

NORMANDIE

INTERNATIONAL

La Lettre des réseaux

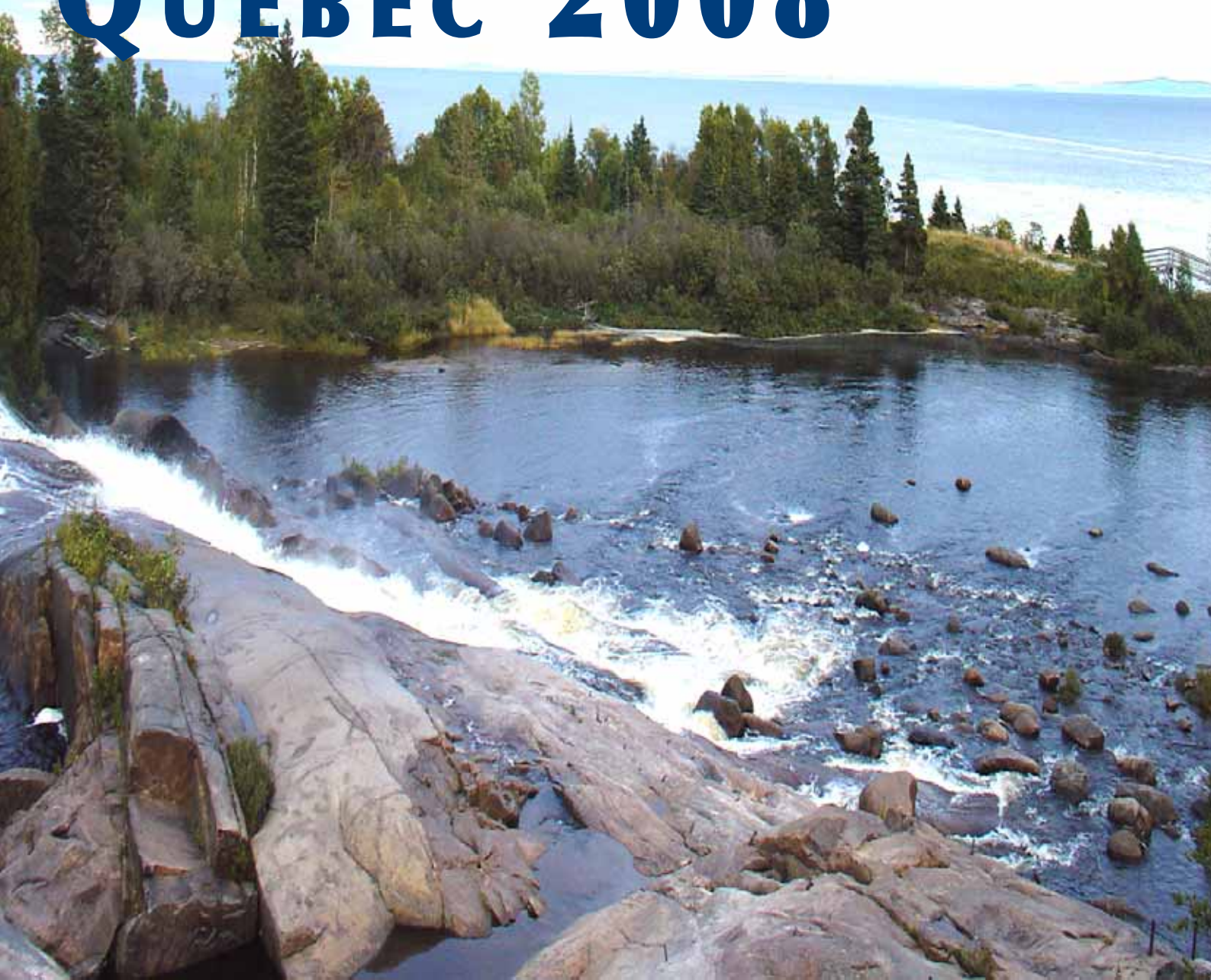
HAUTE-NORMANDIE
INTERNATIONAL

et

NORMANEX

Janvier/Février 2008 - n° 25

FUTURALLIA QUÉBEC 2008



EDITO

Anticipons l'exportation de la Normandie !

Les efforts que nous menons tous pour développer nos entreprises à l'international marquent aujourd'hui des points.

On relève en effet un taux d'exportation qui passe de 20,7 à 24,9 pour la Basse-Normandie et de 28,5 à 33,88 pour la Haute-Normandie ce qui place la Normandie devant les grandes régions de l'ouest (Bretagne et Pays de Loire).

Dans le même temps, le nombre de V.I.E. en poste est maintenant de 45.

Notre réseau ne ménagera pas ses efforts pour continuer à vous accompagner tout au long de l'année 2008. En termes d'actions collectives de ce début d'année, nos actions s'orientent vers l'Afrique et le Continent Américain. Des pays du Maghreb à l'Afrique du Sud, du Canada au Mexique, nous avons retenu les actions les plus porteuses en terme d'ouverture de nouveaux marchés.

Nous allons aussi renforcer notre action d'accompagnement et de suivi de vos projets à l'international par l'augmentation de visites sur vos sites.

Exporter c'est savoir prendre le risque de réussir !
Je vous souhaite une année 2008 fructueuse et internationale.

**Le Président du réseau NORMANEX
Georges Cornier**

SYNERGIE CAPITAL- EXPORT



Georges Cornier et Gérard Lissot

Georges Cornier, Président de la CRCI, Président de NORMANEX, et Gérard Lissot, Président de NCI Gestion ont signé le 17 octobre 2007 à Caen une convention cadre de partenariat "Synergie Capital-Export".

DEUX OBJECTIFS :

- Participer au développement d'un réseau d'acteurs financiers susceptibles de favoriser le développement international du tissu économique bas-normand dans la dynamique souhaitée par la Région.
- Favoriser le développement international du tissu économique local en renforçant les moyens des entreprises exportatrices et en réflexion d'innovation.

www.basse-normandie.cci.fr
www.ncigestion.com

LE COMMERCE EXTÉRIEUR EN BASSE-NORMANDIE



Les exportations reprennent en 2006 grâce aux ventes de biens intermédiaires. La région importe également davantage, particulièrement en provenance d'Asie.

En 2006 les exportations (3,46 milliards d'euros) repartent à la hausse (+8,8%) après trois années de baisse. Les importations (4,47 milliards d'euros) poursuivent leur croissance à un rythme comparable (+8,2%). Comme en 2005, la région pèse 0,9% dans les exportations françaises (1,1% en 2002), alors que ses importations s'élèvent à un peu plus de 1% du total national. ■

**Du marché national au marché international
il n'y a qu'un pas
que nous franchirons ensemble**

CIC Banque BSD-CIN

CIN DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL - Sarah Guerin
2bis, rue Duguay Trouin 76000 Rouen - Tél : 02 35 08 61 03
Fax : 02 35 08 61 79 - guerinsa@cic.fr

S O M M A I R E

- p.3 ⇒ Futurallia 2008
- p.4 ⇒ Entretien avec Interior's
- p.5 ⇒ Vers les Emirats Arabes Unis
⇒ Enquête CSA
- p.6 et p.7 ⇒ Zoom Afrique
- p.8 ⇒ Agenda et contacts

LE CANADA : UN PAS AUSSI VERS LE MEXIQUE

Entreprise de 12 personnes située à Flers, ATDP spécialisée dans l'ingénierie mécanique et la maîtrise d'œuvre met au service de grands groupes industriels (équipementiers automobiles comme Faurecia ou Honeywell, outilleurs, société de maintenance industrielle telle PMO) un bureau d'études à la pointe de l'innovation.

C'est dans le sillage de Faurecia que la société s'est développée à l'étranger particulièrement au Canada où les 2 associés créateurs de ATDP, Norbert Papillon et Alain Delaunay et anciens de Faurecia, avaient déjà travaillé.

Créée en Juillet 2000, la société devait enregistrer sa première commande vers Toronto en août de la même année. Si l'activité "études" répond à la demande locale (plutôt normande), ATDP réalisera et testera l'outillage (de presse dans le cas présent) pour son client canadien.

— Sur un chiffre d'affaires de 800 000 euros, 250 000 proviennent des réalisations ; en volume financier, la part à l'export (études + réalisation) est très importante, faisant ainsi du Canada le premier client—

Norbert Papillon ne cache pas les difficultés : qu'un seul client canadien génère 30% du CA amène à se poser des questions : comment se diversifier quand les coûts de transports ajoutés à l'assurance et à la dépréciation du dollar compliquent la tâche ? Acheter en dollar ? Installer une antenne sur place ?... Il lui faudrait le soutien d'un réseau local pour la phase opérationnelle.

Malgré tout cela et même si l'Espagne s'avère nettement moins compliquée (pas de dépréciation de monnaie au moins !), Norbert Papillon persiste : "cela en vaut la peine : le volume des affaires est important et lié à un savoir-faire et une qualité appréciés du client".

Et puis il "aime travailler avec les canadiens" : c'est un marché très "sécurisant", pas de problème de paiement, les canadiens se montrent très pragmatiques, même dans un secteur hyper concurrentiel, les relations sont toujours très cordiales et sans a priori. Le bouche à oreille, les contacts suivis avec des personnes, qui elles-mêmes bougent, déclenchent de nouvelles opportunités, comme actuellement du côté du Mexique.

"L'export représente la possibilité de lisser la charge de travail" (par trop disparate par ailleurs) l'export permet d'atténuer ces variations de charge et offre la possibilité de développement supplémentaire. La société travaille également avec l'Espagne et a des projets vers l'Allemagne.

Participer à Futurallia Québec 2008 ? ATDP est tentée... cela lui permettrait aussi d'aller revoir ses clients... ■



FUTURALLIA 2008

LE FORUM MONDIAL DE LA PME

S'INVITE AU QUÉBEC...

...Qui pour son 400^{ème} anniversaire s'offre une fête placée sous le signe de la rencontre.

Pôle Québec Chaudière-Appalaches (Pôle), agence de développement économique et ses partenaires y organisent l'événement économique majeur : la 13^{ème} édition de Futurallia se tiendra du 20 au 22 mai 2008 au centre des congrès à Québec.

Vingt cinq pays seront représentés. Plate-forme d'échanges Futurallia Québec offrira à chacun la possibilité de visiter des centaines d'exposants regroupés dans les Villages ("Experts", "International"), de participer aux conférences...

Jusqu'à 12 rendez-vous d'entreprises par participant pourront être organisés sur demande...

Ce sera une occasion unique d'opportunités pour les chefs d'entreprise à la recherche d'alliances commerciales, financières, stratégiques ou technologiques dans les secteurs : agro-alimentaire, défense, électronique, environnement, seconde transformation du bois, matériel de transport, optique, plastique et matériaux composites, technologie de l'information, santé et nutrition...

Rejoignez la délégation normande et participez au 13^{ème} forum mondial de la PME à Québec les 20, 21 et 22 mai 2008 !

Afin de préparer cet événement majeur une journée d'information et de rencontres avec des experts Canada et Futurallia aura lieu le 25 janvier 2008 au Conseil Régional de Basse-Normandie. ■

<http://www.futuralliaquebec2008.com/>



INTERIOR'S INVENTE UN STYLE SANS FRONTIÈRE

A l'occasion d'une Journée Pays le 31 janvier consacrée au Vietnam — qui sera suivie d'une participation à la Semaine française au Vietnam en avril 2008 — nos réseaux ont souhaité donner la parole à Jean-Michel Le Broussois PDG de la société Interior's et qui connaît particulièrement bien la région.

Il fait bon vivre chez Interior's. Le siège social situé Boulevard Durand au Havre est le reflet de l'esprit de la maison : cosy, mobilier en épicea massif ciré de la collection "Natural", objets de décoration et textiles "Country Corner". C'est de sa passion pour les antiquités et meubles anglais anciens que Jean-Michel Le Broussois a créé la société il y a 23 ans. Devant leur raréfaction, il eut l'idée de fabriquer.

Ouvert aux brassages des cultures, des artisanats, des goûts, des arts de vivre, des époques comme le reflète les collections du mobilier ("Harmonie" de style anglo-américain, "Gustavien", "Romance" d'inspiration Louis XV et style arlésien, "Eden" inspiré du style parisien du XIX..., "Brocante", "Lodge", ...), on retrouve l'art de vivre Interior's dans bien des lieux de par le monde....

Interior's est un des leaders européens de l'activité vente en gros. Des 60 000 m² dont elle dispose au Havre, la société livre l'Europe entière.

Parce qu'il est facile d'y trouver du personnel multi-culturel, elle dispose d'une société commerciale de 10 personnes basée en Irlande qui gère le grand export (USA, Japon, Corée, Australie...).

60% de la production part hors Europe. "Nous vendons même en Chine". La compétition chinoise est pourtant sans répit : "Ils nous copient à tour de bras et on se casse les dents à tenter des procès" ; seule solution : être toujours plus réactif et de qualité.

L'agrandissement du réseau des magasins (plus de 90 points de vente en France mais aussi en Suisse, Belgique et Espagne) se fait parallèlement à l'agrandissement des sites de production : au Portugal au départ, en Roumanie (quelque peu en stand-by), en Tunisie où l'activité est croissante et tout particulièrement au Vietnam. Les gammes (pin ciré) fabriquées en Roumanie et Tunisie font appel à des process plus industriels, plus automatisés tandis qu'au Vietnam on s'appuiera sur une main-d'œuvre très habile pour travailler les meubles avec finition.

L'entreprise est familiale : Jean-Michel Le Broussois en est le PDG, son épouse entourée d'une équipe de 8 stylistes, crée les objets de décoration de la marque "Country Corner", son fils s'occupe du grand export et sa fille de la gestion des magasins.

Interior's génère 3 200 emplois dont 500 en France.

"Notre implantation au Vietnam s'est développée régulièrement

à partir de 1990, d'abord à travers un sous-traitant exclusif, puis 2 années plus tard nous ouvrons un atelier de 30 personnes avec 3 expatriés. Actuellement nous disposons de 4 usines (70 000 m² de surface de production), y employant 2 100 personnes managées par 7 expatriés. Nous y fabriquons les meubles qui demandent du temps (jusqu'à 15h de finition), un savoir-faire artisanal pour les collections colorées ou patinées. Notre savoir-faire consiste à industrialiser des process très artisanaux". Plus de 20 000 meubles et 50 000 objets de décoration sont ainsi conçus chaque mois.

Notre savoir-faire consiste à industrialiser des process très artisanaux

Jean-Michel Le Broussois apprécie au Vietnam — dont il cite le taux de croissance annuel de 12% — le climat de sympathie favorable aux français, facilitant les affaires. Il s'y rend régulièrement pour encourager le moral des expatriés même si leur environnement de vie y est facile :

"Nous rencontrons de grosses difficultés pour recruter et conserver le personnel d'encadrement intermédiaire ; il n'y a pas eu les formations adaptées dans les écoles

et universités. Voilà une opportunité pour l'ouverture d'écoles françaises, d'hôpitaux...

La main-d'œuvre, souvent en provenance des emplois agricoles, est actuellement abondante, très douée artistiquement ; les coûts salariaux compétitifs par rapport aux autres pays asiatiques (Chine comprise).

Les relations avec l'administration sont excellentes et nous ne subissons aucune pression particulière. Elle se montre réactive et efficace avec les sociétés étrangères qui s'implantent".

Pour ce qui est des handicaps, J-M. Le Broussois note une recrudescence de sociétés étrangères : pour contourner les taxes anti-dumping instaurées par les américains sur les produits chinois beaucoup de taiwanais, de coréens, de japonais y travaillent le bois. Et ces entreprises expriment les mêmes besoins en postes intermédiaires si rares : les coûts salariaux pour ces fonctions deviennent les plus élevés de la zone Asie et le "turn-over" y est très fort. ■



LES FERRONNERIES D'ART FRANÇAISES

DÉCORENT LES PALAIS D'ABU DHABI

Aux abords de Vire, Thincibray abrite l'entreprise Dubois, quincaillerie ancienne à laquelle Yves Gesteau devait intégrer en 1995 "Bronzes de France" avec le rachat de la collection prestigieuse de la parisienne "Quincaillerie Centrale", véritable trésor du savoir-faire français en ferronnerie : poignées de portes, serrures gravées, loquets, bronzes ciselés, dorés et autres éléments décoratifs de grand style.

Cette seconde activité réalise 80 % de son CA à l'export, très largement vers les USA où la société vient de créer une filiale à Los Angeles.

Fidèle de salons : Index, l'événement de la décoration à Dubaï ou Hotel Show... Yves Gesteau a une grande expérience du Moyen-Orient, de ses réseaux de décorateurs, de ces longs chantiers spécifiques... il a travaillé pour le palais du cheik Casimi à Sharjah, la résidence du ministre des finances au Qatar, des résidences privées à Abu Dhabi, ...

Un marché en plein développement certes mais "très compliqué". Les libanais, déjà très présents, compliquent le jeu et la présence des chinois qui savent faire de belles copies se fait de plus en plus sentir.

On y trouvera deux types de clientèles : les familles régnantes, souvent cosmopolites, leur notion du beau nous est proche ; les nouveaux riches, pakistanais, indiens se montrent plus attachés aux apparences et à ce qui brille.

Le marché immobilier est devenu très spéculatif (beaucoup de monde, de gros projets qui tirent les produits vers le bas).

Pour des raisons culturelles, on peut préférer la copie d'un meuble XVIII^{ème} à l'original. "Il est nécessaire de comprendre, d'acquiescer cette culture voire ce cérémonial pour pouvoir y faire du business".

Les grands styles classiques français sont de moins en moins prisés ; le contemporain souvent préféré. Bronzes de France s'adapte, fait appel à des designers extérieurs, s'efforce d'éditer chaque année une nouvelle collection.

Le client choisit et laisse le décorateur-intermédiaire parler d'argent... Il faut également toujours prévoir une place pour la discussion, tradition du marchand de tapis ? ■



www.bronzesdefrance.com

Nos réseaux proposent la participation à deux Salons aux Emirats Arabes Unis : "Boat Show" et "International Horse Fair" à Dubaï.

52% DES PME TRAVAILLANT À L'INTERNATIONAL

CONSULTENT LE RÉSEAU CONSULAIRE

Lors des Journées Agir à l'international, l'ACFCI présentait les résultats d'un sondage réalisé par l'Institut CSA auprès d'un échantillon de 500 dirigeants de PME françaises de 20 à 499 salariés.

27% d'entre elles importent des produits, 22% en exportent, 10% ont des implantations à l'étranger tandis que 65% de l'ensemble n'ont pas de relation avec l'étranger.

La zone Euro reste la zone privilégiée du développement à l'international (65%) ; cependant, 37% des PME intéressées par l'international souhaitent se tourner vers "l'étranger mal connu" : arrive en premier pour 19% le Maghreb, suivi par les PECO 18%, l'Afrique 17%, les "autres Asie" pour 15%...

Ce sondage fait apparaître une forte notoriété du réseau des CCI en France sur l'accompagnement à l'international (43%). Le réseau consulaire français est l'acteur le plus consulté et le plus connu (52%) sur les questions liées à l'internationalisation. Il précède les banques et les partenaires financiers (47%), la Coface (47%) et le réseau des CCI à l'étranger (31%).

Par ailleurs, 55% des dirigeants interrogés se disent satisfaits de la complémentarité entre les différents acteurs du processus d'internationalisation.

Enfin, en ce qui concerne l'analyse des "traits d'image" des différents acteurs, le réseau consulaire français est le mieux noté sur de nombreux points : la bonne compréhension des intérêts des entreprises, l'information sur le processus d'internationalisation, l'accompagnement personnalisé, la proximité avec les préoccupations des entreprises ; également la bonne connaissance de l'environnement juridique, administratif et commercial des marchés.

<http://www.acfci.cci.fr/presse/index.htm>

“ On ne va en Afrique que si on l'aime ” affirme François Caucé... Tous pensent ainsi : l'Afrique est d'abord un “coup de cœur” puis viennent les affaires et elles ne manquent pas. Écoutons les récits des réussites de Burod'oc ou d'Auto Pneus : en quelques années ces sociétés ont su s'y imposer, s'y faire des amis, y construire ensemble ; ils nous livrent leurs secrets. Mais l'Afrique, c'est aussi, ne pas oublier, perdue (?) au-delà du dernier des déserts : l'Afrique du Sud, méconnue, mal connue, complexe... Et pourtant Exbanor parce qu'elle y est arrivée avec une technologie nouvelle y a immédiatement croisé le succès, ... Récits.

LEÇONS DE PROSPECTION

Agréée par l'Aliapur (donneur d'ordre des 7 plus gros manufacturiers de France), Auto Pneus dont le siège social est situé à Clécy dispose de 5 dépôts en France et de 2 en projet en Allemagne et Belgique.

Créée en 1984 la société emploie aujourd'hui 40 personnes, traite mensuellement 3 000 tonnes de pneus, expédiant 20 à 30 conteneurs. 60% des affaires se font vers l'Afrique (également le Brésil, les USA, l'Europe et l'Inde).

En Afrique, Michel Tirache gérant de la société ne cache pas sa préférence pour le Mali : “on aime pour toujours le 1^{er} pays que l'on fait”.

Première expérience en solo, il a pris un billet d'avion. A l'arrivée, “on choisit un chauffeur de taxi qui connaît”... Il a appliqué cette méthode au Bénin, Sénégal, Burkina Faso, Centrafrique, Angola, les “2 Congo”, la Guinée....

Il devait rencontrer l'IPAD (Institut de Promotion des Activités du Développement) par hasard et par relation en 1994 ; depuis, finie la solitude, il ne rate pas une des missions. “Il n'y a pas mieux pour défricher le terrain, connaître un pays, seul moyen pour se consacrer au business à 100%”.

Il faut savoir repartir : “prendre un billet d'avion est beaucoup plus rationnel que de rester sur Internet”. Il est retourné plusieurs fois seul en Mauritanie où il a fait de belles affaires. Ses conseils : savoir patienter, “remettre son ouvrage”, savoir que cela ne marche pas tout de suite, y retourner et cultiver les graines semées à chaque passage.

Il note au passage “la frilosité française” alors que les allemands se montrent beaucoup plus mobiles : “on les voit partout”.

Il se sent bien en Afrique, toujours bien accueilli.

Aujourd'hui Michel Tirache rentre d'une mission collective en Chine confirmant qu'il n'y a rien de mieux pour découvrir un pays : “tout était parfaitement préparé et organisé” ; fidèle à sa méthode il compte y retourner : **les marques ont été prises.** ■

BUROD'OC S'AFRICANISE...

Située à Darnétal, l'entreprise Burod'oc est spécialisée dans le négoce de mobilier de bureau neuf et occasion : 5 salariés, un chiffre d'affaires de 1 020 000 euros dont 10% sur le continent africain.

En 2004, par le bouche à oreille, Marc Mercier rencontre l'IPAD lors de la visite d'une délégation africaine à Rouen. En juin de la même année, découverte de l'Afrique en participant à une mission à Douala accompagnée d'une quinzaine de chefs d'entreprise normands, première rencontre avec ceux qui deviendront ses futurs clients et amis. Décembre 2005, participation au Salon Promote de Yaoundé toujours avec l'IPAD. Premières ventes de mobilier neuf pour meubler différents stands et fidélisation des premiers contacts.

Depuis, Burod'oc a réalisé en partenariat avec la société Socime au Togo, l'aménagement d'un magasin complet de 400m² à Lome pour la vente de mobilier neuf et d'occasion, formant sur place des salariés au montage et à la vente.

En partenariat avec la société CEB au Cameroun, l'entreprise participe régulièrement à la recherche de produits spécifiques afin de répondre à des appels d'offres “Nous avons meublé une société d'informatique de 35 personnes sur Douala, en travaillant sur plan et supervisant l'ensemble du montage du matériel”.

Burod'oc importera début 2008 un premier container de bureaux fabriqués au Cameroun avec l'ambition de développer sur place différentes gammes de produits ethniques, souhaitant donner de la valeur ajoutée à une matière première trop souvent expédiée brute et essayant d'amener quelques normes environnementales dans le choix des bois et des finitions utilisés.

“Les africains disposent d'une main-d'œuvre compétente ne demandant qu'à être formée à des techniques modernes ; ils disposent de matériaux naturels agréables à travailler”.

En décembre dernier, M. Mercier s'envolait avec l'IPAD vers le Mali et Burkina Faso...

Cette aventure africaine faite de rencontres est une chance pour l'entreprise de développer de nouveaux marchés et d'accroître son CA “mais elle l'est aussi pour ses salariés et son dirigeant qui s'ouvrent à une autre culture et s'enrichissent ainsi des échanges créés”... ■

www.burodoc.com/



UN V.S.N.A. EN CHAMBRE DE COMMERCE AFRICAINNE AUJOURD'HUI PRÉSIDENT DE LA CCI D'ALENÇON

François Caucé est parti en 1974/75 comme V.S.N.A. –Volontaire au Service National Actif– (ancienne dénomination d'un V.I.A.) à la Chambre de Commerce de Bobo-Dioulasso (Burkina Faso), il est devenu aujourd'hui Président de la Chambre de Commerce d'Alençon.

Le déclin pour l'International et l'Afrique s'est fait à ce moment là. "Déjà, depuis 1970, l'entreprise familiale de construction métallique et de chaudronnerie, Caucé SA, travaillait à l'export indirect avec de grands donneurs d'ordre tels E.D.F. International, F.C.B. (Constructions centrales électriques, cimenteries, sucreries). Nous fabriquions les charpentes métalliques dans nos usines d'Alençon et Vire et assurons la supervision du montage sur les sites à l'étranger. C'est à travers ces clients engineering que nous avons rapidement pris la mesure des problèmes liés à l'exportation et ceux de réalisation de contrats sur place.

En 1980, F. Caucé a créé une filiale, la S.A.M. (Société africaine de Montage) qui répondait à un réel besoin de montage clef en main d'usines industrielles.

• *Quelles sont les difficultés auxquelles vous avez dû faire face ?*
Les difficultés à l'export : transport, douanes et logistique, gestion à distance des ressources humaines, paiements internationaux et fiscalité. L'entreprise n'a jamais accepté un contrat en monnaie locale et exiger un paiement en France avec garanties appropriées.

• *Quelles recommandations feriez-vous à une entreprise qui souhaite travailler avec l'Afrique ?*

"On ne va en Afrique que si on l'aime". Le développement de l'Afrique Sub Saharienne est avant tout un développement de survie dont la croissance est liée essentiellement à celle du développement démographique.

Mieux vaut être dans les secteurs liés à l'investissement plutôt que le secteur de la consommation.

Je recommanderai particulièrement à nos entreprises normandes de commencer par des expériences en Afrique du nord et notamment au Maroc ou en Tunisie. Il y a dans cette zone de très fortes possibilités d'implantation pour les PME/PMI primo-exportatrices, avec un développement rapide et avec des risques limités dès lors que l'on respecte les règles de base.

N'oublions pas non plus le Moyen-Orient, surtout les pays du Golfe Arabo-Persique, zone à forte croissance et fort pouvoir d'achat.

La réussite à l'export est avant tout une question de motivation. Ainsi je pense que le chef d'entreprise doit s'investir personnellement dans les projets exports. ■

DES CEPS DE VIGNE

TUTEURÉS "À LA NORMANDE"

Etre implantée à Lisieux pour une société spécialisée dans le domaine des attaches pour vignes peut sembler singulier... : cela n'enlève en rien à la notoriété de la société Exbanor régulièrement présente sur les salons bordelais et montpelliérains et au-delà, pour exemple fidèle du salon au Cap en Afrique du Sud.

Exbanor est spécialisée dans la transformation des plastiques par extrusion. Le premier volet de son activité : l'emballage (films spécialisés étirables pour palettes (marque Etyrex), emballages alimentaires (Alymex), et film polypropylène rigide pour sachets d'emballage ou embobiné) est peu développé à l'exportation (...du film étirable au Burkina Faso, à Madagascar, en Côte-d'Ivoire et du sachet plastique en Europe).

Par contre, les attaches dégradables Prothec pour le palissage et le tuteurage, dont une version récente, "lien bio" se transforme intégralement en compost une fois au sol —et la pince spécialement conçue qui y est associée (elle noue et coupe simultanément)—, sont des produits phares à l'export.

"Il est facile d'exporter si on a quelque chose d'original" confie Bruno de Sivry, PDG de la société dont le CAE représente aujourd'hui 25% du CA global.

La vigne étant une activité saisonnière, l'export permet de multiplier par deux la saison, facilitant ainsi production et stockage. La société est présente dans 22 pays viticoles dont l'Afrique du Sud (où la vigne fut introduite au XVIII^{ème} siècle par les français et où aujourd'hui en zone rurale des familles entières vivent de son exploitation).

Exbanor participait à son premier salon au CAP en 1999. Elle y fit le choix —qui s'est avéré le bon— d'un **importateur exclusif** qui dispose de son propre réseau de distribution. Le CA est en progression constante. "Y arriver avec une technique nouvelle a été un atout considérable, cela nous a rendu immédiatement compétitif".

Mal connue, isolée du reste du continent africain par une zone désertique l'Afrique du Sud apparaît comme très différente. Elle possède pourtant de nombreux avantages : le plus gros PIB de

la région, un anglais courant, Le Cap est une zone plus facile, plus sécurisée et le Rand (Zar) la monnaie locale n'est pas annexée au dollar ce qui limite le gros handicap de l'Euro fort. ■



www.exbanor.com/

JOURNÉES PAYS

• UBIFRANCE

23 au 30 janvier à Paris
Rencontres du commerce international avec les correspondants du réseau Ubifrance
- F. Ben Rais - Tél : 02 35 14 38 77
ferid.ben-raï@rouen.cci.fr
- M. Vauclin - Tél : 02 31 54 40 26
normanex@basse-normandie.fr

• RUSSIE

24 janvier
- D. Robin - Tél : 02 31 54 40 08
delphine.robin@basse-normandie.cci.fr

• CANADA

25 janvier - Préparation de Futurallia à Caen
- D. Robin - Tél : 02 31 54 40 08
delphine.robin@basse-normandie.cci.fr

• PAYS BALTES / RUSSIE

29 janvier à la CCI du Havre
- A. Bortuzzo - Tél : 02 35 55 26 94
abortuzzo@havre.cci.fr

• VIETNAM

31 janvier à la CCI du Havre
- L. Mahot - Tél : 02 35 55 26 95
lmahot@havre.cci.fr
- M. Vauclin - Tél : 02 31 54 40 26
normanex@basse-normandie.fr

• ROYAUME-UNI

5 février
Avec la participation de la FBCCI, la banque HSBC, le cabinet Mazars, l'Ambassade de G-B., la MEF à Londres et Ubifrance.
Lieu : HNI Rouen
- V. Crézé - Tél : 02 35 14 38 78
veronique.creze@rouen.cci.fr

• MAGHREB

5 février - à Caen
6 février - à Rouen
- V. Crézé - Tél : 02 35 14 38 78
veronique.creze@rouen.cci.fr
- Y. Severe
Tél : 02 31 54 40 07
yohann.severe@basse-normandie.cci.fr

• AFRIQUE DU SUD

27 février - à Caen
- Y. Severe
Tél : 02 31 54 40 07
yohann.severe@basse-normandie.cci.fr

• CHINE

3 mars - à la CCI du Havre
Rencontre avec des experts Pays
- M. Vauclin
Tél : 02 31 54 40 26
normanex@basse-normandie.fr
- L. Mahot
Tél : 02 35 55 26 95
lmahot@havre.cci.fr

FOIRES SALONS EXPOSITIONS

• ALLEMAGNE

4 au 9 mars
CEBIT Allemagne
- Y. Severe - Tél : 02 31 54 40 07
yohann.severe@basse-normandie.cci.fr

• EMIRATS ARABES UNIS

11 au 15 mars
International Boat Show
20 au 22 mars
International Horse Fair
- Y. Severe - Tél : 02 31 54 40 07
yohann.severe@basse-normandie.cci.fr

• TUNISIE

31 mars au 2 avril
2^{ème} édition du Forum Med-Allia 2008
- V. Crézé - Tél : 02 35 14 38 78
veronique.creze@rouen.cci.fr
- Y. Severe - Tél : 02 31 54 40 07
yohann.severe@basse-normandie.cci.fr

• MADAGASCAR

15 au 18 mai - Foire internationale de Tanarive
- T. Peleau - Tél : 02 35 14 38 87
annie.ducloy@rouen.cci.fr

• CANADA

20 au 22 mai - La 13^{ème} édition de Futurallia se tient à l'occasion des fêtes du 400^{ème} anniversaire de Québec
- P. Joulain - Tél : 02 35 14 38 92
pascal.joulain@rouen.cci.fr
- D. Robin - Tél : 02 31 54 40 08
delphine.robin@basse-normandie.cci.fr

• ALGÉRIE

4 au 7 juin - Foire Internationale d'Alger
- V. Crézé - Tél : 02 35 14 38 78
veronique.creze@rouen.cci.fr
- Y. Severe - Tél : 02 31 54 40 07
yohann.severe@basse-normandie.cci.fr



MISSIONS DE PROSPECTION

• VIETNAM

6 au 12 avril
Dans le cadre de la semaine française au Vietnam
- M. Vauclin - Tél : 02 31 54 40 26
normanex@basse-normandie.fr
- L. Mahot - Tél : 02 35 55 26 95
lmahot@havre.cci.fr

• AFRIQUE DU SUD

7 au 11 avril
- Y. Severe - Tél : 02 31 54 40 07
yohann.severe@basse-normandie.cci.fr

• CANADA ET PROVINCES ATLANTIQUES

mai (date à préciser)
- P. Joulain - Tél : 02 35 14 38 92
pascal.joulain@rouen.cci.fr

• JAPON

2 au 5 juin
- M. Vauclin - Tél : 02 31 54 40 26
normanex@basse-normandie.fr

• USA

15 au 21 juin
Marchés de l'ONU
- M. Vauclin - Tél : 02 31 54 40 26
normanex@basse-normandie.fr

• RUSSIE

26 juin au 1^{er} juillet
- A. Bortuzzo - Tél : 02 35 55 26 94
abortuzzo@havre.cci.fr

L'ACTUALITÉ DES CLUBS

• CLUB DYNAMIC EXPORT CALVADOS

31 janvier
- Approche risque pays et perspectives de la croissance et des échanges internationaux en 2008

29 février
- Visite de NXP, stratégie de développement à l'international
- Ingrid Berger
Tél : 02 31 54 54 82
iberger@caen.cci.fr

• CERCLE DES EXPORTATEURS DE L'ORNE

28 février à Argentan :
"Protéger son invention sans brevet"
- G. Blondel - Tél : 02 33 64 68 01
gblondel@flers.cci.fr

• MAGHREB NORMANDIE INITIATIVES

13 mars à Paris (Assemblée Nationale et ACFCCI)
- V. Crézé - Tél : 02 35 14 38 78
veronique.creze@rouen.cci.fr

FORMATIONS 2008

- ☐ **31 janvier** : "Les Incoterms" - HNI/CCI de Rouen
- ☐ **28 février, 6 et 27 mars** : "Douane à l'importation et à l'exportation" - HNI/CCI de Rouen
- ☐ **4 mars** : "La maîtrise des Incoterms 2000 : un facteur d'amélioration de votre compétitivité" - Normanex/CCI de Caen
- ☐ **27 mars** : "Déclaration d'échanges de biens" - HNI/CCI de Rouen

Inscriptions auprès de : • HNI : Sophie Jeanne - Tél : 02 35 14 38 92 - sophie.jeanne@rouen.cci.fr
• NORMANEX : AIFCC - Tél : 02 31 44 32 11

