

## DOSSIER SPECIAL BRESIL

Le Brésil commence l'année 2008 avec une série de nouvelles positives concernant son économie. Alors que le monde vit une des crises financières internationales des plus sérieuses, l'investissement étranger bat des records successifs. Le pays avance rapidement comme marché consommateur à échelle globale, stimulé par une monnaie stable et forte. Il possède le plus grand marché actionnaire des pays émergents. L'économie maintient un rythme fort et croît sans interruption depuis 24 mois (6% au premier semestre 2008). La création d'emploi en 2007 a connu son plus fort niveau depuis 4 décennies. Le Brésil s'affirme comme un grand acteur industriel et possède quelques unes des plus belles multinationales émergentes. Une évolution qui a atteint la reconnaissance internationale avec un statut « d'investment grade » conféré en avril.

Une année 2008 optimiste également du point de vue des relations franco-brésiliennes. La rencontre, en février, entre le président Sarkozy et Luiz Inácio Lula da Silva en Guyane, a permis de poser les bases d'un partenariat stratégique entre la France et le Brésil. Rappelons que les relations diplomatiques entre les deux pays sont excellentes et ce depuis plusieurs années. Elles se sont mêmes renforcées avec le gouvernement Lula. Les relations économiques et commerciales sont anciennes et profondes avec un grand nombre d'entreprises françaises comptant plus de cinquante ans au Brésil.

La Chambre de Commerce France Brésil est d'ailleurs la plus ancienne chambre de commerce bilatérale créée au Brésil, avec plus de 100 ans d'existence. Aujourd'hui, elle compte près de 850 membres à travers ses quatre représentations régionales à Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais et Paraná ainsi qu'une antenne à Porto Alegre. Elle dispose d'un important réseau local et est parfaitement intégrée dans le tissu industriel et commercial local.

La venue du Président de la République au Brésil dans le cadre du Sommet Brésil – Union Européenne le 22 décembre, sera l'occasion de lancer **l'Année de la France au Brésil en 2009**, l'événement retour de l'Année du Brésil en France en 2005, qui fut un réel succès. L'Année aura pour ambition de compléter la connaissance qu'ont les Brésiliens de la France en valorisant ses capacités de création et d'innovation, de mettre en avant sa diversité et de montrer une France ouverte au monde. La Chambre de Commerce France Brésil mettra en place un certain nombre de projets, parmi lesquels le lancement d'un livre sur la présence française au Brésil et l'organisation d'un Forum Économique au deuxième semestre 2009.

Ce dossier Spécial Brésil proposé par l'UCCIFE est une excellente occasion de démontrer que le Brésil est dorénavant le pays du présent, et non plus seulement du futur. Il illustre l'intensité et la qualité des liens qui unissent nos deux pays et permettra aux entreprises françaises désireuses de se développer au Brésil, de bénéficier de l'expérience de ceux qui sont déjà passés par là.

10 septembre 2008

**Michel Durand Mura**

**Président de la Chambre de Commerce France Brésil**

## I- LE BRÉSIL : 10<sup>ÈME</sup> ECONOMIE MONDIALE<sup>1</sup>, 51% DU PIB DE L'AMÉRIQUE DU SUD



5e pays du monde en superficie  
8.547.403 km<sup>2</sup>

+ de 15 fois la France  
21% du continent américain  
48% de l'Amérique Latine

### Plateforme d'exportation

Le Brésil possède une frontière terrestre avec dix pays de la région:  
Uruguay, Argentine, Paraguay, Bolivie, Pérou, Colombie, Venezuela, Guyana, Suriname et Guyane française.

### 5e pays du monde en population

189,3 millions d'habitants, soit la moitié de l'Amérique du Sud (urbaine: 84% et rurale: 16%).

Langue – Portugais

Capitale – Brasília

République fédérale – 26 Etats + DF de Brasília

Monnaie - Real (1€ = 2,6 BRL // 1US\$ = 1,9 BRL)

5 principales villes : São Paulo, Rio de Janeiro, Recife, Salvador, Belo Horizonte.

### Principaux indicateurs économiques

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
PIB (Md US \$)	459,4	506,8	604,0	796,3	1.068,1	1.323,0
PIB/hab (US \$)	2.604	2.831	3.326	4.323	5.718	6.989
Croissance économique (%)	2,7%	1,1%	5,7%	2,9%	3,7%	5,4%
Inflation (%)						
IPCA	12,5%	9,3%	7,6%	5,7%	3,1%	4,5%

Source : Banque Calyon

<sup>1</sup> 6ème en parité de pouvoir d'achat selon la Banque mondiale, en 2007.

Le pays a réussi sa stabilisation financière :

- en 2006, remboursement anticipé au FMI des 15,5 Md USD restant dus ;
- dette publique totale 2008 : 41,2% du PIB, 653 Md USD ;
- dette externe privée : 6,15% du PIB (85 Md USD) ;
- amélioration du risque-pays (noté A4 par la Coface, Embi+<sup>2</sup> de 220 points ;
- **statut « d'investment grade » atteint en mai 2008 !**

### Grand acteur industriel...

Le Brésil, qui est une grande puissance agricole incontestable (leader mondial en production de sucre, café, viande de boeuf, poulet, jus d'orange, etc.), se hisse progressivement au rang de puissance industrielle.

En 2007, la production industrielle a battu tous ses records et l'indice d'utilisation du parc est de plus de 80%.

- ▶ 1<sup>er</sup> producteur mondial d'**avions** "moyens courriers", 4<sup>ème</sup> **puissance aéronautique**
- ▶ 5<sup>ème</sup> **sidérurgiste** et 5<sup>ème</sup> producteur de **caoutchouc**
- ▶ 7<sup>ème</sup> producteur de **papier**
- ▶ 7<sup>ème</sup> **constructeur automobile** mondial (derrière la France, place habituellement occupée par l'Espagne)
- ▶ 8<sup>ème</sup> producteur mondial de **plastique**, 1<sup>er</sup> transformateur plastique d'Amérique Latine
- ▶ 9<sup>ème</sup> **industrie chimique** mondiale
- ▶ Possède **8% des surfaces cultivables mondiales** et **12% des ressources hydriques**
- ▶ **Autosuffisant en pétrole** (Petrobrás est la 8<sup>ème</sup> compagnie pétrolière mondiale), et **l'un des leaders mondiaux en biocarburants**

### ... et commercial

La consommation des ménages a augmenté de 6,5% en 2007 (nouveau record, 7,5% attendus pour 2008) en grande partie grâce au développement du crédit. La classe moyenne aisée, qui représente 22% de la population, a vu ses revenus croître de 20% ces deux dernières années et dispose dorénavant des moyens de ses ambitions.

Les marchés de consommation phares du Brésil, classement au niveau mondial :

- ▶ 2<sup>ème</sup> pour les **revêtements et les céramiques**
- ▶ 3<sup>ème</sup> pour les **cosmétiques** (6<sup>ème</sup> en 2005)
- ▶ 3<sup>ème</sup> pour la **téléphonie mobile**
- ▶ 4<sup>ème</sup> pour le **chocolat**
- ▶ 4<sup>ème</sup> pour les **électroménagers**
- ▶ 5<sup>ème</sup> pour les **ordinateurs**, prévision de passer rapidement à la 3<sup>ème</sup> position
- ▶ 5<sup>ème</sup> pour les **sodas**
- ▶ 5<sup>ème</sup> pour les **boissons alcoolisées** ;
- ▶ 8<sup>ème</sup> pour les **automobiles**, prévision de passer rapidement 5<sup>ème</sup>, devant la France et l'Italie.

Douze entreprises brésiliennes sont considérées comme des « futures stars mondiales »<sup>3</sup>, parmi lesquelles Companhia Vale do Rio Doce, Embraer, Natura, etc.

<sup>2</sup> Emerging Markets Bond Index, indice calculé par la Banque JP Morgan Chase, l'un des principaux thermomètres de confiance des investisseurs.

<sup>3</sup> Étude du Boston Consulting Group, "The New Global Challengers", juin 2006.

## Un pays émergent sur la scène internationale

### → Sur le plan économique

- ▶ Développement du commerce extérieur : **excédent de 40 Md USD** en 2007, moins qu'en 2006 du fait d'importations en hausse de 32%
- ▶ Accueil des IDE : **37,4 Md USD en 2007, +99%** par rapport à 2006 (plus grande croissance du monde hors Pays-Bas), en grande partie alloués au développement ou au lancement d'activités
- ▶ Progression des investissements brésiliens à l'étranger (*OPA de Companhia Vale do Rio Doce sur INCO, JBS-Friboi sur SWIFT, etc.*)
- ▶ **850 des 1000 premières entreprises mondiales sont établies au Brésil** sous forme de filiales ou de joint-ventures
- ▶ la Bourse de Valeurs de São Paulo, la **BOVESPA**, est la plus grande et la plus structurée des pays émergents.

### → SUR LE PLAN INSTITUTIONNEL

- ▶ Développement des accords commerciaux régionaux
- ▶ Place du Brésil dans le cadre des négociations OMC
- ▶ Souhait d'un siège au Conseil de Sécurité de l'ONU
- ▶ Leader du G20 en 2008, etc.

#### PLAN D'ACCELERATION DE LA CROISSANCE – PAC

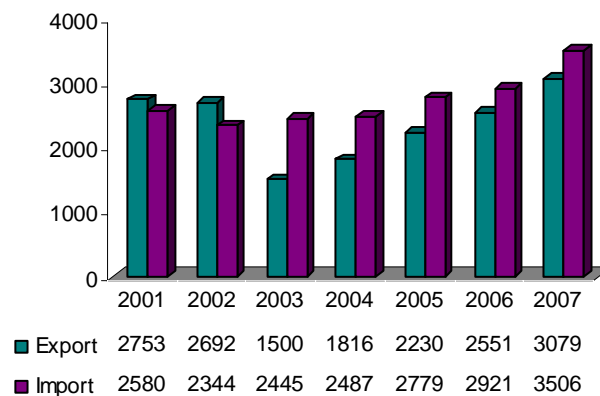
- Définition : plan stratégique sur 4 ans, lancé en 2007 par le Gouvernement Fédéral ;
- Objectif : récupérer l'infrastructure et augmenter le rythme de la croissance ;
- Moyens : 504 milliards de BRL d'investissements publics et privés dans les infrastructures, prêts bonifiés BNDES et incitations fiscales.

## II - COMMERCE BILATERAL

Le Brésil est le **1<sup>er</sup> marché commercial** de la France en Amérique Latine, loin devant le Mexique et l'Argentine.

La France remonte au rang de **7<sup>ème</sup> fournisseur du Brésil** (9<sup>ème</sup> en 2006) et maintient sa position de **14<sup>ème</sup> client**.

Evolution de la balance commerciale entre la France et le Brésil (M€)



Les ventes françaises au Brésil, tirées par l'aéronautique, ont augmenté de 20,5% entre 2006 et 2007, et le nombre d'entreprises françaises exportatrices, de 9%.

La progression des importations est principalement due à la hausse des prix des commodités.

Exportations françaises vers le Brésil		
	<i>produits</i>	<i>part en %</i>
1	construction aéronautique	30
2	équipements automobiles	10,4
3	préparations pharmaceutiques	5,8
4	autres machines spécialisées	4,1
5	produits pharmaceutiques de base	2,9

Importations françaises du Brésil		
	<i>produits</i>	<i>part en %</i>
1	minerai de fer	18,3
2	huiles brutes et tourteaux	16,9
3	produits du sciage	5,3
4	céréales et plantes industrielles	5,2
5	pâte à papier	4,1

**Les PME sont près de 4.000** à commercer avec le Brésil, et représentent les trois quarts des entreprises françaises qui exportent vers ce pays. Cependant, leur contribution dans les exportations n'excède pas 25% des exportations totales.

En dépit d'une amélioration, le Brésil, l'un des 25 pays d'action prioritaire défini par les autorités françaises, ne représente que 0,8% du commerce extérieur français.

### Les Investissements Français au Brésil

En 2007, les flux d'IDE français ont augmenté de 62% par rapport à 2006, avec un volume représentant 1.233 M USD. La France passe donc du 8<sup>ème</sup> au 6<sup>ème</sup> rang des investisseurs au Brésil (3,6% du total des IDE).

La présence française est très diversifiée et 35 entreprises du CAC 40, à l'exception du BTP, sont présentes localement (cela représente plus de 350 filiales employant environ 250 000 personnes).

Quelques exemples :

Industrie: AIR LIQUIDE, ALCATEL, ALSTOM, AREVA, DASSAULT SYSTEMES, LEGRAND, NEXANS, RHODIA, SAINT GOBAIN, SANOFI AVENTIS, VALEO, etc.

Distribution: CARREFOUR, FNAC, LEROY MERLIN, DECATHLON, CASINO, etc.

Services: ACCOR, AIR FRANCE, ALLIANZ, ALLIANCE FRANÇAISE, BNP-PARIBAS, CALYON, SOCIETE GENERALE, DELOITTE, NATIXIS, etc.

Agro-industrie / agro-alimentaire: MOET HENNESSY, LESAFFRE, TEREOS, BONGRAIN, etc.

## III - SECTEURS PORTEURS : LES CINQ PRINCIPAUX

### Agriculture et agroalimentaire

Le secteur agroalimentaire représente déjà 42% des exportations brésiliennes, et son potentiel est énorme. En effet, 90 millions d'hectares sont encore inutilisés et disponibles pour être labourés ou cultivés (hors forêt amazonienne), représentant le quart des réserves mondiales.

*Opportunités : Equipements pour les industries alimentaires de transformation, chaîne du froid, sécurité alimentaire, filière pêche, filière fruits, génétique animale et végétale.*

### Infrastructures : transport et BTP

Les infrastructures du pays restent insuffisantes, notamment les routes, ports et voies ferrées. Le gouvernement brésilien encourage par ailleurs les Partenariats Public-Privé (PPP) pour la gestion et le financement de grands projets d'infrastructures dans les domaines des transports (autoroutiers/routiers, ferroviaire, portuaires, aéroportuaires), de l'assainissement, de l'énergie électrique.

Les transports métropolitains sont également déficitaires.

*Opportunités : Grands projets :*

- ▶ ligne TGV Rio de Janeiro / São Paulo,
- ▶ métros et train de banlieue de São Paulo,
- ▶ métro de Curitiba,
- ▶ liaison rapide São Paulo / aéroport international,
- ▶ tramway de Santos et Brasília,
- ▶ plates-formes multimodales,
- ▶ mise en concession d'autoroutes,
- ▶ complexe hydro-électrique Rio Madeira...

**Biocarburants : éthanol et biodiesel**

1<sup>er</sup> producteur mondial de canne à sucre et 2<sup>ème</sup> producteur mondial d'éthanol, le Brésil bénéficie de conditions privilégiées pour le développement des biocarburants : une expérience avec le plan Proalcool, des terres disponibles, un climat favorable et des coûts faibles.

Actuellement, plus de 70% des voitures vendues dans le pays sont pourvues de moteur flex (fonctionnant à l'alcool et/ou essence).

*Opportunités : Domaines de la production, des équipements, logistique, recherche de biocarburants de seconde génération.*

**Télécommunications : la téléphonie et l'informatique**

Le Brésil est le 1<sup>er</sup> pays d'Amérique Latine pour la téléphonie fixe et 3<sup>ème</sup> du monde pour la téléphonie mobile. L'Internet Haut débit se développe grâce à de vastes programmes d'investissements engagés par les opérateurs.

Le secteur des logiciels progresse de 10% par an et de nombreuses multinationales ont déjà annoncé des investissements dans ce secteur.

**Hydrocarbures : le pétrole et le gaz**

Avec 2 millions de barils/jour, le niveau de production du Brésil en matière d'hydrocarbures est équivalent à celui du Koweït !

Petrobrás, entreprise publique, a annoncé son objectif d'augmenter la production de 59% jusqu'en 2011.

L'entreprise a également décidé de tripler la production nationale de gaz jusqu'en 2010, passant de 27,5 millions de m<sup>3</sup>/jour à 70,6 millions.

*Opportunités : Exploration-production, raffinage, transport, distribution, construction navale.*

Compte tenu de l'augmentation de la consommation et la demande de l'industrie brésilienne en termes de renouvellement/accroissement des capacités de production, on peut également considérer les secteurs suivants comme porteurs :

- ▶ biens de consommation
- ▶ environnement
- ▶ machines et équipements
- ▶ automobile
- ▶ aéronautique
- ▶ santé/pharmacie
- ▶ tourisme

**Brésil : opportunités et menaces**

Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> <li>- monnaie solide</li> <li>- économie stable et en croissance</li> <li>- réel savoir-faire</li> <li>- très bonne productivité de la main-d'oeuvre, compétente et motivée</li> <li>- capacité d'adaptation et de réactivité aux crises</li> <li>- ressources naturelles abondantes et variées et économie relativement diversifiée</li> <li>- grand marché consommateur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- structure fédérale souvent mal comprise</li> <li>- infrastructures insuffisantes</li> <li>- réformes structurelles nécessaires (fiscale notamment)</li> <li>- insuffisance du système d'éducation</li> <li>- une économie informelle encore pesante</li> <li>- qualité médiocre de l'environnement des affaires (121<sup>ème</sup> place dans le classement de la Banque mondiale)</li> </ul>

## IV- CHAMBRE DE COMMERCE FRANCE-BRESIL, UN RESEAU A VOTRE SERVICE

La CCFB est une association d'entreprises françaises et brésiliennes, créée il y a 108 ans, ce qui lui confère le titre de la Chambre de Commerce bi-nationale la plus ancienne au Brésil, avec environ 850 membres.

Elle est active sur l'ensemble du territoire national avec des chambres régionales dans les États de São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná et Minas Gerais et une représentation dans l'État de Rio Grande do Sul, regroupées au sein d'une entité juridique unique.

Elle offre à ses membres un large panel de services tels que formation professionnelle, recrutement et sélection de personnel, Courrier Rapide et représente un point de rencontre privilégié pour la communauté d'affaires franco-brésilienne.

Les missions de la CCFB sont les suivantes :

- Développer le réseau formé par les membres de la Chambre, français et brésiliens, afin de favoriser les échanges d'expérience, les opportunités d'affaires, et la défense des intérêts communs.
- Réaliser des activités favorisant le développement des relations commerciales, industrielles, culturelles et sociales entre la France et le Brésil.
- Collaborer activement à la consolidation des Eurochambres.
- Apporter aux membres de la Chambre, informations et services générateurs de valeurs.

Dans le domaine du commerce extérieur, la CCFB développe un Service d'Appui aux Entreprises (SAE) françaises désireuses d'exporter ou de s'implanter au Brésil et inversement.

En mars 2008, le SAE a par ailleurs lancé une newsletter bimestrielle, « **Cap Brésil** », dont l'objectif est de diffuser des informations économiques, sectorielles et pratiques sur le Brésil, aux entreprises françaises.

La newsletter CAP Brésil est disponible sur notre site :  
<http://www.ccfb.com.br/fr/publicacoes/capbresil.html>.

### EXEMPLES DE SERVICES PROPOSES ET TEMOIGNAGES

#### Missions de prospection Vente

*« Ce que j'ai le plus apprécié c'est la qualité de l'accompagnement CCFB, la densité des rendez-vous et leur qualité. Merci pour votre accueil, j'espère avoir l'occasion de participer à nouveau dans un futur proche à une action organisée par la CCFB ! »*

Laurent Assouly – EVITECH

#### Missions de prospection Sourcing

*« Suite à cette mission de prospection, nous avons en effet trouvé tous les fournisseurs qu'il nous faut au Brésil. Nos achats croissent d'année en année. »*

Wilfried Andres – ARCHITECTURE DU BOIS

#### Fichiers de prospects sur mesure

*« Nous traitons avec la société X. Nous vous remercions de votre aide qui nous a été fort utile. »*

Brice Calcio Gaudino - LABORATOIRE DB3

#### Hébergement et tutorat de VIE

*« Un bureau clés en main dans un quartier central et doté d'une bonne image pour un prix raisonnable. Possibilité d'avoir accès à la salle de réunion et de pouvoir recevoir des clients/fournisseurs. L'accueil et la disponibilité de l'équipe m'ont permis de me sentir très vite intégrée. J'ai la possibilité de croiser des gens travaillant dans divers secteurs, diverses entreprises. Plus que d'être membre de la CCFB, c'est être au coeur de celle-ci. »*

Amandine Marc, VIE Project Manager South America, HYDRO BUILDING SYSTEMS INTERNATIONAL (Grande Entreprise, Haute Garonne)

## V- ACTIONS SPECIFIQUES DE LA CCFB POUR 2008 / 2009

### Novembre 2008

#### *Rencontres d'affaires France-Brésil, du 10 au 14 novembre 2008, au Brésil*

Le Forum d'entreprises France-Brésil, organisé par UBIFRANCE et le réseau des Missions économiques, en partenariat avec la Chambre de Commerce France Brésil se déroulera à São Paulo les 10 et 11 novembre 2008.

Cette convention d'affaires, réunissant une centaine d'entreprises françaises et plusieurs centaines d'entreprises brésiliennes, se poursuivra par des extensions sur d'autres grandes villes brésiliennes.

A cette occasion, la CCFB organisera son 2<sup>ème</sup> Prix du Commerce Extérieur, qui récompensera des entreprises françaises et brésiliennes pour leurs actions sur les deux pays.

Télécharger la brochure

[http://www.uccife.org/index.php?id=199&no\\_cache=1&tx\\_calendar\\_pi1\[f1\]=1232](http://www.uccife.org/index.php?id=199&no_cache=1&tx_calendar_pi1[f1]=1232)

### Année de la France au Brésil en 2009

#### *Du 21 avril au 15 novembre 2009*

Le Forum d'entreprises France-Brésil qui aura lieu en novembre 2008 introduira l'année de la France au Brésil, l'évènement retour de l'Année du Brésil en France en 2005, qui fut un réel succès.

Cette manifestation a pour ambition de compléter la connaissance qu'ont les Brésiliens de la France en valorisant ses capacités de création et d'innovation, de mettre en avant sa diversité et de montrer une France ouverte au monde.

Dans le cadre de cet événement majeur, la CCFB organisera quatre grands projets :

- ▶ la rédaction d'un livre sur la présence française au Brésil (lancement est prévu en avril)
- ▶ l'organisation d'un Forum Économique fin 2009 par la CCFB, en collaboration avec ses partenaires habituels : Mission Économique, UbiFrance, les CCI, etc.
- ▶ l'organisation d'un Prix Personnalité
- ▶ l'organisation d'un Forum autour du développement durable, lors duquel sera remis le traditionnel prix LIF de responsabilité sociale, pour sa 8<sup>ème</sup> édition.

Pour en savoir plus :

[www.culturesfrance.com/franceaubresil](http://www.culturesfrance.com/franceaubresil)

[www.cultura.gov.br/franca\\_br2009](http://www.cultura.gov.br/franca_br2009)

## VI- CONSEILS A UNE ENTREPRISE QUI VEUT EXPORTER AU BRESIL

- 1- **Considérer le Brésil comme un pays-continent.** Le Brésil est plus grand que l'Europe et ses 26 Etats demanderont une approche différente. Les comportements des consommateurs diffèrent suivant les régions et les différences culturelles. Aborder le marché brésilien ne s'improvise pas et doit faire l'objet d'études approfondies.
- 2- **S'assurer que votre produit est compétitif,** en étudiant la structure de son prix marché (impôts à l'importation, etc.) et en analysant la concurrence. Assurez-vous que votre capacité de production est suffisante pour faire face à une augmentation de la demande, et être prêt à adapter vos produits aux besoins ou aux goûts du marché brésilien.
- 3- **Etre prêt à investir et s'investir.** Assurez-vous de disposer de ressources financières suffisantes : le processus de pénétration de marché peut être long et coûteux, mais rester persévérant, cela s'avère payant. Soyez prêt à effectuer plusieurs visites au Brésil pour pouvoir y conclure des ventes.
- 4- **Démontrez l'excellent rapport qualité-prix de votre offre.** Les brésiliens ont en général une bonne connaissance de leurs produits et marchés, il faut donc être convaincant. L'approche technique et commerciale est très professionnelle et le niveau de négociation élevé.
- 5- **S'entourer de partenaires locaux,** connaissant bien le marché brésilien et ses spécificités. Ceux-ci devront connaître le fonctionnement de l'administration brésilienne, et être bien introduits dans le monde des affaires local. Beaucoup d'informations, de résolutions sont obtenues grâce à des réseaux d'amis ou de connaissances.
- 6- **Entrez dans le jeu de la convivialité** sans pour autant confondre art de vivre et réel intérêt pour votre offre commerciale.

## VII - SUCCESS STORY : ANDILOG

– Mireille Desevré, Directrice Générale



### 1- Quel est votre secteur d'activité et quelle est votre situation sur le marché français et à l'export ?

Andilog conçoit, fabrique et vend depuis plus de 20 ans et dans le monde entier des instruments de mesure de force et de couple pour l'industrie.

Notre Chiffre d'Affaires Export représente 40% de notre CA total et nous exportons dans plus de 35 pays au travers d'un réseau d'agents.

Nos principaux marchés sont l'industrie automobile : nous sommes présents chez les constructeurs (PSA, Renault, Volkswagen, Opel, Daimler, Ferrari), les équipementiers et la plupart de leurs sous traitants ; l'emballage, la cosmétique, la pharmacie, la chimie, etc.

### 2- Pourquoi avoir choisi de développer votre activité au Brésil ?

Le développement vers le Brésil nous a semblé naturel car c'est un pays dont l'industrie est maintenant significative avec des produits dont le niveau de qualité se rapproche des standards européen, l'industrie automobile y est aussi importante, et le potentiel de croissance est significatif.

### 3- Pourquoi et comment avez-vous fait appel à la CCFB ? En quoi a t'elle bien répondu à vos besoins ?

Le contact avec la CCFB a été établi grâce à la cellule export de la CCI Hauts de Seine, qui nous a proposé une mission de découverte. Ensemble, nous avons établi un projet pour rechercher un agent : présentation de Andilog, profil des sociétés recherchées, rédaction d'un courrier de présentation, établissement de liste de prospection et suivi des contacts.

La CCFB a organisé un programme de rendez-vous, m'a également trouvé un accompagnateur et prévu les moyens de déplacement.

Ce qui a permis d'avoir un séjour sur place efficace et sans surprises.

### 4- Aujourd'hui, quel bilan tirez-vous de cette expérience ?

Les visites effectuées étaient toutes intéressantes à des degrés divers, elles ont permis d'avoir une connaissance pratique du marché brésilien, des circuits de distribution, de la concurrence locale (nous avons visité un concurrent) et des procédures administratives, mais aussi des relations professionnelles dans ce cadre.

Et bien sûr nous avons pu établir un accord avec une société locale.

### 5- Quel (s) conseil (s) donneriez-vous à un entrepreneur français désireux de se développer au Brésil ?

Un voyage sur place même bref est préférable pour mieux appréhender les difficultés futures et les particularités locales, mais aussi pour montrer aux futurs partenaires l'intérêt que l'on porte à leur pays, les contacts sont toujours surpris et plus accueillants dans cette circonstance et je crois qu'au Brésil cela a peut être plus d'importance qu'ailleurs.

## PRINCIPAUX INDICATEURS

Population : 189,3 millions d'habitants

PIB : 1.323 Md US\$

PIB par habitant (2007) : 6.989 US\$

Taux de croissance (2007) : 5,4%

Taux d'inflation (2007) : 4,5%

Exportations françaises vers le Brésil: 3.079 millions EUR

Exportations brésiliennes vers la France : 3.506 millions EUR

Échanges commerciaux

Cumul des investissements directs français au Brésil : 1.233 millions US\$

Communauté française pour la circonscription consulaire de São Paulo : 8.000 inscrits

Taux de chômage (2007) : 9,3%

Balance commerciale (2007) : 40.028 millions US\$

Clients majeurs : Etats-Unis, Argentine, Chine, Pays-Bas, Allemagne

Fournisseurs majeurs : Etats-Unis, Chine, Argentine, Allemagne, Nigéria

Taux de change : 1 EUR = 2,664 BRL (moyenne annuelle 2007)

Secteurs porteurs : Agriculture-Agroalimentaire, Infrastructures, Biocarburants, Hydrocarbures, Télécommunications

Chambre de Commerce France Brésil

Alameda Itú, 852 - 19° andar

01421-001 - São Paulo - SP

Tél: +5511 3088-2290 - Fax: +5511 3061-1553

[www.ccfb.com.br](http://www.ccfb.com.br)