

ACTUALITÉS RÉGIONALES à l'export

N°36 JUIN 2016

EN RÉGION CENTRE-VAL DE LOIRE



audio



Fabien VERDIER
Président
de CENTRÉCO
fabienverdier.
centrevalldeloire@gmail.com

Le 8 avril dernier, lors du Conseil d'administration de CENTRÉCO, j'ai été élu Président de l'agence de développement et de promotion économique de la région Centre-Val de Loire et je remercie les différents partenaires de la confiance qu'ils m'ont ainsi témoignée.

La Région ayant en charge le développement économique avec un élargissement de son périmètre de compétences, dans le cadre de la Loi NOTRe, CENTRÉCO a un rôle majeur à jouer dans les missions qui sont déjà les siennes, à savoir :

- La promotion de l'action économique régionale
- L'accompagnement des entreprises régionales dans leur développement (implantation, international...)
- Le conseil en croissance auprès des entreprises régionales
- L'information et l'expertise économique

Vecteur de l'attractivité économique régionale, CENTRÉCO mène en effet depuis plus de 20 ans de nombreuses actions visant à valoriser les atouts du Centre-Val de Loire et l'excellence des entreprises implantées en région (plus de 150 000 entreprises tous secteurs d'activités confondus). Des atouts et des compétences qui permettent à la région Centre-Val de Loire de s'imposer auprès de nombreux donneurs d'ordres tant nationaux qu'internationaux. Des arguments qui ont aussi séduit 517 entreprises étrangères, employant plus de 52 000 salariés en région. Ce dynamisme se traduit également par un volume d'échanges internationaux important, la région Centre-Val de Loire ayant enregistré pas moins de 615 millions d'euros d'excédent commercial en 2015. Ce sont d'ailleurs près de 3 000 entreprises régionales qui exportent dont plus de 1 300 ont déjà été accompagnées dans leur action à l'international par CENTRÉCO. Attractive à bien des égards, la région Centre-Val de Loire soutient les entreprises et les porteurs de projets dans leur stratégie de développement à travers CENTRÉCO. Par différents leviers sur l'ensemble du territoire, CENTRÉCO agit pour les TPE, PME, ETI et grands groupes afin de favoriser la mise en réseaux et dégager ainsi les synergies nécessaires à la construction d'un écosystème régional dynamique.

PORTRAITS D'UNE FILIÈRE

2 LA COSMETIC VALLEY

ZOOM SUR 4 LE ROYAUME-UNI

PORTRAITS D'ENTREPRISES

6 ASB Aérospatiale Batteries

Michel KREMER

CENTREXPOR

7 Programme d'actions collectives 2016

8 BRÈVES DE L'ÉCONOMIE

COMMERCE EXTÉRIEUR

Le commerce extérieur en région Centre-Val de Loire

Pour la 2^e année consécutive, le commerce extérieur de la région Centre-Val de Loire est en difficulté en début d'année et enregistre une contre-performance au 1^{er} trimestre. La balance commerciale régionale affiche, en effet, un solde négatif qui atteint 63 millions d'euros.

Après une fin d'année 2015 dynamique, les volumes échangés par la région Centre-Val de Loire ont perdu plus de 500 millions d'euros au 1^{er} trimestre, soit une baisse de 5,2 %. Les exportations régionales se sont contractées plus fortement (- 7,7 %) que les importations (- 2,7 %) au cours de la période.

Au plan national, les échanges commerciaux se sont également repliés au 1^{er} trimestre et le solde commercial s'est stabilisé à - 13,1 Mds €. Les exportations françaises ont diminué pour le 3^e trimestre consécutif (- 1,1 %), dans un contexte de ralentissement de l'activité mondiale. La plupart des produits échangés sont affectés, en particulier les traditionnels points forts de la France à l'export. Les livraisons aéronautiques fléchissent (- 5,7 %) après avoir atteint des niveaux record en fin d'année 2015. Le repli des exportations pharmaceutiques atteint 6,6 % et touche l'ensemble des zones, à

l'exception de l'Asie. Les importations françaises s'inscrivent également en baisse (- 1 %), suite à un nouveau repli du prix du pétrole, qui a permis un allègement de la facture énergétique de 1,5 Md €.

La région Centre-Val de Loire pâtit de la conjoncture des ventes pharmaceutiques

3^e région française pour les exportations de produits pharmaceutiques en 2015, la région Centre-Val de Loire est fortement affectée par la baisse des ventes constatée au plan national. La chute atteint presque 20 % sur la période et explique en grande partie le repli des exportations régionales au 1^{er} trimestre. En revanche, les ventes de matériels de transport sont en progression de 13,1 %, à contre-courant de la tendance nationale. Dans le même temps, les importations de la région Centre-Val de Loire ont diminué de 2,7 %, notamment grâce aux achats de produits pétroliers raffinés, quasiment réduits à

néant au cours du trimestre (- 93,5 %). Les importations de matériels de transport ont également reculé de 18,6 %.

Les échanges avec l'Union européenne en baisse

À l'image de la France, le repli des échanges concerne la quasi-totalité des zones. Les exportations de la région Centre-Val de Loire vers l'Union européenne reculent de 7,2 %, contre - 2,1 % au plan national. Les ventes vers la Belgique et le Royaume-Uni - qui concentrent plus de 34 % des ventes de produits pharmaceutiques de la région Centre-Val de Loire en 2015 - enregistrent les plus fortes baisses (respectivement - 20 % et - 15,2 %). Côté importations, les achats en provenance du Moyen-Orient chutent de 26,8 %, tandis que ceux en provenance des pays d'Asie du sud, regroupés au sein de l'ASEAN, progressent de 38,6 %.



En région Centre-Val de Loire

On cultive la Beauté

En dépit du ralentissement de la croissance mondiale, l'industrie française des cosmétiques (parfums, soins pour la peau, maquillage, soins capillaires, produits de toilette, etc.) se porte bien et poursuit son internationalisation. Symbole de l'excellence à la française, la filière parfums-cosmétiques occupe la place de Numéro 1 mondial.

C'est l'un des fleurons de l'industrie française : la filière cosmétique-parfums compte de grands groupes internationaux comme L'Oréal, LVMH, ou Chanel, mais aussi plus de 600 PME, qui représentent 80 % de la filière. Affichant un chiffre d'affaires de 25 milliards d'euros, c'est aussi le 3^e secteur exportateur en France, derrière l'aéronautique et les vins et spiritueux. Avec une progression de 4,4 % en 2015, les exportations ont même atteint le niveau record de 11,8 milliards d'euros (source FEBEA - Fédération des entreprises de la beauté) et l'excédent commercial dépasse les 9 milliards d'euros. Les ventes de maquillage sont celles qui ont connu la progression la plus importante. Le Moyen-Orient et l'Asie restent les zones les plus dynamiques même si l'Union européenne est de très loin le premier acheteur mondial de parfums et cosmétiques *Made in France*.

La région Centre-Val de Loire abrite plus de 50 entreprises fabricantes de produits cosmétiques essentiellement



réparties entre Orléans, Tours et Chartres. Tout au long de ces 30 dernières années, ces grandes entreprises ont attiré auprès d'elles de nombreux sous-traitants. Des matières premières au conditionnement, toute la filière « Parfums-Cosmétiques » s'épanouit aujourd'hui en région Centre-Val de Loire.

Le premier employeur régional, Christian Dior (Groupe LVMH) emploie plus de 1 500 personnes sur son site de Saint-Jean-de-Braye. S'étendant sur 55 hec-

tares, il s'agit de l'un des plus grands sites de production de parfums et cosmétiques de luxe en France. C'est sur ce même site que le groupe a choisi d'implanter, en 2013, son nouveau centre de recherche Parfums et Cosmétiques baptisé Hélios. Ce campus ultra-moderne, entièrement dédié à la recherche, à la création et à l'innovation, rassemble aujourd'hui 250 chercheurs au service des Maisons Parfums Christian Dior, Guerlain, Parfums Givenchy et Fresh. Il s'étend sur 18 000 m², ce qui en fait l'un des principaux centres de R&D de cosmétique en France.

Outre les fleurons français, 11 groupes étrangers ont aussi fait le choix de la région Centre-Val de Loire, à l'image du japonais Shiseido qui fournit l'Europe depuis ses 2 usines européennes de produits cosmétiques et de production de parfums, situées dans le Loiret. Une présence qui date de 1991 avec l'ouverture de l'usine de Gien, renforcée en 1999 par la création d'un deuxième site de production à Ormes, près d'Orléans. Au total, ce sont plus de 2 100 salariés qui travaillent pour ces groupes étrangers, attirés par la proximité de Paris et la beauté du Val de Loire.



2016, UNE ANNÉE RICHE EN PROJETS POUR LA COSMETIC VALLEY

Créée en 1994 à Chartres et labellisée pôle de compétitivité en 2005, la Cosmetic Valley a su sortir de son ancrage local et de son territoire pour fonctionner comme un véritable pôle de filière. Le nombre d'adhérents a été multiplié par dix entre 2004 et 2016. Au total, elle rassemble aujourd'hui 800 entreprises ainsi que 8 grandes universités françaises. Plus d'un produit cosmétique sur dix vendu dans le monde sort des usines cosmétiques du Centre-Val de Loire, de la Normandie et de l'Île-de-France.

Et pour continuer de faire rayonner la cosmétique française dans le monde, la Cosmetic Valley multiplie les partenariats internationaux avec des pôles et clusters similaires comme le Barcelona Beauty Cluster en Espagne, le Polo Tecnologico della Cosmesi en Italie, ou encore le Japan Cos-

metic Center. Des rapprochements avec la Malaisie et Taïwan devraient se concrétiser sous peu.

Le Pôle fédère aussi la participation de nombreuses entreprises françaises sur les salons cosmétiques internationaux comme In Cosmetics à Paris ou la China Beauty Expo. Au total, il participe à quatre salons internationaux pour la seule année 2016, dont trois en partenariat avec CENTRECO.

Enfin, la Cosmetic Valley ambitionne de quasi doubler la taille de Cosmetic 360, son salon lancé en 2015 dédié à l'innovation cosmétique, en passant de 3 000 à 5 000 m² avec un objectif de 240 exposants en 2016 au Carrousel du Louvre à Paris, contre 150 en 2015. À cette occasion, deux axes particuliers seront plus spécialement mis en avant : l'Instrumentation



et l'Optique et la beauté connectée (réalité augmentée, logiciels de matrice décisionnelle pour le choix des ingrédients et de solutions beauté, usages lasers, etc.).

L'année 2016 marquera également l'absorption par la Cosmetic Valley de son concurrent, le Pôle PASS (Parfums Arômes Senteurs Saveurs) situé en région PACA.

IN-COSMETICS 2016, LA PLUS GRANDE ÉDITION JAMAIS ORGANISÉE !

Les plus importants fournisseurs de l'industrie cosmétique mondiale s'étaient donné rendez-vous à Paris, du 12 au 14 avril derniers, lors du salon international In-Cosmetics. Spécialistes des matières premières et ingrédients,

des fragrances, du matériel de laboratoire, des essais ou bien encore des affaires réglementaires avaient fait le déplacement pour participer à ce rendez-vous incontournable. Avec plus de 790 exposants et plus de 9 700 visiteurs uniques, dont 63 % de visiteurs internationaux, cette 26^e édition a enregistré une fréquentation en hausse de + 14 %, ce qui en fait la plus importante jamais organisée !

Le plus grand pavillon français

Durant les 3 jours d'In-Cosmetics, les entreprises françaises étaient fédé-

rées sous un pavillon de 900 m² aux couleurs du pôle de compétitivité Cosmetic Valley. Une surface « record », jamais atteinte jusqu'alors par un pavillon national ! Organisé par CENTRECO, cet espace a notamment accueilli 9 entreprises de la région Centre-Val de Loire qui ont obtenu des retombées positives et des contacts qualitatifs.

Au sein de ce pavillon, Cosmetic Valley a également mis en lumière le programme « Cosmétosciences » destiné à impulser une dynamique d'innovation au développement de la filière et « Cosmet'up », la plateforme d'appui aux acteurs du secteur.



ZOOM sur... le Royaume-Uni



Londres



Chiffres clés

- Population** : 64,5 millions d'habitants en 2015
- PIB** : 2 864 mds \$ en 2015 (+2,5 % par rapport à 2014)
- Taux inflation** : 0,1 % (2015)
- Taux de chômage** : 5,1 % (2015)

Échanges commerciaux France / Royaume-Uni (2015)

- Export : 31,6 mds €
- Import : 19,6 mds €

Échanges commerciaux Région Centre-Val de Loire / Royaume-Uni (2015)

- Export : 1,8 milliard €
- Import : 796 millions €

En 2014, le Royaume-Uni a retrouvé sa place de 5^e économie mondiale, devant la France, avec un PIB de 1 791 milliards €. Retour sur des réformes impopulaires... mais efficaces.

La crise contraint le pays à se réformer

Le Royaume-Uni fait partie des pays les plus directement et les plus fortement touchés par la crise financière de 2008, en grande partie à cause de son secteur financier très développé et de son économie fortement ouverte à l'international. Lorsque la crise financière s'est transformée en crise économique globale, toutes les composantes de l'activité, à savoir industrie, construction et services, ont été touchées.

En conséquence, entre 2008 et 2013, les Britanniques ont dû faire de grands sacrifices : grande réduction du nombre de fonctionnaires, réductions des services publics, gels des salaires, baisse du pouvoir d'achat...

Cette politique d'austérité a porté ses fruits et s'est accompagnée depuis trois ans d'un incroyable rebond, avec une demande intérieure dynamique, un climat des affaires au beau fixe et surtout un taux de chômage en baisse continue, tombé à 5,1 %, son plus bas niveau depuis 10 ans. Entre 2010 et 2015, 2,5 millions d'emplois ont ainsi été créés

dans le secteur privé. Résultat : la croissance du pays a atteint 2,5 % en 2015, l'une des meilleures performances des grandes économies avancées.

Vers une sortie de l'Union européenne ?

Le Royaume-Uni bénéficie d'un « statut spécial » au sein de l'Union européenne, qui lui a notamment permis de conserver sa monnaie. Mais le maintien du pays dans l'Union a toujours fait débat (l'opposition à l'intégration européenne est présente au Royaume-Uni dès les premiers moments de l'intégration à la CEE au début des années soixante-dix). Un référendum aura lieu le 23 juin prochain sur le maintien ou non du pays dans l'Union européenne.

Selon l'OCDE, en cas de « Brexit » (British Exit, évoquant l'hypothèse d'une sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne),

les Britanniques et l'Europe toute entière connaîtront un « choc économique majeur », avis partagé par le FMI. L'Europe perdrait l'une de ses trois grandes puissances, une des plus importantes places financières au monde, le premier partenaire diplomatique des États-Unis en Europe ainsi que l'un des seuls États européens entretenant une armée régulière conséquente.

Un partenaire majeur pour la France

Malgré des conceptions différentes de la construction européenne, le Royaume-Uni est pour la France un partenaire incontournable tant en matière diplomatique et politique qu'en matière économique et commerciale. En effet, pour la 10^e année consécutive, le Royaume-Uni reste, en 2015, le premier excédent commercial bilatéral de la France (11,8 mds €).



Un marché porteur pour les vins du Val de Loire

Le marché mondial des vins a subi des évolutions majeures ces dernières années et devient de plus en plus concurrentiel, avec l'arrivée notamment des vins du « Nouveau Monde ». Si la part de marché des vins français se maintient en Allemagne, aux États-Unis et en Chine, elle affiche un net recul en volume comme en valeur au Royaume-Uni.

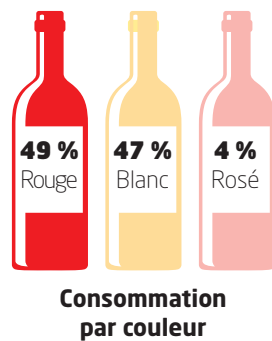
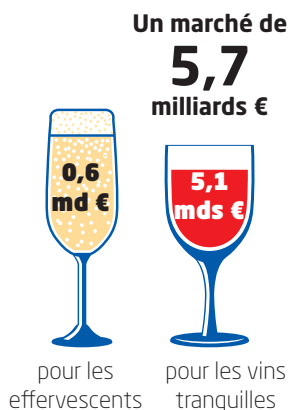
Traditionnellement amateur de bière, si le Royaume-Uni bénéficie d'une superficie viticole et d'une production de vin très marginales, il est le premier importateur de vins conditionnés en valeur dans le monde. Avec une population de 64,5 millions d'habitants, il est le sixième marché mondial pour la consommation de vin (récemment dépassé par la Chine) avec 1 260 millions de litres en 2015, soit plus de 5 % de la consommation mondiale. Une

consommation en augmentation de plus de 65 % entre 1995 et 2010 mais qui s'est stabilisée depuis.

Après avoir longtemps occupé la première place du podium, la France est reléguée en 3^e position en termes de volumes (14 % des parts de marché en 2015), derrière l'Italie (21 %) et l'Australie (18 %). Mais l'Hexagone reste le premier pays fournisseur du Royaume-Uni en valeur.

Le Royaume-Uni demeure le premier marché à l'exportation pour la viticulture régionale avec 95 000 hl écoulés en 2015. Pour la troisième année consécutive, ce marché majeur a progressé de 14 % en volume et de 7 % en valeur. Les vins blancs sont particulièrement appréciés par les consommateurs britanniques, une tendance dont ont largement bénéficié les vins de Vouvray.

Chiffres clés



6^e marché mondial avec **1 260 millions de litres** (soit 19,8 litres/an par habitant)

Les vins du Centre-Val de Loire à Londres



La « London Wine Trade Fair » est le principal événement commercial consacré au vin au Royaume-Uni. Y sont réunis les différents acteurs intervenant dans la commercialisation du vin afin de découvrir notamment les derniers millésimes et de développer partenariats et relations d'affaires.

Lors de sa 36^e édition, qui s'est tenue du 3 au 5 mai derniers, plus de 700 exposants venus du monde entier ont présenté quelques 13 000 vins. 4 professionnels de la région Centre-Val de Loire étaient présents, sur un espace d'exposition collectif coordonné par CENTRÉCO, pour mettre en lumière leurs savoir-faire et faire déguster Sancerre, Reuilly, Chinon, Touraine et autres Pouilly-Fumé et Coteaux du Giennois. Les domaines de Reuilly (36), Gitton Père & Fils (18), Villebois (41) et Château de Ligré (37) ont ainsi promu leurs appellations respectives auprès d'un public de professionnels chevronnés.

Comme indiqué dans notre précédent numéro, voici deux portraits d'entreprises régionales, l'une s'illustrant dans la filière aéronautique / spatial et la seconde dans l'agroalimentaire, deux des six filières prioritaires retenues dans le cadre du Plan Régional pour l'Internationalisation des Entreprises (PRIE) de la Région Centre-Val de Loire, destiné à encourager et accompagner au mieux les entreprises régionales dans leur développement à l'international.

AÉRONAUTIQUE / SPATIAL



ACTIVITÉ : développement et fabrication de piles thermiques et de traversées hermétiques

CHIFFRES D'AFFAIRES

2015 : 32 M€ (prévisions)

CA 2016 : 42 M€

215 salariés, dont 108 en France

www.asb-group.com

ASB Aerospatiale Batteries

Leader européen et n°2 mondial pour la fabrication de piles thermiques, ASB Aerospatiale Batteries poursuit sa croissance internationale avec notamment la création d'une filiale en Inde.

Le groupe ASB fabrique des piles thermiques dont la particularité est de pouvoir être stockée plus de 20 ans et de pouvoir fonctionner sans perte de performance dans des environnements mécaniques extrêmes (vibration, accélération, choc...), dans une plage de température allant de - 60 à + 80°C. C'est actuellement l'unique technologie présentant ces caractéristiques et seules quelques sociétés dans le monde fabriquent ce type de piles. Le marché de la défense en est le principal utilisateur même si ASB développe également des applications civiles. En effet, de futurs marchés se dessinent telle l'alimentation de secours ultime pour l'aéronautique civile (hélicoptère, aviation commerciale). Parallèlement, le groupe a été sélectionné pour fournir toutes les alimentations de puissance du futur lanceur européen Ariane6.

Avec 76 % de son chiffre d'affaires réalisé à l'étranger, le groupe ASB compte 60 clients dans 17 pays

et s'appuie sur 3 filiales à l'étranger : une au Royaume-Uni depuis 1996, une aux USA depuis 2006 et enfin tout récemment une en Inde (filiale créée en juin 2016). Les filiales étrangères permettent en effet de pénétrer des marchés qui ne sont pas accessibles depuis la France. Concernant la filiale américaine, celle-ci va changer de site cette année pour faire face à la croissance. Enfin, les produits étant spécifiques à chaque client, le groupe commercialise ses produits en direct auprès de grands donneurs d'ordre tels que Airbus, MBDA, Lockheed Martin, Raytheon, Boeing, etc.

Avec des prévisions de croissance et des perspectives à l'international, ASB a déjà recruté 21 personnes, dont 11 en CDI, depuis décembre 2015 sur son site de Bourges (Cher), qui compte désormais une centaine de salariés. Les ingénieurs représentent 30 % des effectifs d'ASB en France, profil difficile à recruter dans la région.



AGROALIMENTAIRE

Pâtisserie Michel Kremer, quand tradition rime avec modernité

Depuis 1994, la Pâtisserie Michel Kremer s'inspire de la tradition pâtissière française pour développer ses spécialités surgelées, sans additif ni conservateur. L'entreprise ne consomme que du beurre, des œufs, de la farine, du lait, du sucre et du chocolat. Son savoir-faire réside en grande partie dans la surgélation.

L'entreprise familiale d'Argenton-sur-Creuse (36) propose aujourd'hui une large gamme de recettes couvrant la plupart des savoir-faire pâtisseries comme la pâte à choux, les fondants, les moelleux, les cakes sucrés et salés, mais également une gamme de pâtisseries bio. Une gamme de 300 gâteaux, vendus dans l'Hexagone aussi bien aux chaînes de boulangerie, pâtisseries et compagnies aériennes qu'à la grande distribution.

Mais, en valorisant l'origine, le territoire, la tradition et l'authenticité, Kremer exporte aussi les pâtisseries iconiques françaises dans une quinzaine de pays. Et l'entreprise continue de nourrir de fortes ambitions à l'export. Le salon des marques distributeurs, PLMA d'Amsterdam et l'incontournable SIAL (Salon international de l'alimentation à Paris) occuperont les équipes du développement international dans les mois à venir.

En pleine croissance, l'entreprise a par ailleurs investi 5 millions d'euros l'an passé dans une nouvelle unité de fabrication. Une 4^e extension pour le premier employeur d'Argenton-sur-Creuse (165 salariés), qui souhaite encore se développer pour atteindre les 220 salariés d'ici 4 ans.



ACTIVITÉ : pâtisserie industrielle surgelée

CRÉATION : 1994

CHIFFRE D'AFFAIRES 2015 : 28 M€

165 salariés

www.patisseriekremer.fr

CENTREXPORT PROGRAMME D' ACTIONS COLLECTIVES 2016

AGROTECH

MACHINES, ÉQUIPEMENTS ET FOURNITURES POUR L'AGRICULTURE ET LES INDUSTRIES ALIMENTAIRES

BOIS

✓ **CARREFOUR INTERNATIONAL DU BOIS** (biennal) ■
1-3 juin
Salon international du bois
Nantes (France)

PRODUITS ET FILIÈRES ALIMENTAIRES

AGROALIMENTAIRE (AGROALIMENTAIRE - PRODUITS GOURMETS)

✓ **SPECIALITY & FINE FOOD FAIR** (annuel) ●
4-6 septembre
Salon international des produits gourmands
Londres (Grande-Bretagne)

✓ **FRUIT ATTRACTION** (annuel) ●
5-7 octobre
Salon international des fruits et légumes
Madrid (Espagne)

✓ **SIAL PARIS** (biennal)
16-20 octobre
Salon international de l'alimentation
Paris-Nord Villepinte (France)

VINS, SPIRITUEUX, BOISSONS (VSB)

VITICULTURE

✓ **PROWINE CHINA** (annuel) ■ **NOUVEAU**
8-11 novembre
Salon international des Vins et Spiritueux
Shanghai (Chine)

✓ **VINEXPO TOKYO** (biennal) ● **NOUVEAU**
15-16 novembre
Salon international des Vins et Spiritueux
Présentation de la gamme des vins de Loire aux importateurs japonais - Tokyo (Japon)

INFRASTRUCTURE, TRANSPORT, INDUSTRIE

ÉNERGIE - ENVIRONNEMENT - CHIMIE

ENVIRONNEMENT

✓ **POLLUTEC MAROC** (annuel) ■
19-22 octobre
Salon international des équipements, des technologies et des services

de l'environnement pour l'industrie et les collectivités locales
Casablanca (Maroc)

✓ **POLLUTEC** (annuel)
29 novembre-2 décembre
Salon international des équipements, des technologies et des services de l'environnement pour l'industrie et les collectivités locales
Lyon (France)

INDUSTRIE

AÉRONAUTIQUE

✓ **EUROSATORY** (biennal)
13-17 juin
Salon international de la défense terrestre, aéroterrestre et de la sécurité
Paris-Nord Villepinte (France)

SOUS-TRAITANCE / BIENS D'ÉQUIPEMENT / MÉCANIQUE

✓ **ALL 4 PACK** (biennal)
14-17 novembre
Salon international de l'emballage et de la manutention
Paris-Nord Villepinte (France)

✓ **MIDEST** (annuel)
6-9 décembre
Salon international de la sous-traitance
Paris-Nord Villepinte (France)

INFRASTRUCTURES - TRANSPORTS

FERROVIAIRE - TRANSPORTS

✓ **INNOTRANS** (biennal) ■
20-23 sept.
Salon international sur les techniques de transport - Berlin (Allemagne)

MODE, HABITAT, SANTÉ

BÂTIMENT, DÉCORATION, TOURISME

BÂTIMENT

✓ **SALON INTERNATIONAL DU PATRIMOINE CULTUREL** (annuel) **NOUVEAU**
3-6 novembre
Salon international du patrimoine culturel
Thème 2016 "Les chantiers remarquables du patrimoine"
Paris-Carrousel du Louvre (France)

✓ **DENKMAL / MUTEK** (biennal) **NOUVEAU** pour Mutec
10-12 novembre
Salon européen de la conservation des monuments, de la restauration et rénovation de bâtiments anciens
Mutec : salon international des techniques muséographiques
Leipzig (Allemagne)

✓ **SIB** (annuel) ■
23-27 novembre
Salon international du bâtiment
Casablanca (Maroc)

DÉCORATION INTÉRIEURE

✓ **MAISON & OBJET** (biennal)
2-6 septembre
Salon international de la Mode-Maison
Paris-Nord Villepinte (France)

✓ **HOSTYS CONNECT** (annuel - itinérant)
27-29 novembre
Rencontres d'acheteurs et de prescripteurs de l'hôtellerie de luxe
Rome (Italie)

TEXTILE - HABILLEMENT

✓ **PLAYTIME TOKYO** (biennal) **NOUVEAU**
23-25 août
Salon international dédié à l'univers de l'enfant et des vêtements de maternité
Tokyo (Japon)

BIOTECHNOLOGIES, COSMÉTIQUES, SANTÉ

BEAUTÉ - BIEN-ÊTRE COSMÉTIQUE

✓ **COSMETIC 360** (annuel)
13-14 octobre
Salon international du savoir-faire et de l'innovation pour la filière parfumerie
Paris - Carrousel du Louvre (France)
En partenariat avec Cosmetic Valley

✓ **COSMOPROF ASIA** (annuel) ■
16-18 novembre
Salon international de la cosmétique
Hong-Kong (Chine)

SANTÉ - ÉQUIPEMENT MÉDICAL PHARMACIE

✓ **CPHIWORLDWIDE-ICSE** (annuel - itinérant)
4-6 octobre
Salon international des services aux industries pharmaceutiques
Barcelone (Espagne)
En partenariat avec Polepharma

✓ **MEDICA-COMPAMED** (annuel)
14-17 novembre
Salon international de la médecine et de l'hôpital
Düsseldorf (Allemagne)

■ en partenariat avec Business France

● en partenariat avec SOPEXA

◆ en partenariat avec le GIFAS



+ De nouvelles ambitions internationales pour Téane

Les laboratoires Téane, qui proposent des soins bio pour femmes enceintes et jeunes mamans, lancent à présent une gamme de produits pour bébés, Derma Bébé. Engagés depuis 2013 sur le grand export, au Moyen-Orient et en Asie, les laboratoires, dont le siège est basé à Ormes (Loiret), étendent encore leur présence à l'international. Cette année, leurs produits seront commercialisés en Chine ainsi qu'en Suisse. L'Amérique du Nord, dont la réglementation est particulièrement complexe, reste pour le moment à l'état de projet mais fait également partie des marchés ciblés par l'entreprise.

+ COGEPRINT, CAP SUR L'AFRIQUE

Spécialiste de l'imprimé sécurisé et de l'édition, Cogeprint réalise entre autres les documents sensibles pour certaines banques, assurances et mutuelles. L'entreprise blaisoise (Loir-et-Cher), qui emploie une quarantaine de salariés, imprime également divers documents dits inviolables grâce à différents marquages tels que QR Code ou codes-barres. Parallèlement, Cogeprint se développe à l'international et notamment en Afrique où l'utilisation du chèque est en pleine croissance.

+ GLI décroche un contrat au Mali

GLI (Gilles Leroux Industrie), spécialiste des puces anti-fraude, vient de remporter un contrat avec la Caisse d'assurance-maladie de Bamako, au Mali. La société de St-Jean-de-Braye (Loiret) fournira des solutions d'identification biométrique afin d'alimenter et de rendre plus sûres les cartes des assurés maliens. Une belle référence dans le secteur de la santé pour GLI, qui réalise déjà 90 % de son chiffre d'affaires à l'export.

+ Nouveau contrat au Brésil pour Faiveley Transport

Une nouvelle fois, le groupe Faiveley Transport, spécialiste de l'équipement ferroviaire, vient de remporter un important contrat à l'international. Un contrat de plusieurs millions d'euros pour fournir des portes palières pour le métro de Sao Paulo, au Brésil. L'ingénierie sera assurée par le site de St-Pierre-des-Corps (Indre-et-Loire) et les livraisons interviendront d'octobre 2019 à novembre 2020.

+ ATI poursuit sa croissance en Europe mais pas que...

ATI, le leader français des fours de crémation, fabriqués dans son usine de Gien (Loiret), bénéficie d'un marché en progression en France mais également à l'étranger. Avec près de 50 % de son activité réalisée à l'export (+ 20 % par an depuis 5 ans), l'entreprise détient déjà 45 % du marché en Grande-Bretagne où elle a ouvert une filiale en 2010 et prévoit l'ouverture de nouvelles filiales en Espagne, au Portugal ainsi qu'en Italie. Par ailleurs, ATI ambitionne d'accéder au marché chinois dont une partie des fours de crémation est à rénover à court terme. Enfin, elle mise également sur les besoins en Afrique en matière d'incinérateurs de déchets divers, qu'elle produit à hauteur de près de 30 % de son activité.

