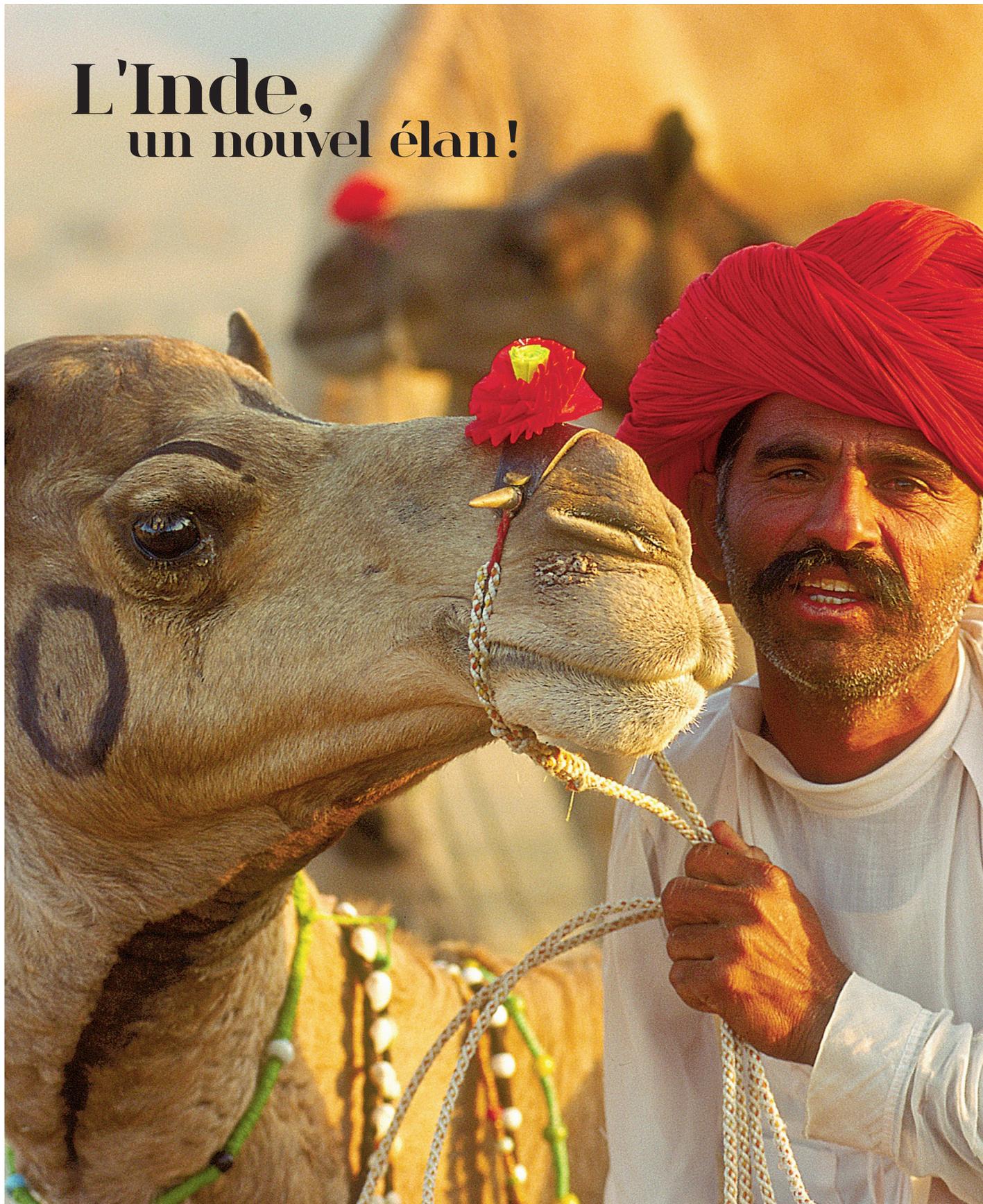


# NATIONS EMERGENTES

N°18  
Octobre  
2013

REVUE DE COMMERCE INTERNATIONAL [www.nations-emergentes.org](http://www.nations-emergentes.org)

L'Inde,  
un nouvel élan!



Aranya



# Immersion dans l'Inde innovante

Aranya et Incent conçoivent des voyages d'études sur-mesure et créatifs à la découverte de l'Inde émergente.

Photographie : Clément Guillot

## ///// VOS CONTACTS

**AYMERIC QUILLET** - TEL. 01 42 76 08 81 - [aymeric@aranya.fr](mailto:aymeric@aranya.fr) - [www.aranya.fr](http://www.aranya.fr)

**PATRICE DEDEYN** - TEL. 01 45 82 15 78 - [pdedeyn@incent-tours.com](mailto:pdedeyn@incent-tours.com)

à Paris



### Une présence Internationale

Inde, UEA, USA, Canada,  
Singapour, Malaisie, Bahrain,  
Oman, Qatar, UK

Explorer de nouvelles destinations...

Maintenant en France

### Une ambiance

Une aventure  
Culinaire



L'atmosphère inimitable est un hommage à l'hospitalité et à la délicatesse traditionnelles du Sud de l'Inde

maintenant les  
saveurs  
culinaires  
maintenant  
indiennes à  
paris

### Nos plats

La formule de notre succès allie le goût et la qualité des plats que nous préparons. Nos menus comprennent des Petits déjeuners, les Déjeuners, les Diners, des Tandooris, des spécialités traditionnelles et Indo-chinoises, des desserts et autres douceurs, ainsi que des boissons alcoolisées. Mettez des épices dans votre votre vie



### Notre adresse



Venez nous visiter et découvrir nos savoureux mets indiens servis avec passion ....

170 rue du Faubourg Saint Denis 75010.

Horaires: 8 :00 à 23:00 7jours sur 7

paris



**SARAVANAA BHAVAN**<sup>®</sup>  
(INDIAN VEGETARIAN RESTAURANT)

170, Rue Du Faubourg Saint - Denis 75010, Paris. Ph. 01 40 05 01 01.

Une synergie de goût et de qualité dans le monde entier... chaque jour... chaque heure...

# L'Inde, un nouvel élan!

L'Inde actuelle prend du recul par rapport à la décennie de forte croissance des années 1990 et doute des bienfaits de l'ouverture économique qui l'a conduite à prendre le tournant libéral. En 1991, l'Inde acculée par la crise de la dette avait été contrainte à accélérer les réformes sous la pression du Fonds Monétaire International (FMI) et avait opté pour l'ouverture économique. Cette stratégie a eu un impact certain car elle a ouvert une période de forte croissance depuis le début de ce siècle. On est passé d'une "hindu growth" de 3,5% dans les années 1990 à plus de 10% jusqu'en 2010. Le pays a même réussi à surmonter rapidement le choc financier de 2008.

De nos jours, l'Inde s'aperçoit que cette ouverture rapide a creusé de profonds déséquilibres économiques. Elle s'est traduite par une pression constante de ses partenaires pour plus de réformes dans des secteurs jusqu'à protégés comme celui du commerce et de la grande distribution. De nouvelles entreprises ont pénétré le marché, ce qui a intensifié la concurrence et éliminé les plus vulnérables.

La forte croissance de la dernière décennie a provoqué des ruptures énergétiques. Une forte demande a causé une rupture de son approvisionnement; ce qui s'est traduit par de fréquentes coupures d'électricité, qui ont freiné la production. En été 2012, par exemple,

le blackout a privé d'électricité plus de 600 millions d'Indiens pendant de nombreuses heures et engendré l'arrêt de la production industrielle.<sup>1</sup>

Le développement de l'Inde durant cette période, s'est surtout focalisé dans de grandes villes du monde comme Bangalore, Chennai, Mumbai... qui sont les principales bénéficiaires de l'ouverture, au détriment du reste du territoire tombé en décrépitude. Ce qui a entraîné des tensions par suite des disparités régionales.<sup>2</sup>

L'Inde n'est pas la Chine avec une structure centralisée. Elle est la «plus grande démocratie du monde» qui doit tenir compte des rapports de force entre les partis pour réaliser ses objectifs et favoriser à terme le bien-être et le progrès économique. Elle dépend d'un accord entre les partis politiques pour mener à bien ses projets.<sup>3</sup>

L'Inde actuelle est en quête d'un nouvel équilibre entre ces trois facteurs: politique, social et économique pour définir un nouveau modèle qui lui permettrait de résorber ces déséquilibres et de se positionner par rapport à la Chine et aux États-Unis. Le consensus sur le choix du modèle est sapé par les intérêts partiels des partis régionaux qui bloquent l'avancement des projets qui vont à l'encontre de leur groupe d'affaires.<sup>4</sup>

L'Inde est à la croisée des chemins car le nouvel équilibre dans la transition tarde à se concrétiser – ce qui freine le rattrapage et accentue le décrochage

du pays par rapport à la Chine. Dans le secteur du textile par exemple, l'Inde a perdu beaucoup de parts de marché depuis sa libéralisation en 2005. Elle n'a pas réussi à monter en gamme pour faire face à la concurrence chinoise.

Cette politique prudente qui consiste à s'avancer à petits pas au gré des coalitions comporte quelques avantages car elle lui permet d'éviter l'énorme gaspillage du modèle chinois qui peut s'avérer coûteux à long terme. Les valeurs de frugalité et de patience sont inscrites dans la tradition indienne. Pirandello écrivait «à chacun sa vérité», cette affirmation semble convenir à l'Inde actuelle, à condition toutefois de la transformer légèrement en réécrivant «à chacun son rythme de croissance». Rythme qu'il ne peut dépasser s'il veut sérieusement poser des fondations solides de son développement économique. Tel est l'enjeu de la recherche d'un équilibre de la transition dans l'Inde d'aujourd'hui. ◉

**Douraya ASGARALY**

Nous vous invitons à réagir à cet éditorial en nous écrivant à l'adresse mail suivante:  
**contact@nations-emergentes.org**

1. L'Inde en quête d'un nouveau souffle – problèmes économiques – janvier 2013.

2. L'Inde et la Chine à l'assaut du monde – rapport Anthéios 2006.

3. Rapport Anthéios – 2006, ibid.

4. Problèmes économiques, ibid.

## NATIONS EMERGENTES

N°18 | Octobre 2013

Association de loi 1901 | W931002897  
4, rue des Arènes | 75005 PARIS (France)  
Tél.: (00 33) 616 634 519  
Email: contact@nations-emergentes.org  
web: www.nations-emergentes.org

• **Directrice de publication** •  
Douraya ASGARALY  
tél.: (33) 6 16 63 45 19  
Email: nat.emergentes@yahoo.fr

• **Avec** •  
Elsa da SILVEIRA, directrice de communication  
elsa.dasilveira@nations-emergentes.org  
Gwendal LE SCOUL, conception graphique  
Stéphanie HAMELIN, maquette

• **Photo de couverture** •  
Incredible India!  
(© Office national de tourisme indien)

## SOMMAIRE

ÉDITORIAL .....	P.3
FICHE PAYS .....	P.4
L'INDE... VUE PAR UN SPÉCIALISTE .....	P.8
FOCUS: CONQUÉRIR LE MARCHÉ DE L'INDE .....	P.14
LES SECTEURS PORTEURS .....	P.16
EXPORTER EN INDE: MODE D'EMPLOI .....	P.20
LE CARNET CCI .....	P.22
FOIRES ET SALONS .....	P.23

AFGHANISTAN

PAKISTAN

CHINE

NÉPAL

BHOUTAN

BANGLADESH

BIRMANIE

Delhi  
NEW DELHI

Calcutta

Bombay  
(Mumbai)

Hyderabad

# Inde

Mer d'Arabie

Bangalore

Madras  
(Chennai)

Golfe du Bengale

SRI LANKA

Océan Indien



0 ÉCHELLE 500 KM

## LES DONNÉES POLITIQUES

République fédérale (28 États, 7 territoires de l'Union)  
NATURE DU RÉGIME  
Démocratie parlementaire  
• CHEF DE L'ÉTAT : Pranab Mukherjee, qui a succédé à Pratibha Devisingh Patil le 25/7/2012  
• CHEF DU GOUVERNEMENT : Manmohan Singh (depuis le 22/5/2004, reconduit le 22/5/2009)  
• CONTESTATIONS TERRITORIALES : Pékin continue à revendiquer tout ou partie du territoire de l'État de l'Arunachal Pradesh (87 000 km<sup>2</sup>, 1000 km de frontière avec la Chine). L'énorme pomme de discorde du Cachemire oppose l'Inde au Pakistan, mais aussi à la Chine. La frontière avec le Bangladesh connaît aussi des conflits.

## LES PRINCIPALES VILLES

• DELHI, située dans la plaine gangétique, sur les bords de la rivière Yamuna, est à la fois le siège du gouvernement central et un territoire fédéral de 1483 km<sup>2</sup> largement urbanisé. La capitale a connu une croissance démographique rapide depuis l'indépendance avec l'afflux des réfugiés de 1947 et migrants économiques en provenance des autres États du pays. L'agglomération compte à présent 21 millions d'habitants.

• MUMBAI (ex Bombay) est une ville portuaire, capitale du Maharashtra. Elle compte 13 millions d'habitants et si on inclut ses villes satellites, elle comprendrait environ 21 millions d'habitants formant ainsi la 2<sup>e</sup> région urbaine de l'Inde après Delhi. L'empire Tata y installe des aciéries, et plus tard l'automobile et l'aéronautique. Elle génère 6% du PIB et 20% du commerce maritime et plus de

la moitié des transactions de capitaux de l'économie indienne.

• KOLKATA: Calcutta renommée Kolkata en 2011 est la capitale du Bengale occidentale. La ville est à la fois le principal centre urbain et le 1<sup>er</sup> port de l'est de l'Inde. Calcutta est la 3<sup>e</sup> agglomération indienne avec plus de 14,5 millions d'habitants. Elle abrite également un aéroport international.

• CHENNAI (ex Madras) : Madras est devenu Chennai en 1996. C'est la capitale de Tamil Nadu. En 2011, avec ses quelque 8,6 millions d'habitants, Chennai s'impose comme la 4<sup>e</sup> agglomération urbaine de l'Inde, devant Bangalore et sur une trajectoire plus favorable qu'Hyderabad. Chennai est aussi un grand centre culturel: 2<sup>e</sup> production de films indiens et un rayonnement important en danse classique (Bharata natyam).

• BANGALORE se trouve au sud du plateau de Deccan. C'est la 5<sup>e</sup> ville de l'Inde par sa population qui comprend plus de 6 800 000 habitants en 2006. Elle bénéficie d'un climat relativement frais du fait de l'altitude (plus de 900 mètres). L'image de ville de hautes technologies, "Silicon Plateau" de l'Inde s'enracine dans les créations d'époque coloniale: Indian Institute of Science en 1906, première usine aéronautique en 1942 qui firent dire à Nehru en 1947, qu'elle serait "la ville du futur" de l'Inde.

• HYDERABAD est la capitale d'Andhra Pradesh. Elle est la 6<sup>e</sup> agglomération de l'Inde avec 6 millions d'habitants. La ville manifeste un dynamisme remarquable en voulant rattraper Bangalore. C'est une destination privilégiée pour le génie logiciel et les services informatiques ainsi que les biotechnologies.

# Aspect culturel

## Auteur:

L'intérêt que Steve Jobs (fondateur d'Apple) portait pour la spiritualité orientale, l'hindouisme, le bouddhisme zen, et la recherche de l'illumination intérieure n'était pas une lubie éphémère. Durant toute sa vie, il cherchera à suivre les préceptes fondamentaux des religions orientales, tels que le chemin expérientiel de la prajna : une perception aiguë que l'on atteint intuitivement par la concentration.

Des années plus tard, assis dans son jardin de Palo Alto, il évoquera les enseignements de son voyage initiatique en Inde: revenir en Amérique fut, pour moi, un choc culturel plus violent que d'aller en Inde. Les gens dans la campagne indienne n'utilisent pas leur intellect de la même façon que nous, ils se fient davantage à l'intuition; et là-bas, elle est bien plus développée que partout ailleurs dans le monde. L'intuition est très puissante, bien plus puissante que l'intellect, à mon sens. Et elle a eu une grande influence sur mon travail.

La pensée rationnelle occidentale n'est pas une caractéristique innée de l'homme; elle est acquise et elle est la pièce maîtresse de la civilisation occidentale.

Dans les villages de l'Inde, ils n'ont jamais appris une telle pensée. Ils ont acquis une autre façon de penser, qui, à certains égards, est aussi efficace que la nôtre. C'est le pouvoir de l'intuition qui saisit ensemble les éléments disparates dans un seul tableau.

En revenant au pays après sept mois passés dans les villages indiens, j'ai vu toute la folie de l'Occident et l'omniprésence de sa pensée rationnelle. Asseyez-vous et essayez d'observer ce qui se passe dans votre tête, vous allez vous rendre compte à quel point votre esprit est agité.

Si vous tentez de le calmer, cela empire, mais avec du temps et de la persévérance, il parvient à s'apaiser, et quand ce miracle se produit, alors il y a de la place pour entendre des choses plus subtiles – c'est à ce moment que notre intuition s'ouvre et que l'on commence à discerner le monde plus clairement, et à être davantage dans le présent. L'esprit ralentit sa course, et on

**Steve jobs:  
«L'Inde m'a  
appris à  
faire confiance  
à l'intuition!»**



découvre le grand espace du temps. Le regard porte alors si loin, on voit tellement mieux qu'au-paravant. Mais cela exige une discipline de vie. Elle ne vient qu'avec la pratique.

Dans son travail, Steve Jobs a toujours suivi son intuition. Il n'a jamais cherché à faire valider ses décisions, que ce soit par des actionnaires ou par des consommateurs. Il pratiquait en fait «l'innovation orientée consommateur» aiguillonnée par l'intuition, plutôt que l'innovation menée par le client et façonnée par la rationalité.

**Il pratiquait en fait «l'innovation orientée consommateur» aiguillonnée par l'intuition, plutôt que l'innovation menée par le client et façonnée par la rationalité.**

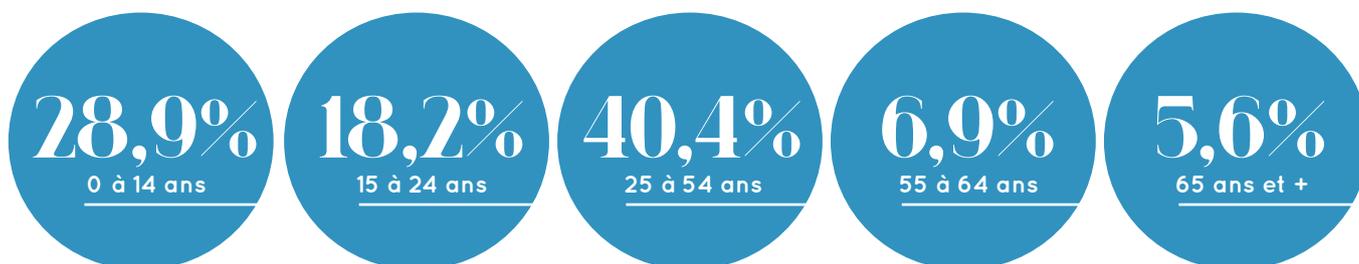
Le bouddhisme zen a également eu une profonde influence dans la vie de Steve Jobs. La quête de la simplicité a été pour lui une révélation et le leitmotiv de toutes ses créations. Elle a influencé Steve Jobs qui est devenu le maître de cette approche. Dans une de ses rares interviews à Business Week, il a déclaré: «l'innovation émerge quand on dit non à des milliers de choses pour ne pas emprunter de mauvaise voie ou éviter d'en faire trop». ☺

Source : Indian express.com – 24 octobre 2011.



# Le pays, sa population, sa langue et les données sociologiques

Source : CIO factbook



**3 287 260 km<sup>2</sup>**  
de superficie

## Langues

L'hindi a statut de langue officielle. L'anglais a celui de langue officielle associée. La Constitution reconnaît 22 langues: assamais, bengali, bodo, cachemiri, dogri, gujarati, hindi, kannada, konkani, maithili, malayalam, manipuri, marathi, népal, oriya, pendjabi, sanscrit, santhali, sindhi, tamoul, telougou et ourdou.

## LE PAYS

L'Union indienne incarne à elle seule les trois quart de la surface, de la population, de l'économie ou encore des forces armées de l'Asie du Sud. L'Inde moderne occupe une place centrale, imposante et exceptionnelle dans ce sous-continent. Elle possède des frontières terrestres avec les Bangladesh, Bhoutan, Népal et Pakistan — des frontières maritimes avec les Maldives, Sri Lanka.

L'Inde partage 3 400 km de frontières avec la Chine.

Le Nord-Est indien offre à l'Inde un accès terrestre au Sud-Est asiatique en lui ouvrant les portes de la Birmanie avec laquelle elle partage une frontière de 1 500 km. L'Inde est également une longue péninsule terrestre s'avancant vers le cœur de l'Océan indien avec sur le front occidental, la mer d'Arabie et sur les côtes orientales, le golfe du Bengale.

Capitale : New Delhi. 🌐

**1,2 milliard** d'habitants  
en 2012

## ▶▶ SITES UTILES

Portail des sites officiels indiens  
<http://goidirectory.nic.in>

Portail des médias indiens  
<http://www.onlinenewspapers.com/india.htm>

Centre d'études de l'Inde et de l'Asie du Sud  
<http://ceias.ehess.fr>

Samachar (quotidiens indiens en anglais)  
<http://www.samachar.com>

The Times of India  
<http://www.timesofindia.com>

The India Today Group  
<http://india-today.com>

Outlook (hebdomadaire d'actualité générale)  
<http://www.outlookindia.com>

The Hindu  
<http://www.hinduonnet.com>

Frontline  
<http://www.frontlineonnet.com>

Economic and Political Weekly  
<http://www.epw.in>

## Infrastructures

### ROUTES

3,3 millions de km de routes. 55 % des routes n'ont pas de revêtement. 40 % des villages de moins de 1 500 habitants ne sont pas reliés au réseau routier.

### TRANSPORT AÉRIEN

Les principaux aéroports internationaux de l'Inde: Delhi, Mumbai, Kolkata, Chennai, Bangalore,

Kochi et Thiruvananthapuram. 10 custom airports qui ont des facilités douanières pour les passagers et le fret. 8 model airports qui peuvent accueillir des Airbus A 320. 88 aéroports domestiques et 28 enclaves militaires.

### TRANSPORT FERROVIAIRE

70 000 km. 42 % de transport de fret et 20 % du trafic passagers.

### TRANSPORT MARITIME

Les principaux ports: Piparav et Mundra (Gujarat); Kolkata (Bengale occidentale); Chennai (Tamil Nadu); Mumbai (Maharashtra); Cochin (Kerala); Visakhapatnam et Ennore (Andhra Pradesh) Jawaharlal Nehru (Maharashtra); Mormugao (Goa); Paradip (Golfe du Bengale); Port Blair (iles Andaman); Haldia (Bengale occidentale). 🌐

# Les chiffres clés de l'économie

Sources : *FTU - world economic outlook database*

En 2011, la Chine est le premier fournisseur de l'Inde et son 3<sup>e</sup> partenaire commercial.

**Monnaie** : la roupie indienne (INR)  
100 IND ..... 1,42€  
(au 20/06/2012)

**PIB** (en milliards de \$)

2009	1253,98
2010	1630,47
2011	1826,81
2012	1946,77
2013	2117,28 (estimation)

**Croissance du PIB** (en %)

2009	6,6
2010	10,1
2011	6,8
2012	4,9
2013	6,0

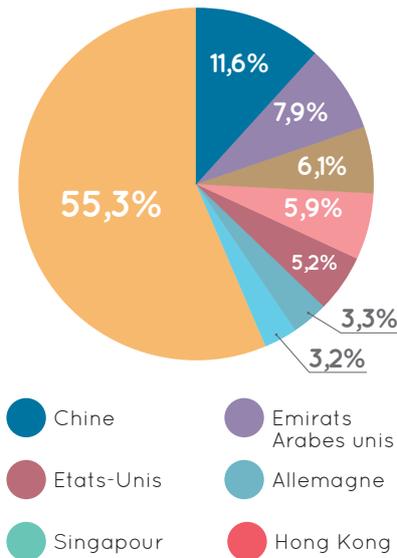
**Croissance par habitant** (US\$)

2009	1068,13
2010	1369,54
2011	1513,62
2012	1591,57
2013	1708,50

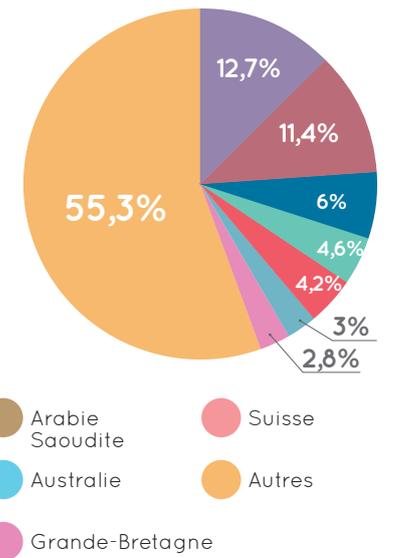
**Les échanges entre la France et l'Inde en 2011** (en milliards de \$)

Export	3,85
Import	6,53

LES PRINCIPAUX FOURNISSEURS DE L'INDE EN 2011 (IMPORT)

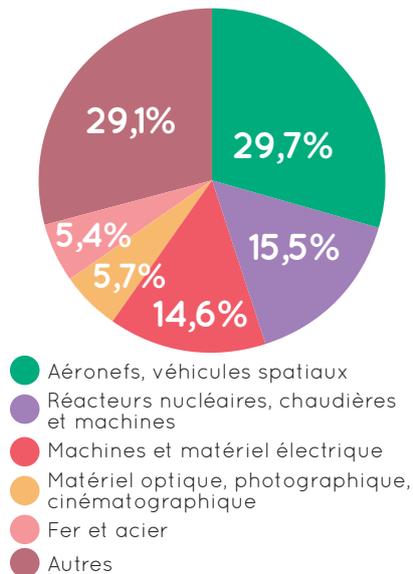


LES PRINCIPAUX CLIENTS DE L'INDE EN 2011 (EXPORT)

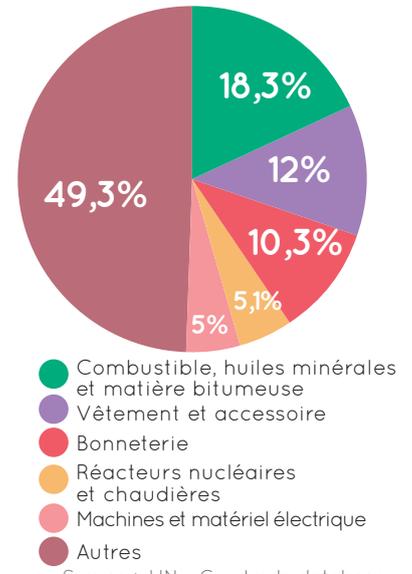


Source: UN - Comtrade database

LES PRODUITS EXPORTÉS PAR LA FRANCE EN 2011

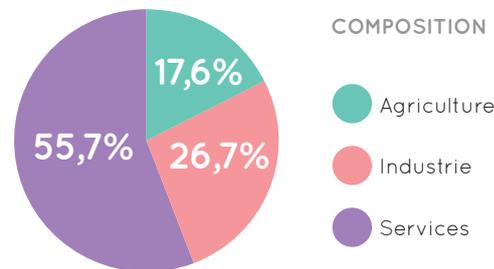


LES PRODUITS IMPORTÉS DE L'INDE EN 2011



Source : UN - Comtrade database

COMPOSITION DU PIB PAR SECTEUR EN 2012



Source: World Bank

**KM SERVICES**  
POUR UN MONDE SANS FRONTIÈRES

BESOIN DE  
VISA RAPIDE & SIMPLIFIÉ  
POUR L'INDE

TÉL: 0826 960 992 • SITES INTERNET : WWW.KMSERVICES.EU • EMAIL : SANDRINE@EXPRESSFORMALITES.EU

# La fin de la “shining India”?

*Auteur: Jean-Joseph Boillot*

Jean-Joseph Boillot est un spécialiste de l'Inde qui a écrit plusieurs articles et livres dont *L'Économie de l'Inde* aux éditions de la Découverte qui est une référence incontournable sur le sujet. Il a récemment traduit le livre de Navi Radjou, *Jugaad Innovation*, éditions Diatino, et publié un bestseller, *Chindiafrique* (Odile Jacob, janvier 2013).

Dans cette interview, il montre que l'Inde d'aujourd'hui est à la croisée des chemins. Elle cherche un consensus pour construire le bon modèle de demain qui lui permettrait d'émerger comme une grande puissance démocratique, face notamment à la Chine.

## Peut-on encore parler de la “Shining India” ?

Il s'agit d'un terme très daté dans l'histoire récente au moment où l'économie mondiale était dans une phase d'expansion et où les liquidités étaient surabondantes. C'est une période de boom tiré par la croissance des pays tant émergents que développés mais qui ne pouvait qu'avoir une fin plus ou moins heureuse.

En Inde, elle s'est traduite par une confusion entre deux ou trois années de croissance très forte (au-dessus de 9%) et la possibilité de maintenir ce régime de croissance accélérée au même rythme que la Chine pendant trente ans. Cela a entraîné des illusions car le potentiel de croissance indien n'est pas celui d'une croissance aussi rapide. Il n'y a pas en Inde un parti communiste qui dirige le pays d'une main de fer et le modèle indien de transition démographique n'est pas du tout comparable avec celui de la Chine. Je persiste à croire que la croissance potentielle de l'Inde varie entre 6 à 7% par an. Si déjà l'Inde arrive à maintenir ce taux pendant trente ans, alors on peut parier qu'elle sera une grande puissance économique et capable de faire le contrepoids face à la Chine.

En positif, le slogan de « Shining India », a créé une mobilisation de l'ensemble de la société indienne. Ce qui est très rare. On a souvent attribué ce mot d'ordre au BJP (parti nationaliste hindou). Ce n'était pas un slogan émanant d'un seul parti politique car il trouvait un écho dans l'ensemble de la nation indienne qui avait enfin retrouvé la confiance dans l'avenir et dans sa ca-

pacité à se développer à une vitesse assez rapide pour retrouver sa place dans le concert des nations et sortir de l'économie de survie.

Il convient donc de faire la part des choses quand on se réfère à la “Shining India”. Cette image a été très positive car elle a entraîné un dynamisme économique et surtout de toute la société indienne. Elle a également créé des illusions parce que le pays ne s'est pas donné les moyens en termes de réformes institutionnelles pour maintenir un rythme de croissance aussi rapide. Le pire serait qu'on passe brutalement d'un excès d'optimisme à un excès de pessimisme – comme on le constate de nos jours.

Va-t-on retrouver ce slogan dans l'avenir ? Non, si l'on se réfère à une croissance de 9 à 10% par an. Le BJP et le parti du Congrès ont vendu à la nation un rêve trop important pour qu'il soit réalisable ! Par contre, si “Shining India” renvoie à la confiance en soi et à la fierté de pouvoir décoller économiquement, alors oui, on devrait retrouver ce slogan dans une période plus ou moins rapprochée si les réformes nécessaires sont mises en œuvre. Je ne parle pas des réformes dites “libérales”, mais bien plus des réformes nécessaires pour mettre en œuvre un modèle de croissance inclusif, ce que nous avons appelé “Pahale India” au World Economic Forum de Delhi en 2005.

J'espère que la confiance va revenir et que l'Inde repartira sur sa trajectoire de “Shining India”, cette fois au sens d'une Inde qui brille vraiment par sa santé et non pas de l'“Inde qui brille” comme un diamant.



### L'Inde à la recherche d'un modèle de croissance inclusive ?

Le thème de la croissance inclusive est récent en Inde. En 2004, le parti du Congrès l'a opposé à la "Shining India" du BJP pendant la période électorale, et avec succès compte tenu des inégalités qui avaient explosé dans les années 2000. Mais ce n'est pas une véritable alternative comme je l'ai dit plus haut. L'idéal serait d'avoir une croissance "shining" et inclusive surtout dans la phase de décollage économique.

Il est vrai que la période allant de 1995 à 2005 est celle d'une croissance très rapide qui ne se traduit pourtant pas par une répartition des richesses suffisamment large pour résorber les déséquilibres sociaux et régionaux. Quelles sont les villes qui ont profité de cette période de croissance très rapide ? Ce sont plutôt de grands centres urbains tirés par les industries informatiques comme Bangalore, Hyderabad, Mumbai... Or, ce secteur ne représente que 2 millions de salariés et en incluant les familles, environ 20 millions d'Indiens. Il est évident que cela ne suffit pas pour que 1,2 milliard d'Indiens puissent devenir prospères.

Le consensus, de nos jours, est de suivre un modèle de croissance inclusive pour ne pas laisser des pans entiers de la société sur le bord du chemin. La société indienne recherche un modèle qui s'efforce de donner une dimension humaine

au développement plutôt que de suivre un capitalisme débridé !

### La croissance économique indienne rencontre certaines limites liées à des blocages socio-économiques et politiques. Pensez-vous que l'Inde peut encore mieux faire que la Chine dans les années à venir ?

Il y a dans votre question deux problématiques différentes. L'Inde peut-elle mieux faire que la Chine dans l'avenir ? On a tendance parfois à confondre mieux au sens de croissance aussi rapide et mieux au sens de la qualité de croissance. La Chine par exemple, a fait une croissance très rapide. Mais elle n'a pas fait une très bonne croissance car les dégâts du progrès sont bien visibles dans ce pays sur le plan des inégalités, de l'environnement ou de la pollution. En l'espace de trente ans, les inégalités sociales se sont creusées, entraînant une tension permanente entre les groupes sociaux et avec les dirigeants.

Faire mieux, ce n'est pas faire plus. L'Inde peut faire mieux que la Chine si elle introduit la dimension du progrès social dans son modèle économique. Elle fait déjà mieux que la Chine en préservant la liberté d'expression, le pluralisme politique et la démocratie. De nos jours, >>>

**«Le slogan de "Shining India" a créé une mobilisation de l'ensemble de la société !»**

▷▷▷ on se moque ouvertement de la corruption en Inde. C'est parce que l'on peut en parler et que le sujet est discuté publiquement qu'il sera possible de rectifier le tir. Ce qui n'est pas le cas en Chine. Tout le monde sait que la corruption y est très forte mais on la tait, on garde le silence, sauf quand le Parti décide de faire un exemple sous la pression populaire ou de se débarrasser d'un leader encombrant.

Vous évoquez également les blocages socio-économiques. Ils sont très spécifiques à l'Inde car liés à sa structure sociale avec par exemple, la prégnance du système de castes qui ne permet pas une véritable mobilité socio-professionnelle, ni l'accès à l'éducation pour tous, ni l'équilibre entre les hommes et les femmes. Or, tant qu'on n'aura pas fait d'effort dans ce domaine par exemple, le taux de fécondité restera fort dans certaines régions pauvres de l'Inde, ou dans certains milieux sociaux, et le progrès social aura du mal à prendre son essor.

L'Inde actuelle rencontre une autre limite : elle ne parvient pas à retrouver un consensus économique, politique et social sur ce que serait pour elle un bon modèle de développement. Pendant la période de Nehru, il y avait un fort consensus sur un certain modèle de développement pour l'Inde, une sorte de compromis entre le gandhisme et le socialisme moderne. Depuis les années 1980, l'Inde cherche un nouveau modèle de développement. Elle a été tentée par la sociale démocratie de type européen et ensuite par l'ultra libéralisme américain dans les années 1990. Elle se retrouve aujourd'hui, en panne de modèle de développement. Elle est assez proche de la situation qu'on avait qualifiée d'"Atakta Bharat" dans notre groupe d'experts de 2005, d'une Inde durablement divisée qui a du mal à s'affirmer comme une puissance du 21<sup>e</sup> siècle stable et prospère.

### Quelle piste pour trouver le bon modèle pour le 21<sup>e</sup> siècle ?

L'Inde dispose de trois atouts :

1°) Politiquement, elle veut poursuivre son décollage dans la voie d'un modèle de démocratie politique. Il y a dans le monde une opposition bien connue entre ce qu'on appelle le consen-

sus de Pékin et celui de Washington ; le communisme autoritaire d'un côté, et le libéralisme économique qui se soucie très peu des dimensions sociales et politiques du développement. Au milieu, on aimerait voir un consensus de New Delhi qui ferait le contrepoids entre ces deux grandes puissances. Mais il tarde à venir ! On peut espérer qu'il va émerger dans l'avenir.

2°) Sur le plan économique il y a une extraordinaire richesse de la société indienne en termes de créativité et d'entrepreneuriat. On aime les valeurs matérielles et l'argent et on fait tout pour réussir quand les institutions s'y prêtent.

3°) Sur le plan culturel enfin, je suis surpris de l'équilibre entre les valeurs de frugalité, de respect de l'autre et de la planète. Le végétarisme, la spiritualité ne sont pas que des valeurs de l'Inde brahmanique, ils constituent un fonds culturel partagé par une grande partie des Indiens.

Ces piliers : politique, économique et social, et culturel sont autant d'atouts pour l'Inde afin de continuer à poursuivre son décollage dans le siècle qui s'ouvre.

### Si Mahatma Gandhi était là, que dirait-il à l'Inde ?

Le Mahatma Gandhi n'est plus l'icône incontestée d'hier dans l'Inde d'aujourd'hui. S'il était présent aujourd'hui, il serait d'ailleurs attristé de voir que l'Inde n'a plus d'idéal comme il avait réussi à lui donner à son époque. Attristé aussi par le fait qu'elle a souvent usé le *hard power* plutôt que le *soft power* vis-à-vis de ses voisins. Enfin, il serait déçu de voir que l'Inde des villages est la grande oubliée de la croissance de ces dernières décennies.

Mais si le modèle de Gandhi n'est plus d'actualité parmi les grands leaders politiques de l'Inde, il reste très vivant dans la société indienne comme on l'a vu avec la popularité sans précédent d'Anna Hazare dans sa lutte contre la corruption. Des dizaines de milliers d'ONG font vivre l'idéal gandhien dans leurs ac-

**« L'Inde ne parvient pas à trouver ce qui serait un bon modèle de développement économique. »**



## WWW.KAVITAGARG.COM

### Langues et culture de l'Inde

Cours de hindi en formation professionnelle

Soirs ou weekends - Petits groupes



tions de tous les jours et cela explique d'ailleurs pourquoi la croissance indienne ne ressemble en rien à la croissance chinoise. Simplement l'Inde a du mal à choisir ou plutôt à trouver un bon équilibre entre ses différents systèmes de valeurs.

### L'Inde d'aujourd'hui craint-elle l'ouverture économique et l'intention des autres pays ?

C'est là une question intéressante car pendant trente ans, l'Inde a développé un modèle de "self reliance" (autonomie) et ne souhaitait pas d'ouverture économique extrêmement rapide. Ce modèle a été très positif car il a permis de construire des institutions, des administrations et des entreprises solides. Mais il avait manifestement des limites aussi. La croissance du revenu par habitant ne dépassait pas 1% par an et l'Inde perdait toujours plus de terrain sur la

scène mondiale.

Une première inflexion est intervenue au début des années 1980 mais le grand tournant a eu lieu en 1991 avec l'ouverture économique et la politique des réformes dites "libérales". Elles ont été bénéfiques d'une certaine façon car elles ont permis de moderniser complètement le système technologique.

Mais les Indiens s'aperçoivent aujourd'hui qu'il y a une contradiction entre l'ouverture et les sacrifices qu'elle sous-tend. En un mot, l'ouverture économique se traduit dans un monde extrêmement violent et compétitif par une pression toujours plus forte sur les faibles de la société qui sont ainsi laissés en marge du progrès. Le secteur informatique par exemple, a bénéficié de

**«On aimerait voir émerger le consensus de New Delhi.»**



▷▷▷ l'ouverture car il est à 90 % orienté vers l'extérieur. Cela s'est traduit aussi par une pression forte du déficit extérieur et contre la roupie réduisant ainsi de plus en plus l'autonomie des choix économiques de l'Inde.

Faut-il toujours plus de réformes libérales? Dans le secteur de la grande distribution, par exemple, la pression des partenaires étrangers afin de pouvoir développer leur marque sur le marché indien est forte. L'ouverture produit des effets négatifs sur le modèle urbain et sur les petits commerçants qui opèrent sur le marché local. Il y a donc des partisans de l'ouverture économique et aussi ses détracteurs. Là encore, l'Inde est divisée sur la question. On ne peut pas dire que l'Inde craint l'ouverture car elle a ses partisans, mais l'équilibre entre les partisans et les détracteurs est instable. Ce qui explique les hésitations de l'Inde dans son ensemble, ces dernières années. Et cela traverse tous les partis.

**Vous avez récemment traduit le livre de Navi Radjou "Jugaad Innovation" qui montre le modèle d'innovation des pays émergents. Que peut-on retenir de ce livre qui serait utile à des entreprises françaises?**

Si j'ai traduit et adapté ce livre pour le public francophone, c'est parce que j'ai trouvé qu'il y a dans l'innovation Jugaad, un excellent exposé sur les aspects réellement passionnants du monde indien. Jugaad a, certes, une connotation négative car il renvoie au bricolage ou au système D. Mais, il faut y voir surtout les aspects positifs en termes de créativité, d'entrepreneuriat et d'innovation pour tous, y compris dans le rapport à l'environnement.

Les six principes que développe le livre, se retrouvent comme une caractéristique culturelle de la société indienne. Rechercher des opportunités dans

l'adversité par exemple est très présent dans la vie quotidienne des Indiens. L'Inde est un monde d'adversité constante, mais avec un souci permanent de trouver des solutions opérationnelles.

Le second principe consiste à «faire plus avec moins». Il va à l'encontre du système capitaliste qui va vers toujours plus, avec toujours plus. Ce qui n'est plus soutenable dans la durée. L'idéal pour la société, c'est d'essayer de faire plus avec moins, non pas moins d'emplois ou moins de respect de l'environnement, mais moins de facteurs de production dans leur ensemble.

Le troisième principe renvoie à la flexibilité qui est un élément essentiel dans un monde in-

certain où il faut faire de la place à l'imprévu. Pas simplement pour être "efficace", mais aussi comme une sorte de degré de liberté des individus qui restent enchaînés sinon aux contraintes économiques comme on le voit dans le modèle occidental qui vit le stress quotidien au travail.

Faut-il suivre également des modèles de flexibilité comme au Japon avec la production *just in time* et zéro défaut? Ces modèles cherchent en fait à éliminer le risque et l'énigme inhérente à la vie. Dans la flexibilité indienne, il y a un sens de souplesse qui me paraît très utile: ne pas être systématique dans son approche. Il y a plusieurs voies pour obtenir un résultat. Être flexible, c'est ne pas imposer ses solutions aux autres ou bien à la nature car cela conduit vers un chemin qui ne mène nulle part d'un point de vue humain et philosophique.

Le quatrième principe: viser la simplicité, intégrer les exclus et suivre son cœur et son intuition, ce sont là des valeurs essentielles pour un modèle économique inclusif respectueux de la personne humaine. C'est tout cela qui m'a conduit à livrer les secrets de l'innovation indienne au public français.

**La France et l'Inde, une fascination réciproque?**

En France il y a une amnésie autour de la question de l'Inde. A une certaine période, l'Inde a été l'objet d'une curiosité et d'une passion des érudits et universitaires comme Renou et Filliozat. Mais cette curiosité n'a jamais dépassé le cercle restreint des initiés et de certains voyageurs.

Il y a eu récemment une petite fièvre autour de Bollywood et des capitaines de l'industrie indienne comme Tata. Mais ça s'est très vite essoufflé. La fâcheuse affaire Mittal avec Arcelor va en outre laisser des traces profondes et je crains qu'on ne retombe dans un petit cercle d'initiés là encore.

Le réseau Euro-India (EIEBG) que j'anime mène un combat pour préserver les valeurs du monde indien en France et en Europe. C'est loin d'être acquis car il faut trouver des passerelles entre les valeurs positives françaises et européennes plus largement, et celles de l'Inde. Il faut trouver également des points de convergence – ce qui suppose un travail en profondeur.

Nous privilégions le soutien aux projets des jeunes générations en leur offrant tous les supports d'un réseau qui compte près de dix mille membres répartis sur plus d'une dizaine de clubs en Inde et en Europe. Je suis personnellement très content du résultat avec plus d'une centaine de projets par an qui sont appuyés par l'EIEBG. Je reste confiant sur l'avenir. L'Inde émerge lentement mais sûrement! ☺

**«L'Inde est un monde d'adversité constante, mais avec un souci permanent de trouver des solutions opérationnelles.»**



IDÉAL POUR VOS REPAS D'AFFAIRES  
ET RÉCEPTION, JODHPUR PALACE VOUS  
ACCUEILLE DANS UN DÉCOR DÉPAYSANT !

**JODHPUR PALACE**

42, ALLÉE VIVALDI 75012 PARIS

TÉL. : 01 43 40 72 46

SITE INTERNET : [WWW.JODHPURPALACE.COM](http://WWW.JODHPURPALACE.COM)



**C.E.D.I. Sarl**

*Création Expansion  
Développement International*

**C.E.D.I. SARL**

19 rue de l'Ancien Évêché  
53000 LAVAL (France)

Tél.: +33 244 291 223

Port.: +33 620 485 530

Mail : [nadia.gamess@cedisarl.com](mailto:nadia.gamess@cedisarl.com)

Site: [www.cedisarl.com](http://www.cedisarl.com)

**Europe India Partnerships**

Business Development & Solutions

**EUROPE INDIA PARTNERSHIP**

Mohamedi Bhai Mansion  
400026 MUMBAI (India)

Tél.: +919 819 046 327

[www.eipartnerships.in](http://www.eipartnerships.in)

Une idée ? Un projet ? C.E.D.I. et EIP vous accompagnent de la création de votre entreprise et à votre développement à travers le monde. Et notre réseau de distribution à l'international (LWD) vous propose dans la continuité de distribuer vos produits là où vous le désirez. Nos nombreuses années d'expériences et notre réseau international, vous permettent de réaliser tous vos projets. Particulièrement bien implantés en Inde, nous vous ouvrons toutes les portes d'un pays en plein développement et riche de sa diversité et de sa culture.





# L'innovation frugale en Inde

Auteur: Anil Gupta

Anil Gupta est professeur à Indian Institute of Management à Ahmedabad (État de Gujarat). Il est également le fondateur de Honey Bee network qui est un vaste réservoir d'innovations dans divers secteurs d'activité. Dans cet article, il explicite le concept de frugalité qui est d'une importance cruciale dans une économie où la rareté est de retour. Comment l'utiliser dans la pratique pour se réinventer frugalement et vite?

Posons quelques préalables à la question. Les fruits de la croissance économique dans le monde sont exclusifs car ils laissent un grand nombre de gens sur le bord du chemin. Bien que la science moderne et la technologie aient réalisé des progrès considérables en matière de bien-être social, il reste encore aujourd'hui des besoins non satisfaits. Des entreprises publiques comme privées rivalisent d'ingéniosité pour faire reculer les frontières de la rareté et concevoir des biens et services pour une population pauvre. Est-il possible de lier la frugalité et l'accessibilité?

Si l'on considère l'innovation comme ayant l'un de ses trois critères — un produit, une méthode et une application — en termes de nouveauté, alors on peut explorer les innovations plus aisément. Je me propose ici d'expliciter le concept de frugalité. Que recouvre-il?

Je pars du principe que l'innovation est partout car toute organisation abrite quelques membres créatifs voire innovants. Si vous changez l'environnement du travail en introduisant des éléments nouveaux alors le contenu des tâches change également. Ce qui favorise l'innovation. Mais un grand nombre d'innovations échouent car elles ne proviennent pas du terrain ou bien elles sont conçues par les grandes entreprises ou bien des laboratoires qui ciblent quelques segments du marché avec une cible spécifique. On risque alors de trouver des miettes du fait de la sélection initiale très étroite. Il est possible grâce à l'ingéniosité de déplacer les frontières pour inclure des segments nouveaux. Mais ils resteront des innovations de niche car elles excluent la grande majorité.

Le concept de frugalité comprend plusieurs strates: des matériaux plus économiques, ou bien des inputs peu coûteux. Par exemple, les associés Mehtar Husain, Mushtaq et Ahmed à Assam (Inde) ont réalisé une éolienne en bambou pour environ 70 euros. Ils l'ont utilisée pour irriguer des rizières

avec une pompe manuelle mais ce type de matériau n'était plus adapté pour pomper l'eau salée dans l'état du Gujarat, il a fallu utiliser du fer, ce qui a fait flamber son coût, à environ 1200 euros.

Le second principe de la frugalité consiste à faire le plus avec le moins. On a deux possibilités: le choix des matériaux et leur utilisation très efficace. Les matériaux déterminent la durée de vie du produit et sa résistance. De nos jours, nous sommes envahis par des produits d'une durée de vie limitée mais qui coûtent peu. Mais si l'on tient compte des critères environnementaux, alors leur coût risquerait d'augmenter, surtout si les fabricants ont fait le choix d'une matière jetable. Une tasse de thé en argile et fabriquée localement est l'exemple type d'une consommation soutenable et éthique. Et le stylo à bille jetable illustre, par contre, le gâchis.

La fonctionnalité influence également la frugalité. Il est parfois judicieux de concevoir un produit ou bien un service avec une seule fonction pour un coût moindre. Mais les fabricants ont tendance à faire plus en ajoutant diverses fonctionnalités au produit qui le rendent complexe. Elles augmentent son coût. Nous ne savons plus concevoir la simplicité. Nous payons les 250 à 500 fonctionnalités qu'offre Windows pour n'en utiliser que 25%. Pourquoi faire toujours plus compliqué? Ce n'est ni soutenable ni éthique. Il peut être judicieux de proposer des tarifs progressifs selon les besoins d'utilisation. Simplicité au lieu de complexité rendrait vos produits pratiques et adaptables en fonction des besoins de chacun. Elle est obtenue en éliminant l'accessoire et le superflu pour n'extraire que les caractéristiques essentielles. Cela suppose de décomposer, éliminer, séparer et recomposer pour qu'un produit entièrement nouveau puisse se réinventer.

Revenons encore une fois sur la multifonctionnalité. De nos jours, les téléphones portables ont

«Nous ne savons plus concevoir la simplicité.»

tous une multitude d'applications mais aucune ne nous est avantageuse. Elles sont pour la plupart un moyen amusant de perdre son temps. Avons-nous réellement besoin de nous amuser à perdre notre temps? Pourquoi ne pas concevoir une fonctionnalité utile qui permettrait, disons, de purifier l'eau lorsque l'on sait que la plupart des maladies dans le monde proviennent de l'eau polluée? De telles applications seraient positives car elles seraient au service du développement humain.

La frugalité a rapport avec la nature qui est parcimonieuse dans ses dons. Elle a quelques fonctions basiques qu'elle réemploie à l'infini. Elle ne tolère ni le gaspillage, ni le gâchis. C'est là un enseignement que chacun doit avoir en vue en permanence.

La frugalité nous conduit au concept de l'économie circulaire qui consiste à trier, à réutiliser, à recycler et à rajeunir des matériaux dont la plupart de nos innovateurs de terrain se servent pour une nouvelle utilisation. Dans l'état actuel des choses, il n'y a pas de réglementation pour un tel usage pour les véhicules, les machines agricoles ou bien une mobylette faite entièrement avec des matériaux recyclables. La communauté y gagnerait en relevant ce défi car il limite le gaspillage.

La frugalité exige une nouvelle approche pour la technologie et les produits et services fabriqués avec des matériaux recyclables. Nous sommes tout à fait disposés et disons oui à la sécurité, avec une insistance particulière pour récupérer les composants... Nous transplantons des organes pour sauver des vies humaines, alors pourquoi ne pas appliquer ce principe aux machines? Les différents composants qui proviennent de différentes marques ont des cycles de vie différents et n'ont pas besoin d'être jetés sans discernement. Je connais une compagnie aérienne en Europe qui a récupéré dans un vieil avion les sièges dont la durée de vie est de 200 ans, alors que l'appareil est obsolète en l'espace de 25 à 30 ans. Ces sièges ont été rénovés pour un autre usage et vendus sur le marché. Cet exemple illustre parfaitement l'ingénierie frugale: trouver une nouvelle vie pour des composants pour limiter le gâchis et la consommation excessive.

On voit donc que l'innovation frugale exige une transformation entière de la culture d'entreprise. Elle ne peut pas être opérée à la marge comme le prétendent certains auteurs car elle conduit à un nouveau modèle économique et un grand nombre de paramètres doivent être optimisés par cette nouvelle approche. Elle ne contourne pas simplement un problème comme le sous-entend la méthode Jugaad, car elle le surmonte en l'attaquant d'une manière subtile et heuristique.

Honey Bee Network a été créé en 1985 comme une plateforme d'innovations ouvertes. A l'époque, personne ne s'y intéressait, pas même les spécialistes de l'innovation qui organisent la recherche pu-



blique et privée. Nous avons créé des passerelles avec l'innovation informelle pour intégrer ce qui se fait dans ce secteur. J'ai voulu également établir un pont avec le monde des affaires pour qu'il puisse tirer parti de la créativité des jeunes. (Je vous invite ici à consulter le site [www.techpedia.in](http://www.techpedia.in) qui recense plus de 100 000 projets faits conjointement par les PME et les étudiants en technologie de 500 universités de l'Inde). (A consulter également [www.sristi.org](http://www.sristi.org) ou bien [www.nifindia.org](http://www.nifindia.org) qui a une base de données de 160 000 projets innovants.)

Les entreprises ne doivent planifier l'obsolescence de leurs produits seulement lorsque nos innovateurs de terrain peuvent les aider à trouver des solutions frugales en rapport avec leur secteur d'activité. Voici quelques pistes.

Nous avons dans notre base de données une petite entreprise qui conçoit des produits alimentaires, des herbicides agricoles, des crèmes nourrissantes et cicatrisantes, des anti-moustiques, des produits cosmétiques et des médicaments... Nous serons ravis de passer des contrats avec un grand laboratoire pharmaceutique ou autre entreprise sous réserve qu'il prenne en considération l'innovateur et lui rétrocède une part des bénéfices (se référer au site [www.sristi.org](http://www.sristi.org)).

Nous avons également un grand nombre de projets de machines agricoles, des machines multifonctionnelles, des appareils électroménagers. Un de nos innovateurs a inventé une machine à café extrêmement économique pour 5 à 7 US \$ (consulter le site : [www.nifindia.org](http://www.nifindia.org)).

Nous mettons également à la disposition des entreprises un relais technologique pour que les solutions bon marché puissent être commercialisées et rapidement. Il est possible de concevoir d'autres alternatives (consulter le site : [www.techpedia.org](http://www.techpedia.org)).

Les entreprises françaises peuvent tirer parti de ce réseau pour se réinventer frugalement et vite. Le vrai développement, c'est d'augmenter les ressources des entreprises au lieu de les diminuer. Nous serons ravis de les mettre en contact avec nos innovateurs! ◉

Voir Anil Gupta : *Les foyers secrets de l'invention en Inde*, conférence TED. [http://www.ted.com/talks/lang/fr/anil\\_gupta\\_india\\_s\\_hidden\\_hotbeds\\_of\\_invention.html](http://www.ted.com/talks/lang/fr/anil_gupta_india_s_hidden_hotbeds_of_invention.html)

**«L'innovation frugale conduit à un nouveau modèle économique dans les pays émergents!»**

# Des perspectives prometteuses!

## Secteur Agroalimentaire

Source: <http://www.assochem.org> - 24 avril 2013

### LE MARCHÉ DES YAOURTS AMENÉ À DOUBLER D'ICI 2015

◇◇◇◇◇◇◇◇

Le marché des yaourts en Inde connaît un essor et représentera environ 170 millions d'euros d'ici 2015. Ce secteur enregistre actuellement un taux de croissance annuel entre 40 à 45% selon l'organisme ASSOCHAM. Cette tendance s'explique par différents facteurs : la disponibilité du lait à grande échelle en Inde, l'augmentation des revenus disponibles, l'attention portée aux aliments santé par les consommateurs, et l'organisation plus opérationnelle de la distribution en Inde. Selon ASSOCHAM, le consommateur indien qui devient soucieux de sa santé préfère un yaourt

aromatisé ou un yaourt glacé à la place d'un dessert, les premiers étant pauvres en matières grasses. Des marques comme Mother Dairy, Amul, Nestlé, Danone sont présentes dans ce secteur en Inde. Ces derniers vendent des pots de 100 ml à 18-20 roupies (soit 25 à 30 centimes d'euros) sur le marché indien. L'absence de chaîne du froid intégrée en Inde ajoutée au fait que le marché des yaourts est amené à doubler d'ici 2015, représente une opportunité à l'export pour les entreprises françaises actives dans la chaîne du froid. ◉

Source: *Cyclope, marchés mondiaux 2012*

### L'INDE AU CAFÉ

◇◇◇◇◇◇◇◇

Starbucks et Tata Global Beverages ont indiqué en janvier 2012, la création de Tata Starbucks Ltd, une entreprise conjointe détenue à 50/50 par les deux géants et destinée à développer un réseau de cafés en Inde.

Les premiers établissements sont prévus pour les mois d'août et septembre 2012 à New Delhi et Bombay, l'objectif étant d'en atteindre une cinquantaine d'ici fin 2012. Cet accord fait suite à celui signé en janvier 2011 portant sur l'approvisionnement en café indien par Starbucks auprès de Tata Coffee, filiale du groupe.

Starbucks n'est pas le premier à se lancer sur le marché indien de la consommation du café, loin de là. On y trouve déjà l'Indien Cafe Coffee Day avec plus de 1200 points de vente,

Lavazza avec son enseigne Barista (plus de 200 cafés) et le britannique Costa Coffee.

Les Indiens boivent de plus en plus de café (+6% par an en 2010 et 2011) même si ce marché reste très petit (1,4 million \$). Sa consommation serait, selon le Coffee Board, une des raisons pour laquelle les exportations indiennes de café ont baissé de 7,5% à 79 021 tonnes entre octobre 2011 et janvier 2012 : à New Delhi et dans les autres grandes villes indiennes, les cafés "trendy" sont en nombre croissant, remportant un vif succès auprès des classes moyennes et des jeunes au détriment du thé jugé traditionnel. L'Inde consomme aujourd'hui 32,7% de sa production contre 22,9% en 2000. ◉

## Secteur Cosmétique

Source: <http://www.moneycontrol.com/smememor/> - 15 février 2013

### LE SUCCÈS DE L'INDUSTRIE DE LA BEAUTÉ ET DU BIEN-ÊTRE

La FICCI (première chambre patronale indienne) estime que cette industrie peut devenir un des moteurs importants de croissance de l'économie indienne. Les classes aisées et moyennes des grandes villes sont dotées d'un fort pouvoir d'achat qui continue à progresser; elles constituent la clientèle privilégiée des spas et salons esthétiques.

Cette industrie estimée à 7,5 millions d'euros en 2010 vise aussi bien les hommes que les femmes. Il est à noter que les spas et salons esthétiques sont très souvent fréquentés par des groupes d'amis. D'après le rapport de la FICCI et du cabinet Price Water Cooper, ce marché devrait croître à un taux de croissance annuel moyen de 20% afin d'atteindre 13 millions d'euros d'ici fin 2014. ☉



## Secteur Pharmaceutique

Source: <http://timesofindia.indiatimes.com> - 20 juin 2012

### LE MARCHÉ PHARMACEUTIQUE DES VENTES DE DÉTAIL CONNAÎT UNE FORTE CROISSANCE!

Le marché domestique a su résister à la crise économique et a ainsi augmenté de 17% en 2011, grâce notamment, aux forts taux de croissance des ventes de vitamines et de médicaments contre le diabète et les maladies cardiaques. Sun Pharma, Mankind, Mc Leods et Zydus, les principaux fabricants et fournisseurs de médicaments destinés au diabète et à la cardiologie, ont enregistré une impressionnante croissance de leurs chiffres d'affaires en 2011, à

l'image de Sun Pharma dont le taux de croissance a atteint 21,6%. Les estimations suggèrent que l'Inde est en passe de détenir "le record mondial du diabète", le nombre de personnes souffrant de cette maladie étant susceptibles de passer à 70 millions en 2015, alors qu'il est actuellement de 40 millions. De plus, les maladies cardiovasculaires représentent la première cause de décès, aussi bien dans les zones urbaines que dans les zones rurales du pays. ☉

**expat blog**  
REVUE DE COMMERCE INTERNATIONAL

Toutes les infos pour investir et vivre en Inde sont sur :

[www.expats-blog.com](http://www.expats-blog.com)

## Secteur agricole

*Source: Cyclope - marchés mondiaux 2013*

### L'INDE, PREMIER EXPORTATEUR MONDIAL DE VIANDE BOVINE !

◇◇◇◇◇◇

L'Inde, qui était totalement absente du marché de la viande bovine au début des années 2000, est devenue le premier exportateur mondial en 2012, avec plus de 1,6 million de tonnes. Elle surpasse le Brésil, grand pays des viandes et les Etats-Unis, pays du hamburger.

L'Inde est le second pays le plus peuplé de la planète, après la Chine avec près de 1,2 milliard d'habitants. Mais la consommation de viande bovine par habitant n'est que de 2 kg par an. Environ 40 % de la population est strictement végétarienne, les quatre cinquièmes de la population sont de religion hindouiste et ne consomment pas de viande de bœuf. La vache indienne reste sacrée !

Le cheptel bovin est composé de deux tiers de zébus et d'un tiers de buffles et est destiné avant tout à la production laitière et à la traction. Le zébu est considéré comme un animal sacré, mais non le buffle, dont la viande peut être consommée. Alors que le cheptel de zébus régresse (-10 % en 15 ans), le cheptel de buffles se développe (+15 % sur la même période).

Le pays détient plus de 100 millions de buffles

(1<sup>er</sup> cheptel mondial) et 181 millions de zébus.

Le bœuf reste en marge de la consommation intérieure, mais une filière s'organise pour l'exportation de buffle vers les pays émergents, friands de viande bovine à bas coût (2\$/kg). Grâce à un coût de production faible (alimentation essentiellement à base de fourrages verts), les exportations de viande de buffle se développent vers des pays à faible revenu et ont atteint 1600 000 tonnes en 2012 contre moins de 500 000 tonnes en 2004 (+320 %).

La viande indienne est exportée vers plus de soixante destinations, principalement vers l'Asie du Sud-Est (Philippines, Malaisien Vietnam), le Moyen-Orient et l'Afrique sud-saharienne.

En revanche, aucun abattoir n'est encore agréé à l'exportation vers l'Europe, les Etats-Unis, le Japon ou la Corée du Sud. Du fait d'une très faible consommation de viande, le potentiel à l'exportation de l'Inde est énorme (55% de la production exportée). D'autant plus qu'elle est capable de s'adapter facilement aux normes Halal des pays musulmans et qu'elle produit de la viande maigre fortement recherchée. ◉

## Secteur Puériculture

*Source: Hindu Business online - août 2012*

### LE MARCHÉ DE LA PUÉRICULTURE EN PLEIN BOOM !

◇◇◇◇◇◇

80% des femmes indiennes actives achètent des produits spécialisés "enfant". Grâce à ce phénomène, le marché de la puériculture en Inde enregistre un taux de croissance annuel de 20 %; le marché des produits de la puériculture, d'après une récente étude par The Associated Chambers of Commerce and Industry of India, devrait atteindre 600 millions d'euros d'ici 2014.

Dans le segment puériculture, le secteur de soin pour les cheveux est évalué à 5 millions d'euros avec une croissance de 5 % par an, celui des soins pour la peau est évalué à 57 millions d'euros avec une croissance de 15 % par an. Et enfin, le marché des articles de toilette pour bébé est évalué à 54 millions d'euros avec une croissance annuelle de 20 %.

Autre tendance importante, le développement de la vente en ligne des produits pour bébé; les chiffres d'affaires dans ce segment sont évaluées à plus de 30 millions d'euros et devraient doubler d'ici un an.

L'augmentation du pouvoir d'achat, la baisse du nombre d'enfants par foyer, le changement de mode de vie, le nombre croissant des femmes actives et les aspirations des parents modernes, sont autant de facteurs qui expliquent le développement du marché de la puériculture en Inde.

L'Inde a la population la plus jeune au monde (33% de la population indienne a moins de 15 ans) et l'augmentation de la population dans la tranche d'âge 0-4 ans est d'autant plus importante. ◉



## Secteur Prêt-à-porter

Source: *India Today* - août 2012

### L'INDE, UN MARCHÉ ATTRACTIF POUR LES JEUNES ENTREPRENEURS FRANÇAIS

Les jeunes entrepreneurs français sont de plus en plus nombreux à s'implanter en Inde, un marché prometteur où la «French Touch» est particulièrement appréciée. A l'instar de ces trois magasins situés à New Delhi: Les Parisiennes, Purple jungle et Lola's World.

Les Parisiennes, un magasin ouvert par deux Parisiennes, propose des vêtements français au style des années 1960 à 1980. Purple Jungle, situé dans un quartier branché de la capitale, est un magasin d'accessoires originaux créés par deux designers français. Leurs collections sont aussi disponibles dans différents points de vente à Bangalore, Mumbai, Chennai et Surat.

Lola's world, est le magasin ouvert par le créateur de la marque Nana Ki, une marque française du prêt-à-porter pour enfant et femme. Le magasin, à part la marque Nana Ki, vend aussi d'autres marques comme Bensimon (chaussures) et Moulin Roty (jouets/peluches).



Le marché indien du prêt-à-porter et des accessoires de mode est en pleine explosion et les perspectives restent très prometteuses. Selon Image Retail Intelligence Services, il était estimé à 26,4 millions d'euros en 2011 dont 8,7 millions d'euros (soit 39%) pour la distribution organisée.

En 2012, le marché du prêt-à-porter a atteint 32,1 millions d'euros dont 11,6 millions d'euros (soit 44%) pour la distribution organisée. ◉

## Secteur Chaussures

Source: *Cyclope - marchés mondiaux 2012*

### LA CHINE ET L'INDE MARCHENT À GRANDS PAS !

D'après la dernière édition du *World Footwear Yearbook*, la production mondiale de chaussures en 2010 a dépassé les 20 milliards de paires. La production chinoise représente 62,4% du total (12 597 milliards de paires); le continent asiatique compte pour 87% du total. Le second producteur mondial est l'Inde avec 2,06 milliards de paires, suivi du Brésil (894 millions), du Vietnam (760 millions), de l'Indonésie (658 millions). Le Pakistan, la Thaïlande et le Mexique dépassent chacun les 200 millions.

Parmi les pays développés, l'Italie est le seul pays à produire un peu plus de 200 millions de paires de chaussures par an. Les exportations mondiales ont atteint 13 milliards de paires en 2010 (soit 85 milliards de dollars), une augmentation de 12% par rapport à 2009. La consommation mondiale s'est accrue ces dernières années. La Chine est le premier consommateur mondial avec l'Inde. Ils consomment 15,2% et 11,7% respectivement du total mondial. Le continent asiatique consomme près de 40%

de la production mondiale de chaussures et en importe 20%. La consommation des États-Unis représente 13,4% du total; parmi les pays de l'Union européenne, le Royaume-Uni (2,9%), l'Espagne (2,4%), la France (2,4%) et l'Allemagne (2,2%).

L'Asie concentre plus de 60% de la population mondiale et à elles seules la Chine et l'Inde comptent plus de 37%. La Chine est le premier consommateur mondial de chaussures avec 3,3 milliards de paires par an (entre 2 à 2,5 paires par habitant), tandis que l'Union européenne en consomme environ 2,8 milliards et les États-Unis 2,2 milliards. Le boom en matière de consommation de chaussures de ces deux pays explique la croissance de la consommation mondiale. La consommation en Chine a augmenté de 18% en 2010 et de 12% en Inde. Au Brésil aussi, les ventes de chaussures se sont accrues de 10% par an au cours des années récentes. En revanche la croissance a été beaucoup plus faible aux États-Unis, en Europe et au Japon. ◉

# Les clés

Le marché indien est complexe et non homogène car il se compose d'une multitude de marchés qui se distinguent les uns des autres par divers facteurs tels que la religion, la géographie, l'ethnie, le revenu et les tendances politiques. Ces marchés sont sensibles au prix et hautement concurrentiels. Les entreprises locales sont bien gérées et dynamiques et tout à fait capables de faire concurrence à des entreprises occidentales. Il est impératif de connaître à fond leur fonctionnement pour bien identifier un ou deux créneaux prometteurs pour vos produits.

On ne vient pas en Inde simplement pour vendre les marchandises. Les entreprises françaises comme Renault par exemple, se sont implantées pour apprendre sur les valeurs de frugalité constitutives du mode de production indien et qui peuvent leur permettre d'améliorer leur compétitivité à l'international.

Depuis 1995, l'Inde est membre de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et de l'Association de l'Asie du Sud pour la coopération régionale (SAARC). Elle est signataire de plusieurs accords commerciaux avec de nombreux pays.

## ① LES LICENCES D'IMPORTATION



Au début des années 1990, l'Inde s'est engagée dans la voie de la libéralisation économique. Celle-ci s'est traduite par la déréglementation de certains secteurs industriels, la réduction des tarifs douaniers et une baisse des taxes afin d'attirer les investisseurs étrangers. Bien que cette politique ait porté ses fruits, car elle a conduit à l'expansion économique du pays, des barrières non tarifaires continuent à limiter les échanges internationaux.

cassés par la vente des produits étrangers à un prix inférieur au coût de production.

**Une subvention à l'exportation** et soutien à l'industrie locale pour rendre les produits indiens plus compétitifs

**Des barrières à l'entrée** qui restreignent les activités étrangères dans certains secteurs d'activité comme les assurances, le service bancaire, le commerce de détail, les services juridiques, les télécommunications...

LES PRODUITS REQUÉRANT UNE LICENCE D'IMPORTATION	LES ADMINISTRATIONS COMPÉTENTES
Les marchandises qu'il est interdit d'importer dans le pays	
Les marchandises qui font l'objet d'une restriction comme par exemple les motos et les véhicules	La direction générale du Commerce extérieur
Les marchandises qui sont l'objet d'un monopole gouvernemental comme l'armement	Le ministère de la Défense

Bien que l'Inde ait grandement assoupli ses exigences en matière de contrôle des licences d'importation, certains produits continuent à requérir une licence d'importation.

### Les barrières non tarifaires

**Des mesures anti-dumping** sont appliquées pour empêcher que les prix des produits soient

## ② LES TARIFS DOUANIERS



L'Inde prélève plusieurs types de droits à l'importation. Leurs taux moyens varient autour de 15%.

- Des droits de douane de base s'applique à toutes les marchandises importées en Inde. Ils peuvent être fixes ou calculés à partir d'un pourcentage de la valeur des marchandises
- Un droit compensateur qui vise à protéger les industries nationales. Il équivaut au droit d'accise appliqué aux marchandises fabriquées en Inde.
- Un droit antidumping est prélevé sur les marchandises importées de certains pays pour éviter que les importations causent un préjudice aux industries locales
- Un droit de sauvegarde/protecteur. Le gouvernement perçoit ce droit sur un bien qu'il juge importé en quantité suffisante pour causer un préjudice à une industrie nationale.

### ③ LES DOCUMENTS ACCOMPAGNANT L'IMPORTATION



Les marchandises importées en Inde doivent être accompagnées d'une facture commerciale indiquant :

- le pays d'origine;
- le nom du destinataire;
- le numéro et la date de la lettre de crédit ou bien le numéro de la licence d'importation s'il y a lieu;
- les modalités de paiement;
- le nom du transporteur;
- une description des contenants d'expédition et les marques permettant de les identifier
- une description détaillée des marchandises (quantité, poids, valeur, frais d'expédition, assurance);
- un certificat d'origine;
- une lettre de transport;
- un bordereau d'expédition.

L'Inde utilise un système informatique harmonisé qui vérifie l'exactitude des données et en cas d'acceptation, il délivre un numéro d'acceptation avec une date déterminée.

### ④ ÉTIQUETAGE & EMBALLAGE



Il est important que vos produits respectent toutes les exigences en matière d'étiquetage. Un détail qui pourrait vous paraître peu significatif peut vous faire tomber dans un vide douanier; vos marchandises seraient alors stoppées au port d'entrée sans que vous puissiez les faire entrer au pays ni les en faire sortir.

#### ▶▶ CONTACTS CLÉS

Direction générale du Commerce international  
<http://dgft.delhi.nic.in/>

Comité central de l'accise et des douanes  
<http://www.cbec.gov.in/>

Ministère du Commerce et de l'Industrie  
<http://www.commerce.nic.in/>

Ministère des Finances  
<http://www.finmin.nic.in/>

Fédération des chambres de Commerce et d'Industries indiennes  
[www.ficci.com](http://www.ficci.com)

Portail donnant accès à une gamme d'information sur le marché indien  
<http://www.indiamart.com/>

Pour obtenir des informations sur la notoriété de l'acheteur  
<http://www.cibil.com>

Site qui a des informations intéressantes sur les entreprises indiennes et leur secteur d'activité  
<http://www.mirainform.com>

Bureau des normes indiennes  
<http://www.bis.org.in/>

#### Logistique et douane

LOGISTIQUE À L'EXPORT	COÛT DE L'OPÉRATION
Préparation des documents (8 jours)	400 \$
Dédouanement et inspection technique (2 jours)	130 \$
Manutention portuaire (3 jours)	225 \$
Transport dans le pays (3 jours)	350 \$
Total	1120 \$

LOGISTIQUE À L'IMPORT	COÛT DE L'OPÉRATION
Préparation des documents (8 jours)	400 \$
Dédouanement et inspection technique (4 jours)	200 \$
Manutention portuaire (5 jours)	250 \$
Transport dans le pays (3 jours)	350 \$
Total	1200 \$

Source: *Doing business* 2013 – Banque mondiale

Bien souvent le meilleur moyen de vous assurer que votre étiquetage est conforme est de le demander à votre client. Vous pouvez ainsi vous protéger en précisant par contrat que le client doit approuver des échantillons de vos étiquettes.

#### L'emballage de vos produits

Comme l'été en Inde (de mars à mai) est extrêmement chaud et humide, et que vos marchandises peuvent être exposées dehors pendant les pluies de la mousson, il est nécessaire de prévoir un emballage solide et qui résiste aux intempéries.

Les contenants doivent être solides et empêcher que les voleurs puissent s'emparer facilement du contenu. ☹

### ⑤ LES MOYENS DE PAIEMENT



MOYENS DE PAIEMENT	CARACTÉRISTIQUES	REMARQUES
Virement SWIFT	Pratique et très utilisé	
Lettre de crédit	Garantie de paiement	Meilleur rapport qualité / prix
Encaissement documentaire	Courant en Inde	À n'utiliser qu'en cas de relation de confiance
Chèque		Peu utilisé



## Interview avec M. Oiknine, Président de la Chambre de Commerce et d'Industrie Franco Indienne

### Depuis quand votre chambre de Commerce existe-t-elle sur le marché français ?

Fondée en 1983, la Chambre de Commerce et d'Industrie Franco Indienne est une association loi 1901. Elle joue un rôle essentiel dans la promotion des intérêts de ses membres français et indiens sur nos deux pays. Avec plus de 150 membres actifs (entreprises, fédérations d'Entreprises, syndicats professionnels, organisations publiques ou parapubliques, Français et Indiens) acquis au fil des années et qui augmentent d'années en années, nous sommes convaincus des opportunités d'affaires prometteuses et incontournables entre les deux pays. La CCIFI s'appuie sur un dense réseau de partenaires, ce qui nous permet d'être au cœur des enjeux de la communauté d'affaires franco-indienne, et d'y apporter un support efficace. Notre mission est de contribuer au développement des échanges bilatéraux et des investissements croisés entre nos deux pays.

La CCIFI informe ses membres et partenaires des actualités franco-indiennes au travers de ses newsletters et de son magazine, le *France India Business Magazine*, premier magazine bilingue sur les relations économiques et commerciales entre la France et l'Inde. La CCIFI permet à ses membres de développer leurs propres réseaux au travers de ses déjeuners débats mensuels, ses conférences thématiques, ses tables rondes, mais également au travers de leur implication et de leur participation à nos commissions.

### Quels types d'échanges entre nos deux pays ?

Les échanges entre la France et l'Inde restent encore en dessous du vrai potentiel qui s'offre à nos deux nations. Nos deux pays travaillent déjà en étroite collaboration dans les domaines suivants : l'énergie, les infrastructures, les technologies de l'information, la biotechnologie, les services.

Certaines coopérations, comme l'aérospatial et la défense, sont déjà anciennes. Les opportunités d'investissements, en France comme en Inde, sont nombreuses, en particulier dans le secteur manufacturier, l'agroalimentaire, la distribution et les hautes technologies. Mais aussi les technologies émergentes, qui vont, dans tous les domaines, porter la croissance de demain.

L'Industrie et le Commerce de nos deux pays arrivent aujourd'hui à un tournant, alors que la croissance industrielle retombe.

En dépit de leurs handicaps dans les domaines d'infrastructures et de formation, je suis convaincu que l'Industrie et le Commerce contribueront à faire de l'Inde une des grandes puissances industrielles et commerciales du siècle avec des points forts très spécifiques. En ce sens, l'Inde représente pour les anciennes puissances indus-

trielles comme la France, qui veulent retrouver une croissance forte, une excellente opportunité.

L'alliance du savoir-faire français et de l'abondance de la matière grise et de main-d'œuvre indienne à bas coût représente là un potentiel unique qui permet de combiner la qualité, le coût et le niveau de service requis pour permettre à nos entreprises de gagner des parts des marchés à la fois dans leur marché respectif (France & Inde) mais aussi à l'international, et notamment sur les autres pays de l'Asie et de l'UE.

### Si vous effectuez un sondage auprès des entreprises françaises implantées en Inde, qu'en ressortirait-il ?

Les entreprises françaises qui sont déjà implantées vous diront toutes qu'il s'agit d'un marché gigantesque mais néanmoins complexe, qui nécessite une stratégie d'implantation et de développement adaptée et qui doit s'inscrire sur la durée.

L'Inde est un pays continent à part entière avec une population de 1,2 milliard d'habitants qui discrimine de facto les TPE (très petites entreprises) n'ayant pas la capacité financière pour faire face aux aléas de ce marché. Il existe toutefois des exceptions car il y a les TPE positionnées sur une technologie ou un marché de niche et qui sont appuyées par une entreprise plus importante pour répondre aux besoins du sous-continent Indien.

A contrario, certains grands groupes en Inde, malgré parfois des démarrages difficiles, finissent par trouver leur voie et se développer avec beaucoup de succès, et ce grâce à leur savoir-faire et leurs offres à forte valeur ajoutée pour le marché Indien.

A ce titre, citons en exemple l'Aviation civile indienne qui va se hisser au troisième rang mondial d'ici à 2020. Airbus, déjà fortement présent en Inde pourrait par l'innovation et la compétitivité, y connaître de nouveaux succès. Le premier Airbus a été livré en 1976. Depuis un très fort partenariat s'est instauré avec les transporteurs aériens Indiens et ce sont aujourd'hui plus de 570 appareils qui sont en service en Inde toutes compagnies confondues. 2011 a été une année record pour l'avionneur toulousain : 150 A320 ont été commandés par Indigo et 72 par GoAir, deux compagnies Indiennes lowcost. Il faut bien le dire, en Inde, Airbus est préféré à son éternel concurrent Boeing et occupe 73% de parts de marché. De manière générale, partout en Inde, des opportunités de développement existent pour les entreprises françaises, en particulier dans le secteur de la distribution qui s'ouvre progressivement avec un profil de consommateurs qui évolue. ☉

Dan OIKNINE, Président de la Chambre de commerce & d'Industrie Franco Indienne  
 contact@ccifi.com - www.ccifi.com  
 +33 1 41 27 95 02  
 121, rue Aristide Briand 92300 Levallois Perret



### SECTEUR AGRICOLE & AGROALIMENTAIRE

#### FOOD INGREDIENTS INDIA

3/10/2013 au 5/10/2013  
Lieu: Mumbai  
Secteur: produits alimentaires et machines d'emballage  
Site Internet: <http://fiindia.ingredientsnetworks.com/home>  
Email: [mathias.baur@ubm.com](mailto:mathias.baur@ubm.com)

#### EIMA AGRIMACH INDIA

5/12/2013 au 7/12/2013  
Lieu: New Delhi  
Secteur: agriculture, viticulture, pêche  
Site Internet: [www.ficci.com](http://www.ficci.com)  
Email: [ficci@ficci.com](mailto:ficci@ficci.com)

#### DAIRY UNIVERSE INDIA

10/12/2013 au 12/12/2013  
14/11/2014 au 16/11/2014  
Lieu: Ahmedabad  
Secteur: produits alimentaires, machines d'emballage  
Site Internet: [www.koelnmesse.de](http://www.koelnmesse.de)  
Email: [info@koelnmesse.de](mailto:info@koelnmesse.de)

#### SWEET & SNACK INDIA

10/12/2013 au 12/12/2013  
14/11/2014 au 16/11/2014 (Mumbai)  
Lieu: Ahmedabad  
Secteur: produits alimentaires et machines d'emballage  
Site Internet: [www.koelnmesse.de](http://www.koelnmesse.de)  
Email: [info@koelnmesse.de](mailto:info@koelnmesse.de)

#### BIOFACH INDIA TOGETHER WITH ORGANIC

14/11/2014 au 16/11/2014  
Lieu: Bangalore  
Site Internet: [www.nuernbergmesse.de](http://www.nuernbergmesse.de)  
Email: [info@nuernbergmesse.de](mailto:info@nuernbergmesse.de)

### SECTEUR AUTOMOBILE

#### ANGVA INDIA

29/10/2013 au 31/10/2013  
Lieu: New Delhi  
Site Internet: [www.besallworld.com](http://www.besallworld.com)  
Email: [admin@besallworld.com](mailto:admin@besallworld.com)

### SECTEUR CONSTRUCTION

#### EXCON

20/11/2013 au 24/11/2013  
Lieu: Bangalore  
Secteur: technique de construction...  
Site Internet: [www.cii.in](http://www.cii.in)

### SECTEUR ÉNERGIE

#### INTERSOLAR INDIA

12/11/2013 au 14/11/2013  
18/11/2014 au 20/11/2014  
18/11/2015 au 20/11/2015  
Lieu: Mumbai  
Secteur: énergie conventionnelle & renouvelable  
Site Internet: [www.messe.freiburg.de](http://www.messe.freiburg.de)  
Email: [info@fwtm.freiburg.de](mailto:info@fwtm.freiburg.de)

### SECTEUR INDUSTRIEL

#### MDA INDIA

17/12/2013 au 20/12/2013  
10/12/2014 au 13/12/2014  
Lieu: New Delhi  
Secteur: logistique et stockage  
Site Internet: [www.hmf-india.com](http://www.hmf-india.com)  
Email: [info@hmf-india.com](mailto:info@hmf-india.com)

#### INDUSTRIAL AUTOMATION INDIA

17/12/2013 au 20/12/2013  
10/12/2014 au 13/12/2014  
Lieu: New Delhi  
Secteur: automatisation de la production  
Site Internet: [www.hmf-india.com](http://www.hmf-india.com)  
Email: [info@hmf-india.com](mailto:info@hmf-india.com)

#### SURFACE INDIA

17/12/2013 au 20/12/2013  
10/12/2014 au 13/12/2014  
Lieu: New Delhi  
Secteur: traitement des surfaces  
Site Internet: [www.hmf-india.com](http://www.hmf-india.com)  
Email: [info@hmf-india.com](mailto:info@hmf-india.com)

#### INDUSTRIAL SUPPLY INDIA

17/12/2013 au 20/12/2013  
10/12/2014 au 13/12/2014  
Lieu: New Delhi  
Secteur: fonderie, métallurgie, fer & acier  
Site Internet: [www.hmf-india.com](http://www.hmf-india.com)  
Email: [info@hmf-india.com](mailto:info@hmf-india.com)

### SECTEUR OPTIQUE

#### ANALYTICA ANACON INDIA

12/11/2013 au 14/11/2013  
Lieu: Mumbai  
Site Internet: [www.mmi-india.in](http://www.mmi-india.in)  
Email: [info@mmi-india.in](mailto:info@mmi-india.in)

#### LASER WORLD OF PHOTONICS INDIA

12/11/2013 au 14/11/2013  
Lieu: Mumbai  
Site Internet: [www.mmi-india.in](http://www.mmi-india.in)  
Email: [info@mmi-india.in](mailto:info@mmi-india.in)

### SECTEUR SANTÉ

#### INDIA LAB EXPO

21/11/2013 au 23/11/2013  
Lieu: Hyderabad  
Secteur: pharmacie & santé...  
Site Internet: [www.indialabexpo.com](http://www.indialabexpo.com)  
Email: [indialabexpo@gmail.com](mailto:indialabexpo@gmail.com)

#### CPHL INDIA

3/12/2013 au 5/12/2013  
Lieu: Mumbai  
Site Internet: [www.ubmindia.in](http://www.ubmindia.in)  
Email: [info.india@ubm.com](mailto:info.india@ubm.com)

### SECTEUR TEXTILE

#### TECHTEXTIL INDIA

3/10/2013 au 5/10/2013  
Lieu: Mumbai  
Site Internet: [www.techtextile-india.co.in](http://www.techtextile-india.co.in)  
Email: [info@messefrankfurt.com](mailto:info@messefrankfurt.com)

### SECTEUR TRANSPORT

#### IREE

3/10/2013 au 5/10/2013  
Lieu: New Delhi  
Site Internet: [www.ireeindia.com](http://www.ireeindia.com)  
Email: [roy.jacob@cii.in](mailto:roy.jacob@cii.in)

## NATIONS ÉMERGENTES

REVUE DE COMMERCE INTERNATIONAL

[www.nations-emergentes.org](http://www.nations-emergentes.org)

NUMÉRO 18 | OCTOBRE 2013

## LISTE DE NOS PARTENAIRES

Aranya .....	<a href="http://www.aranya.fr">www.aranya.fr</a>
Saravanaa Bhavan .....	01 40 05 01 01
Km Services .....	<a href="http://www.kmservices.eu">www.kmservices.eu</a>
Kavitagarg .....	<a href="http://www.kavitagarg.com">www.kavitagarg.com</a>
Jodhpur Palace .....	<a href="http://www.jodhpurpalace.com">www.jodhpurpalace.com</a>
CEDI Sarl .....	<a href="http://www.cedisarl.com">www.cedisarl.com</a>
Expat Blog .....	<a href="http://www.expat-blog.com">www.expat-blog.com</a>
Air India .....	<a href="http://www.airindia.com">www.airindia.com</a>

**Vol quotidien  
Dreamliner-B787  
Paris Delhi  
Au départ de Paris**



**68 villes desservies en Inde**

**Voyagez Zen**

