

Latitude internationale

accompagner votre entreprise sur les marchés extérieurs



Parce que le monde bouge

n°8 - mai 2007

CORÉE
DU SUD

DOSSIER

indicateurs

11^{ème}
économie
mondiale

à l'essentiel

Éditorial

Ce numéro de « Latitude Internationale » est consacré au « pays du matin calme » qui, grâce à son économie très dynamique et ouverte aux échanges extérieurs, peut rivaliser avec ses deux grands et puissants voisins asiatiques pour attirer les investisseurs étrangers.

Les secteurs porteurs de l'économie coréenne témoignent en effet du degré élevé de développement de ce pays :

- Technologies de l'information et des télécommunications,
- Secteurs industriels de l'automobile et de la construction navale,
- Biotechnologies,
- Secteur du luxe, etc...

La Corée représente donc pour les entreprises françaises un marché ouvert de 48 millions d'habitants offrant de nombreuses opportunités.

Toutefois, divers obstacles sont à surmonter : une vive concurrence sur un marché attrayant,

la puissance des grands groupes nationaux (connus sous le nom de chaebols), un système de distribution en voie de mutation rapide, une culture coréenne subtile et complexe à appréhender.

L'approche du marché coréen ne saurait ainsi se concevoir sans une étude préalable vous permettant d'apprécier les segments porteurs pour votre entreprise. Les spécialistes de l'international du CIC et notre bureau de représentation à Séoul pourront vous accompagner dans cette approche ou dans votre recherche de nouveaux partenaires (clients ou fournisseurs).

Je vous invite à découvrir dans ce numéro les multiples services offerts par le CIC, et notamment les prestations de conseil à l'implantation, qui vous aideront dans vos projets de développement à l'international.

N'hésitez pas à contacter votre chargé d'affaires CIC. Il saura vous conseiller la meilleure approche pour vos projets internationaux.

Thierry DELARUE

Directeur des Activités Internationales Groupe CIC



DOSSIER

- Indicateurs
- Échanges commerciaux
- Secteurs porteurs
- Homme d'affaires
- Système bancaire

REPÈRES ÉCONOMIQUES

- **11^{ème}** économie mondiale, comparable à l'Inde et au Brésil
- **12^{ème}** exportateur et **13^{ème}** importateur mondial
- **3^{ème}** revenu par habitant en Asie
- **48** millions d'habitants à haut pouvoir d'achat
- **1^{er}** constructeur mondial de navires
- **6^{ème}** constructeur mondial de véhicules automobiles
- **4^{ème}** producteur mondial de produits électroniques
- **3^{ème}** taux d'utilisation d'Internet au monde

CHIFFRES

- 5 %** de croissance économique
- PIB** 933 milliards de dollars
- PIB** par habitant = 16 299 dollars
- Importations : **309** milliards de dollars (+18% / 2005)
- Notation dette souveraine : A3 (Moody's), A (SEP)

La Corée du Sud :

Un marché réactif et sophistiqué

Osez faire le premier pas en Corée ! Le grand professionnalisme et la formidable énergie que les Coréens investissent dans le développement de leurs affaires feront le reste... Et n'oubliez pas que ce petit pays est un grand marché doublé d'une plate-forme vers l'Asie.

L'économie sud-coréenne, qui connaît un **essor spectaculaire** depuis plus d'un demi-siècle, est aujourd'hui une économie développée (membre de l'OCDE depuis 1996), de grande taille (la 11^{ème} économie mondiale, comparable à l'économie indienne ou brésilienne), **solide, très ouverte et particulièrement dynamique** (5% de croissance en 2006, en ligne avec son potentiel de long-terme). La crise asiatique (1997) n'est plus qu'un mauvais souvenir : la solvabilité externe du pays apparaît particulièrement robuste, comme l'attestent les notations des Agences (A3,A). L'économie coréenne se développe grâce de son expertise dans les technologies de l'information et des communications, et, plus généralement, dans les technologies de pointe.

L'économie se caractérise aussi par le poids des conglomérats, ces fameux chaebols qui incarnent encore un capitalisme patriarcal dans une nation en mouvement.

« Un essor spectaculaire depuis plus d'un siècle »

C'est dire si le marché sud-coréen présente un **intérêt de tout premier ordre pour les entreprises françaises**. Nos exportations vers la Corée (2,9 milliards d'euros en 2006), très dynamiques (+21% par rapport à 2005), équilibrées sectoriellement, avoisinent respectivement le tiers et la moitié de nos exportations vers la Chine et le Japon, et confèrent à la Corée le rang de troisième marché asiatique pour les produits français. La marge de progression reste importante, puisque la France ne fournit que 1% des importations sud-coréennes (qui croissent de

15% par an en moyenne depuis 2000) contre 4% pour l'Allemagne.

Au-delà des flux commerciaux, **les entreprises françaises ont massivement investi en Corée** (les investissements directs étrangers ayant été libéralisés suite à la crise asiatique) : la France est dans les faits le 4^{ème} pays investisseur avec environ 6 milliards de dollars de stock ; on dénombre plus de 160 implantations françaises (dont de nombreuses PME) qui ont généré un chiffre d'affaires en 2005 de près de 8 milliards d'euros (près de 3 fois le montant de nos exportations) et qui emploient 36 000 personnes.

Pour autant, nouer une relation d'affaires avec un partenaire coréen nécessite **certaines précautions**. Loin de toute précipitation, il faut :

- prendre le temps de s'appliquer à la définition contractuelle de la relation (l'aide d'un avocat est vivement recommandée),
- déposer, s'il y a lieu, ses droits de propriété intellectuelle auprès des autorités coréennes (ne pas laisser le partenaire effectuer ces dépôts),
- vérifier que la stratégie et les objectifs sont clairement définis, compris et partagés,
- sécuriser, dans la mesure du possible, la transaction par un crédit.

Enfin, il ne faut pas perdre de vue le rôle d'internet sur lequel tout se vend et qui sert de repère quotidien pour le consommateur. ■

Le **CIC** pour vous en CORÉE

missions

● Le CIC vous accompagne en Corée

➔ Madame Hahn (voir parcours) a ouvert en 2005 le bureau de représentation du CIC en COREE.

➔ La COREE est un pays difficile où la recherche de partenaires suppose un important réseau relationnel. C'est ce réseau, bâti au fil d'une riche carrière dans les médias, que Madame Hahn met à la disposition des clients du CIC.

➔ Compte tenu de ces spécificités, le type de prestations que le CIC vous propose est donc concentré sur les recherches approfondies, par exemple :

- Recherches de contacts : pour identifier dans un secteur économique particulier les interlocuteurs susceptibles d'apporter une bonne connaissance du marché.
- Missions commerciales : pour entrer en relation avec les interlocuteurs identifiés, pouvoir analyser le marché et valider l'offre de l'entreprise exportatrice.
- A travers AIDEXPORT : l'évaluation commerciale des marchés pour mieux les connaître, les circuits de distribution, les niveaux de prix, les stratégies possibles, et pour valider votre offre dans cet environnement complexe.
- Par AIDEXPORT toujours : recherche de partenaires pour une sélection des sociétés commerciales (ou industrielles) locales susceptibles de devenir vos partenaires dans le cadre de votre stratégie.

● Le CIC vous accompagne dans les services bancaires

➔ Le CIC dispose de lignes de confirmation sur les principales banques coréennes pour vous permettre de sécuriser vos créances commerciales par des crédits documentaires

➔ Si vous intervenez dans le cadre de « marchés », le CIC vous offre des possibilités avantageuses de réémissions locales de garanties de marché.

➔ Si, enfin, ces marchés concernent la fourniture de biens d'équipement, le CIC vous proposera une offre complète incluant l'offre de financement. ■

« Un important réseau relationnel
au service des clients du CIC »



parcours

**Isabelle (Young-Lan)
HAHN**

**Ordre National du Mérite
(2003)**

Formation

- 1976 : Diplômée de littérature française de l'Université de Ewha (Séoul)
- 1989 : Diplômée du C. P. A. (Paris)
- 2005 : Formation post-universitaire au management

Carrière

- 1975 : Journaliste radio/ télévision (KBS)
- 1981 : Reporter à Paris pour des médias Coréens et conseil d'entreprises
- 1990 : Consultante à Séoul de grands groupes industriels français
- 2005 : Représentante en Corée du Groupe CIC

Activités sociales

- Foreign Bankers Club
- Séoul Rotary Club



► contacts

Pour rencontrer notre représentant, contactez votre chargé d'affaires en agence ou le responsable international de votre région.



échanges commerciaux

- ▶ La Corée est le 12^{ème} exportateur mondial (comparable à Hong Kong) et le 13^{ème} importateur mondial (comparable à l'Espagne).
- ▶ La valeur des exportations coréennes (334 milliards de dollars en 2006, +14,4% par rapport à 2005) comme celle des importations (309 milliards de dollars, +18,4% / 2005) a presque triplé ces 10 dernières années.
- ▶ Véhicules automobiles, circuits électroniques et téléphones mobiles dominent les exportations coréennes, tandis que les hydrocarbures représentent le quart des importations.
- ▶ Le premier moteur du commerce sud-coréen est la forte progression des échanges avec la Chine, qui consolide sa place de premier partenaire commercial du pays (devant les Etats-Unis, le Japon et l'Union Européenne).
- ▶ Avec 2,9 milliards d'euros exportés en 2006, la Corée du Sud est le 3^{ème} client de la France en Asie, après la Chine et le Japon. La part de marché de la France dans les importations coréennes s'élève à 1,04% en 2006. La France est le 20^{ème} fournisseur de la Corée du Sud (9^{ème} hors hydrocarbures).

indicateurs

Les points forts

- ▶ Une économie riche qui conserve un fort potentiel de croissance.
- ▶ Une inflation faible (2,2% fin 2006) et un taux de chômage de l'ordre de 3,3% fin 2006.
- ▶ Une grande solidité des comptes externes.
- ▶ Une économie ouverte : taux d'ouverture (exportations sur PIB) de plus de 40%.

Les points faibles

- ▶ La menace nord-coréenne
- ▶ Un tissu de PME relativement fragile.
- ▶ La complexité de certaines procédures administratives et judiciaires.

secteurs porteurs

- ➔ Technologies de l'Information et des Télécommunications (TIC) : secteur où la Corée est leader mondial et noue des relations fortes avec des partenaires étrangers.
- ➔ Luxe : la France jouit d'une image exceptionnelle en Corée et reste leader sur de nombreux segments (cosmétiques, mode,...).
- ➔ Agroalimentaire : l'excellence française n'est plus à démontrer, et de nombreuses entreprises françaises ont su tirer profit de l'« ouverture » culinaire des Coréens.
- ➔ Environnement : une priorité nationale.
- ➔ Biotechnologies : 10% du marché mondial d'ici 2010.
- ➔ Secteurs industriels d'excellence : automobile, construction navale,...
- ➔ Aéronautique et espace : la Corée projette d'intégrer les 10 premières puissances aérospatiales en 2010.

l'homme d'affaires Coréen

- ▶ Il est dynamique, compétent, pugnace, hospitalier.
- ▶ Il est ouvert sur l'étranger et maîtrise de mieux en mieux l'anglais - le choix d'un interprète reste néanmoins sécurisant.
- ▶ Il est très marqué par le confucianisme et attribue une place essentielle à la notion de hiérarchie, avec un goût prononcé pour le protocole (cadeaux,...).
- ▶ Il accorde une grande importance aux titres qui figurent sur les cartes de visite (essentielle) et au CV qu'il convient souvent d'envoyer à l'appui d'une demande de rendez-vous.
- ▶ Très pragmatique, il aime aller droit au but, au risque parfois de se montrer brutal, tout en gardant un réel sens de la conciliation.
- ▶ Il accorde une place importante aux relations extra-professionnelles : les repas et autres sorties sont des moments privilégiés d'échanges – tout en gardant à l'esprit que l'homme d'affaires coréen sait être un bon tacticien voire un habile manipulateur.
- ▶ L'introduction par une tierce personne coréenne peut être très utile.
- ▶ Les coréens demeurent dans une culture de la force : ils ont le respect du pouvoir, du titre, de la séniorité, et de celui qui montre sa force.

le système bancaire et les moyens de paiement

- ▶ La crise financière de 1997 a bouleversé le paysage bancaire sud-coréen. Assainies et solides, les banques sud-coréennes (encore peu internationalisées), offrent aujourd'hui des services modernes et efficaces. Le secteur bancaire sud-coréen est composé de 18 banques nationales (dont 8 banques commerciales d'envergure nationale) et d'une quarantaine de succursales de banques étrangères.
- ▶ La monnaie de facturation la plus courante pour le paiement d'opérations commerciales internationales est le dollar américain. Le won coréen, convertible sans restriction depuis 2001, reste rarement utilisé pour les paiements internationaux. Le recours à l'euro est rare mais appelé à se développer. Les délais de paiement sont généralement de 60 à 90 jours.
- ▶ Moyen de paiement recommandé : le crédit documentaire



DOSSIER



- Superficie : 99 650 km²
- Population : 48,3 millions d'habitants
- Capitale : Séoul
- Villes principales : Busan, Daegu, Incheon, Gwangju, Daejeon, Ulsan
- Monnaie : le Won (1 EUR = 1261 KRW en avril 2007)
- Jour de repos : dimanche
- Fête Nationale : 3 octobre

POUR EN SAVOIR PLUS

Vous souhaitez conquérir et développer des marchés, le CIC vous accompagne dans votre stratégie commerciale sur un ou plusieurs pays et trouve des partenaires industriels et commerciaux. Renseignez-vous auprès de votre **chargé d'affaires** en agence ou de votre responsable international en région. Vous pouvez également consulter notre site : www.cic.fr

NOS CLIENTS TÉMOIGNENT...

Yalacta, société de conception et fabrication de compléments alimentaires, prospect du CIC Banque BSD-CIN à Caen (14) a prospecté récemment la Corée du Sud.

Madame Marie-Pascale Lepley-Legrand, docteur en pharmacie et directrice export de Yalacta, témoigne.

Au cours d'un rendez-vous, nous avons fait part au CIC Banque BSD-CIN des difficultés rencontrées pour pénétrer le marché coréen et trouver de nouveaux distributeurs pour étendre notre réseau à l'export. Nous avons donc confié au CIC Banque BSD-CIN l'organisation d'une mission commerciale accompagnée dont l'objectif était d'identifier des acteurs importants sur le marché coréen susceptibles de promouvoir nos produits.

La Corée du Sud est un pays développé où la tradition médicinale est ancestrale. Le bien-être est un segment porteur dans ce pays où le niveau de vie est l'un des plus importants d'Asie après celui du Japon où nous sommes déjà présents. C'est un marché qui, de mon point de vue, est une conjonction des marchés japonais et chinois. La grande partie de la population cible est concentrée sur la grande région de Séoul. La distribution présente un certain nombre de similitudes avec le type de distribution japonais. Dans le centre ville, des petits magasins indépendants sont répartis quartier par quartier ; la grande distribution se développe dans les quartiers plus récents, en particulier, via des grandes surfaces de type « Cash and carry ».

La Corée concentre son énergie sur le développement de certains axes industriels (électronique...), elle occupe une position stratégique en Asie du fait de la proximité de la Chine. Cette proximité lui permet de faire fabriquer certains produits manufacturés à moindre coût en Chine et elle se positionne en fournisseur privilégié de la Chine sur des produits à

plus forte valeur ajoutée. Les niveaux de prix sont sensiblement plus bas qu'en Europe. Le marché coréen est tout à fait différent du marché européen mais présente des similitudes à la fois avec le marché japonais et américain. Le secteur pharmaceutique est quant à lui, très bien organisé et tenu par de grandes sociétés dont certaines ont été créées au XIX^{ème} siècle.



La mission a été remarquablement bien organisée par Isabelle Hahn, représentante du CIC à Séoul, avec qui nous étions en relation. Elle a préparé la prospection sur la base des éléments technico-commerciaux que nous lui avons transmis avant le début de la mission. Isabelle Hahn a mis à notre disposition avec la plus grande gentillesse et disponibilité son expérience totalement bi-culturelle, son réseau

d'affaires et ses relations personnelles pour nous faire rencontrer des décideurs susceptibles d'être intéressés par

la distribution de nos compléments alimentaires en Corée. Le bureau de représentation du CIC à Séoul a étudié nos produits, a sélectionné différents acteurs potentiellement intéressés par nos produits, a organisé les rendez-vous et nous a accompagné durant toute la mission. Je pense que nous n'aurions pas pu trouver meilleur interlocuteur pour organiser la mission à Séoul. A ce jour, nous ne pouvons pas encore mesurer les retombées. Nous souhaitons que les contacts initiés aboutissent à un accord de distribution. ■

« La Corée occupe une place stratégique en Asie »



► FICHE D'IDENTITÉ
YALACTA
COMPAGNIE GÉNÉRALE DE
DIÉTÉTIQUE

- Création : 1926
- Appartient depuis 1973 à CGD
- Effectif : 12 personnes
- Activité : conception et fabrication de compléments alimentaires
- Chiffre d'affaires : 2,4 M€ dont 50 % à l'export
- Secteur : Agroalimentaire

SOLUTIONS



- Éclairage marché
- Liste travaillée
- Recherche de contacts
- **Mission commerciale de prospection accompagnée**
- Ciblage export multipays
- Approche commerciale
- Recherche de partenaires commerciaux ou industriels
- Assistance à l'implantation

► contactez-nous

Pour bénéficier d'une mission commerciale de prospection, contactez votre chargé d'affaires en agence ou votre responsable international en région. Vous pouvez également consulter notre site : www.cic.fr

Avec **AIDEXPORT**, le CIC vous assiste dans vos projets d'implantations commerciales et industrielles à l'étranger...

UNE IMPLANTATION POUR QUOI FAIRE ?

Se développer à l'international est un enjeu désormais vital ; de plus en plus fréquemment, ce développement passe par l'implantation d'une unité industrielle et logistique, ou même d'une simple antenne commerciale.

Il peut s'agir de reprendre le contrôle d'une distribution jusqu' alors déléguée à un intermédiaire, d'assurer une meilleure proximité vis à vis des clients potentiels, de stocker et assurer un service avant et après vente, de fabriquer de manière plus compétitive pour réimporter ou se positionner et vendre aux conditions locales de marché.

POUR MIEUX CONTOURNER LES OBSTACLES...

Certaines implantations sont traitées dans l'urgence sous la pression de donneurs d'ordre. Des choix importants sont à faire avant même d'avoir « posé le pied » dans le pays...

Il est donc primordial :

- d'éviter de prendre des décisions hâtives.
- de repérer les points clés du projet, s'y tenir, se rendre disponible, intégrer rapidement les particularités locales.
- de ne pas sous-estimer les difficultés même si le pays d'implantation fait déjà l'objet d'un courant d'affaires
- de décider le montage pertinent pour son projet (seul ou avec un partenaire, transfert de machine ou pas, expatriés, localisation,...),
- de programmer le plus tôt possible l'agencement (recrutement, statuts, compte bancaire...), en fonction des réalités locales.

La mission d'AIDEXPORT consiste à organiser de manière personnalisée et à prendre en charge la réalisation concrète de vos diverses démarches dans le pays. L'intervention est articulée en étapes (élaboration d'un planning) et le budget est généralement établi de manière forfaitaire.

Champs d'intervention

Dans le pays sélectionné, nous vous assistons, notamment, pour :

- la recherche de terrains et de locaux (achat et location), mais aussi les apports nécessaires d'information et de contacts concernant les aspects administratifs (cadastre, aspects contractuels, notaire, taxes...) et techniques (expertise de bâtiments, viabilisation...).

Une expérience transversale et une écoute attentive et active de votre projet.

- le recrutement, c'est souvent le point critique. Il s'agit :

- d'assurer la recherche et la présélection de candidats, laquelle porte le plus souvent sur l'homme clé qui assurera vos intérêts sur place, et ensuite sur les personnels techniques spécialisés
- d'obtenir des éléments de décision : niveaux de salaire, modalités contractuelles, sociales et fiscales, aspects de formation et aides associées à l'emploi.

• **Intervention d'experts spécialisés** : mise en relation, coordination et suivi de l'intervention (avocats, experts comptables, fiscalistes, centres de domiciliation, interprétariat,...)

• **Accompagnement auprès des correspondants bancaires** locaux du Groupe CIC afin qu'ils vous précisent les modalités locales d'ouverture de compte et de règlement. Par extension, nous sommes en mesure d'accompagner le chef d'entreprise, sur la base de son dossier complet, auprès d'organismes financiers et de banques locales susceptibles de s'engager sur des financements locaux.

• **Construction de votre Business Plan** : recueil des informations technico-économiques nécessaires à l'évaluation de vos moyens d'exploitation (coûts de revient, matière première locale, douanes, solutions logistiques,...), et plan de trésorerie (TVA,...).

• **Assistance pour l'obtention d'aides et subventions** existant dans le pays et relevant de l'investissement étranger.

• **Partage d'expériences** : mise en relation avec des chefs d'entreprises ayant mené des projets similaires sur des secteurs non concurrents afin de partager leur expérience.

En conclusion, AIDEXPORT vous propose une démarche flexible et adaptée à vos projets. Les bureaux de représentation CIC à l'étranger apportent conseil et expertise en s'appuyant sur une connaissance fine du contexte local et sur leur réseau relationnel développé.

► contactez-nous

Pour en savoir plus, contactez votre chargé d'affaires en agence ou votre responsable international en région.

LES AVANTAGES D'AIDEXPORT

- Une assistance à la carte, avec une intervention articulée en étapes (création de société, recrutement, etc...)
- Des références variées et une expérience multi-secteurs (antenne commerciale, base logistique en zones franches, bureau de sourcing, société d'exploitation,...)
- Une prise en charge complète des réalisations sur le terrain pour vous faire gagner du temps,
- Un accompagnement personnalisé sur place par les représentants du CIC

Opportunités d'affaires

Hygiène et santé

CHILI

Société chilienne souhaiterait être mise en contact avec des sociétés françaises qui vendent les produits suivants : prothèses pour chirurgie esthétique (implants mammaires, etc...), bandages plâtrés pour la traumatologie, drainages post-chirurgie, endoprothèses trachéobronchiques.

Réf : 8 - 01

CHILI

Entreprise chilienne, active dans les implants pour la colonne vertébrale, prothèses de hanche, ostéosynthèse et arthroscopie, souhaiterait entrer en contact avec des sociétés françaises spécialisées dans ce type de produits.

Réf : 8 - 03

CHILI

Société chilienne, spécialisée dans la vente de valves d'hydrocéphalie pour enfants, recherche des partenaires du même secteur d'activité.

Réf : 8 - 05

CHILI

Société chilienne souhaiterait avoir des contacts avec des entreprises françaises spécialisées dans l'instrumental dentaire.

Réf : 8 - 07

CHILI

Entreprise chilienne recherche des contacts avec des partenaires, spécialisés dans les produits médicaux innovants.

Réf : 8 - 08

Cosmétique

CHILI

Société chilienne recherche des contacts avec des fabricants d'équipements de thérapie pour spa, mais aussi avec des sociétés qui commercialisent des crèmes vendues sous ordonnance pour les chirurgies esthétiques.

Réf : 8 - 02

CHILI

Entreprise chilienne souhaiterait avoir des contacts avec des sociétés spécialisées dans des produits à base d'acide hyaluronique pour les injections de comblement de rides, mais également des produits de traitement basés sur la dermoabrasion.

Réf : 8 - 06

Industrie

CHILI

Fabricant et installateur d'usines d'aliments, recherche un fournisseur de bâtiments d'élevage et d'équipements de contention pour porcs.

Réf : 8 - 04

AUTRICHE

Société autrichienne propose son savoir-faire, ainsi que des matériaux et équipements qu'elle a développés, et un programme de différentes méthodes pour contrôler, nettoyer, rénover et remplacer des conduites de tous types sans travaux d'excavation.

Réf : 8 - 10

Services

AUTRICHE

Entreprise autrichienne, active dans le commerce de produits chimiques, minéraux, colorants et vernis, destinés à la technique environnementale et à l'industrie du papier, propose ses prestations (services techniques, applications et savoir-faire, emploi de substances chimiques et conseils en génie chimique pour le traitement des boues et eaux usées).

Réf : 8 - 12

AUTRICHE

Bureau d'ingénieurs-conseils propose des prestations d'ingénierie et de conseil innovantes dans les secteurs tels que l'énergie, les eaux usées et l'environnement, les constructions et infrastructures. Ces prestations comprennent des travaux de conseil et d'étude, la planification, la fourniture de matériels et prestations, le suivi des travaux et la réalisation de projets, la gestion et la direction de projets ainsi que la mise en service et l'exploitation.

Réf : 8 - 13

AUTRICHE

Société autrichienne, spécialisée dans la recherche et le développement de modules photovoltaïques, notamment le « mode à refroidissement liquide » qui présente l'avantage de produire un rendement plus élevé de 25 %, recherche des contacts en vue de l'installation de chaînes de fabrication de ses modules à l'étranger. Sa dernière invention : les piles solaires high-tech d'une conception nouvelle et de haute qualité.

Réf : 8 - 14

AUTRICHE

Entreprise autrichienne, active dans la livraison et la maintenance d'équipements utilisés en ingénierie médicale (lasers, appareils de radiographie, appareils à ultrasons, d'endoscopie, d'ophtalmologie, stérilisateurs, appareils de laboratoire...) et la formation de personnel, recherche des partenaires commerciaux.

Réf : 8 - 18

Construction

AUTRICHE

Entreprise autrichienne, spécialiste dans la réalisation de constructions géométriques, uniques en leur genre qui allient une architecture hors du commun à l'aide d'acier, de verre, de câbles et de membranes textiles, recherche des partenaires commerciaux.

Réf : 8 - 11

Bâtiment

AUTRICHE

Société autrichienne, leader dans la région autrichienne du Vorarlberg, spécialisée dans les constructions en bois, propose un système destiné tant à l'habitat privé qu'aux constructions industrielles ou commerciales (liberté de conception par éléments d'ouvrages modulaires, rapport prix/prestations dû à une réalisation industrielle préservant la qualité). Les ouvrages relèvent d'une architecture moderne ; les éléments sont préfabriqués en usine, permettant de donner rapidement forme aux projets à moindre coût.

Réf : 8 - 16

Équipement

AUTRICHE

Société autrichienne recherche de nouveaux partenaires commerciaux aptes à distribuer des cabines sauna infrarouge disponibles en plusieurs dimensions. Les systèmes chauffants à rayons infrarouges et les radiateurs céramiques sont adaptés à toutes les puissances de rayonnement. Les marchés ciblés sont les sociétés actives dans les domaines de remise en forme, les constructeurs de saunas, les menuisiers, plombiers-chauffagistes, artisans et secteurs commerciaux spécialisés, les secteurs professionnels de l'électricité.

Réf : 8 - 17



n°8 - mai 2007

Crédit Industriel et Commercial - 6, avenue de Provence, 75009 Paris - Tél. : 01 45 96 96 96.
Direction Commerciale Marketing et Communication

Directeur de la publication : Thierry Delarue - Rédactrice en chef : Danièle Luczak.
Comité éditorial : Jean Lhermite, Nadège De Cauwer - Crédits photos : CIC, DR,
© ItinerantLens, © Olga Zaporozhskaya, © Michael Tizzano / Mistignis communication.
Réalisation : Mistignis Impression : Opale Istra - Dépôt légal : mai 2007.

► contactez-nous

Pour en savoir plus, contactez votre chargé d'affaires en agence ou votre responsable international en région.