

Selon la taille de votre entreprise, vous pouvez bénéficier de l'aide financière SIDEEX (Soutien Individualisé pour la Démarche Export) pour soutenir votre projet export dans le cadre de la prospection de nouveaux marchés.

Vos contacts UBIFRANCE :

Alexis Caille
Délégué Régional Haute Normandie
alexis.caille@ubifrance.fr
06 81 76 99 83

Alain Jacquet
Délégué Régional Basse Normandie
alain.jacquet@ubifrance.fr
06 77 92 10 36

Les salons : véritables tremplins à l'international

Le témoignage de Anfray

■ Fondée en 1927, la société Anfray installée Parc du Talou à Dieppe est spécialisée dans les joints d'étanchéité. Elle apporte des solutions pointues en phase avec les nouvelles technologies et matériaux dans le domaine de l'étanchéité et du transfert des poudres, granulés, gaz, produits liquides fluides. Ceci pour les secteurs : alimentaire, cosmétique, pharmacologie, chimie, pétrole, nucléaire, cimenterie, assainissement...

Employant 25 personnes sur 2 sites (Dieppe et Le Havre), la société s'est lancée à l'international il y a 2 ans : bénéficiant d'une aide régionale NEO, elle participait au salon Djazagro (Alger) spécialisé dans l'équipement agro-alimentaire.

Anfray avance de façon concertée ses pions à l'international : en Chine avec laquelle elle commerce depuis des années, vers le Maghreb suite à Djazagro, tout en laissant la place à l'imprévisible, à l'opportunité, rencontrés au détour d'une allée de salon comme cela sera le cas pour le Kazakhstan. Sur un chiffre d'affaires de 5,8 millions d'euros, 15% concernent l'international direct et indirect. 2011 sera une année de consolidation de ces nouveaux marchés.

«Il y a 2 ans, c'était le début de la crise : obligation nous a été faite de rechercher des solutions à l'international» explique Patrick Bia, P-DG de la société. Bénéficiant de l'accompagnement d'un conseiller CCI International Normandie, de l'aide NEO, d'une assurance Coface, Patrick Bia s'est trouvé conforté : «Savoir que 65% des dépenses sont financées pendant 2 ans, permet vraiment de se lancer».

«Djazagro a été un vrai succès» commente-t-il, nous y avons trouvé un distributeur et ramené 50 000 euros de commande. Dans la foulée, nous avons participé à «Alger Industries» ; malheureusement une nouvelle loi sur l'importation algérienne venait



juste de paraître, notre enthousiasme est quelque peu retombé.

La société poursuit néanmoins sa percée sur le marché algérien, marché à fort potentiel ; une prospection parallèle vers le Maroc s'est avérée rapidement fructueuse. Anfray a signé sur ces 2 pays des contrats de distribution avec des sociétés locales.

Anfray peut s'enorgueillir d'être en Europe la société qui fournit la gamme la plus diversifiée en terme de flexibles, proposant également des solutions de niche. Elle dispose d'un savoir-faire unique et particulièrement pointu pour ce qui est de la fabrication de tuyaux flexibles équipés de raccords. En feuilletant les appels d'offres internationaux, Monsieur Bia a pu **prendre confiance** et proposer son offre «même en Chine» qu'il connaissait bien pour y avoir beaucoup acheté depuis 25 ans. Son savoir-faire s'avère y être recherché. Y trouver un distributeur ou un partenaire local fait partie des objectifs 2011.

En 2010, la société Anfray aura participé à bon nombre de salons en France et à l'étranger : Vinitech (Bordeaux), Pollutec (Lyon) pour l'hexagone, Foire Internationale à Madagascar que Monsieur Bia connaît bien pour des raisons personnelles (Anfray a été sollicité pour répondre à une opportunité d'affaires pour une entreprise

de nickel à Tamatave, consultation complexe nécessitant un réel savoir-faire technologique ; de nombreux déplacements sont nécessaires).

L'international c'est aussi savoir rebondir : sur «Alger industries», Patrick Bia rencontre des personnes de retour du Kazakhstan, ce qui l'amènera à participer début octobre 2010 à Kioge Kazakhstan International Oil & Gas Exhibition : rencontre d'un distributeur, cadrage au niveau des produits, rencontre avec Total lors du dîner (la société travaille déjà pour Total à travers Technip), etc.

Sur un salon tout compte, le "off" tout autant que le "on". «Dès l'aéroport on emmagasine des contacts. Le choix du salon est également déterminant» précise Dorothee Bia en charge de la communication dans la société «Compte-tenu d'un savoir-faire particulièrement pointu en terme de sertissage, Anfray peut être concerné par une multitude de marchés, donc une multitude de salons : lequel choisir d'autant que l'offre est pléthorique ? Se renseigner sur le contexte, l'époque, la qualité s'avère indispensable».

Un an après Africa-Europa, Oseana-Europa,

première convention d'affaires entre les entreprises des îles de l'Océan Indien et d'Europe, permettra aux porteurs de projets de l'Océan Indien de venir à la rencontre d'entreprises européennes. Présentation de l'opération et entretien avec Mamisoa Sakaizavalona, chef du projet CapDev à la CCI France Madagascar.

Pour tout vous dire

■ La première convention d'affaires entre les entreprises des îles de l'Océan Indien et d'Europe Oseana-Europa se tiendra à Rouen du 2 au 4 mai 2011. Elle est organisée dans le cadre du projet CapDev avec la Chambre de Commerce et d'Industrie France Madagascar (CCIFM) et bénéficie du soutien de la Commission européenne.

• DES SOLUTIONS ADAPTÉES AUX ATTENTES DES ENTREPRISES

Oseana-Europa est réservée aux entreprises des îles de l'Océan Indien qui sont dans des phases d'investissement pour développer, améliorer ou diversifier leurs activités. Elles pourront ainsi rencontrer à Rouen dans le cadre de rendez-vous d'affaires ciblés et organisés, des sociétés européennes susceptibles d'apporter des solutions à leurs besoins en ingénierie, savoir-faire, équipements, fournitures, matériaux ou collaborations.



Oseana-Europa est ciblée sur les besoins des porteurs de projets d'une part, et les réponses que peuvent proposer les entreprises européennes d'autre part. Après une phase active d'identification des entreprises, 80 sociétés provenant de Madagascar, de l'île Maurice et des Comores ont été sélectionnées. Les projets de ces entreprises concernent 22 secteurs d'activités.

La manifestation se déroulera à la Halle aux Toiles à Rouen : lundi 2 mai à partir de 14h30 (soirée inaugurale le lundi à 19h30), mardi 3 mai de 8h à 18h et mercredi 4 de 8h à 17h30.

Deux cents dirigeants européens sont attendus. Les représentants des sociétés pourront envisager les collaborations et partenariats possibles entre leurs entreprises.

Frais de participation : pour les entreprises européennes, les frais de participation (d'une valeur de 400 euros HT) sont gratuits. L'accompagnement du projet par la Commission européenne permet de bénéficier de cet avantage.

Les frais de participation pour chaque accompagnateur supplémentaire sont de 400 euros HT (soit 478,40 euros TTC).

En savoir plus sur les entreprises sélectionnées et inscription directement sur :

<http://www.capdev-oi.mg>

Toute demande d'inscription fera l'objet d'une validation par les organisateurs.

Date limite : 15 avril 2011

Plus d'informations : 02 35 14 38 87

Le reflet d'une volonté



■ Mamisoa Sakaizavalona est chef de projet CapDev à la CCI France Madagascar. L'objectif de CapDev, programme financé par l'Union européenne dans le cadre de PRO€INVEST, est d'appuyer les organismes intermédiaires en vue de concrétiser des partenariats.

«80 projets d'entreprises, explique-t-elle, ont été identifiés et validés depuis octobre dernier, dans des secteurs très variés (agro-alimentaire, informatique, artisanat, énergie (électricité, gaz), maintenance industrielle, services aux entreprises, tourisme...)» (leurs profils sont consultables sur le site), et d'autres projets devraient parvenir de l'île Maurice et des Comores.

«La population malgache majoritairement jeune a envie de travailler, de sortir de la pauvreté par la création d'entreprises, d'emplois, la multiplication de partenariats ; elle compte bien relever le défi d'une industrie en baisse et faire fi d'une situation politique parfois instable. Le projet CapDev est une subvention, pas un prêt : l'État ne s'endettera pas».

«Le potentiel est considérable : les besoins en innovation, diversification, en produits de consommation courante sont de plus en plus importants. La main-d'œuvre locale s'adapte vite et se montre avide de connaissances».

Pas de problème de langue non plus avec une population qui sait faire de surcroît de la multiplication des ethnies un atout.

Africa-Europa : mais que sont-ils devenus ?

■ Les 26, 27 et 28 avril 2010, la première convention d'affaires Africa-Europa (réalisée avec l'appui technique et financier de PRO€INVEST) devait permettre à 143 entreprises venues de 18 pays d'Afrique Subsaharienne et 204 entreprises européennes (de 9 pays de la CE, France comprise) de se rencontrer à Rouen.

Le rez-de-chaussée de la Halle aux Toiles s'était transformé en ruche pendant 2 jours pour accueillir 2 038 rendez-vous d'affaires côté africain (moyenne de 14 rendez-vous par entreprise) et 1929 côté européen (moyenne de près de 10 rendez-vous) ! Six mois après, qu'en est-il advenu ?

À l'automne suivant, une enquête de suivi a été adressée à l'ensemble des participants : 106 entreprises africaines et 141 entreprises européennes y ont répondu (soit un taux de réponse de 71%). Six mois après, ce sont donc 95% des entreprises qui se disent toujours satisfaites de leur participation. 85% ont poursuivi les contacts. 68% des participants ont engagé des relations avec des entreprises rencontrées lors de cette manifestation et un quart des participants a signé au moins un accord de partenariat.

Alors qu'ils étaient 87% à la sortie d'Africa-Europa à souhaiter participer de nouveau à une manifestation de ce genre, six mois après, 92% des participants disent souhaiter renouveler ce type



d'expérience. Les contacts, échanges et collaborations qui se sont noués ensuite confirment l'intérêt. De quoi mettre du baume au cœur des organisateurs de la nouvelle séquence Oseana-Europa et de se réjouir pour les entreprises.

Nous n'investissons pas assez en Algérie

■ Convaincu qu'il y a beaucoup à faire pour nos entreprises en Algérie, Tayeb Medkour, consul de l'Algérie à Pontoise prend son bâton de pèlerin. Il était à Rouen le 18 février dernier où il a pu rencontrer quelques responsables d'entreprises faisant déjà du business avec l'Algérie et membres du Club Maghreb.

Son constat : l'Algérie est un grand marché sur lequel la France a perdu beaucoup de terrain (au profit des Asiatiques, Canadiens, etc). «C'est d'autant plus dommage qu'elle y bénéficie d'une image de fiabilité et de qualité. Nous avons tout intérêt à importer de France». Monsieur le Consul n'a eu de cesse de vanter également les mérites du partenariat, les entreprises françaises se montrant trop frileuses à cet effet. Pourtant il y a beaucoup à faire : besoins en laiteries et autres équipements agricoles, en industrie pharmaceutique, en services (expertise, formation...), besoins liés à l'industrie environnementale (gestion des déchets) etc.

Outre l'annonce d'un projet d'une journée de rencontres d'affaires, cette agréable visite a permis aux entreprises présentes de poser des questions très concrètes.

Pour ce qui est des problèmes de visas : «Adressez-vous à nous-mêmes» : Le consulat de Pontoise couvre 7 départements dont l'ensemble des départements normands.

Consulat :
25, Quai Eugène Turpin - 95300 Pontoise
Tél : (331) 30 73 27 75



Innovantes et forcément internationales.

4 start-up du secteur tertiaire assurent leur avenir grâce à la recherche

■ **Accompagner les créateurs d'entreprises innovantes fait partie des missions de SEINARI (l'agence de l'innovation en Région Haute-Normandie) qui présentait le 17 février dernier quatre projets d'incubation «élargie» (projets complexes sans lien obligé avec la recherche publique). L'ensemble de ces projets étaient «déjà» à visée internationale.**

À partir des avancées de la 3D et des interactions naturelles et gestuelles, *VirtuaSense* commercialise une solution de vitrine virtuelle interactive : *V-Museum*, permettant de manipuler des objets virtuels comme si on les tenait entre ses mains. Cette solution est issue d'un partenariat avec un laboratoire néerlandais rencontré fortuite-

ment dans les coulisses du «Laval Virtual» (Rencontres Internationales de la Réalité Virtuelle). *V-Museum* a obtenu en début d'année un franc succès sur le Sime Sitem, Salon de l'Innovation Muséographique. «Quand on est dans les technologies innovantes, il faut regarder ailleurs et être dans les clous des grandes tendances électroniques» commente Jean-Marc Minière, le porteur du projet.

Pour *WebExport*, Adrien Morel (déjà lauréat du concours «Graine de créateur») est parti d'un constat de base : «En France, le jeu vidéo en ligne ne sait pas s'exporter». L'objectif est de promouvoir cette créativité à l'étranger en proposant aux auteurs une plateforme «tout compris» et garante de la qualité de l'adaptation du contenu. Confronté à la complexité de l'exporta-

tion du culturel, trouver des partenaires sur place et monter des équipes locales font partie du projet. Pays visés en un premier temps : Pologne, Espagne, Italie.

Quant à *Spectre Ohm*, il compte s'implanter en 2012 sur le marché international du multi-room et de l'éclairage très haut de gamme tandis que *Symcure* d'Elaine Penny développe un site Internet créant et exploitant une base de données «patrimoine santé» proposant une alternative responsable aux forums médicaux. La mise en service du site Internet courant 2012 est prévue sur 3 pays : France, Écosse, Brésil.

contact@seinari.fr

Tél : 02 32 10 23 03

APPEX : le nouveau dispositif d'appui à l'exportation par la Région Basse-Normandie

■ **Afin de favoriser l'exportation des entreprises bas-normandes, la Région accorde désormais un appui financier** sous forme de subvention à la mise en œuvre des actions de prospection suivantes : missions de prospection à l'international, recherches de partenaires, promotion commerciale, mises aux normes, dépôts de brevet, recrutement d'un cadre, d'un stagiaire ou d'un étudiant. Deux appels à projets seront lancés chaque

année en janvier et en juin. Ils s'adressent aux PME et ETI (Entreprise de Taille Intermédiaire). Le programme accompagné porte sur un an. Le taux d'accompagnement s'élève, par exemple, pour les primo exportateurs à 50% vers l'Europe et les pays du Bassin méditerranéen et entre 70% à 80% vers tous les autres pays.

Plus souple, le nouveau dispositif permettra aux entreprises de modifier leur stratégie à l'exportation chaque année. La

Région s'engage à réduire à un mois le délai d'instruction à compter de la fin de période de candidature.

Le règlement général, le dossier de candidature ainsi que la procédure sont présentés sur le site de Région dans la rubrique aides régionales, politique «Économie», bénéficiaire «Entreprise».

cci-international@basse-normandie.cci.fr

Ne ratez pas INTERPACK

■ **CCI International Normandie** organise les 16 et 17 mai prochains une mission découverte à Düsseldorf à l'occasion d'Interpack (<http://www.interpack.com>), le salon de référence mondiale dans le domaine de l'emballage.

Cette mission permettra aux entreprises de visiter le salon. Cette formule, plus courte et moins coûteuse qu'une participation en tant qu'exposant, demeure optimale. Elle est complétée par un programme de rendez-vous personnalisés en fonction des cibles déterminées (organisé avec la Mission Économique de Düsseldorf).

Autres avantages : préparation en amont avec rendez-vous individuels en entreprise en présence d'un expert sectoriel Ubifrance, organisation de la totalité de la logistique, présentation du marché allemand de l'emballage et des innovations technologiques, rencontre avec les fédérations professionnelles, accompagnement par des experts pays, suivi...

Informations : 02 35 14 38 76 - closa@haute-normandie.cci.fr - roudaut@haute-normandie.fr

Changement de présidences dans nos CCI de Région

■ Le monde consulaire bouge. Sur fond de réforme, outre la mise en place des Chambres de Commerce et d'industrie de Région (elles se substituent aux CRCI) et de CCI Territoriales, ce début 2011 a vu l'élection de nouveaux présidents – pour 5 ans – en Basse et en Haute-Normandie.

Le 12 janvier, Jean-Claude Lechanoine a été élu président de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Région Basse-Normandie. Âgé de 63 ans, Jean-Claude Lechanoine est domicilié à Bayeux ; il a exercé jusqu'en 2008 le métier d'assureur et a fondé Serenor, 2^{ème} agence générale d'assurances en France. Jean-Claude Lechanoine a exercé de nombreuses fonctions nationales ou locales : président de la Fédération Nationale des Syndicats d'Agents Généraux d'Assurance, vice-président délégué de l'Union Nationale des Professions Libérales, Membre du C.O.R. (Conseil d'Orientation des Retraites). Il est actuellement secrétaire du bureau du MEDEF Calvados et gérant d'une société immobilière.

Lors de l'assemblée d'installation du vendredi 21 janvier, les membres de la CCIR Haute-Normandie ont élu Jean-Pierre Désormeaux président. Âgé de 53 ans, Jean-Pierre Désormeaux, intègre l'entreprise familiale de transports routiers, Transports Désormeaux, à Evreux en 1981 et en assure la direction depuis 1987 ; 130 emplois, répartis à moitié sur l'Eure et la Seine-Maritime (Rouen, Le Havre, Dieppe). Il est partie prenante du réseau européen «European Moving Group» (400 entreprises implantées en Allemagne, en Grande-Bretagne, en Italie et aux Pays-Bas) et depuis 2005, président de «Trans Europe Meuble».

Dans l'une et l'autre région, à travers CCI International Normandie, la mission d'accompagnement des entreprises dans leur développement à l'international est une priorité.



Loisir à Rouen. Transport à Pékin. Sport à Chicago.

Accéder à la bonne information au bon moment est un puissant levier de développement pour votre entreprise.

Pour en savoir plus, contactez-nous :

Centre d'Affaires Entreprises Normandie

- Caen,
31, rue Saint Jean - Tél. : 02 31 85 83 14
- Le Havre,
83, boulevard de Strasbourg - Tél. 02 35 19 20 83
- Rouen,
85, rue Jeanne d'Arc - Tél. 02 35 14 39 31

E-mail : caen-normandie@hsbc.fr

HSBC Business

HSBC 

Votre banque, partout dans le monde

HSBC France - Société Anonyme au capital de 257 980 000 euros
SIREN 775 678 284 RCS Paris - Siège social : 100, avenue des Champs-Élysées -
75008 Paris - Banque et Société de Courtage en Assurance immatérielle soumise de
l'ORFAS (Organisation pour la Régulation des Intermédiaires en Assurance - www.
orfas.fr) sous le n° 07 806 804.

La sélection d'Enterprise Europe Network



Le temps à la portée de votre entreprise.

Appels d'offres

ENERGIE INTELLIGENTE EUROPE

Appel à propositions lancé par l'Agence Exécutive pour la Compétitivité et l'Innovation (EACI) (JOCE C 26 du 28/01/2011). Le programme EIE II est un programme de financement communautaire qui soutient des actions dans le domaine de l'énergie durable. Il regroupe quatre types d'actions dont les priorités 2011 sont les suivantes : **SAVE** : Actions visant à renforcer l'efficacité énergétique des produits,

ALTENER : Electricité provenant des sources d'énergie renouvelables, bioénergie, **STEER** : Efficacité énergétique dans les transports, véhicules propres, **INITIATIVES INTEGREES** : Efficacité énergétique et sources d'énergie renouvelables dans les bâtiments, mobilisation d'investissements locaux en énergie. Formation du personnel dans le bâtiment et initiatives de qualification. *Appel spécifique (date de clôture de l'appel 15 juin 2011).

La date de clôture de l'appel est le 12 mai 2011 pour tous types d'actions (*sauf pour la formation du personnel et initiatives de qualification).

Informations : http://ec.europa.eu/energy/intelligent/contact/index_en.htm

Consultation

La Commission européenne lance une consultation sur le recours aux modes alternatifs de règlement des litiges en matière commerciale. La consultation vise à recueillir les avis et suggestions sur :

- le manque de connaissance et de trans-

parence de ces mécanismes,
- leur absence dans certaines régions et secteurs,
- les réticences des commerçants à les utiliser.

cette consultation pour élaborer une proposition législative à la fin de cette année.

La Commission utilisera les résultats de

http://ec.europa.eu/consumers/redress_com/adr_en.htm

Offres de coopération

Réf. : 11 RU 86FG 3K8D :

Flow sensors for sugar-containing substances.

An innovative SME from Kaluga region develops and manufactures the equipment for physical-chemical purification and concentration of sugar-containing solutions.

The SME looks for manufacturers of components (sensors) for commercial agreements with technical assistance and would prefer a ready technology, already at the market.

Réf. : 20110125015 :

UK SME leading manufacturer of angioplasty catheters and stents is looking for similar manufacturers and developers for reciprocal distributorships, production, as well as joint research and development projects.

Réf. : 20110121025 :

Polish company specialized in metal cutting, metalworking, assembly and production of machinery parts looks for cooperation as subcontractor/outsourcer and offers their own transport/logistics services.

Réf. : 11 ES 28G2 3K87 :

Novel macroporous or meso/macroporous biocompatible polymers with chemical and pharmaceutical applications.

These materials have application as drug delivery systems, as biomedical implants or as absorbents in purification and/or extraction procedures of biological and chemical compounds. License areements are sought.

Pour tout renseignement :

- Haute-Normandie : 02 32 38 81 49
- Basse-Normandie : 02 31 54 40 39

Simplification du dispositif de la Déclaration d'Échanges de Biens (DEB)

Depuis le 1^{er} janvier 2011 la Déclaration d'Échanges de Biens (DEB), document obligatoire à remplir par les entreprises françaises lors de leurs exportations et importations en Union européenne est simplifiée.

Auparavant une Déclaration d'Échanges de Biens était nécessaire à partir de 150 000 euros d'importations dans l'année et selon les niveaux d'obligation, la DEB devait être remplie de manière plus ou moins complète. Les quatre niveaux d'obligation actuellement en vigueur sont désormais remplacés par un seuil annuel de 460 000 euros HT en dessous duquel aucune DEB ne sera due. À partir de ce seuil toutes les rubriques de la DEB devront être remplies (suppression des niveaux d'obligation). Seules les données fiscales (numéro de TVA du vendeur et de l'acquéreur, montant facturé HT...) seront exigibles à la livraison.

En revanche la DEB est toujours obligatoire à partir du premier euro exporté mais la déclaration est simplifiée, seules les informations suivantes seront demandées : n° de TVA du vendeur, n° de TVA de l'acquéreur, montant facturé HT, régime douanier.

Les douanes françaises espèrent ainsi «contribuer à l'émergence d'un environnement favorable aux performances des petites et moyennes entreprises». (source MOCI)

Plus d'informations : <http://www.douane.gouv.fr> ou contacter l'Observatoire International.

FICHE EXPORT N° 97

Colloque COFACE 2011

Une nouvelle donne dans le paysage du risque pays mondial : la frontière pays avancés / pays émergents se fissure.

Alors que la croissance mondiale atteint les 4% en 2010 et que selon Coface, 3,4% pourraient être attendus pour 2011, le scénario d'un «double dip» (rechute de l'économie) semble pouvoir être écarté.

Autre point majeur : l'heure est à la convergence des risques entre les pays avancés et les pays émergents qui ont vu leur note s'améliorer à l'épreuve de la crise ; le panorama mondial du risque pays présenté lors du colloque 2011 souligne un effet de ciseau prononcé des risques entre avancés et émergents.

Ces derniers affichent des rythmes d'activité élevés et stables et une forte solidité financière, alors que les risques se sont dégradés pour les pays avancés. Parmi ceux-ci, seulement 9 sur 28 ont retrouvé leur niveau d'avant-crise.

■ Pays émergents, grands gagnants de la crise

Ils poursuivront en 2011 leur trajectoire de croissance solide, avec un léger ralentissement : 6,2% contre 6,7% en 2010. À la différence de la zone euro, où la bulle d'endettement privé a entraîné des crises souveraines, l'activité des pays émergents n'est pas handicapée par le poids de la dette privée. Toutefois, ceux-ci ne sont pas à l'abri d'une envolée de l'endettement du secteur privé. Comment en effet financer le boom de l'investissement que l'on observera encore en 2011 ? Deux types de profils sont à surveiller :

- le profil «polono-brésilien» : les entreprises ont tendance à s'endetter à l'étranger car les banques locales sont trop réticentes et les taux domestiques sont prohibitifs d'où un risque d'avoir dans ces pays des contreparties de plus en plus endettées en devises.
- le profil «sino-vietnamien» : les entreprises s'endettent plutôt en monnaie locale auprès des banques domestiques souvent peu armées pour analyser correctement les risques. Des entités très endettées et parfois peu transparentes pourraient se trouver en difficulté.

■ Les notes pays décernées par Coface

Coface mesure sur une échelle de 7 niveaux (A1, A2, A3, A4, B, C, D) l'influence du cadre macro-économique et institutionnel sur le risque de crédit des entreprises.

La nouvelle donne se trouve illustrée par l'équivalence de notes entre pays émergents et certains pays de l'UE : Brésil, Inde et Chine sont classés A3 au même niveau que l'Espagne, l'Italie ou la Grande-Bretagne et au-dessus de la Grèce, la Hongrie et l'Irlande. La Turquie n'est plus très loin du Royaume-Uni. Avant la crise, la note pays la plus basse des pays avancés était A2 ; en 2011 elle est passée à A4 et 27 pays émergents dont la Chine, la Turquie, le Brésil, l'Inde ou la Pologne ont des notes supérieures ou égales à A4 et se retrouvent mieux notés que la Grèce, l'Irlande ou le Portugal.

■ Le club prestigieux des A1

La Norvège passe de A2 à A1 rejoignant l'Australie, le Canada, le Japon, la Nouvelle-Zélande, la Suède et la Suisse.

Des économies de poids voient le risque s'améliorer sans revenir au niveau d'avant-crise : c'est le cas des États-Unis aujourd'hui en A2 et en surveillance positive, (A1 en janvier 2007) : la situation des États-Unis est solide à court terme. A2 également pour France, Allemagne, Autriche, Belgique, Pays-Bas, Danemark tous en A1 en janvier 2009. Hong Kong, Singapour et Taïwan rejoignent le club des A1.

■ En Europe

Autre réalité : dans la zone euro, la situation tend à se dégrader alors que le risque souverain s'est globalement amélioré en Amérique latine ces 10 dernières années ; on s'est trop focalisé sur la dette publique au détriment de la dette privée. Le simple fait d'appartenir à une même zone monétaire ne préserve d'aucun dérapage. La zone euro a péché par excès de confiance dans des garanties implicites. À elle de définir un mécanisme explicite et prévisible de sauvetage.

Royaume-Uni, Italie, Espagne et Portugal sont passés en A3 avec surveillance négative pour ces 2 derniers tandis que Grèce, Irlande et Islande sont en A4.

À l'exception de l'Estonie qui passe en A3, l'amélioration des risques en Europe émergente est plus laborieuse que dans d'autres régions émergentes. La Slovaquie rejoint la République Tchèque en A2 et Pologne et Slovaquie demeurent en A3. L'endettement privé pèse sur la reprise dans les PECO.

■ En Asie, le risque pays revient au niveau d'avant-crise

Aux frontières de l'Asie, la Turquie tire très bien son épingle du jeu. Elle a su se redresser sans aide du FMI et montrer sa capacité à gérer la volatilité. À l'épreuve de la crise elle gagne un cran (A4).

Les «émergents» à l'instar de la Chine (en A3) montrent leur bonne capacité de résilience à la crise mais aussi une tendance au repli sur soi avec l'affirmation début 2010 d'une nouvelle zone de libre-échange Asean Chine.

■ L'Amérique latine en sort bien

La zone est emblématique de la réduction globale des risques émergents. Chili toujours en A2. Le Brésil «gagne un cran» et atteint l'A3. Pérou, Uruguay, Argentine et Bolivie sont également reclassés positivement.

La hausse des prix des matières premières est une opportunité pour de nombreux pays d'Amérique latine.

■ Et en Afrique

Stabilité des notations en Afrique subsaharienne avec des fragilités persistantes. Maurice, Namibie, Afrique du Sud et Botswana sont les seuls en zone A (3 et 4). L'Afrique du Sud placée en surveillance négative est particulièrement vulnérable à l'afflux de capitaux volatils. Le Nigéria est placé en surveillance positive (D). Quant aux pays du Maghreb, leurs notations fin 2010 demeuraient stables (en A4). C'était quelques heures avant la «révolution de jasmin»...

www.coface.fr



La collection complète des Fiches Export est disponible sur le site : <http://www.cci-international-normandie.com/fiches>

Agenda et contacts

Missions et salons

■ **Allemagne**
6 au 7 avril - Foire de Hanovre
 Mission découverte de salon
 Convention d'affaires Enterprise Europe Network
 J. Roudaut - Tél : 02 35 14 38 92
 roudaut@haute-normandie.cci.fr
 lecarpentier@haute-normandie.cci.fr

■ **Afrique du Sud**
11 au 15 avril
 Mission filière équine
 Y. Severe - Tél : 02 31 54 40 07
 yohann.severe@basse-normandie.cci.fr

■ **Arabie Saoudite / E.A.U.**
14 au 19 mai - Mission
 A. Bortuzzo / B. Galard - Tél : 02 35 55 26 94/79
 bortuzzo@haute-normandie.cci.fr

■ **Allemagne**
16 au 17 mai - Interpack - Düsseldorf
 Mission collective et visite du salon
 G. Closa - Tél : 02 35 14 38 76
 closa@haute-normandie.cci.fr
 J. Roudaut - Tél : 02 35 14 38 92
 roudaut@haute-normandie.cci.fr

■ **Maroc**
17 au 20 mai - Sistep Midest - Casablanca
 Organisation d'un stand collectif
 G. Tirard - Tél : 02 35 14 38 80
 tirard@haute-normandie.cci.fr
 creze@haute-normandie.cci.fr

■ **Allemagne**
20 au 26 juin - Düsseldorf
 Mission de prospection NTIC
 En collaboration avec Ndie Incubation et Ubifrance
 D. Robin - Tél : 02 31 54 40 08
 delphine.robin@basse-normandie.cci.fr

■ **Russie**
3 au 8 juillet
 A. Bortuzzo / B. Galard - Tél : 02 35 55 26 94/79
 bortuzzo@haute-normandie.cci.fr

Rencontres d'affaires

■ **Oseana-Europa**
2 au 4 mai - Rouen
 Convention d'affaires entre les entreprises des îles de l'Océan Indien et d'Europe. Organisée avec la CCIFM et soutenue par l'U.E.
 T. Peleau - Tél : 02 35 14 38 87
 thierry.peleau@rouen.cci.fr

Actualité des clubs

■ **Club Russie - CEI**
24 mars au Havre
 A. Bortuzzo - Tél : 02 35 55 26 94
 bortuzzo@haute-normandie.cci.fr

■ **Club Export Basse-Normandie**
7 avril à Vire - Réunion Interclubs
 «Optimiser sa prospection à l'international»
 I. Berger - Tél : 02 31 54 54 82
 iberger@caen.cci.fr

■ **Club Chine**
14 avril au Havre
 L. Mahot - C. Bulan - Tél : 02 35 55 26 95/75
 mahot@haute-normandie.cci.fr

■ **Cercle des Exportateurs de l'Orne**
15 mai à Argentan
 «Le Moyen-Orient et le Maghreb»
 T. Machado - Tél : 02 33 36 08 00
 tmachado@flers.cci.fr

■ **Club Export Manche**
9 juin à Fierville les Mines
 «Les Incoterms»
 A-L. Fer - Tél : 02 33 91 33 86
 alf@granville.cci.fr
 F. Dublaron - Tél : 02 33 23 32 23
 fdublaron@cherbourg-cotentin.cci.fr

Journées pays

■ **Canada**
31 mars à Caen
 Organisée par la Région Basse-Normandie
 D. Robin - Tél : 02 31 54 40 08
 delphine.robin@basse-normandie.cci.fr

■ **Royaume-Uni**
7 avril à Rouen - Développer vos affaires
 Rencontres organisées avec CCIFGB, FBCCI, HSBC et Ubifrance
 V. Crézé - Tél : 02 35 14 38 78
 creze@haute-normandie.cci.fr

■ **Kazakhstan**
20 mai à la CCIT Le Havre
 A. Bortuzzo / B. Galard - Tél : 02 35 55 26 94/79
 bortuzzo@haute-normandie.cci.fr

Break Fast 8h30 - 10h00

M.C Bernis - Tél : 02 35 14 38 89
 bernis@haute-normandie.cci.fr

■ «Crédit Impôt Export et V.I.E.»
29 mars au Cabinet Fidal - Bois-Guillaume
 réalisé en collaboration avec Ubifrance et Fidal.

■ «L'injonction de payer : une commodité mise en place par Bruxelles»
14 avril à la CCIT d'Evreux
 animé par Enterprise Europe Network.

■ «PPE, PPDE : des financements adaptés pour appuyer votre développement à l'international»
8 juin à la CCIT d'Evreux
 réalisé en collaboration avec Ubifrance et Oséo.

Formations

■ **La douane à l'importation et à l'exportation**
29 mars et 5 avril - Ceppic

■ **Maîtriser les Incoterms**
4 avril - CCI de l'Eure

4 avril - Ceppic
16 mai - CCI & Caux

■ **TVA et commerce international**
7 avril - CCI de l'Eure

■ **Gérer les différences culturelles**
12 avril - Ceppic

■ **Comprendre et négocier les cotations de transport**
5/6 mai - CCI de l'Eure

HAUTE-NORMANDIE

- Stéphanie Petit - CCI de l'Eure
 02 32 28 70 09 - spetit@eure.cci.fr
 - Sophie Zakian - CCI & Caux (Montivilliers)
 02 32 79 55 84 - szakian@ccicaux-formation.com
 - Stéphanie Bourges - Ceppic : 02 35 59 44 00
 stephanie.bourges@ceppic.fr

■ **Les échanges commerciaux avec l'U.E. : la DEB, la DES et la fiscalité**
22 mars - CCI Régionale Caen

■ **Les paiements et garanties à l'international**
6 avril - CCI de Cherbourg

■ **Réseau de distribution à l'international**
24 mai - CCI de Lisieux

BASSE-NORMANDIE

- Rachel Lasvaladas - Tél : 02 31 54 40 30
 rachel.lasvaladas@basse-normandie.cci.fr