



## Editorial

**Bernard ANGOT**  
Président du Directoire

### SOMMAIRE

Editorial P. 1

Agenda P. 1

La Bretagne se sent bien partout P. 2

- Les entreprises bretonnes ont du talent et toutes leurs chances à l'international ... pourvu qu'elles osent !

Coopération entre l'Algérie et la Bretagne dans la filière lait : feu vert des autorités algériennes ! P. 2

Entreprise à l'international P. 3

- POLARIS : Assurer son développement à l'étranger grâce aux salons
- Coopération avec la province du Dong Nai, Vietnam : un pied dans l'ASEAN !

Investissements étrangers P. 3

- Soyez acteur de la prospection d'investisseurs étrangers

Un pays vu par notre relais P. 4

- L'INDE, un pays aux opportunités multiples

Les nouvelles de l'équipe P. 4

#### Comité de rédaction :

Françoise Agius, Bernard Angot, Cécile Demorice, Laurence Knecht, Marc Gillaux, Anne-Charlotte Yvon

#### Crédit photo :

Bretagne International

## Confiance !

Notre système économique ne peut pas fonctionner sans confiance, Warren Buffet rappelait récemment que « cinq minutes suffisent pour prendre peur, alors que reprendre confiance demande des jours, des mois, des années ! ».

Les marchands de peur sont à l'œuvre ! Mais est-ce vraiment la fin du monde ? Assurément non, une réaction s'impose !

L'angélisme n'est bien sûr pas de mise et nous serions coupables d'ignorer les principaux dangers. Même si les budgets d'investissements des entreprises sont toujours sous contrôle strict, le constat que nous faisons au début de l'année d'une recrudescence des demandes d'accompagnement, est toujours bel et bien d'actualité.

### Le salut de nos entreprises est dans l'action à l'international

Pas question de rester inactif donc ! Le salut de nos entreprises est dans l'action à l'international.

Pas exclusivement bien sûr, car d'autres leviers comme l'innovation sont nécessaires ; mais de cet impératif, nous sommes convaincus !

Nous avons donc décidé de lancer une campagne de communication sans précédent, d'abord pour rappeler que nous sommes là, au service des entreprises, tout comme l'ensemble des dispositifs bretons, pour éclairer leurs choix, et redonner confiance et envie d'agir dans cette morosité ambiante.

Ainsi, notre région toujours plus engagée à l'international sèmera les graines de la confiance et ouvrira le champ des possibles à toutes ses entreprises.

*Confiance et Action !*  
Bernard Angot

*Quel que soit votre secteur d'activité, il y a certainement une action collective pour vous... Bretagne International et ses partenaires organisent votre présence à l'étranger.*

#### Septembre

- **Food & Hospitality Show**, salon de l'hôtellerie, restauration, alimentation, IAA, Thaïlande
- **IBC**, salon du broadcast, Pays-Bas
- **Rencontre avec les acheteurs des Nations Unies**, New York
- **European Offshore Wind**, salon de l'énergie éolienne offshore, Suède
- **World Fishing Exhibition**, salon de la pêche, aquaculture et équipements, Espagne
- **ECOC**, salon de la communication optique, Autriche

- **NEVA**, salon de la construction navale et des forages offshore, Russie
- **PIR**, salon de l'alimentation pour hôtellerie et restauration, Russie

#### Octobre

- **ITU Telecom World**, salon des télécommunications, Suisse
- **Conxemar**, salon des produits de la mer et équipements, Espagne
- **Avimundo**, salon latino-américain d'aviculture, Cuba
- **TIB**, salon des technologies industrielles, Roumanie

#### Mission technologies industrielles, Pologne

#### Novembre

- **SMM**, salon de la construction navale, Inde
- **PLMA**, salon des marques de distributeurs, U.S.A.
- **FI Europe**, salon des ingrédients culinaires, Allemagne
- **Mission spéciale Mobile Media II, Silicon Valley**, U.S.A.
- **Yugagro**, salon de l'agriculture, Russie

# La Bretagne se sent bien partout.

Les entreprises bretonnes ont du talent et toutes leurs chances à l'international ... pourvu qu'elles osent !



Pour le faire savoir, Bretagne International a choisi de lancer une vaste campagne de communication vers les décideurs et chefs d'entreprise bretons.

BRETAGNE  
INTERNATIONAL

LES ENTREPRENEURS BRETONS  
QUI OSENT LE MONDE

## Une campagne fédératrice et audacieuse

Sous la signature « les entrepreneurs bretons qui osent le monde », cette campagne fédératrice et audacieuse met en scène une Bretagne qui se sent bien partout. Que ce soit en Chine, aux Etats-Unis, en Afrique, en Amérique du sud... les entrepreneurs bretons ont tous les atouts pour conquérir d'autres territoires.



La campagne est visible en presse news magazine et économique à éditions régionales, en presse économique régionale et en affichage dans les aéroports de l'ouest (Brest, Lorient, Rennes, Nantes).

« En cette période de morosité économique, nous voulons insuffler un peu d'optimisme et dire aux entrepreneurs bretons que ce n'est pas la fin du monde, que l'international représente un énorme potentiel. Il suffit d'oser ! » explique Bernard ANGOT, Président de Bretagne International. « Bien sûr, il ne s'agit pas de foncer tête baissée. Nous sommes là pour les guider. »

## La vérité du terrain



Avec la campagne « la Bretagne se sent bien partout », Bretagne International poursuit deux autres objectifs : augmenter encore sa notoriété et confirmer un profil résolument terrain s'adressant à la population des chefs d'entreprise bretons. Jusqu'à présent, l'association misait sur une communication directe limitée à quelques titres de la presse régionale, et surtout indirecte par ses réseaux et le bouche à oreille des entrepreneurs. « A conjoncture économique exceptionnelle, communication exceptionnelle. Nous voulons frapper fort ! 800 entreprises accompagnées chaque année, c'est bien, mais s'il y a encore en Bretagne une seule PME qui ne nous connaît pas et qui pourrait avoir besoin de nos services, c'est inacceptable » ajoute Marc GILLAUX, Directeur Général de Bretagne International. « Nos mandants attendent de nous que nous sachions informer et communiquer sur nos services et sur la disponibilité de nos équipes en Bretagne et à l'étranger ; des équipes composées de spécialistes issus de divers secteurs d'activité qui comprennent parfaitement les besoins des entreprises et maîtrisent les rouages des marchés. »



« Avec leur talent et leur audace, les entrepreneurs bretons ont tous les atouts pour conquérir d'autres territoires. Notre souhait était de mettre en place une campagne volontariste et militante, qui révèle une Bretagne conquérante et ouverte sur le monde... » conclut Jacques DELANÔE, Directeur de l'agence de communication EuroRSCG de Rennes, partenaire de l'opération.



Découvrez les visuels de la campagne sur [www.bretagne-international.com](http://www.bretagne-international.com)

Coopération entre l'Algérie et la Bretagne dans la filière lait : feu vert des autorités algériennes !

Pour la première fois cette année, le salon SIPSA, qui s'est tenu mi-mai, abritait le FIPLAIT, un forum entièrement consacré à la filière lait. Ce fut l'occasion pour Bretagne International de conclure, avec le Ministre de l'Agriculture M. BENAÏSSA, un accord de principe de coopération portant sur le développement de la filière laitière amont du pays.

Initié il y a 4 ans, ce projet vise à aider les autorités algériennes, par un accompagnement terrain approprié au niveau de 3 wilayas (départements), en soutenant 1 000 éleveurs et en augmentant leur production laitière annuelle de 200 millions de litres (soit le doublement de la collecte nationale actuelle). L'enjeu est aussi qualitatif puisque la production laitière algérienne souffre de graves manquements bactériologiques. « Un vrai projet collaboratif destiné certes à soutenir les efforts des professionnels algériens, mais aussi et surtout à permettre aux entreprises bretonnes de la filière, en particulier les fournisseurs de l'exploitation laitière, de pénétrer davantage le marché algérien »

précise Marc GILLAUX.

L'Algérie est le plus grand consommateur de lait du Maghreb (3,3 milliards litres/an). Or l'amont de la filière lait y est inexistant, obligeant le pays à recourir à des importations massives de poudre de lait. Première région d'élevage d'Europe, la Bretagne dispose du savoir-faire et de la taille critique (4,8 milliards de litres collectés/an) lui permettant d'aider l'Algérie.

L'Etat algérien financera 60 % de l'accompagnement et du soutien technique et méthodologique, les 40 % restants étant couverts par la France (Conseil régional de Bretagne, Ambassade, Ministère de l'Agriculture). La Chambre Régionale d'Agriculture de Bretagne et Bretagne International sont bien évidemment parties prenantes du projet.

Avis aux entreprises intéressées qui sont invitées à se faire connaître auprès de l'équipe Bretagne International.

# Entreprise à l'international

**POLARIS :**  
assurer son  
développement  
à l'étranger  
grâce aux salons

**Véronique SANCEAU • Chargée de marketing et de communication • www.polaris.fr**

Créée en 1994 et basée à Pleuven (29), POLARIS compte 27 salariés à ce jour. La société est spécialisée dans les lipides nutritionnels : huiles marines et végétales riches en acides gras polyinsaturés Oméga 3. De la recherche à la distribution en passant par la production, elle alimente les marchés de la pharmaceutique, de la diététique, de l'agroalimentaire, de la cosmétique ou encore de l'alimentation et de la santé animale. Au cœur de l'innovation, POLARIS a développé une technologie de microencapsulation : ce procédé enrobe une large gamme de substances actives avec une couche protectrice composée uniquement de matière grasse d'origine végétale. Afin d'accroître son développement, l'expert des huiles expose sur différents salons. Véronique SANCEAU nous en explique les raisons.



« Notre stratégie est fortement orientée à l'international. Nous sommes présents sur le marché européen et nous nous tournons également vers d'autres pays comme le Japon, l'Iran... Pour être présents sur ces zones, nous participons, depuis 2005, à des salons internationaux avec Bretagne International ; nous apprécions les services et la proximité de l'association. Nous privilégions le Vitafoods, salon de la nutraceutique, car ce secteur reste notre cœur de cible. Nous exposons également sur des salons professionnels et ciblés tels que le Health Ingredients Europe, le Food Ingredients Europe et l'In-Cosmetics.

Par le biais des salons, nous atteignons plusieurs objectifs. Tout d'abord, nous démarchons de nouveaux prospects. En outre, des organismes de support technique (CRITT Santé, CBB Développement), des pôles de compétitivité (Valorial) nous orientent vers de nouveaux contacts. Ensuite, c'est le lieu privilégié pour rencontrer ses clients et ses partenaires. Nous avons également un œil sur la concurrence, les innovations et les nouvelles tendances. Pour finir, le salon est l'endroit idéal pour nous faire connaître dans un secteur spécifique et pour véhiculer notre image.

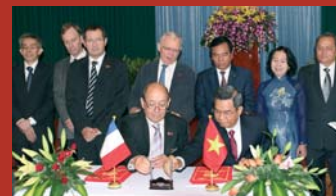
De manière générale, nous sommes satisfaits de nos participations. Les retours sont bons, les contacts prometteurs et de qualité. Pour 2010, nous participerons certainement au Vitafoods, et probablement au HIE et au In-Cosmetics. »

**Coopération  
avec la province  
du Dong Nai,  
Vietnam :**  
un pied dans  
l'ASEAN !

Initié par le groupe GLON SANDERS, présent depuis plusieurs années sur le sol vietnamien, l'accord de coopération entre la Région Bretagne et la province du Dong Nai (proche d'Hô-Chi-Minh-Ville au sud du pays) vise à développer les collaborations dans de multiples domaines, à commencer par l'agriculture, l'élevage et les industries agroalimentaires.

Les professionnels, institutionnels et surtout les entrepreneurs des deux pays s'attacheront à mettre en œuvre des projets communs dont la finalité sera double : le développement de filières sur le sol vietnamien (et possiblement dans d'autres régions que le Dong Nai) et bien sûr le développement à l'international des entreprises bretonnes intéressées par cette région du monde particulièrement dynamique et attractive (ASEAN, nations de l'Asie du Sud-Est). Bretagne International aura charge de faire vivre cet accord sur le plan économique en initiant des coopérations, particulièrement dans les filières encore délaissées (lait, légumes, aviculture...).

D'une durée de 5 ans (évidemment reconductible), gageons que cette initiative sera le prélude d'une longue et mutuellement profitable coopération entre 2 pays qui n'ont pas fini de construire ensemble !



## Investissements étrangers

**Soyez acteur  
de la prospection  
d'investisseurs  
étrangers**

L'activité de prospection des investisseurs étrangers (IDE) a pour objet la détection et la qualification de projets d'investissements venant de société à capitaux étrangers. Les porteurs de projet sont très souvent à la recherche de partenaires pour sécuriser leur développement et bénéficier, dès le début de leur opération, d'un savoir-faire adapté aux conditions locales du marché, ou d'un fonds de commerce déjà en place. Notre bonne connaissance du tissu des sociétés bretonnes, des laboratoires de recherche, des établissements de formation et des centres de transfert de technologies, nous permet de jouer la synergie entre l'activité de soutien aux entreprises bretonnes dans leur développement international et cette recherche d'investisseurs étrangers.

### **Où allons-nous chercher nos prospects ?**

Ils sont majoritairement identifiés lors de salons en France ou à l'étranger. Certains sont issus de notre veille quotidienne réalisée par le service Infocom. Enfin, de plus en plus de prospects viennent des

informations remontées par notre réseau de relais à l'étranger et par les entreprises bretonnes elles-mêmes. Elles nous révèlent souvent l'existence de projets. Nous sommes donc preneur de vos recommandations ou suggestions de prospection !

### **Quels secteurs ?**

Une majorité des projets identifiés et qualifiés concerne les éco-activités, les énergies nouvelles, souvent en relation avec la mer. Mais les savoir-faire de la Bretagne dans les TIC et l'agroalimentaire ne sont pas en reste.

### **Et déjà des résultats !**

A mi-parcours de cette année, nous avons obtenu la décision d'investissement de 3 sociétés étrangères (Belgique, Autriche, Canada), à chaque fois en partenariat avec les entreprises locales. S'inscrire dans les flux mondiaux d'affaires, c'est aussi ne pas négliger ces opportunités.

# Un pays vu par nos relais

## L'INDE, un pays aux opportunités multiples

L'Inde a réalisé d'énormes progrès économiques depuis son accession à l'indépendance (1947) et figure dorénavant parmi les premières puissances mondiales. La croissance indienne repose à la fois sur l'investissement, les exportations et la demande intérieure stimulée par la dynamique consommation d'une classe moyenne en constante augmentation. D'après certains économistes, la croissance du pays dépassera celle de la Chine à l'horizon 2010-2015. En 2007, elle était de 9 % contre 6,2 % en 2008 (estimation) et 5 % pour 2009 (prévision).

L'Inde n'échappe pas à la crise mais sa croissance reste toutefois la 2<sup>e</sup> plus performante du monde derrière la Chine. En outre, les élections législatives de mi-mai ont apporté un climat de confiance aux marchés financiers : le 18 mai, l'indice boursier (Sensex) est monté si vite que les cours ont été suspendus et dans la semaine qui a suivi, il a augmenté de 14,08 %, sa meilleure performance en 17 ans !

### Chaque entreprise a sa carte à jouer

L'Inde est un marché porteur : elle compte plus d'un milliard d'habitants (pays le plus peuplé du monde après la Chine, qu'elle dépassera d'ici 2030) et sa population est jeune (50 % a moins de 50 ans). Mais c'est surtout un marché où chaque entreprise a sa carte à jouer car tout le pays est en plein développement.

L'agriculture et l'agroalimentaire se structurent et rattrapent leur retard ; la transformation, les plats préparés, les conserves ou encore la chaîne du froid voient le jour.

La distribution de détail en est à ses débuts, seulement 4 % est assuré par les supermarchés.

La voiture remplaçant les 2 roues, l'automobile connaît une très forte croissance.

Un plan d'investissement de 500 milliards de dollars, pour la modernisation des infrastructures et des services, est prévu. En effet, 90 % des routes est en mauvais état. Bien que l'Inde ait le 1<sup>er</sup> réseau ferroviaire du monde, un énorme retard technologique et sécuritaire s'est accumulé.

Le gouvernement indien veut aussi moderniser et doubler la capacité des ports et des chantiers navals.

Pour les services, les priorités sont l'eau, la gestion des déchets et la santé.

L'Inde est aussi le 4<sup>e</sup> marché mondial en téléphonie mobile et le 1<sup>er</sup> producteur et exportateur de médicaments génériques.

Enfin, le gouvernement indien crée des zones économiques (zones franches) facilitant l'implantation de sociétés étrangères et baisse les droits de douanes qui étaient jusque là très élevés.

(sources Coface – Risque Pays 2009, CIA World Factbook)

*Nous avons en Inde plusieurs relais dont Cyrille LÉPICIER.*

## Cyrille LÉPICIER



**Cyrille LÉPICIER est relais de Bretagne International depuis 2 ans 1/2. Lors de sa 3<sup>e</sup> année d'Ecole Supérieure de Commerce, il découvre l'Inde. Depuis, il s'est installé à New Delhi et y a monté sa société de conseil.**

« Pour aborder l'Inde, il faut s'inscrire dans un projet à moyen/long terme, connaître au mieux le pays et bien s'entourer.

nombreuses langues et ethnies qui ne se comprennent pas toujours. Le marketing global n'a pas forcément de répercussion sur l'ensemble du pays. En effet, bien que les langues officielles soient le hindi et l'anglais, l'Inde compte plus de 150 dialectes !

Avant tout, l'entreprise désireuse de s'implanter dans le pays doit avoir une valeur ajoutée, un produit non implanté ou bien un positionnement prix intéressant pour ce marché. Il est donc important de réaliser une bonne phase d'étude.

Il convient également d'être patient. Nous n'avons pas le même rapport au temps. La majorité hindouiste croit en la réincarnation ; qui dit plusieurs vies, dit plus de temps...

En outre, il convient de bien déterminer la zone ou région la plus propice sur laquelle on souhaite se développer puis agir en fonction. L'Inde est un pays excessivement vaste et multiculturel par la présence de

Pour finir, je conseillerais aux entreprises qui souhaitent acheter en Inde d'y avoir une présence pour le contrôle qualité et d'avoir conscience que l'Inde est un univers très différent du nôtre. »

## Les nouvelles de l'équipe

### ELLES ONT REJOINT L'ÉQUIPE DE BRETAGNE INTERNATIONAL

- **Anne-Charlotte YVON** assure le remplacement de **Laurence KNECHT**, chargée de projets au service information & communication, en congé de maternité.
- **Touria L'KOUCH** a rejoint pour 6 mois le service commercial.

