

# Mission multisectorielle en Scandinavie

*L'export est une longue patience. C'est au terme d'une démarche méthodique en 3 temps, baptisée "objectif Scandinavie" que 5 entreprises limousines ont pris la direction d'Oslo pour une mission de 5 jours (19-23 octobre).*

La mission soigneusement préparée par la CCI du pays de Brive, avec le concours d'une agence spécialisée depuis 15 ans dans les échanges avec la Scandinavie, le cabinet-conseil "Sud Export" à Bordeaux, avait été initiée à Brive, en mars dernier, par la rencontre entre 17 entreprises limousines de l'agro-alimentaire avec 7 acheteurs scandinaves (cf. l'actualité économique n° 178). Elle a été poursuivie en mai, avec la préparation de cette mission multisectorielle (cf. l'actualité économique n° 179), comprenant une présentation détaillée des marchés de Finlande et de Norvège et de leurs réseaux de distribution, croisée avec une étude très fine des produits, savoir-faire, particularités, positionnement et attentes des entreprises candidates<sup>(1)</sup>.

Nos entreprises se sont donc envolées le 19 octobre vers les frimas du Nord, avec en poche une sélection très pointue de 5-7 rendez-vous sur les deux pays, et tout comme en mars dernier, avec des documents commerciaux tirés au cordeau et parfaitement bilingues.

Professionnalisme et Scandinavie obligent, les rendez-vous se sont déroulés avec un "timing" très précis, soit dans les entreprises sélectionnées soit à l'hôtel, et nos entreprises ont profité du voyage pour visiter les grands types de points de vente agro-alimentaires, et notamment l'équivalent de nos Galeries Lafayette et des magasins pour professionnels "Cash & Carry".

Un déplacement qui a confirmé, si nécessaire, les enseignements des rencontres d'affaires de mars dernier déjà citées, à savoir que la Scandinavie offre des opportunités réelles pour nos entreprises de l'agro-alimentaire en raison d'un pouvoir d'achat élevé et de cote d'amour des produits du terroir français.

A noter : en Finlande le label "bio" n'est pas un sésame magique, car les consom-

mateurs considèrent que les produits que l'on trouve sur le marché doivent être "naturellement" bons, voire d'une qualité supérieure au bio standard.

En Norvège comme en Finlande (les deux pays groupés représentent un marché de 10 M d'h) on est à la pointe en matière de technologies de l'information et de la communication, à l'image des voisins Baltes qui utilisent déjà leurs portables pour acheter ou s'abonner à quantité de services. Autrement dit, si l'on veut commercer avec eux, mieux vaut être informatiquement outillé et entraîné.

Sophie Février, conseiller en développement international de la CCI du pays de Brive, qui accompagnait la mission, a rencontré les responsables de la CCI française de Norvège qui développent une activité de domiciliation téléphonique pour les sociétés françaises qui y distribuent leurs produits.

Les mission économiques des ambassades de France, tout comme le réseau des CCI, peuvent aider les entreprises à s'implanter en Scandinavie (comme sur tous les autres marchés). Toujours en Scandinavie, des projets d'actions commerciales sont en cours : ils concernent entre autres la sous-traitance industrielle et les vins.

Au XIX<sup>e</sup> siècle, la Norvège était l'un des pays les plus pauvres d'Europe. Au XXI<sup>e</sup>, l'or noir aidant, et le caractère industriel et commerçant des autochtones, c'est l'un des plus riches. C'est ainsi que tourne le monde.

Contact : Sophie Février, CCI du pays de Brive, tél 05 55 18 94 39.

(1) il s'agit de Abel SA de Brive, éclairage public et matériel électrique, de Fabié SA à St-Julien-aux-Bois, pâtisseries surgelées, de Francep International à Brive, champignons sylvestres surgelés, du Domaine de St Eloi, fruits entiers et purées de fruits surgelés et de la cartonnerie Jean, à la Celle Dunoise (23).