

Russie France



carte incluse

Investissements français en régions

Cartier



CALIBRE DE CARTIER

MOUVEMENT MANUFACTURE 1904 MC

COMME SON NOM LE SUGGÈRE, LE CALIBRE 1904 MC CÉLÈBRE PLUS D'UN SIÈCLE DE PASSION POUR L'EXCELLENCE TECHNIQUE. DOTÉE D'UN MOUVEMENT AUTOMATIQUE CRÉÉ, DÉVELOPPÉ, ET ASSEMBLÉ PAR LA MANUFACTURE CARTIER DANS LA PLUS GRANDE TRADITION HORLOGÈRE, LA MONTRE CALIBRE DE CARTIER ALLIE LE SAVOIR-FAIRE UNIQUE DE LA MAISON ET UNE RECHERCHE PERPÉTUELLE D'ÉLÉGANCE.

BOÎTIER 42 MM ET BRACELET EN OR ROSE 18 CARATS. MOUVEMENT MANUFACTURE MÉCANIQUE À REMONTAGE AUTOMATIQUE, CALIBRE CARTIER 1904 MC (27 RUBIS, 28'800 ALTERNANCES PAR HEURE, DOUBLE-BARILLETS, SYSTÈME DE REMONTAGE BIDIRECTIONNEL DE LA MASSE OSCILLANTE), PETITE SECONDE, QUANTIÈME À GUICHET, COURONNE À PANS EN OR ROSE 18 CARATS ORNÉE D'UN SAPHIR FACETTÉ. CADRAN OPALIN ARGENTÉ AZURÉ. VERRE SAPHIR INRAYABLE.



The Moscow Times

Rachel Nielsen,
rédactrice en chef

Alec Luhn,
rédacteur en chef adjoint

Cette année, des milliards d'euros seront investis par des groupes français en Russie, dans des projets technologiques, industriels ou de grande distribution. Ces apports colossaux seront consacrés notamment à la création de grandes surfaces par Auchan, la fabrication de voitures par Renault ou la production de cosmétiques par Lancôme. Mais la France sera également présente dans les secteurs russes du pétrole, du gaz, de la logistique ou encore du bâtiment et travaux publics.

Il s'agit là de la poursuite de la relation économique forte qui lie les deux pays. Vous trouverez dans cette édition une carte et un répertoire montrant l'ampleur de ces liens entre la France et la Russie. Près de 400 groupes français possèdent ici des bureaux ou des usines. Plus impressionnante encore est la variété des investissements : les entreprises françaises sont présentes sur un panel de secteurs très large, et sur l'ensemble du territoire russe.

Une relation si dense ne va pas sans anicroche. Le groupe Vinci est en charge du projet d'autoroute entre Moscou et Saint-Petersbourg qui coupe en deux la forêt centenaire de Khimki et fait scandale ; et l'accord sur la vente des porte-hélicoptères Mistral est resté longtemps en suspens pour cause de désaccords sur le prix ou sur la question du transfert de technologies. Pourtant, l'amitié franco-russe, au fil du temps, après des décennies de collaboration économique et des siècles d'échanges culturels, demeure aujourd'hui profonde, et solide.

Nos journalistes – collaborateurs du Moscow Times, de Vedomosti et du St. Petersburg Times – vous proposent dans ce supplément un panorama détaillé de la présence économique française dans les régions russes. La Chambre française de Commerce et d'Industrie en Russie, notre partenaire dans le cadre de ce projet, a mis à notre disposition nombre de ses données statistiques et informations essentielles. Pour autant, nous sommes demeurés parfaitement indépendants. Ce supplément vous offre donc une information impartiale, et vous propose un aperçu des évolutions de la relation franco-russe.

Post-scriptum : Jetez un œil à notre interview avec Ravil Zaripov, ministre de l'industrie et des échanges du Tatarstan, en exclusivité pour notre site web, afin de vous faire une idée sur l'état des investissements français dans cette république russe.

www.themoscowtimes.com/guides/country_supplements/index.php

Chers amis,

Pour la deuxième année consécutive nous publions un supplément spécial consacré à la présence économique française en Russie.

Cette année, nous avons choisi de mettre un coup de projecteur sur le développement régional de nos entreprises ! La formidable impulsion de l'Année croisée se prolonge naturellement par le renforcement de la coopération avec les autorités régionales, soucieuses de promouvoir leurs ressources économiques et humaines. Du pourtour de la Mer Noire aux contreforts de l'Oural (voire au-delà, jusqu'au lac Baïkal et même la façade Pacifique !), les projets d'investissement français se multiplient et, ce qui est l'essentiel, se concrétisent.

Le supplément que vous tenez actuellement entre les mains tente de favoriser la lisibilité de cet immense marché.

Aujourd'hui plus que jamais, nous sommes convaincus, forts du succès de nos trois cents entreprises membres, que l'avenir de la coopération franco-russe se joue au-delà de l'appriovissement des deux capitales.

Vous verrez au fil de ces pages à quel point les entreprises françaises ont su prendre la mesure de ce défi !

Bien à vous,



Emmanuel Quidet, Président

Pavel Chinsky, Directeur Général



Le Courier de Russie

Traducteurs/Correcteurs
Charlyne Dodier, Julia Breen,
Nina Fasciaux, Frédéric Bruger

Adresse du journal
22/2 Ul. Bolchaïa Nikitskaïa
Bureau 33, 103009 Moscou

Responsable distribution & partenariats
Anastasia Masherova
anastasia.masherova@lcdr.ru

Fondateurs
Philippe Pelé Clamour
Jean-Luc Pignon
Emmanuel Quidet

Directeur du projet
Thomas Kerhuel

Contacts pour la publicité
Tél. (495) 690 64 39

Responsable abonnements
Olga Sherbakova
abonnement@lcdr.ru

Directrice artistique
Galina Kouznetsova

Directeur administratif & commercial
Thomas Kerhuel
thomas.kerhuel@lcdr.ru

Édité par
OOO Novyi Věk Media © (Nouveau Siècle Média)
Enregistré auprès du TsTU du Ministère de la presse et des médias
PI N. 1-01029

Le journal est distribué gratuitement et sur abonnement. Il est imprimé à partir de films au OAO Moskovskaïa Gasetnaïa Tipografiia, 123995, Moscou, Oulitsa 1905 goda, dom 7. Volume 3 p.l. Tirage 20 000 exemplaires Commande N° Donnée à imprimer le 3 juin 2011

Webmaster
Marc Dobler

Responsables commerciaux
Julia Zhigar
julia.zhigar@lcdr.ru

Directeur de la publication
Jean-Félix de La Ville Baugé

N'hésitez pas à contacter la rédaction
Tél. (495) 691 83 18

Ilya Blokhin
ilya.blokhin@lcdr.ru

Sommaire

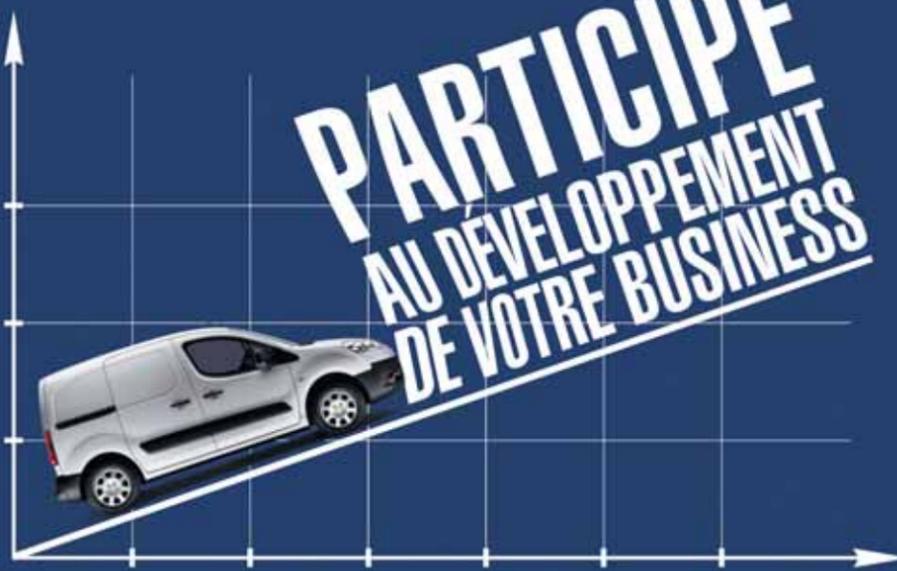


Alexander Zemlianichenko Jr. / Bloomberg

| | | | |
|--|-----------|---|-----------|
| L'Oréal s'installe dans le centre économique de Kalouga : avantages fiscaux et parc industriel ouvrent la voie aux cosmétiques..... | 6 | Répertoire : liste des entreprises françaises en Russie..... | 18 |
| La guerre automobile des Gaulois version russe: Renault, Peugeot et Citroën s'appuient sur des partenariats pour croître..... | 9 | Les Français attaquent : Les usines d'Onduline et de Saint-Gobain à Nijni Novgorod fournissent en matériaux un secteur de la construction en plein développement..... | 20 |
| « Une dynamique excellente » dixit l'Ambassadeur de France en Russie : diplomate français d'exception, Jean de Gliniasty, se prononce sur le monde des affaires, la politique et les liens avec l'étranger..... | 12 | Un partenariat efficace : les mesures du gouvernement pour limiter les pertes d'énergie attirent les sociétés françaises sur un marché naissant | 24 |
| Une touche de French connection sur le marché de l'immobilier pétersbourgeois : hôtels, enseignes de grande distribution et infrastructures de transport fleurissent dans la Venise du nord..... | 14 | Un producteur d'équipement à la recherche d'une bonne récolte : le groupe Kuhn, attiré par l'obsolescence des équipements agricoles russes, se heurte au protectionnisme et à la compétition étrangère | 26 |
| Carte : les entreprises françaises dans les régions de Russie : destinations et secteurs phares..... | 16 | Le détail français étend ses ailes sur Saint-Pétersbourg : Auchan, Leroy Merlin et Décathlon investissent le secteur des grandes surfaces dans la capitale du Nord | 29 |

PEUGEOT - IMPORTATEUR N°1 DE VEHICULES UTILITAIRES*

**PARTICIPE
AU DÉVELOPPEMENT
DE VOTRE BUSINESS**



- ✓ Large gamme de modèles: 20 versions de base / 40 transformations possibles
- ✓ Réseau étendu de distributeurs: 50 villes / 75 points de vente
- ✓ Faible coût de possession: inférieur de 28% à la moyenne du marché **
- ✓ Programmes de crédit et de leasing attractifs
- ✓ Assistance: 7 j. / 7 24 h. / 24



Hotline Peugeot
(Appel gratuit sur le territoire de la Fédération de Russie)
8 800 555 53 35

www.peugeot.ru/professional

* D'après l'AEB (Association of European Business) l'entreprise Peugeot est le premier importateur de véhicules utilitaires en Russie pour l'année 2010, ** D'après Interactive Research Group en 2010 le niveau des coûts de la maintenance périodique des véhicules Peugeot chez les distributeurs agréés est inférieur de 28% au niveau moyen du marché pour un parcours de 140 000 à 150 000 kilomètres, soit 5 ans d'exploitation. Pour plus d'informations consultez la publicité sur le site www.peugeot.ru rubrique Peugeot Professional. Publicité.



**PEUGEOT
PROFESSIONAL**



+



=



Стоит улучшить. Стоит недорого.

Товары для ремонта

www.leroymerlin.ru



+



=



Стоит улучшить. Стоит недорого.

Товары для строительства

www.leroymerlin.ru



+



=



Стоит улучшить. Стоит недорого.

Товары для строительства

www.leroymerlin.ru



+



=



Стоит улучшить. Стоит недорого.

Товары для сада

www.leroymerlin.ru



L'Oréal s'installe dans la région de Kalouga

Le géant mondial des cosmétiques profite d'un taux d'imposition avantageux et du soutien des autorités régionales pour ouvrir une usine dans l'une des zones les plus industrialisées de Russie.

Texte : Alexander Bratersky



L'usine construite par le groupe L'Oréal doit produire 120 millions de produits cosmétiques par an, des colorations pour cheveux aux shampoings, destinés à la vente en Russie, Ukraine, Kazakhstan et Biélorussie. Mais, avant d'atterrir dans les rayons des supermarchés, les cosmétiques seront élaborés à Kalouga, région dans laquelle L'Oréal a investi 26 millions d'euros (37 millions de dollars), d'après les chiffres publiés par l'entreprise.

« La France est certes la patrie des cosmétiques. Mais le groupe est bien connu en Rus-

sie aussi, et y bénéficie d'une bonne image », a déclaré au *Moscow Times* Georges Chichmanov, secrétaire général de L'Oréal en Russie.

Si Paris est la capitale mondiale des produits de beauté, la région de Kalouga, en Russie, est un *hub* – grand centre industriel – accueillant de nombreuses entreprises étrangères. Rejoignant le sud-coréen spécialiste de l'électronique Samsung, le suisse Nestlé, leader de l'alimentation ou le constructeur automobile suédois Volvo, L'Oréal fait figure de cas d'école, révélant les mécanismes de la capacité d'attraction de cette région industrielle. Les autorités locales y proposent en

effet de faibles taux d'impôt sur le revenu, et présentent la région comme un paradis des affaires, attirant les sociétés étrangères qui désirent avoir un pied dans le marché de la consommation russe.

La marque L'Oréal est connue des femmes russes depuis un certain temps. Mais la société – qui a fait son entrée en Russie en 1990 à travers la création d'une entreprise franco-soviétique – est aujourd'hui devenue l'une des marques de cosmétiques les plus célèbres dans le pays.

L'Oréal a affiché un chiffre d'affaires de 600 millions d'euros en 2009, première année

pour laquelle l'entreprise a décidé de dévoiler ses chiffres. Le marché russe, en termes de ventes, est le 8e mondial, indique la direction de l'entreprise. L'Oréal Russie a connu une croissance de 17,6% pour le premier semestre 2010 (les chiffres de 2011 n'ont pas encore été communiqués).

L'entreprise n'est qu'un élément parmi d'autres venant souligner que le marché des cosmétiques est en pleine croissance en Russie. L'année dernière, il a affiché 3 à 5 % de hausse, et pourrait dépasser les 7% de croissance cette année, dans sa valeur en roubles, estime Renaissance Capital, banque russe d'investissement. Selon l'agence de marketing Staraiia Krepost ExpoMediaGroup, le marché des cosmétiques en Russie pesait, en 2010, 11 milliards de dollars.

Le groupe français a réussi son entrée sur le marché russe. Son slogan publicitaire, *Parce que vous le valez bien*, s'est démocratisé au point d'être désormais repris par des hommes politiques autant que par des comédiens. En 2004, le journal d'orientation libérale de gauche *Novaia Gazeta* utilisait même le slogan pour titrer un article sur le salaire minimum.

L'usine L'Oréal en Russie a ouvert à Vorsino, en septembre 2010. « Après avoir pris la décision d'investir dans la construction d'une usine en Russie, nous avons tout de suite pensé aux alentours de Moscou, confie Georges Chichmanov. Et la région de Kalouga nous



L'usine L'Oréal dans la zone industrielle de Vorsino.

Aleksandr Bychkov: « L'existence d'un marché liquide pour les parts d'une société anonyme est, sans aucun doute, un avantage compétitif »

La Société anonyme ouverte "IC RUSS-INVEST" est une société d'investissement aux activités diversifiées qui opère sur le marché russe des titres depuis le 3 décembre 1992 et est membre de la Chambre de commerce et d'industrie franco-russe (CCIFR) depuis 2009.

Cela fait plusieurs années que l'entreprise fait partie des cinq sociétés d'investissement les plus importantes en Russie, en termes de taille du capital, et se positionne à la 159ème place des sociétés russes en termes de valeur sur le marché, selon le magazine « Expert », l'un des hebdomadaires russes les plus lus. IC RUSS-INVEST dispose d'actifs évalués à plus de 4.3 milliards de roubles et reste l'une des sociétés les plus capitalisées sur le marché russe des titres.

IC RUSS-INVEST est également l'un des leaders sur le marché des investissements russes dans d'autres catégories : celui des actifs et des bénéfices nets. En 2009-2010 la croissance trimestrielle du volume de transaction a atteint 612%.

Les bilans financiers positifs réalisés par IC RUSS-INVEST ces dernières années ont bénéficié d'une excellente évaluation des institutions de crédit russes et internationales Fitch, Moody's et l'Agence de notation nationale. La société a perçu une notation élevée pour sa gouvernance d'entreprise - de niveau 7+ - par l'Institut russe des Directeurs (RID) et l'agence d'estimation « Expert RA ».

Ces dix dernières années, IC RUSS-INVEST a développé ses principales activités avec succès. La société fournit un large éventail de services pour ses clients : services de courtage, gestion fiduciaire, commerce sur Internet, services de sous-courtage, services de dépôt, émission de titres, finances d'entreprise, consultation financière, services d'agence liés aux ventes de fonds mutuels, etc.

Aleksander Bychkov, Président et Directeur Général d'IC RUSS-INVEST a dirigé l'entreprise pendant plus de 18 ans.

Aleksander, votre compagnie a-t-elle des intérêts en Europe, et en France en particulier ?

Actuellement, IC RUSS-INVEST est la maison mère du groupe d'investissement, comprenant notamment ABR Financial B.V. Bien que cette société se trouve aux Pays-Bas, c'est un courtier agréé faisant partie de sept bourses de valeurs européennes, comprenant celle de Paris. Un grand nombre d'opérations de la maison mère IC RUSS-INVEST sont faites chez Euronext Paris, actuellement la deuxième plus grande bourse de valeurs en Europe.

Pourquoi une entité juridique européenne et non pas une société délocalisée ?

Eh bien, vous venez juste de répondre à cette question vous-même. Nous n'avons pas besoin d'une société délocalisée ; nous voulons une juridiction respectable, avec des règles transparentes, et en même temps, avec un système fiscal accommodant et compréhensible pour les investisseurs.

La direction d'IC RUSS-INVEST prête une attention privilégiée à la gouvernance d'entreprise, pourquoi ?

Il est tout à fait évident que l'efficacité de la gestion de n'importe quelle société se mesure par ses bilans financiers. Cependant, pour une société anonyme,

l'évaluation de l'efficacité de la gestion du personnel est quelque peu plus large et concerne également l'attrait d'investissements que constituent les actions de la société. En pratique, on a pu voir qu'une majorité des dirigeants russes n'est pas préoccupée par le développement de la bourse de valeurs pour leurs sociétés, l'augmentation de leur capitalisation boursière et l'amélioration de la transparence d'information. Les directeurs russes perçoivent plutôt le marché boursier comme un outil pour une Offre Publique d'Achat hostile, et non pas comme une opportunité pour attirer les investissements et développer son activité.

Apparemment, votre société a une approche différente ?

Naturellement, l'existence d'un marché liquide pour les parts d'une société anonyme est, sans aucun doute, un avantage compétitif. Il représente une source additionnelle de financement et assure la liquidité des investissements pour les actionnaires existants. C'est une occasion de recevoir une notation satisfaisante pour les activités de la société. C'est également un outil de motivation du personnel, une méthode pour élargir la base d'actionnaires tout en maintenant la structure de propriété. En ce qui concerne l'image, un marché développé et liquide indique que les standards actuels de la gouvernance d'entreprises sont respectés.

IC RUSS-INVEST a reçu l'une des meilleures notations pour la gouvernance d'entreprise : NRKU 7+. Qu'est-ce que le concept de gouvernance d'entreprise ? Qu'est-ce qui différencie une société prospère, du point de vue de l'exécution des standards de gouvernance d'entreprise ?

Tout d'abord, les droits de l'actionnaire sont respectés. Un investisseur potentiel évaluera toujours le degré d'accès à la gestion de la société, le respect du droit concernant les paiements des dividendes, le respect des procédures de l'entreprise et l'égalité des droits pour l'ensemble des actionnaires.

Les facteurs importants sont l'organisation des activités du corps de gestion, le contrôle et l'audit interne, la transparence pure et parfaite de l'information et, naturellement, la responsabilité sociale de l'entreprise.

IC RUSS-INVEST est membre de NAUFOR, la Bourse « MMVB » et la Bourse « RTS ». Quelle est la stratégie actuelle de la société sur le marché boursier ?

IC RUSS-INVEST a choisi une approche de risque modéré pour ses transactions courantes, et un contrôle accru du risque. Une importance principale a été accordée à l'analyse fondamentale. Dans un même temps, notre objectif principal est de trouver des actifs fondamentalement sous-évalués qui peuvent subir d'importantes augmentations de prix à moyen et long terme. La stratégie de transactions à court terme est partiellement basée sur une analyse stratégique et technique et sur l'arbitrage du risque. Cette stratégie donne des résultats positifs sur le long terme : pendant plus de 10 ans, IC RUSS-INVEST a gagné plus de 25% par an sur ses investissements.



Revenons au business en Europe, quels y sont vos objectifs ?

L'objectif stratégique de la société consiste à atteindre et préserver la position de leadership dans l'environnement des investissements, et avant tout, sur le territoire russe. Néanmoins, pour y parvenir, nous prévoyons de créer à partir d'IC RUSS-INVEST, un groupe d'investissement international compact, diversifié, et très efficace qui combinerait la gestion de patrimoine et une offre de services financiers très variés à l'aide d'un large réseau de filiales. Nos activités en Europe seront, sans aucun doute, un véritable soutien.

IC RUSS-INVEST S'EST VUE ACCORDER LES NOTATIONS SUIVANTES:

La notation à long terme de la devise nationale et étrangère de niveau B2 et la notation à court terme de la devise nationale et étrangère de niveau « Not Prime » de Moody, ainsi que la notation à long terme au niveau national de Baa1. ru ;

Les notations de Fitch : Notation à long terme dans la devise étrangère de niveau « B », notation à court terme de niveau « B », et notation à long terme au niveau national de niveau « BBB - » (BBB moins);

Agence nationale d'Estimation : Niveau de fiabilité « AA », une catégorie « très fiable » de troisième niveau;

Institut russe des directeurs et Agence d'estimation « Expert RA » : Notation de gouvernance d'entreprise NRKY 7+ (politique développée de gouvernance d'entreprise).

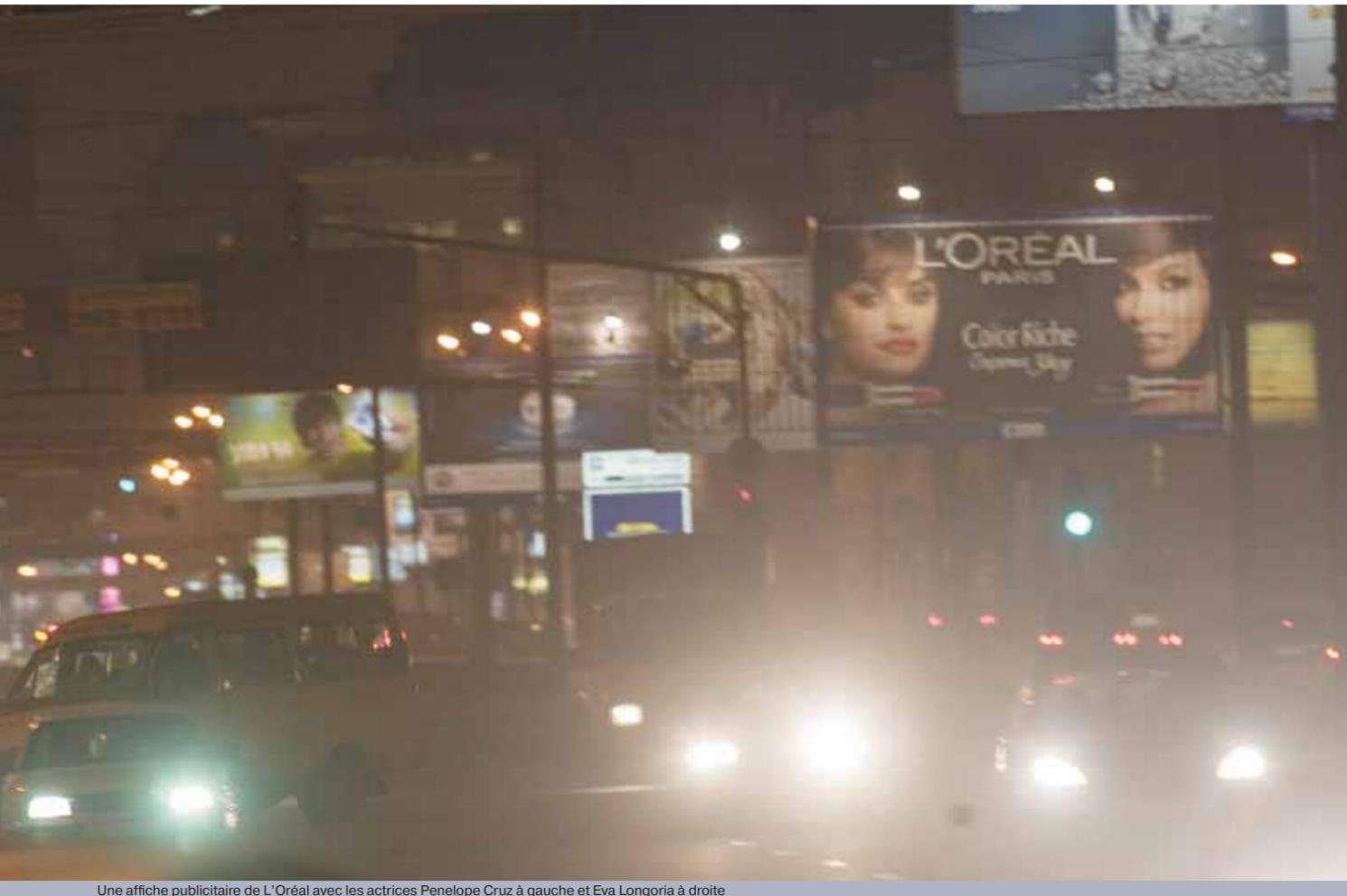
Tél.: +7 (495) 363-93-80

Fax: +7 (495) 363-93-90

Email: mail@russ-invest.com

Site Web:

www.russ-invest.com



Une affiche publicitaire de L'Oréal avec les actrices Penelope Cruz à gauche et Eva Longoria à droite

Denis Gishikin / Vedomosti

▶ offrait des conditions intéressantes. Nous y avons trouvé une administration locale très efficace, qui a su nous révéler le meilleur du potentiel de la région. »

« Nous avons trouvé un partenaire sérieux », souligne encore Chichmanov. Il insiste sur le « professionnalisme » du gouverneur de la région, Anatoly Artamonov, et de toute son équipe.

L'Oréal n'est pas le seul groupe français installé à Kalouga. On y trouve notamment la chaîne d'assemblage de PSA Peugeot Citroën et Mitsubishi Motors, lancée en avril 2010.

Cette co-entreprise, appelée PSMA Rus, est détenue à 70% par PSA et à 30% par le fabricant japonais.

La région de Kalouga, à trois heures de route en voiture de Moscou, est devenue une zone des plus attractives en termes d'investissements économiques, pouvant se vanter d'accueillir plus de 150 projets. D'après les chiffres fournis par l'agence du développement régional de Kalouga, c'est la deuxième région du pays, après Moscou, à accueillir le plus d'investissements étrangers directs, totalisant un afflux de plus de 4 milliards de

dollars depuis 2006.

Svetlana Kozenieva, directrice marketing de l'agence du développement régional de Kalouga, assure que L'Oréal a été attiré par les avantages proposés par la région en termes d'impôts, son soutien aux entreprises et « une présence significative de sociétés déjà implantées ».

En 2009, l'administration locale a en effet voté une loi abaissant l'impôt sur le revenu à 13,5%, au bénéfice des principaux investisseurs de la région. Ces derniers, en signant avec la région un contrat prévoyant un inves-

tissement de 100 à 300 millions de roubles, peuvent bénéficier d'un allègement fiscal d'une durée d'un an maximum. La période peut se voir doublée dans le cas d'investissements plus conséquents.

Svetlana Kozenyeva précise que la présence de groupes français dans la région a également permis d'attirer d'autres entreprises. « Les hommes d'affaires français l'affirment eux-mêmes : "si des investisseurs français sont sur place, c'est qu'il n'y a pas de corruption" », confie-t-elle.

Le directeur de L'Oréal Russie, Georges Chichmanov, indique de son côté que la présence du parc technologique de Vorsino a constitué un facteur clé dans le choix de Kalouga. Les autorités locales ont en effet fourni au groupe français une usine déjà pourvue de tous les équipements nécessaires, comme les installations de téléphone et d'électricité. Le lieu est déjà bien connu des entreprises étrangères : L'Oréal aura pour voisins, à Vorsino, Samsung et Nestlé.

De plus, le Groupe, qui cherchait une implantation proche de Moscou, s'est tourné vers Kalouga en raison de sa disposition géographique et des conditions offertes par les autorités locales.

Évidemment, la région de Kalouga retire des bénéfices de cette générosité : l'installation de ces entreprises signifie avant tout travail et croissance économique.

Vladimir, 40 ans, manutentionnaire originaire de la petite ville de Naro-Fominsk, dans la région de Moscou, se considère chanceux d'avoir été embauché dans l'usine L'Oréal, qui emploie, à l'heure actuelle, 120 personnes. Évoquant les problèmes de salaires dans certaines entreprises russes, il déclare « recevoir un salaire régulier, et pouvoir même économiser ». Il confie gagner près de 700 dollars par mois.

« Apprécier les produits cosmétiques est une chose naturelle pour toutes les femmes », assure Elena, responsable comptabilité dans l'usine L'Oréal. Proche de la trentaine, mère d'un garçon de 10 ans, elle désigne le « facteur beauté » comme une des raisons ayant motivé son choix. Elle ajoute à cela un salaire stable, et l'opportunité de travailler au sein d'une entreprise occidentale.

L'usine L'Oréal de la région de Kalouga a été construite de façon à ce que l'infrastructure puisse être étendue et accueillir de nouveaux collaborateurs, explique Georges Chichmanov. L'entreprise a annoncé vouloir atteindre les 300 employés dans un avenir très proche. ■



Location de tout type d'espace modulaire

La société franco-américaine ALGECO est le leader mondial de la construction modulaire

CONSTRUCTIONS MODULAIRES «CLÉ EN MAIN»

- finition intérieure aux standards européens
- équipement électrique complet

PLANIFICATION DES BÂTIMENTS FLEXIBLES

- construction jusqu'à 3 étages
- choix libre de l'emplacement

MOBILITÉ ET SOLIDITÉ

- extension/déplacement des bâtiments possible
- qualité d'exploitation vérifiée dans les conditions de l'hiver russe

QUALITÉ EUROPÉENNE

- production des modules en République Tchèque
- 55 ans d'expérience et les technologies ALGECO garantissent une qualité supérieure

LOCATION: que des avantages

- pas d'investissement nécessaire
- pas de permis de construire requis
- livraison, montage et maintenance du bâtiment sont assurés par nos équipes

Algeco Moscou
+7 (495) 645-69-15

www.algecorussia.com

Algeco Saint-Petersbourg
+7 (812) 309-34-64



Georges Chichmanov, secrétaire général de L'Oréal Russie

L'Oréal

« La région de Kalouga nous offrait des conditions intéressantes. Nous y avons trouvé une administration locale très efficace, qui a su nous révéler le meilleur du potentiel de la région ».

L'Oréal, les femmes et la science

En plus d'investir en Russie, L'Oréal a offert son soutien à de jeunes femmes scientifiques russes au travers de bourses d'études, à hauteur de dix attributions par an. Ces fonds sont destinés à des femmes de moins de 35 ans, travaillant dans les domaines de la chimie, de la physique, de la médecine et de la biologie.

Ces bourses s'inscrivent dans le cadre d'un projet commun lancé par l'UNESCO et l'Académie russe des sciences. Le bilan du programme indique que 25 femmes scientifiques ont déjà reçu chacune 400 000 roubles (soit 14 000 dollars).

L'une des lauréates du programme, la biophysicienne Natalia Chichatskaïa, a également été récompensée par un prix remis par le Président russe, en 2010.

Le directeur général de L'Oréal en Russie précise que « ce projet a pour but d'aider des jeunes femmes à poursuivre leurs projets de recherche en Russie ».

« Nous sommes certes une entreprise qui vend des produits de beauté. Mais il n'est pas question ici d'évaluer la beauté. Nous nous intéressons au rôle des femmes dans la science », conclut Chichmanov.

Renault, grand vainqueur de la guerre des voitures gauloises



En 1928, le poète soviétique Vladimir Maïakovskii s'achetait une Renault. Les critiques furent si virulentes qu'il décida d'écrire une Lettre de réponse aux futurs commérages.

Texte : Alec Luhn

« **E**h bien, pardonnez-moi d'avoir ramené de Paris une Renault, et non de l'eau de Cologne ou une cravate », conclut-il à la fin de son poème.

Taxés de « bourgeois » en URSS, le fabricant automobile Renault, comme ses deux compatriotes Peugeot et Citroën, sont devenus, dans la Russie d'aujourd'hui, de parfaits prolétaires.

Les voitures Renault font désormais partie intégrante du paysage automobile russe. Depuis janvier 2011, Renault est le troisième vendeur de voitures dans le pays. L'assemblage des véhicules se fait sur le territoire russe, comme chez Peugeot et Citroën, mais les deux derniers sont moins présents sur le marché, et bénéficient de moins de soutien de la part des autorités russes. Les partenariats commerciaux et les relations avec l'État sont des facteurs décisifs dans un contexte où les fabricants d'automobiles français tentent de stimuler leur production et leurs ventes en Russie.

Renault possède notamment des parts dans le capital du géant automobile russe AvtoVaz. « C'est avant tout par l'intermédiaire d'AvtoVaz que Renault reçoit le soutien des autorités, précise Mikhaïl Pak, spécialiste de l'industrie automobile au sein de la société d'investissement Aton. En Russie, il s'agit d'un facteur des plus décisifs. »

Les derniers chiffres publiés par Renault sont largement convaincants. Pour le premier quart 2011, Renault a vendu près de 46 000 véhicules, d'après les statistiques recueillies par l'Association des entreprises

européennes, représentant les intérêts de ces dernières en Russie. La Logan, vendue 327 000 roubles (près de 8200 euros), est le modèle étranger le plus vendu de ces quatre derniers mois en Russie, indique l'Association. Mais tout cela n'a rien de très nouveau : Renault assemble des voitures dans son usine de production Avtoframos à Moscou depuis déjà plusieurs années.

Les analystes du marché ainsi que les cadres du secteur s'attendent, après la récession de ces dernières années, à une reprise rapide du marché automobile russe.

François Provost, directeur général adjoint de Renault Russie, a déclaré que le groupe



François Provost, directeur général adjoint de Renault Russie

avait l'intention d'anticiper cette tendance à la hausse du marché russe de l'automobile en augmentant sa capacité de production et en s'implantant dans des villes de taille moyenne. Renault prévoit également de multiplier presque par deux le rendement de son usine Avtoframos – soit d'atteindre un volume de 160 000 véhicules par an en mettant notamment en place des équipes de nuit – et d'ouvrir une dizaine de concessions supplémentaires, précise François Provost. Le fabricant compte déjà 120 concessions.

« Notre ambition est de [croître] plus rapidement que le marché, et d'y augmenter nos parts », a-t-il ajouté.

C'est effectivement ce qu'a fait Renault cette année, dans un marché de l'automobile russe en sortie de crise. De manière générale, les ventes de véhicules neufs en Russie ont augmenté de 64% entre janvier et avril, les ventes de Renault représentant, à elles seules, une augmentation de 80%, soit 46 000 véhicules, indique l'Association des entreprises européennes. En comparaison, Chevrolet, deuxième fabricant étranger en Russie, a vendu 47 000 véhicules, pour une augmentation de 45% de ses ventes. Le leader du marché, Lada (principale marque du géant russe AvtoVAZ), a vu ses ventes augmenter de 41%, soit environ 176 000 véhicules.

Si Renault est capable de maintenir cette cadence, l'entreprise pourra anticiper la tendance positive sur le marché de l'automobile prévue par les analystes. Au début de l'année, le Boston Consulting Group, cabinet de conseil en stratégie, estimait par exemple que la Russie gagnerait quatre places dans le classement des meilleurs marchés automobiles, passant du 10ème au 6ème rang. De plus, les trois fabricants automobiles français bénéficient, de la part du gouvernement russe, d'une prolongation de la prime à la casse jusque fin 2011.

Pour Mikhaïl Pak, Renault constitue, parmi les trois fabricants français, « le potentiel le plus intéressant » en Russie, grâce à l'importance de ses ventes et à son partenariat avec le plus grand fabricant russe, AvtoVAZ.

En 2008, Renault a déboursé près d'un milliard de dollars pour acquérir 25% d'AvtoVAZ, disposant, dès lors, de 12 sièges au sein de son conseil d'administration et, de fait, du feu vert pour le développement de ses activités.

Actuellement, Renault représente 6% des parts sur le marché de l'automobile en Russie, assure François Provost. Mais, réuni, le trio – AvtoVAZ, Renault, et son partenaire Nissan (respectivement 23% et 5% du marché) – atteint déjà 34% des parts du

« Notre ambition est de croître plus rapidement que le marché, et d'y augmenter nos parts ».

► marché russe. On n'est pas loin des 40%, qui, d'après le PDG de Renault Carlos Ghosn, pourraient être réalisés cette année. Renault détient 44,3% de Nissan, alors que le groupe japonais ne détient que 15% du fabricant français.

Peugeot et Citroën

De leur côté, Peugeot et Citroën mettent en place leurs propres plans d'expansion.

D'abord distinctes, les deux entités ont fusionné en 1976. Mais si les deux marques, en France, relèvent d'une seule et même socié-

« Les ventes progressent, et cela contribue à donner plus d'impact à notre marque ainsi qu'à notre image », poursuit Chamla.

Pour le directeur général de Citroën Russie, l'image a constitué le défi le plus important de la marque en Russie. En effet, le constructeur n'a commencé à importer des véhicules en Russie qu'en 2008, et le groupe PSA Peugeot Citroën n'a lancé de production russe qu'en 2010, dans une usine à Kalouga.

Jean-Louis Chamla précise que les parts de marché de Citroën, comme ses ventes, augmentent chaque année depuis 2008. Citroën représente en effet, cette année, la plus im-



Jean-Louis Chamla, directeur général de Citroën Russie

Citroën

« Les ventes progressent, et cela contribue à donner plus d'impact à notre marque ainsi qu'à notre image. »

té, il s'agit bien de deux entités séparées dès lors qu'il est question de ventes. PSA Peugeot Citroën produit bien les deux marques, mais la vente et le marketing sont traités séparément par chacune d'entre elles. Sur les ventes du mois d'avril en Russie, Peugeot représente 2% du marché et Citroën 1%, indique l'Association des entreprises européennes, soit, respectivement, 13 000 et 7 600 véhicules vendus par le groupe.

Ayant vendu 17 000 véhicules l'année dernière, Citroën voudrait atteindre les 40 000 cette année, et les 100 000 d'ici à 2050, a annoncé Jean-Louis Chamla, directeur général de Citroën Russie. L'objectif de ce dernier est de faire de Citroën « une bonne marque dans la liste de préférence des consommateurs russes », ce qui nécessite, précise-t-il, d'accroître la valeur de la marque et sa visibilité sur le marché russe.

portante augmentation des ventes parmi les trois constructeurs : le groupe a vendu 7 570 véhicules en avril, soit une augmentation de 113% par rapport à l'année précédente à la même période.

Mais cette croissance demeure relative. Citroën avait, de fait, plus de marge de croissance, puisque le constructeur avait commencé avec un certain retard en termes de notoriété et de ventes, loin derrière le peloton de tête, nuance Sergueï Oudalov, directeur adjoint du bureau d'analyses Avtostat. Oudalov note cependant que les réductions très compétitives de la marque et ses campagnes de publicité lors de la crise financière ont propulsé ses ventes, malgré un climat financier non propice. Nos appels répétés en vue de plus amples explications aux représentants de Peugeot en Russie n'ont malheureusement pas abouti.

Sergueï Oudalov s'accorde avec Jean-Louis Chamla pour constater que Citroën a besoin d'améliorer son attractivité auprès des consommateurs, car, si l'on compare les trois constructeurs français, il évolue sur le marché le plus étroit avec une clientèle de niche. « Une bonne campagne de publicité et un panel de clients plus large, c'est ce dont Citroën a besoin aujourd'hui, plus que toutes les autres marques », assure Oudalov.

Face à un Renault fermement établi comme constructeur de véhicules à petit budget, Citroën et, dans une moindre mesure, Peugeot, se sont positionnés en « créateurs » de véhicules pour une clientèle select, proposant plus de design et de confort, analysent les experts. Alors que le nombre de clients susceptibles d'acheter de tels véhicules « milieu de gamme » augmente, la stratégie la plus sûre est d'afficher les prix les plus bas possible, ajoute Sergueï Oudalov.

« La stratégie de Citroën va déjà dans ce sens, précise le directeur d'Avtostat au vu des derniers modèles et des remises proposées. Le prix est important. Et ils ont commencé, avec ces prix, d'être compétitifs. »

Renault continue cependant de monopoliser le marché de la voiture petit budget avec sa Logan à 327 000 roubles (environ 8 200 euros). La 207 à hayon, modèle Peugeot le moins cher comparable en taille à la Logan, est vendue à partir de 454 000 roubles (soit un peu plus de 11 000 euros). Chez Citroën, le modèle similaire, la C3, est disponible à partir de 498 000 roubles (soit près de 12 500 euros). Les deux marques de PSA proposent toutefois des modèles plus petits, à moins de 400 000 roubles (10 000 euros).

Pour Mikhaïl Pak, même si le prix est déterminant, Peugeot et Citroën devraient se concentrer sur les modèles de moyenne gamme, C ou D, plutôt que sur le secteur plus économique, dominé par Renault.

« PSA devrait mettre l'accent sur les véhicules de moyenne gamme, notamment à partir de 500 000 roubles (12 500 euros) », considère l'analyste du groupe Aton.

Renault, de son côté, se tourne désormais vers des gammes plus élevées, même si la Logan et son équivalent avec hayon, la Sandero, continuent de constituer le plus gros des ventes, indique François Provost. La Logan représente 50% des ventes de Renault en Russie, et la Sandero 30%. Renault a également lancé deux véhicules de classe C, la Mégane et la Fluence, vendues, respectivement, à partir de 569 000 roubles (14 225 euros) et 579 000 roubles (14 475 euros).

« Le marché est en hausse pour toutes les catégories de véhicules, et la stratégie de la marque Renault est d'être compétitive dans toutes ces catégories, explique François Pro-

vost. Pour cela, nous devons élargir [notre] gamme. »

Un partenariat voué au succès

Les trois constructeurs français se sont fortement appuyés sur leurs divers partenariats commerciaux pour se développer en Russie, notamment pour l'ouverture de chaînes de fabrication. L'usine PSA Peugeot-Citroën de la région de Kalouga (à environ 200 km de Moscou), PSMA Rus Factory, lancée en 2010 pour un coût de 630 millions de dollars, est détenue à 30% par le constructeur Mitsubishi. Sa capacité de production sera, dès 2012, de 125 000 véhicules par an. Sur ces 125 000 véhicules, 80% seront des berlines Peugeot et Citroën.

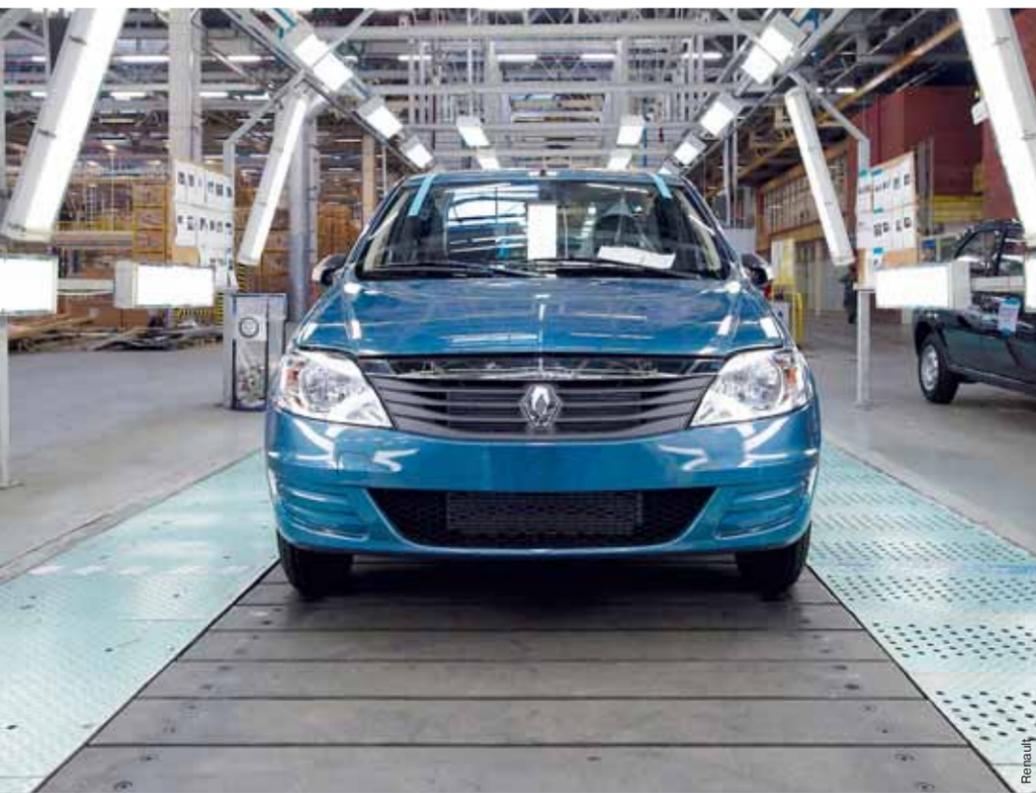
« Le financement, le stockage des pièces, les machines et le recrutement des salariés se font conjointement par Peugeot et Citroën, précise Jean-Louis Chamla. Pourtant, malgré l'étroite coopération entre les deux constructeurs jusqu'aux phases de distribution et de vente, les marques sont bel et bien concurrentes sur le marché, poursuit-il. Avant d'ajouter : Les deux constructeurs ont chacun leurs objectifs, mais nous faisons, également, des choses en commun ». Et, en premier lieu, à l'usine de Kalouga.

« Actuellement, l'usine assemble selon le système de semi-knockdown, c'est-à-dire qu'une partie seulement des pièces proviennent de l'étranger, le reste étant produit sur place », indique Jean-Louis Chamla. Un accord de PSA avec les autorités russes oblige le groupe à se procurer 30% de ses pièces en Russie.

De son côté, Renault produit en Russie depuis plus de cinq ans, et prévoit d'accroître son rendement. L'usine Avtoframos a été lancée en 2005, en collaboration avec les autorités moscovites. Le fabricant automobile possède une chaîne de production avec son partenaire AvtoVAZ dans son usine de Togliatti, capitale de l'industrie automobile située au sud-est de la Russie. Dès 2012, précise François Provost, Lada, Renault et Nissan produiront des véhicules sur cette chaîne à partir de la plateforme de montage conçue pour la Logan.

Les trois constructeurs, avec toutes leurs usines, pourraient afficher une capacité de production d'1,6 millions de véhicules, ajoute le directeur de Renault Russie.

Pour François Provost, produire des voitures en Russie et trouver des fournisseurs est un « défi intéressant ». Il ajoute que Renault se procure 54% des pièces servant au montage des véhicules dans l'usine Avtoframos auprès de fournisseurs locaux. Et confie : « Notre plus grande contrainte vient des autorités russes, qui exigent que nous privilégions la production locale. »



Une Renault Logan dans l'usine Avtoframos. La Logan a été en tête des ventes de voitures étrangères entre janvier et avril 2011.



Des ouvriers testent une Citroën C4 à l'usine de Kalouga. La C4 est le modèle de Citroën le plus populaire en Russie.



Des ouvriers assemblent une voiture à l'usine PSA Peugeot Citroën de Kalouga qui appartient à 30% à la société Mitsubishi.

Bénéficiant déjà de la plus grosse production et de la plus importante part de marché, Renault verra sans aucun doute son expansion en Russie facilitée. Le constructeur, à l'heure actuelle, vend en effet deux véhicules quand le groupe PSA n'en vend qu'un seule, précise Mikhaïl Pak.

D'autre part, le partenariat avec AvtoVAZ a offert à Renault un accès privilégié au réseau des sociétés commerciales russes, qui facilitera au groupe français l'installation de concessions régionales. On peut même envisager un système de vente des véhicules propres de Renault par les concessionnaires d'AvtoVAZ, ajoute Mihail Pak. Pour Peugeot et Citroën, la concurrence sera plus ardue, étant donné la taille réduite de leur réseau de vente et le faible volume de leur production,

soulignent Mikhaïl Pak et Sergueï Oudalov.

En outre, les trois constructeurs français doivent faire face à la concurrence des autres fabricants étrangers qui cherchent à se développer en Russie, comme Chevrolet ou les sud-coréens Hyundai et Kia. Peugeot et Citroën, précise Sergueï Oudalov, sont, par ailleurs, en compétition avec des fabricants européens tels qu'Opel, Skoda ou Volkswagen, qui proposent également des modèles éligibles à la prime à la casse.

Pourtant, conclut François Provost, la plus grande préoccupation de Renault, à l'heure actuelle, est de faire face à la demande. « Le défi n'est pas de se constituer un réseau de fournisseurs, explique-t-il, mais bien de suivre la vitesse à laquelle le marché évolue. »



Alec Luhn / MT

Loïc Martineau :

publicité

« Nous n'avons pas de réels concurrents »

La société française ALGECO, l'acteur le plus important sur le marché européen de la construction modulaire, est entrée sur le marché russe en 2008, au plus haut de la crise financière. Inventeur et fondateur de l'industrie de la construction modulaire, ALGECO figure parmi les cinq premières sociétés de leasing à l'échelle mondiale. ALGECO possède des bureaux de représentation dans 18 pays en Europe et offre plus de 240 000 modules prêt-à-l'emploi à plus de 30 000 clients corporatifs. La direction du bureau en Russie a la certitude que les bâtiments modulaires de haute qualité sont une alternative rentable à la construction de grande échelle et servira de nouveau départ dans le développement d'après crise de l'économie du pays. M. Loïc Martineau, Directeur général d'ALGECO RUSSIE nous en dit plus sur la construction modulaire et les raisons d'une demande importante à Moscou comme dans le Grand Nord.

— **M. Martineau, quelles sont les spécificités des opérations ALGECO ?**

— Je ne pense pas exagérer en disant qu'ALGECO est une société unique sur le marché russe. Notre secret réside dans le contrôle de l'intégralité du projet de construction d'amont en aval. Notre travail débute au stade de la conception, et une fois terminé, le client reçoit un produit immédiatement exploitable, que ce soit un immeuble résidentiel, un magasin, un centre sportif, des bureaux, ou un centre de loisirs. Chaque unité est équipée de chauffage, d'éclairage, de larges fenêtres et de stores.

Nous sommes en particulier fiers d'un stock important de modules prêt à l'emploi destinés à la location. Nous avons déjà plus de 1000 modules disponibles en Russie.

— **En quoi ALGECO est-elle différente des autres sociétés de construction spécialisées dans la construction modulaire ?**

— Nous n'avons pratiquement pas de concurrence. Il existe quelques sociétés qui construisent des « baraques » ordinaires, des guérites. Dans le jargon professionnel, on les appelle de simples « containers ». Nous-mêmes avons également commencé par fabriquer ces produits, mais cela remonte à 50 ans. Depuis, les technologies ont amplement évolué et nous pouvons dorénavant offrir des options bien plus vastes à nos clients. Les spécialistes d'ALGECO, par exemple, ont développé récemment une nouvelle ligne de blocs de construction appelée « Progress ». Ils possèdent un système d'éclairage, une excellente sonorité, une isolation thermique, et un design élaboré. Le fait que nos matériaux soient utilisés dans des constructions d'hôpitaux témoigne de la qualité de nos produits. Les modules des hôpitaux sont dotés d'installation de grande qualité et de tout l'équipement nécessaire.

— **Quelles sont les régions de Russie où la demande pour les produits ALGECO est la plus importante ?**

— En priorité le Grand Nord et la partie européenne de la Russie. Les régions dans le Grand Nord ne possèdent pas les infrastructures nécessaires. Les sociétés opérant dans ces régions ont souvent besoin d'un bâtiment spécifique en un minimum de temps, mais de bonne qualité. Dans la partie européenne, les aménagements du territoire se développent activement et les projets de construction fleurissent partout. Cependant, les constructions avec fondations sont, dans certaines zones spécifiques, interdites. Elles le sont par exemple à Sochi pour des raisons environnementales. En même temps, la ville s'apprête à recevoir les Jeux Olympiques, et demande donc de nombreux équipements sportifs. Les constructions de modules temporaires peuvent constituer une solution au problème.

— **Quels sont les projets les plus importants qu'ALGECO a réalisés en Russie ?**

— Nous avons en ce moment de nombreux projets en cours avec des sociétés pétrolières. Récemment, nous avons construit les locaux administratifs de PSA, Benteler à Kalouga. Nous sommes souvent contactés par des artistes. Nous avons par exemple été en charge de la construction des locaux pour le concert de Madonna à Saint-Petersbourg. Je tiens à mentionner également quelques-uns de nos projets de grande échelle : le projet de niveau fédéral " Severniy potok " ("Nord Stream"), la construction de bâtiments utilisés dans le Grand Nord par la société "Stroygazconsulting", "Expo-city". Nous avons également travaillé depuis maintenant deux ans avec le Cirque du Soleil, pour le support technique de leurs tournées.

— **Comment évaluez-vous les perspectives de développement de la société ?**

— En Russie, la demande pour nos produits est phénoménale. Dans la plupart des cas, cela est dû au fait que l'infrastructure des régions est obsolète et qu'il y a un manque important d'équipements. Dans ces conditions, les blocs rapidement construits sont quasi-irremplaçables. En d'autres termes, nous avons de nombreux projets pour le futur. Nous possédons déjà des bureaux de représentation à Saint-Petersbourg et Nijni-Novgorod et nous prévoyons d'ouvrir de nouveaux bureaux dans la région de l'Oural et dans le Sud de la Russie.

Questions à Jean de Gliniasty, ambassadeur de France à Moscou

Propos recueillis par Rachel Nielsen, *Moscow Times*

— *En 2010, vous avez répondu à nos questions pour la première édition du supplément Russie-France. Depuis l'été dernier, quels ont été les changements majeurs dans les relations entre les deux pays ?*

— Au cours de cette année, nos relations ont continué de s'intensifier, et ce dans tous les domaines. Nos dirigeants, qui se rencontrent fréquemment, entretiennent un dialogue nourri afin de répondre aux grands défis du XXI^{ème} siècle. C'est là le sens de notre choix d'associer plus étroitement la Russie aux travaux du G8 et du G20, dont nous assurons la présidence cette année, par exemple en matière de lutte contre le trafic de drogues ou contre la volatilité des prix des matières premières.

Dans les domaines industriel et commercial, plusieurs accords de grande envergure ont été signés, dans des secteurs très variés : l'agro-alimentaire, la finance, l'aéronau-

tique, mais aussi l'immobilier. Et ce ne sont que des exemples. Notre coopération dans le domaine énergétique s'est elle aussi renforcée avec la création du Centre franco-russe pour l'efficacité énergétique, qui rassemble nos agences nationales pour l'énergie, ainsi que des entreprises françaises et russes désireuses de travailler ensemble sur ce dossier. Il me faut également mentionner la signature par la France et la Russie en décembre dernier, lors du séminaire intergouvernemental franco-russe, d'une déclaration bilatérale sur la modernisation. Cette déclaration témoigne à la fois de la volonté de la France de jouer un rôle moteur dans le développement du dialogue entre l'Union européenne et la Russie, et de la disponibilité de notre pays — tout autant que de celle des entreprises françaises — à soutenir la modernisation et la diversification de l'économie russe.

Enfin, dans le prolongement du large succès du versant culturel de l'année de la France en Russie et de la Russie en France, les autorités de nos deux pays ont décidé d'organi-

ser, en 2012, une *Saison de la langue et de la littérature*. Cette saison s'articulera autour de plusieurs thèmes : la langue et la traduction, les rencontres littéraires et la langue en milieu scolaire.

— *Si le rôle d'un ambassadeur est traditionnellement cantonné aux affaires diplomatiques, il peut également supposer une implication dans le monde des affaires. Comment défendez-vous les intérêts des entreprises françaises en Russie ? Pouvez-vous nous parler des dernières avancées dans cette direction ?*

— L'une de mes missions consiste en effet à soutenir, à mon niveau, l'excellente dynamique qui anime nos relations commerciales bilatérales : la France est aujourd'hui le huitième partenaire commercial de la Russie. En 2010, notre commerce bilatéral a représenté 22,6 milliards de dollars, les exportations françaises vers la Russie se sont élevées à 10,2 milliards de dollars — ce qui fait de mon pays le sixième fournisseur de la Russie. Ces résultats sont encourageants, mais je pense qu'ils

peuvent — et doivent — être encore améliorés. Je m'efforce donc d'organiser régulièrement avec nos partenaires des rencontres destinées à promouvoir la création de partenariats fructueux entre des compagnies françaises et russes, et notamment entre petites et moyennes entreprises.

— *Cette édition est consacrée à l'implantation des entreprises françaises en régions. Quelles sont vos impressions au retour des nombreux déplacements que vous effectuez en-dehors de Moscou ?*

— À mon sens, on aurait profondément tort de négliger le dynamisme des régions russes. Je me rends donc autant que possible dans les régions russes pour en découvrir la diversité et les talents. Il y a là tout un potentiel de développement de nos échanges économiques, culturels, scientifiques et humains. Par ailleurs, l'accueil chaleureux qui m'est réservé lors de mes déplacements en régions montre combien l'amitié franco-russe est plus que jamais vivante, comme j'ai

UNE PRODUCTION FRANÇAISE AU CŒUR DE LA RUSSIE

L'histoire des relations franco-russes remontent à plusieurs siècles en arrière. En 2010, l'Année Franco-Russe a salué à nouveau cette relation particulière. La complexité des relations franco-russes se manifeste dans tous les domaines : culturel, politique, économique. Concernant l'aspect industriel de notre collaboration, elles ont pris une nouvelle tournure avec le domaine pharmaceutique. Si jusqu'à présent les relations franco-russes se limitaient aux importations de produits pharmaceutiques, elles ont connu depuis d'importants changements : lors du Forum Economique International de Saint-Petersbourg de l'année dernière, l'entreprise pharmaceutique française « Sanofi-Aventis » a annoncé son projet d'ouverture d'une usine de production d'insuline économique dans la région d'Oryol. Cette installation est le premier exemple de localisation effective du représentant du « Grande Pharma » sur le territoire russe.

La stratégie de développement de l'industrie pharmaceutique à l'horizon 2020, le programme « Pharma-2020 », envisage la mise en place d'une production de haute technologie de produits pharmaceutiques sur le territoire russe.

L'acquisition de l'usine de production d'insuline dans la région d'Oryol a été approuvée par la Commission gouvernementale sur l'encadrement des Investissements étrangers en Russie, et a été finalisée le 29 avril 2010. « Nous saluons le développement d'une collaboration mutuellement bénéfique avec des partenaires étrangers dans le domaine pharmaceutique », a déclaré Vladimir Poutine, Premier Ministre de la Fédération de Russie, lors de la réunion de la Commission gouvernementale sur les Investissements étrangers, « en particulier lorsqu'il s'agit d'une production d'importance vitale pour les patients diabétiques ». Quelques mois seulement après l'achat de l'usine, ses équipements technologiques ont été remodelés avec de nouvelles lignes de production. Dès septembre de l'année dernière, la vente d'insuline de « Sanofi-Aventis » a débuté sur le marché russe depuis l'usine d'Oryol. Aujourd'hui, ZAO « Sanofi-Aventis Vostok » est considérée comme une unité de production innovante de classe mondiale.

ZAO « Sanofi-Aventis Vostok » produit une insuline analogue dans des seringues pré-remplies de haute technologie. À ce jour, insuline analogue sont les produits les plus aboutis pour le traitement des patients diabétiques en comparant avec autre types d'insulines, présentant une meilleure tolérance et une sécurité accrue. L'usine va également produire de l'insuline humaine. Les capacités de production de l'usine sont suffisantes pour répondre aux besoins du marché russe à la fois en insuline analogue et en insuline humaine. Les lignes de production fonctionnant actuellement peuvent produire de 15 à 30 millions d'unités de doses d'insuline par an. Cependant, Sanofi-Aventis ne compte pas s'arrêter là. « Nous augmenterons la capacité de production de l'usine afin de répondre aux besoins futurs des patients russes en produits de haute qualité », a déclaré Patrick Aghanian, Vice-président et Directeur de la Zone Euro-Asiatique, sanofi-aventis et Directeur général de Sanofi-Aventis Russie.

ZAO « Sanofi-Aventis Vostok » est intégralement capable d'une production stérile et antiseptique des formes phar-

STATISTIQUES SUR LE DÉVELOPPEMENT DU DIABÈTE EN RUSSIE ET DANS LE MONDE

Le diabète est une maladie chronique grave qui provoque de sérieuses complications. Le taux de croissance de cette maladie dans le monde et en Russie a amené les experts à surnommer le diabète « l'épidémie silencieuse du XXI^{ème} siècle ». Selon les prévisions de la Fédération Internationale du Diabète (FID), le nombre de patients diabétiques entre 20 et 79 ans en 2030 atteindra 438 millions. Selon les renseignements du registre d'État, au 1^{er} janvier 2010, 3,1 millions de personnes souffrent de diabète en Russie, dont 2,8 millions de patients sont porteurs du diabète de Type 2. Les complications liées au diabète touchent les vaisseaux sanguins dans le cœur, le cerveau, les membres, les reins, la rétine oculaire, conduisant au développement de crise cardiaque, congestion cérébrale, gangrène, cécité, etc.

LES PRATIQUES DE FABRICATION (BPF)

(En anglais, GMT Standard - « Good Manufacturing Practice »). Les pratiques de fabrication (BPF) constituent un ensemble de normes, règles et réglementations liées à la production des produits pharmaceutiques, des appareils médicaux, des outils de diagnostic, des produits alimentaires, des additifs alimentaires et des ingrédients actifs. Contrairement au contrôle de la qualité par l'examen sélectif d'échantillons, les BPF reflètent une approche globale et évaluent les paramètres de production et les examens de laboratoire.

maceutiques liquides du produit. L'usine a été construite conformément aux Pratiques de fabrication (BPF), incluant notamment l'aménagement des locaux et l'organisation des flux de personnels et de matériels. La surface totale de l'usine s'étend sur 5,8 hectares et la surface totale des bâtiments atteint presque 12 700 mètres carrés, comprenant une zone de production (environ 2 000 mètres carrés), des salles blanches (environ 930 mètres carrés), une zone de conditionnement, des laboratoires de contrôle de la qualité, des bureaux administratifs et des salles techniques et de commodité, dont des blocs pour la préparation de l'eau et de l'air, des entrepôts et une cafeteria pour le personnel.

Les systèmes de contrôle de la qualité englobent tous les aspects des activités de production, et garantissent la stricte conformité aux standards de l'entreprise, à la norme des Pratiques de fabrication² (BPF) et à la législation russe. Plus d'une centaine de capteurs sont dédiés au contrôle de toutes les opérations, du lavage et la stérilisation des bouteilles et douilles en verre, à toutes les étapes du processus de remplissage, embouteillage, et rejet automatique en cas de défaut. Une barrière technologique spécifique assure le conditionnement stérile de tous les produits et l'absence de particules étrangères ou microbes.

Les laboratoires analytiques et microbiologiques du département du contrôle de la qualité réalisent une série d'examens pour le contrôle de la qualité des produits créés dans l'usine. Par exemple, l'un des produits doit être soumis à plus d'une vingtaine de tests physiques, chimiques et microbiologiques. Une attention particulière est donnée aux examens microbiologiques et de stérilité, ainsi qu'au contrôle d'un environnement entièrement conforme aux standards européens et à la législation russe. Ainsi, d'un



point de vue de la qualité, de l'efficacité et de la sécurité, la totalité des produits de ZAO « Sanofi-Aventis Vostok » sont identiques à ceux produits dans le centre de production de la société à Francfort. « La production d'Oryol est en parfaite conformité avec les exigences internationales liées à la modernité et aux équipements. Nous avons pu lancer une production de haute qualité d'insuline moderne grâce à la contribution du personnel de l'usine, ce qui montre que nous sommes en mesure d'agir rapidement et efficacement, conformément aux besoins des services de santé du gouvernement russe. Dorénavant nous pouvons étendre cette capacité et fabriquer des produits pharmaceutiques qui demandent précision, hygiène, discipline et un personnel formé de façon adéquate. Nous envisageons de commencer dans un futur proche le conditionnement des agents oncologiques dans notre usine à Oryol », commente Patrick Aghanian.

À ce jour, l'usine emploie plus de 130 employés. Plus de 65% du personnel est en possession d'un diplôme universitaire. Dès l'achat de l'usine, la société a mis un point d'honneur à dispenser à son personnel des formations supplémentaires liées aux technologies de production et aux méthodes de contrôle de la qualité dans son centre de production d'insuline à Francfort.

L'usine fonctionnera au maximum de ses capacités et de son cycle de production (sans compter la production de substance chimique) au début de l'année 2012.



Jean de Gliniasty, ambassadeur de France en Russie

Je crois que les sociétés françaises comprennent de mieux en mieux les spécificités du marché russe, et c'est d'ailleurs ce qui explique les succès qu'elles y connaissent.

— Des sociétés françaises sont d'ores et déjà impliquées dans plusieurs projets liés aux Jeux Olympiques : la réalisation d'une station d'incinération des résidus d'eau urbaine, la construction de remontées mécaniques, la maîtrise d'œuvre d'un hôtel à construire en vue de l'accueil des J.O par la ville de Sochi. Pour ce qui est de la Coupe du monde de football de 2018, j'espère bien évidemment que des entreprises françaises pourront, là encore, participer à la construction d'infrastructures.

— **Quels rôles l'ambassade de France jouera-t-elle en termes de contrats, de sport ou de diplomatie lors de ces manifestations ?**

— C'est un Français, le baron Pierre de Coubertin, qui a rallumé la flamme olympique à la fin du XIXe siècle — et l'ambassade sera naturellement mobilisée sur tous les enjeux liés aux Jeux Olympiques de Sochi. Ainsi, dès le mois de décembre prochain, nous soutiendrons l'utilisation de la langue française — langue officielle de l'olympisme, rappelons-le ! — à Sochi en organisant un grand séminaire de formation à l'interprétation et la traduction, ouvert aux professeurs de français de Russie. Par ailleurs, tant pour les Jeux Olympiques que pour la Coupe du monde de football, nous nous attacherons à attirer en Russie des entreprises françaises spécialisées dans l'hôtellerie, domaine dans lequel nous possédons une expertise universellement reconnue.

— **Dans quels secteurs jugez-vous que les entreprises françaises sont sous-représentées en Russie ? Quelles sont les avancées que la partie française — ou la partie russe — doivent faire afin d'attirer ces sociétés en Russie ?**

— Les entreprises françaises sont d'ores et déjà bien établies en Russie, dans tous les secteurs. Nous souhaitons toutefois mettre un accent particulier sur le développement de la coopération commerciale dans des domaines cruciaux pour l'avenir, comme les hautes technologies, la coopération spatiale, l'énergie et l'efficacité énergétique, les transports, l'industrie pharmaceutique, les technologies de l'information et de la communication. Des entreprises françaises ont déjà manifesté leur intérêt pour le projet de ville de l'innovation de Skolkovo, où plusieurs sociétés ont annoncé leur intention d'implanter des centres de recherche. Je rappelle à cette occasion que le concours d'urbanisme de cette cité de l'innovation a été remporté par un consortium français qui a présenté un concept très novateur d'« écociété », parfaitement intégrée dans son environnement et respectant à la lettre, entre autres, les exigences de la Fondation de Skolkovo en matière d'énergies renouvelables. Il faut donc que tous les acteurs impliqués dans ces secteurs hautement porteurs de croissance, de croissance dite « verte » notamment — entreprises, autorités publiques, chercheurs, universités —, continuent à stimuler cette tendance positive.

notamment pu le constater le 9 mai dernier à Volgograd, à l'occasion des célébrations du soixante-sixième anniversaire de la fin de la Seconde guerre mondiale.

— **Construire une usine ou créer une entreprise en Russie demande une grande persévérance, notamment pour franchir toutes les étapes administratives. Des mesures peuvent-elles être prises par les entreprises françaises pour faciliter ces processus ? L'ambassade — ou la mission économique — aident-elles à démarrer une activité en Russie ?**

— En Russie comme ailleurs, il y a des procédures à suivre, autres que celles que l'on connaît ; des codes culturels à intégrer ; des relations de confiance à bâtir avec ses inter-

— Je relève que beaucoup a été fait pour améliorer l'environnement des affaires, et que les autorités centrales et régionales russes continuent d'œuvrer dans le sens d'une simplification des procédures administratives. En dehors de la région de Moscou et du district du Nord-Ouest, les entreprises françaises sont particulièrement bien établies dans les régions d'Ekaterinbourg, de Novossibirsk, de Nijni-Novgorod, de Kazan, de Krasnoïarsk et de Rostov. Dans les régions, de manière générale, j'observe que les grands groupes français des biens de consommation et de la distribution remportent un succès croissant, en offrant une qualité de service attendue par une classe moyenne russe dont la base s'élargit. La présence économique française poursuit

Des entreprises françaises ont déjà manifesté leur intérêt pour le projet de ville de l'innovation de Skolkovo, où plusieurs sociétés ont annoncé leur intention d'implanter des centres de recherche.

locuteurs. Je crois que les sociétés françaises comprennent de mieux en mieux les spécificités du marché russe, et c'est d'ailleurs ce qui explique les succès qu'elles y connaissent. La mission économique Ubifrance a pour rôle d'accompagner ces processus : elle se charge, au quotidien, d'informer les entreprises françaises désireuses de s'établir en Russie et de les orienter vers les partenaires russes les plus adéquats en fonction de leurs besoins.

— **Quelles sont les principales difficultés auxquelles sont confrontées les entreprises françaises lorsqu'elles veulent s'implanter en région, hors Moscou et Saint-Petersbourg ? À l'inverse, peut-on trouver des exemples de réussite qui incitent à décentraliser son activité ?**

son expansion géographique, par exemple à Kalouga, où des grands groupes français ont décidé d'établir leurs usines. Certaines performances économiques de notre pays en Russie sont d'ailleurs mal connues : en 2010, la France a été le premier fournisseur de la région de Krasnoïarsk, nos points forts se situant dans les domaines de la chimie inorganique et des biens d'équipements.

— **La Russie doit accueillir les Jeux olympiques d'hiver de 2014, mais aussi la Coupe du monde de football en 2018, et des chantiers gigantesques ont été lancés (13 stades pour la Coupe du monde, routes et infrastructures de transport, etc.). L'ambassade et la mission économique aident-elles les entreprises françaises à participer à ces grands travaux ?**



La maison Igoumnov, résidence de l'ambassadeur de France, est située sur la rue Bolchaïa Yakimanka à Moscou

Galina Kouznetsova

Une touche de *French connection* sur le marché de l'immobilier pétersbourgeois

Si Saint-Pétersbourg est plus proche de la France que n'importe quelle autre ville russe, le secteur de l'immobilier et les industriels du bâtiment français ne sont parvenus que difficilement à percer dans cette « capitale du Nord »

Texte : Olga Kalachnikova



« Les sociétés françaises sont peu nombreuses à Saint-Pétersbourg, et leur présence est moindre comparée à celle d'autres entreprises étrangères, constate Andreï Rozov, directeur du cabinet de conseil en immobilier Jones Lang LaSalle. Dans le secteur de l'immobilier, les Français se concentrent le plus souvent sur la vente au détail », a-t-il ajouté lors d'une récente interview par mail.

Les gros investisseurs, à Saint-Pétersbourg, viennent du Royaume-Uni, d'Al-

lemagne, des pays arabes et d'Israël. Mais, actuellement, ce sont les groupes scandinaves qui sont les plus présents dans la ville, avec une longue expérience dans l'immobilier, confirme-t-on chez Astera, cabinet de conseil en immobilier.

Pourtant, malgré la faible représentation française dans le secteur, certains ont posé quelques fondations, au sens propre. Le français Apsys et le russe Sistema Galls se sont ensemble lancés dans la construction d'un centre commercial de plus de 100 000 mètres carrés. Le groupe hôtelier français Accor, reconnu à l'international, a ouvert deux établissements dans la ville. Le cabinet d'architectes Beckmann N'Thepe s'est, lui, investi dans un projet tout autre : la reconstruction du zoo de Saint-Pétersbourg, qui s'étend sur près de 300 hectares. Parallèlement, le géant de la construction Vinci Concessions, par l'intermédiaire de sa filiale Northwest Concession Company, construit l'autoroute qui doit rejoindre Moscou et Saint-Pétersbourg en passant par la forêt de Khimki.

Le *built-to-suit*, système dans lequel le propriétaire d'un terrain paie une société pour y édifier un bâtiment conforme au projet du futur locataire, pour le louer par la suite à ce locataire, est la forme d'investissement la plus répandue.

Le centre commercial *Leto* (« Eté ») a ouvert ses portes au mois de mai. Le groupe Apsys, important promoteur et gestionnaire d'actifs en Europe, s'est associé à une société russe pour bâtir ce centre de plus de 114 000 mètres carrés. Media Market, chaîne spécia-

lisée dans l'électroménager, mais aussi Auchan, y ont déjà ouvert des magasins à la fin 2010.

Le centre, gigantesque, abrite une zone de restauration, un cinéma, une patinoire, un complexe de loisirs et plus de 200 magasins, dont la première boutique de la marque de sport française Décathlon. Le groupe Apsys a choisi, pour établir son nouveau centre, une zone de Pétersbourg en plein développement : celle de l'autoroute qui mène à l'aéroport international de Pulkovo.

outre, d'un bureau spécial chargé du financement de la construction de ses sites. C'est la raison pour laquelle le groupe construit ses propres supermarchés à Saint-Pétersbourg, en plus de louer des espaces dans des centres commerciaux, précisent les analystes d'Astera, société de conseil spécialisée dans l'immobilier commercial.

« Aujourd'hui, notre première mission est d'assurer la gestion de ce centre commercial et, peut-être, à l'avenir, celle d'autres centres déjà existants », a déclaré Alexandra Averkina.

« Les sociétés françaises sont peu nombreuses à Saint-Pétersbourg, et leur présence est moindre comparée à celle d'autres entreprises étrangères »

« Saint-Pétersbourg et l'oblast de Leningrad sont les territoires de Russie les plus à même de rivaliser avec l'Europe, a confié lors d'une interview Alexandra Averkina, directeur des ressources humaines d'Apsys Russia. Saint-Pétersbourg est une capitale culturelle, tout particulièrement en été, période pendant laquelle les étrangers s'y sentent comme chez eux. Le choix de cette région, lorsqu'il s'agissait de trouver un lieu pour établir un centre commercial, s'est donc imposé comme une évidence », a-t-il ajouté.

En plus de ses six supermarchés ouverts dans la région, le groupe Auchan possède également la marque Leroy Merlin. Le groupe dispose, en

Alexandre Volochine, à la tête du département de conseil en investissement d'Astera, a récemment déclaré « qu'un centre commercial de qualité et bien situé avait toutes les chances de dominer la concurrence, d'attirer des locataires et des clients d'autres centres du même type. »

L'hôtellerie est une autre composante de la dynamique d'investissement venue de France. Le groupe Accor est le plus actif des groupes français, regroupant sous sa marque les hôtels quatre étoiles Novotel, les trois étoiles Ibis, et les hauts-de-gamme Sofitel. Il a été annoncé que le groupe pourrait construire un Ibis et un Novotel près du centre de Saint-Péters-

RH PARTNERS
Conseil en Ressources Humaines

- RECRUTEMENT, EXECUTIVE SEARCH
Méthodes certifiées ISO 9004.2
Candidature russe et internationale
- OUTSTAFFING, PORTAGE, TRANSITION
Services RH, Evaluation, Interim

Votre partenaire pour optimiser et pérenniser vos équipes.
La synergie, la déontologie et l'efficacité d'un Grand Groupe présent en Russie.

Tel: +7 (495) 799.56.08
e-mail: moscow@rh-partners.ru



Le groupe Accor gère deux hôtels à Saint-Petersbourg. Un hôtel Ibis de 221 chambres et un Novotel de 233 chambres.



Yves Thibault de Silguy, vice-président du groupe Vinci, lors de la signature du financement de la route Moscou-Saint-Petersbourg

bourg, zone la plus touristique de la ville. Le groupe Accor possède actuellement deux hôtels à Saint-Petersbourg : un Novotel de 233 chambres et un Ibis de 221 chambres, ouverts respectivement en 2005 et 2007. Les projets du groupe incluent l'agrandissement du Novotel existant, la construction d'un nouvel hôtel à proximité de l'Ibis et, peut-être, la construction d'un appart-hôtel, indique le site *ProHotel.ru*.

L'hôtellerie française de petite taille n'a de son côté, pour le moment, qu'un seul représentant dans la région : l'hôtel Nouvelle Europe, situé dans le centre de Saint-Petersbourg.

« On compte beaucoup de Français parmi les clients de l'hôtel. Le fait d'appartenir au pays d'origine rend l'hôtel plus fiable aux yeux des étrangers », confiait, lors d'une interview téléphonique, Oksana Stepanova, directrice adjointe de l'hôtel Nouvelle Europe.

Le cabinet d'architecte Beckmann-N'Thepe a entrepris, pour sa part, un projet bien spécifique. La société française a en effet remporté l'appel d'offres pour la construction du nouveau zoo de Saint-Petersbourg. Le zoo doit s'étendre sur une superficie de 288 hectares, soit 40 hectares de plus que l'actuel. Beckmann-N'Thepe est leader dans la réalisation de projets de ce genre, ayant notamment réalisé le zoo de Vincennes, en France, ou celui d'Helsinki. Le coût de la reconstruction est estimé, d'après Pavel Pikalev, de la société immobilière Penny Lane Saint-Petersbourg, contacté par e-mail, entre 10 et 11 milliards de roubles. La fin des travaux est prévue pour 2014.

Comme tous les secteurs de l'économie, il y a désormais, pour l'immobilier et le bâtiment, un « avant- » et un « après- » crise. Dans son ensemble, la quantité d'investissements sur le marché russe a été divisée par 10 par rapport aux indicateurs de 2008, avant la crise économique mondiale, confient les analystes d'Astera.

« La crise a eu une forte influence sur la géographie des investisseurs étrangers, explique Alexandre Volochine, de chez Astera – le groupe a lancé un partenariat avec BNP Paribas Immobilier en Russie et en Ukraine. Avant, les étrangers s'intéressaient à l'immobilier commercial sur tout le territoire de la Russie européenne. Mais depuis 2009, la donne a changé, poursuit-il. Désormais, les investisseurs se concentrent de plus en plus à Moscou, et Saint-Petersbourg est peu à peu mis de côté. »

Un autre projet d'une société française, d'ailleurs cependant d'avant la crise, est le centre commercial Raduga (« Arc en Ciel »), qui a ouvert ses portes en 2007. Vinci Construction Grands Projets en a dirigé la construction, et Raduga fut finalement acheté par la société Ralmir Holding B.V. D'après les analystes de Penny Lane Saint-Petersbourg, près de 5 millions de dollars y ont été investis.

Mais Raduga n'est pas le projet de construction de Vinci le plus connu en Russie. La

palme revient en effet à l'autoroute Moscou – Saint-Petersbourg, sur laquelle la filiale de Vinci en Russie est en train de travailler. Cette autoroute, la future « M-11 » doit alléger le trafic du tronçon de route fédérale le plus fréquenté à l'heure actuelle : le M-10.

Le quotidien *Vedomosti* indiquait tout récemment que le constructeur de cette autoroute, la Northwest Concession Company, est détenu à 100% par Vinci Concessions Russia, elle-même détenue par Vinci Concessions, Vinci, Vosstran Invest et des investisseurs privés, comme Arkadiï Rotenberg, un ami de longue date du Premier ministre Vladimir Poutine.

Vinci a annoncé que le montant total du coût des travaux s'élevait à environ 1 milliard d'euros. (...).

L'autoroute M-11 devrait être achevée en 2017, précise Sergueï Kelbakh, vice-président de l'agence Rosavtodor, qui a signé le contrat de concession avec la Northwest Concession Company. Vinci, sur une période de 30 ans, pourra gérer les péages et en collecter les recettes.

« La concession est une nouvelle tendance en Russie, et Vinci Concessions, en sa qualité de leader mondial, veut partager son expérience et se mettre au fait des règles du jeu prévalant en Russie, a expliqué Maxence Naouri,

porte-parole de Vinci, au *Moscow Times*. Les travaux de construction de la route, dirigés par la Northwest Concession Company, n'ont, en eux-mêmes, pas encore commencé. Il s'agit, pour le moment, de préparer le terrain. »

Mais cette « préparation du terrain » est un des éléments de la polémique sur le projet. À la périphérie de Moscou, Vinci a abattu un couloir entier d'arbres en traversant la forêt de Khimki, qui se trouve sur le tracé de l'autoroute. Des activistes de la société civile ont organisé une série de manifestations de protestation contre l'abattage de la forêt. Au moins deux personnes, un activiste et un journaliste, ont subi des violences physiques de la part d'agresseurs inconnus suite au mouvement de protestation : l'une d'entre elles est restée handicapée.

L'été dernier, face à l'ampleur médiatique que prenait le conflit, le président Dmitriï Medvedev a ordonné l'arrêt des travaux et demandé que les autorités examinent la question. En décembre, le Kremlin donnait son accord à la poursuite des travaux.

Pourtant, l'autoroute Moscou – Saint-Petersbourg et les violences et polémiques qu'elle a suscitées font figure d'exception. Dans la pratique, confient les analystes, les sociétés françaises peuvent désormais imposer leurs standards de construction en Russie.

La participation d'entreprises françaises dans le secteur de la construction « a une signification socio-économique », a déclaré Evguenia Vasilieva, vice-présidente du cabinet de conseil en immobilier Colliers International.

« Il est important que les investisseurs français viennent sur le marché russe », ajoutait-elle lors d'une récente interview, assurant que ces derniers apportaient avec eux de meilleurs standards de construction, et contribuaient à dynamiser les entreprises russes en les poussant à rattraper leurs retards.

Le fait d'attirer des entreprises françaises constitue un véritable défi pour les administrations de la région de Leningrad et de la ville de Saint-Petersbourg. Dès le début de l'année, le gouverneur de la région Valeriï Serdioukov a rencontré Elisabeth Barsacq, consule générale de France à Saint-Petersbourg, afin de s'entretenir des diverses possibilités de collaboration.

Un certain nombre d'entreprises françaises sont déjà bien implantées dans la région de Leningrad, notamment dans les districts de Gatchinskii, Slantsevskii, Tosnenskii et Vsevolozskii, où elles disposent d'assez d'espace pour développer leurs activités. M^{me} Barsacq a indiqué vouloir mettre l'accent sur la coopération économique et attirer plus de sociétés françaises dans la région, rapporte un communiqué publié sur le site de l'administration régionale.

Plus facile à dire qu'à faire. Si l'on excepte le dégel de certains projets déjà engagés, le marché de l'investissement est paralysé, assure-t-on chez Astera.

« Une entreprise étrangère est une rareté à Saint-Petersbourg, et cela se ressent lorsque l'on cherche de nouveaux salariés. Il est encore très « bien vu », à Saint-Petersbourg, de travailler pour une entreprise étrangère, alors qu'à Moscou, la chose a moins d'importance », affirme Fabrice Bansay, de chez Apsys Russia.

Finalement, les analystes s'accordent pour constater que Saint-Petersbourg n'est pas assez attractif pour les entreprises françaises du bâtiment et de l'immobilier. L'un des meilleurs moyens d'accroître leur intérêt serait d'alléger les contraintes bureaucratiques qui pèsent sur les promoteurs dans ce domaine.

« Dès le lancement d'un projet de construction, on voit apparaître des lois qui freinent, voire bloquent totalement le travail des agents, souligne Alexandre Volochine, de chez Astera. Il ajoute : Le manque de transparence du marché et la mauvaise connaissance des mécanismes locaux sont déterminants pour expliquer la faible présence générale des promoteurs – français autant qu'étrangers – dans la région. »

La nécessité de « signer une foule d'accords et de documents complique l'activité des promoteurs étrangers, confirme Evguenia Vassilieva, les plus complexes étant ceux qui règlementent la zone urbaine. Lorsque les promoteurs investissent, conclut-elle, ils exigent en effet un maximum de transparence durant la phase initiale de leur projet. »



Une grue sur un chantier Vinci. La société française construit le centre commercial Radouga à Saint-Petersbourg.

Les entreprises françaises en régions



Evolution moyenne du Produit Régional Brut (2006-2009)



INDICATIONS POUR LA CARTE

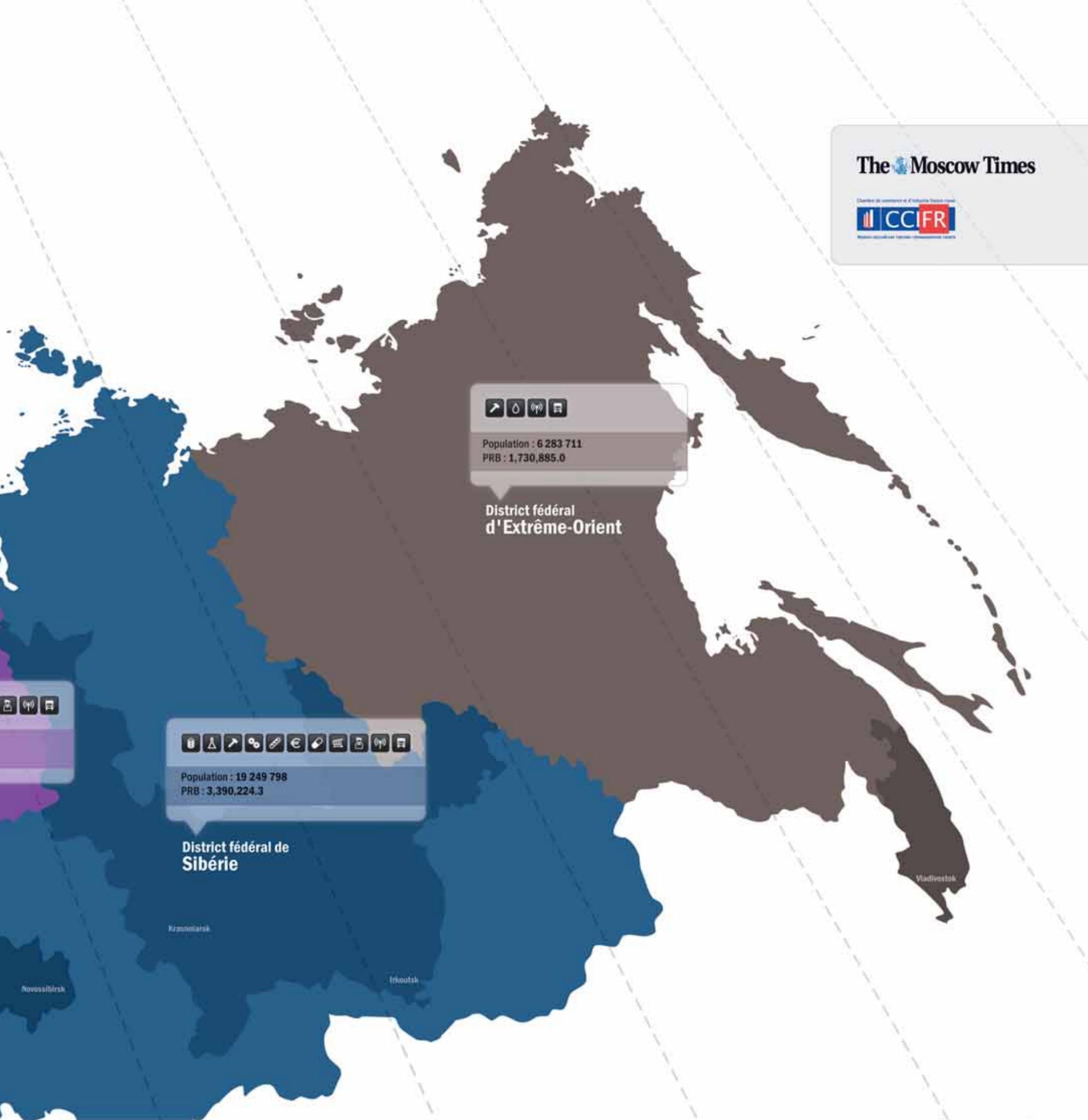
Les évaluations de la population datent de 2010. Le PRB est évalué en millions de roubles, chiffres de 2009. Source : Service Fédéral des Statistiques

INDICATIONS POUR LES SCHEMAS

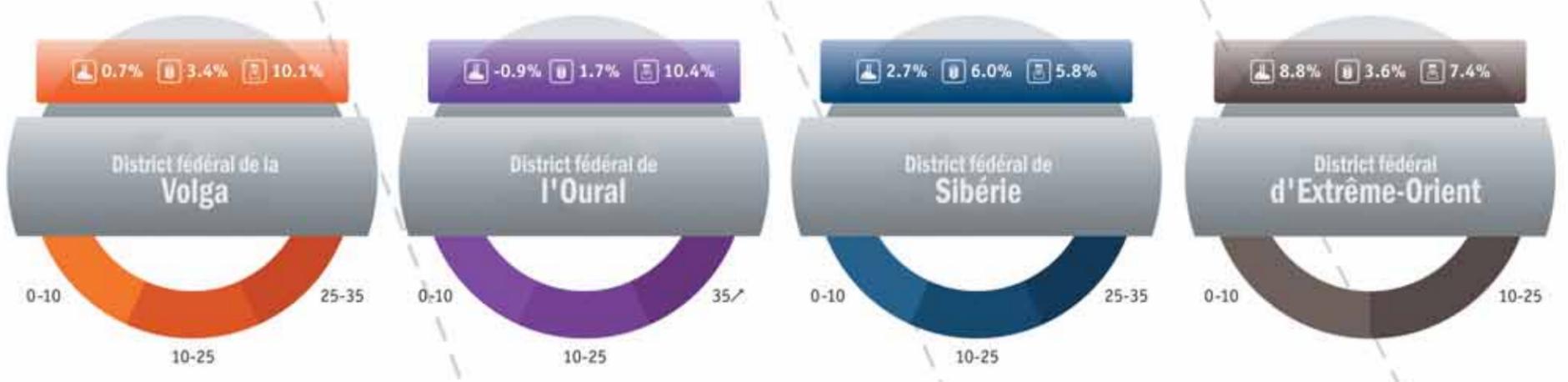
HAUT : indique le pourcentage de croissance/baisse dans le produit brut du district fédéral indiqué pour trois secteurs : industrie, agriculture, services.

BAS : indique le nombre d'entreprises françaises dans la région. Plus la couleur est foncée, plus la concentration en entreprises françaises est grande.

SOURCES : évaluations réalisées par l'équipe de The Moscow Times, en se basant sur les données du Service Fédéral des Statistiques sur 2006-2009, les dernières en date. Il n'existe pas de données sur le PRB du District fédéral du Nord-Caucase, car il fut créé en janvier 2010. Le District fédéral du Nord-Caucase comprend sept zones autrefois incluses dans le District fédéral du Sud. Les données du PRB sont celles du PRB nominal.



- Agriculture
- Aéronautique
- Industrie Chimique
- Construction
- Cosmétiques
- Ingénierie
- Alimentaire
- Finance
- Industrie d'extraction
- Pharmaceutique
- Grande Distribution
- Services
- Télécommunications
- Tourisme
- Transport



Sociétés françaises sur le

Régions du NORD-OUEST

Groupe Accor
Actaris
Actual
Adamil Informatique
Agrobiotech
Air France
Air Liquide Russie
Alcan Packaging Moscow
Alcatel-Lucent
ALD Automotive
Algieva Rouss Studio Est-Ouest/ Est-Ouest Film
Aliage
Alstom Holdings
AMT-Group
Areva T&D Russie
Armadillo Business Posylka System
Astec International
Auchan
BA Finans
Banque Société Générale Vostok
BioMérieux
BIVAC
BNP Paribas ZAO
BPI-Brainpower
Briz
Bureau Veritas
Calyon Russbank
Ceit Travelscope
Cetelem
CIAT Distribution
Clarins
CMA-CGM
CNI-Colloides Naturels
Complex International
Coplan Vostok
Dlya Dusha I Dushi
Ecole des Roches
Emerson/ Leroy Somer
EMI SA
Essilor Optika
Eurasia Telecom Seti
Europa Media Group
Evolution Voyages
Fashionel
FIRELEC
GDF Suez
GEFCO
Geismar Rus
Gide Loyrette Nouel Vostok
Groupe SEB Vostok
GSE
Guard Industrie Vostok
Harry's CIS
Haulotte Vostok
Heurtey Petrochem Rus
Hotel Nouvelle Europe
Inexo Voyages
John Crane
Laboratoires Servier

La Marée/ Jetrico
Lactalis
Leroy Merlin Vostok
L'Occitane Rus
L'Oréal Russie
Louis Vuitton Vostok
Malterie Soufflet Saint-Petersbourg
Manitou Vostok
Multinational Logistics
Partnership
Neva Energia (Dalkia)
Onduline
Orange Business Services (Equant LLC)
Pernod Ricard Rouss
Promod
Rusfinance/ Promekbank
Russian Management Hotel Company (Groupe Accor)
Saint-Gobain HPM Rus
Salans
Salaun Evasion
Schneider Electric
Seldico Russie
Sitra
Sodexho Eurasia
Soletanchestroi
SNF Baltreagent
SPBvergaz
Steelcase SA
Sulzer Pumps Ltd.
Total E&P Russia
Transfaire Agro
Veolia Voda SA
Vinci Concession Vosstran
Russie (Grands Projets)
Wirquin Russie

Régions du CENTRE

ABCD International (OOO France Office M)
Ablis Poids Lourds
Accentis CIS
Accor Groupe
AC Refridgeration S.A.
Actaris
Actual
Adamil Informatique
Adiseo Eurasie
ADP Ingenierie
Aereco
AFAQ-AFNOR Rus
Agence France-Presse
AGS Froesch Russie
Aidit
Airbus
Air France
Air France Industries
Air France KLM Cargo
Air Liquide Russie
Akros Henschel
A.L. & Company (Group
Olmix S.A.)

Alcan Mejdunarodnaya Set
Evrazii
Leroy Merlin
Alcan Packaging
Aldes Aeraulique
Alexander Hughes Russia
Algieva Rouss Studio Est-Ouest/ Est-Ouest Film
Alliance Prospective
Almaz Antey Thomson
Broadcast
Alpa Paints
Alstom Holdings
Altadis Russia
AMT-Group
Amadeus
Amrop Russia/ KBS International S.A.
Anakena Healthcare Consulting
Arc International
Arden Equipement Vostok
Areva
Areva T&D Russie
Arkema France
Armadillo Business Posylka System
Art&Co.
Arval
Assor Russia
Astec International
ASV (Softline Russie)
Atak
Atalan
ATDI Eurasia
Auchan
Aventel France
Axens
BA Finans
Banque Natixis
Banque Societe General Vostok
Banque Societe General
Bauche Vostok
BBL Transport Russie (Groupe RBK)
BEG Ingenierie Rus
Beicip Franlab
Bellerage Vostok
BIC CEI
Biocodex
Biomerieux
BIVAC
Blezat/BL Engineering
BLM Synergie
BNP Paribas
BNP Paribas Vostok
Boiron
Bonduelle
Bongrain Evropa Vostok
Bostik Developpement
Bourjois
Boutte Ru
Bouygues Batiment Intl.
Bouyguesstroi
BPI-Brainpower

Brochot Light Metals
Brossard
Bull
Bureau Cecile Rouge
Bureau Veritas
Calyon Russbank
Cap Gemini Consulting
Carte Blanche Inter
Caudalie
CEAMAG
Cecab Russie (OOO Cou-banskie Conservi)
Cegedim
Ceit Travelscope
Cenco
Centre de Commerce Franco-Russe
Centus Medical
Ceric
Cermex Russie
Cetelem
Ceva Sante Animale
CFM International
CGG Vostok
Chanel
Christian Dior Couture Rus
Christian Dior Russie
CIAT Distribution
Cifal
CIFAL-DECO
CIFAL Neftegaz
Citroen
Clarins
Clextral
Clipso
Clovis
Club Med
CMA-CGM
CMS Bureau Francis
Lefebvre
CNI-Colloides Naturels
CNIM
CO-Vostok
Coberon
Coface Rus Services Company
Cogac Vostok
Colvert France
COMAP Rus
Compagnie Generale de Geophysique Veritas
Complex International
Consultru
Coplan Vostok
Coris Rus
Coteba Rus
Crédit Industriel et Commercial
Crêperie de Paris
Crystal Finance
Cunin
Daher CIS
Dalnyaya Melnitsa (Group Soufflet)
Danone Industria

Dassault Aviation
Dassault Systemes
Datavision CIS
De Buyer
Decathlon
Decoufle
De Dietrich Thermique
Defi Russie
Degremont
Dexia Bank
Diakom
Dimeco Alipresse
Dlya Dusha I Dushi
Do-It-Evolution
Dresser Rand S.A.
Dresser Flow Solution
Dualest
EADS
EADS Centre de Technologies
East West Engineering
E.B.I.S. Vostok
ECAR (Engineering Company Airbus Russia)
Ecole des Roches
EDAP TMS
Edit
EDF (Electricite de France)
E.F.G Architecture
EMCO
Emerson/ Leroy Somer
EMI SA
EPI Vostok Noginsk
ESI Group
Essilor Optika
Est-Elec
Etirex-Chromalox
Euro RSCG Moradpour
Eurocopter Russie
Europ Assistance
Eurasia Telecom Seti
Europe Media Group
Evolution Voyages
EXA International
Exel Industrial Russia
Fab Travel
Famaro Ermont Russie
Fashionel
Fauchon
Ferraz Shawmut
Federation Francaise de la Chaussure
Fetish & Buzz
French Dental Clinic
French Deziign Studio
Fichet-Bauche Russie
FIC Medical
Firelec
Fives
Fives Stein
Florigarde
FM Logistic Vostok
France Cars Tour
France Meeting
France Televisions

Frederic M Russie
Freyssinet
Frisquet
Froalhyange Consulting
GDF Suez
GEFCO Rumyantsevo
Geismar Rus
Gemalto
Geodis
Geoservices
Geflor
Geym Vostok
Gide Loyrette Nouel Vostok
Ginger Invest
GiPA
Girpi/AlphaPro
Gorimpex
GPV Russie
Gregoire Besson Vostok
Griffon Nord
Grosfillex
Groupe Castel (Castel Malesan)
Groupe Montaine
Groupe SEB Vostok
GSO
Guard Industrie Vostok
Hachette Filipacchi Shkulev
Harry's CIS
Haulotte Vostok Dolgo-prudny
Heurtey Petrochem Rus
Hotel Nouvelle Europe
Hoyez
Inexo Voyages
Interfill Fareva Groupe
Intersib
Inval-1 Synchrocorporation
Jas Hennessy & Co.
John Crane
Keyria (Ceric)
Klimatel
Kuhn Vostok
Laboratoire Développement Pharmaceutique
Laboratoire Innotech International
Laboratoires Sarbec
Laboratoire Servier
Lactalis
Lafarge
La Marée/ Jetrico
La Redoute
L'Arsouille
Le Figaro
Leroy Merlin Vostok
Lieu Commun Groupe
L'Occitane Rus
Lohr Vostok
L'Oréal Russie
Lot et Visite
Louis Dreyfus Vostok
Louis Vuitton Vostok
Maison Florimond Desprez
Malbraque SA Russie



territoire de la Russie

Mane Vostok
Marine Travel
Media Net
Mekatrade
Mermet
Meti Vostok
Meura (Boccard)
MGE UPS Systems
Michelin Russie
MK3
Monde Sans Frontière
Mourmeche
Multinational Logistics
Partnership
Natixis Banque
Natixis Praxem International
Nexans CEI
Nextage
Niled
NYCO S.A.
Odi Voyages
Oleina
Ondes Urbaines
Onduline
Opttorg
Orange Business Services (Equant LLC)
Paris-Etoile Voyage
PCM
Pernod Ricard Rouss
Peugeot Citroën
Pfizer Animal Health
Pierre Fabre
PKB
Polysoude
Porcher Industries
Potain-Manitowoc
Powerjet Russian Branch
Presse Participations Russes
Promod
Promosalons
Promvost
Publicis United
Rabot Dutilleul
Radio Nostalgie
Rasec Vostok
Remy Garnier
Renault Avtoframos
Rhodia Rus
Richemont Luxury Group
Riskaudit/IPSN/GRS
RN Finance Rus
Roquette Rus
Royal Canin
RP Instal
Rusdel
Rusfinance/ Promekbank
Ruskon
Ruskremlin
Russian Management Hotel Company (Accor Groupe)
SAF NEVA (Lesaffre)
Safran
Sagem Communications

Saint-Gobain
Saint-Gobain HPM Rus
Salans
Salaun Evasion
Sanofi Aventis
Sanofi Pasteur
Schlumberger Russie
Schneider Electric
Scor
SDI (Sucden)
SDV Logistique Internationale
Seismic Support Services
Seldico Russie
SeminRus
Sercel
Serimax Russia
Servipan RUS
Setec Ingining
SFA
Shtokman Development AG
Sicame
Sidel Vostok
Simon Electric
Sisley
Smoby
SNCF Russie
SNC-Lavalin Eurasia
SNEF
Societe Nouvelle Favid
Socomec UPS
Sodexho Eurasia
Sofexpo
Sofracop
Sofreco
Soft Retail
Sogecap (SG Assurances)
Soletanchestroi
Soninfo
Sopexa
Soufflet Agro Rus
Soval
SPBVergaz
Sperian Protection
Spiecapag
ST Microelectronics SA
Steelcase SA
Streamline Entreprises Limited
Sulzer Pumps Ltd.
Talentium
Tarkett Rus
Technip CIS
Tecofi
Terrell Moscou OOO
Imperia
Texier France
TF1
Thales S.A.
Thales Avionics
Thomson Technicolor
Polsha
TLD
Total E&P Russia
Total Lubrificants

Total Vostok
Total SA
Totsa (Total Oil Trading SA)
TPA/Axis
Transfaire Agro
Transfaire Fromagerie
Transfaire Industrie
Tsar Voyages
Tuscan (Carrer Blanc)
Vallourec & Mannesmann Rus
Valode et Pistre (OOO VP)
Veolia Voda SA
Veskor
Veta-Mazars
Vinci Concession Vosstran Russie (Grands Projets)
Vitagros-Rossovot (Groupe Evalidis)
VSL
VVR Vostok
Vinifrance
Yves Rocher Vostok
Wirquin Russie Noguinsk
Wellcome Abroad

Régions du SUD

Akros Henschel
ALD Automotive
Aliage
AMT-Group
Armadillo Business Posylka System
Auchan
BA Finans
Banque Société Générale Vostok
Biomerieux
BIVAC
BNP Paribas Vostok
Bonduelle
Bureau Veritas
Carrefour Rus
Cetelem
CMA-CGM
Coplan Vostok
Danone Industria
Dlya Dusha I Dushi
EMI SA
Est-Elec
Firelec
GSO
Laboratoire Servier
Lafarge
La Maree/ Jetrico
Leroy Merlin Vostok
Louis Dreyfus Vostok
Michelin Russie
Onduline
Orange Business Services (Equant LLC)
Peugeot Citroën
Rusfinance/ Promekbank
Schneider Electric

SDI (Sucden)
SNCLavalin Eurasia
Zip DonskoyZavod Industrialnii Plastmass

Région du CAUCASE NORD

Armadillo Business Posylka System
Astec International
Banque Société Générale Vostok
Louis Dreyfus Vostok
Orange Business Services (Equant LLC)

Régions de la VOLGA

ABCD International (OOO France Office M)
Accor Groupe
Akros Henschel
Alcatel-Lucent
ALD Automotive
Aliage
Armadillo Business Posylka System
Astec International
ASV (Softline Russie)
Auchan
BA Finans
Banque Société Générale Vostok
Biomerieux
BIVAC
BNP Paribas Vostok
Bureau Veritas
Cetelem
CMA-CGM
Danone Industria
Degremont
Dlya Dusha I Dushi
EKA
Emerson/ Leroy Somer
EMI SA
Est-Elec
Europe Media Group
Firelec
France Meeting
GEFCO
GSO
Harry's CIS
Laboratoire Servier
Leroy Merlin Vostok
Michelin Russie
Onduline
Orange Business Services (Equant LLC)
Peugeot Citroën
Rhodia Rus
Rusfinance/ Promekbank
Russian Management Hotel Company (Groupe Accor)
Safran
Saint-Gobain

Schneider Electric
Technip CIS
Transfaire Agro
Wirquin Russie Noguinsk
Yves Rocher Vostok

Régions de L'OURAL

Groupe Accor
Akros Henschel
Alcatel-Lucent
ALD Automotive
Areva
Areva T&D Russie
Armadillo Business Posylka System
Auchan
BA Finans
Banque Société Générale Vostok
Bauche Vostok
Biomerieux
BIVAC
BNP Paribas Vostok
Bouygues Batiment Intl.
Bouyguesstroi
Bureau Veritas
Cetelem
Chanel
CMA-CGM
Danone Industria
Dlya Dusha I Dushi
Emerson/ Leroy Somer
EMI SA
Essilor Optika
Europe Media Group
Fashionel
Firelec
FM Logistic Vostok
GEP/ERIP
La Marée/ Jetrico
Laboratoire Servier
Lafarge
Michelin Russie
Onduline
Orange Business Services (Equant LLC)
Peugeot Citroën
Rusfinance/ Promekbank
Russian Management Hotel Company (Accor Groupe)
Schlumberger Russie
Schneider Electric
Seismic Support Services
Valode et Pistre
Wheelabrator Allevard Ural

Régions de SIBÉRIE

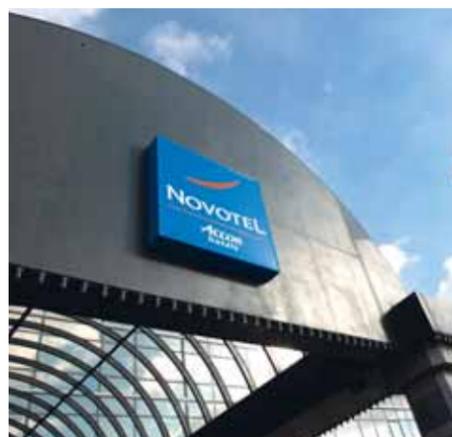
Accor Groupe
Alcatel-Lucent
ALD Automotive
Areva
Armadillo Business Posylka

System
Astec International
Auchan
BA Finans
Banque Société Générale Vostok
Bauche Vostok
BIVAC
BNP Paribas Vostok
BPI-Brainpower
Bureau Veritas
Cetelem
CIAT Distribution
CMA-CGM
Danone Industria
Dlya Dusha I Dushi
EMI SA
Essilor Optika
Europe Media Group
Firelec
FM Logistic Vostok
Laboratoire Servier
Leroy Merlin Vostok
Michelin Russie
Multinational Logistics
Partnership
Onduline
Orange Business Services (Equant LLC)
Pernod Ricard Rouss
Peugeot Citroen
Rusfinance/ Promekbank
Russian Management Hotel Company (Accor Groupe)
Schneider Electric
SNF Baltreagent
Sodexho Eurasia

EXTRÊME ORIENT

ALD Automotive
Armadillo Business Posylka System
BIVAC
Bouygues Batiment Intl.
Bureau Veritas
CMA-CGM
Dlya Dusha I Dushi
FM Logistic Vostok
Geoservices
Onduline
Orange Business Services (Equant LLC)
Schlumberger Russie

Données rassemblées par le Moscow Times sur la base de la publication "Présence française e Russie: liste des entreprises françaises" par la Mission Economique Française en Russie, Février 2010.



Les Français attaquent

« Ce n'est pas par hasard que nous avons choisi Arzamas pour établir notre première unité de production en Russie. Nous sommes ainsi idéalement situés pour accéder aux marchés prometteurs de la Russie centrale et de la région de la Volga, » explique Oleg Dorine, directeur du département des agrégats de construction de la société OOO

Saint-Gobain *Stroitelnaïa produktsia Rous*, filiale du géant français Saint-Gobain.

Texte : Sergueï Droujinine

La société Saint-Gobain, qui produit des mélanges de construction et des plaques de cartons-plâtres, et la société française Onduline SA, fabricante de matériaux de toiture, comptent parmi les plus gros investisseurs de la région de Nijniï Novgorod dans le secteur des matériaux de production.

En région, la crise n'a gelé que pour un temps la réalisation de la majorité des grands projets d'investissement impliquant des capitaux étrangers. Aujourd'hui, les entreprises étrangères s'installent à nouveau dans la province russe, choisissant d'y établir leur propre force de production plutôt que de se contenter d'importer.

Malgré les risques économiques et politiques, ou même ceux liés à la corruption, le marché russe des matériaux de production demeure attractif pour les investisseurs étrangers. Les experts en sont convaincus : les risques sont plus que compensés par la croissance impressionnante de la demande, dans un contexte de déficit des résidences

de qualité et de préparation des J.O d'hiver de Sochi en 2014 et du Championnat du monde de football de 2018. D'autant que la concurrence, sur ce marché, est très faible.

Le football et les Olympiades au secours des constructeurs

La crise financière mondiale a lourdement frappé les producteurs de matériaux en Russie. Les indicateurs économiques du secteur ont brutalement chuté suite à la dégradation générale de la situation sur le marché de la construction. Dans les données recueillies par la société RosBusinessConsulting (RBK), on observe, à partir d'octobre 2008, une chute de la demande – et, en conséquence, de la production – sur tous les types de matériaux. Néanmoins, depuis 2010, le marché russe a commencé de se rétablir.

Ces tendances à la hausse et à la baisse de la demande en matériaux de construction se reflètent dans les chiffres publiés par Rosstat. Selon les statistiques de l'Agence, qui ne prennent pas en compte les structures et les détails en béton préfabriqué, on a vendu, en Russie, pour 228,9 milliards de roubles de matériaux de construction en 2007, pour 307,1 milliards en 2008, pour 289,5 milliards en 2009 et pour 305,6 milliards en 2010.

« Au cours des années à venir, la vente au détail des matériaux de construction – en Russie de manière générale et sur la région de Nijniï-Novgorod en particulier – devrait bénéficier d'une croissance comprise entre 8 et

15 % en fonction de la situation économique du pays, de l'évolution de la situation socio-économique de la population et de la vitesse à laquelle le secteur de la construction va se rétablir, » estime Dmitriï Baranov, expert chez OuK Finam Management.

Pour Dmitriï Morozov, directeur adjoint de la société de matériaux de construction Metallimpres, basée à Nijniï-Novgorod, « le secteur des matériaux de construction va se développer rapidement, car 80 % des nouvelles constructions en Russie sont vendues sans les finitions intérieures. D'autre part, les importants travaux liés à la préparation des

JO de Sochi, des championnats interuniversitaires de Kazan en 2013 et du Championnat du monde de football vont catalyser une partie de la croissance du secteur, » ajoute-t-il.

Cette conjoncture favorable attise les appétits des sociétés étrangères qui, dans de nombreux domaines, viennent concurrencer les producteurs nationaux. Selon diverses estimations, l'import de matériaux de construction en Russie dépasse déjà 60 % du marché.

Les entreprises françaises s'impliquent toujours plus activement dans le secteur, n'hésitant pas à investir dans la construction de leurs propres usines sur le territoire russe.



Une usine de production de matériaux Saint-Gobain à Cognac, France. La société a ouvert deux usines dans la région de Nijniï Novgorod, 2006.

Sergey Porter / Vedmosti

Pierre-Alain Dorange / Wikimedia Commons

La stratégie est économiquement rentable. « En produisant sur place au lieu d'importer, les investisseurs étrangers peuvent économiser 10 à 15 % sur les coûts finaux », estime Anton Safonov, analyste chez Investkafé.

Les projets des sociétés Saint-Gobain et Onduline SA sont des illustrations exemplaires de l'efficacité des stratégies mises en place par les Français sur le marché russe. Ces entreprises sont arrivées en Russie avant l'apparition de la crise. « Pendant la crise, précise Oleg Timofeev, partenaire exécutif de la société T&K Legal, qui propose une aide juridique aux investisseurs étrangers dans la région de Nijni-Novgorod, elles ont rempli leurs obligations face aux autorités régionales : la production n'a pas cessé, il n'y a pas eu de licenciements massifs et les salaires ont continué d'être versés. »

Mélanges français

Saint-Gobain est arrivé dans la région de Nijni-Novgorod avec deux projets, indique Oleg Dorine, de la société Saint-Gobain *Stroitelnaïa produktsia Rous*. En 2006, dans le village de Morozovka, non loin d'Arzamas, la société ouvrait une usine de production de mélanges de construction (crépis, mastics, colles et enduits) sous la marque Weber Véronit. La construction de l'usine avait commencé courant 2004, sur un terrain d'environ 6,5 ha appartenant à la société. Saint-Gobain a investi plus de 18 millions d'euros dans ce projet. Initialement, l'usine était prévue pour produire 130 000 tonnes de matériaux par an. « À l'heure actuelle, la production y est déjà de 75 000 tonnes annuelles (soit un cinquième de la production totale de mélanges de construction du groupe Saint-Gobain, *ndlr*) et l'usine devrait atteindre sa production

maximale en 2013 », poursuit Dorine. Il s'agit d'une estimation basée sur les études marketing réalisées par l'entreprise, qui prévoient une croissance du marché russe de 12 à 14 % en 2011, et de 10 % annuels au cours des quatre années suivantes. « L'usine a traversé la crise sans trop de mal », assure Dorine. Il précise que les ventes ont faibli de 2006 à 2008, avant d'augmenter de 75 % annuels en 2009 et 2010. « Les consommateurs ont été rassu-

rés : ils ont obtenu la certitude que la production russe de Saint-Gobain était de la même qualité que celle des usines finlandaises de la société, précise le cadre, avant de souligner : La société a déjà obtenu les certifications de norme qualité ISO 9001 et ISO 14001. »

La capacité à fournir une production d'excellente qualité grâce à l'utilisation des nouvelles technologies est un avantage de poids dont bénéficient les fabricants étrangers, com-

mente Dmitriï Morozov, de la société Metallimpres. D'après ses estimations, le taux d'usure des outils de productions atteindrait, chez beaucoup de fabricants russes, les 90 %.

« Les machines et la technologie ne sont pas remplacées depuis des années », déplore-t-il. De son côté, Oleg Dorine confie : « Nous regardons vers l'avenir avec optimisme, car le potentiel et le volume du marché russe des matériaux de construction sont importants. »



Le manque de bâtiments de qualité entraîne un bond de la construction en Russie.

ANTALIS CONNAÎT BIEN LE BUSINESS DU PAPIER



Cette entreprise internationale aux racines européennes est présente sur le marché russe depuis 1993. Par son expertise, Antalis peut répondre à tous les besoins en matière de support de communication. C'est pourquoi, « Just Ask Antalis » (« Consultez-nous, tout simplement ») a été choisie comme signature : les professionnels d'Antalis trouvent les réponses aux demandes les plus complexes, celles d'aujourd'hui et de demain, exprimées par leurs clients. Nous parlons aussi bien de nos clients les plus fidèles, qui sont aujourd'hui devenus de bons amis- que de nos partenaires potentiels. Antalis détient les clefs d'un business plus rentable, efficace et attractif.

Le nom d'Antalis est associé à celui de marques reconnues dont la réputation n'est plus à faire. Parmi elles, Data Copy – papier incontournable que l'on peut trouver dans n'importe quel bureau ou la gamme d'ArjoWiggins Creative Paper – la gamme de papier des designers devenue le symbole d'une grande qualité.

Les filiales d'Antalis sont présentes dans 54 pays, et se développent activement. Chaque année, les professionnels d'Antalis distribuent plus de 2 millions de tonnes de papier. La société offre une large gamme de ses meilleurs produits sur le territoire russe depuis 1993. Forte d'une bonne réputation sur le marché russe, la compagnie est devenue l'un des leaders de la distribution des supports de communication : papier pour l'impression, papier pour le bureau et solutions d'emballage. Antalis se différencie avant tout par la qualité de ses produits, ce qui lui a permis de gagner la confiance de nombreux clients.

La crise financière a eu un impact conséquent sur tous les secteurs de l'économie mondiale. Antalis n'a pas fait figure d'exception. Pourtant, en moins de deux ans, la compagnie est parvenue à retrouver son niveau d'avant-crise. « Notre croissance est plus rapide que celle du marché » commente à ce propos Sébastien Jeanpaul, le Directeur général d'Antalis Russia. « Notre filiale russe se développe avec succès aussi bien à Moscou, à Saint-Petersbourg, à Nijni-Novgorod qu'à Rostov sur le Don » souligne-t-il.

La société propose également une large gamme de services, en particulier des solutions logistiques.

« Nous prévoyons de poursuivre le développement de ces activités – précise Andrey Musorin, le Directeur com-

mercial de la filiale russe. – En plus de ces nouveaux services, nous travaillons sur d'autres offres, comme des matériaux d'emballage complémentaires ».

D'après le dernier bilan financier d'Antalis, les ventes de produits d'emballage sur le marché européen ont augmenté de manière significative au premier trimestre 2011. Récemment lancée sur le marché russe, cette offre présente des signes de croissance très positifs

ANTALIS ET LE PAPIER

Renforcer son approche « client » est le principal objectif d'Antalis.

« Pour atteindre ce but, nous devons faire de notre mieux pour expliquer ce à quoi notre société se consacre tous les jours » commente Ekaterina Tchurianova, Directeur marketing. « Les clients existants et potentiels doivent tout savoir de la diversité de nos activités » poursuit-elle. « Notre but est de convaincre nos clients de prendre contact avec nous pour nous faire part de leurs besoins, car nous avons la capacité de leur apporter des réponses ».

Depuis le début de cette année, Antalis a lancé une campagne de communication institutionnelle de grande ampleur destinée à promouvoir le nouveau positionnement de la société sur le marché mondial. Antalis s'est doté d'un nouveau logo, d'une nouvelle signature, et a réalisé un film d'entreprise reflétant la nouvelle image d'Antalis.

Sa nouvelle devise « Just ask Antalis » illustre la volonté d'Antalis d'apporter une aide et expertise de qualité quelle que soit la nature des besoins de ses clients.

Un autre élément-clé de la campagne est sa mascotte, « paperman ». Un personnage en origami dont l'aspect rappelle les activités multiples d'Antalis. Ce personnage fait office de « fil conducteur » sur tous les outils de communication : des lettres d'information aux brochures, en passant par les stands promotionnels, les catalogues, les encarts publicitaires dans la presse et enfin la nouvelle brochure institutionnelle de l'entreprise présentant l'ensemble de la gamme des produits, services et solutions proposés par Antalis.

Hervé Poncin, PDG d'Antalis explique : « Avec le lancement de cette large campagne de communication, nous souhaitons expliquer à nos clients actuels et futurs que nous sommes là pour les aider et pour satisfaire leurs attentes. Nous pouvons faire beaucoup pour eux, en leur offrant un large éventail de biens et de services auxquels ils n'ont peut-être même pas pensé ! Nous sommes certains que cela va nous différencier de la concurrence. Il nous faut juste l'afficher clairement ! ».

Antalis bâtit sans cesse son développement à travers des projets dynamiques, désireux d'attirer de plus en plus de clients. Antalis a l'intention de devenir une société de distribution leader sur le marché russe de la communication papier.

ANTALIS DANS LE MONDE

- Antalis est le leader européen de la distribution de papier et de produits d'emballage, numéro 4 dans le monde. Son chiffre d'affaires s'élève à 2,9 Mds d'euros en 2010. Ses 6900 collaborateurs sont au service de plus de 230 000 clients dans le monde.
- En Europe, Antalis traite 20 000 commandes par jour à partir de ces 130 entrepôts.
- Les produits de la société sont porteurs d'une certification FSC (Forest Stewardship Council), et sont conformes aux standards écologiques.

www.antalis.ru

www.just-ask-antalis.ru



Les entreprises françaises espèrent avoir la responsabilité de plus de projets en Russie en vue de la Coupe du monde de 2018.

Maxim Stukov / Vedomosti

► Ce segment de l'économie se caractérise par un taux de croissance élevé. Pour toutes les raisons déjà évoquées, nous allons assister à un véritable boum du secteur de la construction. »

Selon les données du ministère de la Construction, 1 443 millions de mètres carrés de logement ont été construits en 2009 dans la région de Nijniï-Novgorod, 1 495 millions en 2010. Et les estimations tournent autour d'1,5 million de constructions pour 2011.

« À l'approche du championnat de football de 2018, la construction de bâtiments et d'infrastructures routières devrait croître de 20 à 30 % par an », estime Morozov. Au premier trimestre 2012, sa société, Metalimpres, a l'intention de mettre en exploitation une nouvelle usine de production de mélanges de construction à Polevskoï, dans la région de Sverdlovsk. Les détails du projet n'ont cependant, à l'heure actuelle, pas été dévoilés.

« La demande en mélanges de construction en Russie dépendra en grande partie du rythme auquel vont se rétablir, d'une part, le secteur de la construction, et, de l'autre, la solvabilité de nos concitoyens, assure Dmitriï Baranov, de la société Finam Management. Actuellement, la situation est loin d'être stabilisée : au début de l'année, le secteur présentait des indices à la fois positifs et négatifs.

Ainsi, en mars, d'après les chiffres de Rosstat, le volume de construction de logements a atteint 4 millions de mètres carrés, soit 13,5 % de plus que l'année précédente à la même période. Pourtant, en février de cette année, les indicateurs avaient été beaucoup plus mauvais que ceux de l'année passée. On avait constaté une chute de la construction de 6,1 %. Ces fluctuations ont une influence significative sur le marché car les entreprises, ne pouvant s'appuyer sur une croissance ferme et continue, ne sont pas certaines d'améliorer leurs indicateurs financiers. Dans le même temps, ces entreprises ont toujours la possibilité d'augmenter leur production à la faveur du marché secondaire, constitué par les travaux de ravalement, les constructions de maisons individuelles et de datchas, nuance l'expert. Cela s'explique par une amélioration de la situation financière de la population. Les salaires sont aujourd'hui plus stables, les gens peuvent faire des projets et réserver une partie de leurs revenus à l'entretien de leur logement, à la construction éventuelle d'une maison individuelle ou d'une datcha. Et, pour ces travaux, ils ont notamment besoin de mélanges de construction. Ce facteur peut d'ores et déjà assurer au segment une croissance de 5 à 9 % par an », conclut Baranov.

Plâtre français

En 2011, Saint-Gobain devrait entamer la construction de sa deuxième usine de production de panneaux en carton-plâtre à Nijniï-Novgorod, dans le quartier de Pavlosk. Les travaux d'études sont pratiquement terminés, aux dires de Thierry Fournier, directeur général de Saint-Gobain *Stroitelnaïa prodouktsia Rous*, interviewé en novembre 2010 par *Vedomosti*. Toujours selon Fournier, la société a acheté plus de 10 hectares de terrain fin 2009, en vue de la construction de cette usine qui devrait fonctionner dès la fin 2012. Les panneaux seront vendus dans la région de Nijniï-Novgorod et les régions environnantes.

En juillet 2007, Jean Laronza, président de Saint-Gobain pour la Russie, la Pologne et l'Ukraine, avait déjà promis, pour le deuxième semestre 2008, la construction d'une usine d'une capacité de production de 30 millions de mètres carrés par an de panneaux de carton plâtre. L'investissement prévu s'élevait alors à 2,9 milliards de roubles, et devait être amorti sur une période de 6 à 9 ans. « Les paramètres restent les mêmes », affirme le service de communication de la société. « Saint-Gobain a simplement réajusté sa stratégie du fait de la crise qui a frappé le marché des matériaux de construction. Aujourd'hui, ce marché est reparti à la hausse », assure Thierry Fournier. D'après le responsable d'une société de construction de la région, Saint-Gobain devrait se lancer dans l'exploitation du gisement de gypse de Gomzovskii, à Pavlovsk, en 2012. Pour une extraction d'environ 300 000 tonnes par an.

Selon les estimations de Vladimir Volkov, directeur général de la société Stroinvest Nijniï-Novgorod, la demande en carton-plâtre dans la région a baissé de 70 % au cours des deux dernières années, mais devrait dès à présent augmenter de 30 % par an. « Le marché russe, sur ce matériau, va très prochainement progresser de 15 à 20 % par an », estime un cadre de la société Volma, également fabricante de carton-plâtre.

Le carton-plâtre est apparu relativement

récemment en Russie, et son utilisation va sans aucun doute se développer. Il est d'ailleurs déjà extrêmement populaire en Russie, assure Dmitri Baranov.

D'après les responsables de la société Knauf, l'un des plus gros producteurs de carton-plâtre en Russie, le matériau offre un nombre considérable d'avantages : il « respire », c'est-à-dire qu'il peut absorber une humidité trop importante et la rejeter dans le milieu environnant quand son niveau baisse ; il est facile à installer, son découpage s'effectuant à sec ; l'utilisation du carton-plâtre permet de réaliser tous types d'architectures et de designs, notamment des surfaces courbes ; écologique, il crée de plus un confortable microclimat d'intérieur ; facilitant la construction des bâtiments, il en diminue ainsi le coût ; et, finalement, il permet d'augmenter le rendement du travail. La demande de plaques de carton-plâtre devrait, estime l'expert de Finam Management, augmenter régulièrement de 4 à 9 % annuels.

Toits français

Onduline SA, autre investisseur français comptant parmi les plus gros producteurs mondiaux de matériaux de construction, a ouvert en 2008 à Nijniï-Novgorod sa première usine de matériaux de couverture, indique Natalia Khorochkova, responsable du département marketing de Onduline-SM, filiale russe de la société française.

« Nous avons choisi Nijniï-Novgorod pour des facilités de transport. La ville se trouve non loin de Moscou et au croisement de plusieurs routes principales – situation idéale pour livrer sur tout le territoire de la Russie », précise la jeune femme.

L'usine peut produire 7,5 millions de tuiles Onduline par an. Il y a peu, Andreï Nejkin, premier adjoint du directeur général de Onduline-SM, déclarait à *Vedomosti* que la construction de l'usine avait commencé en février 2006. L'usine, qui s'étend sur plus de 10 hectares, est installée sur le territoire de la société Gorkovskii Avtozavod (GAZA). D'après Nejkin, le projet a nécessité un investissement de 20 millions de dollars, provenant des fonds propres de la société et du crédit.

Pour la production de ses matériaux de couverture, la société a besoin de bitume et de matières premières organiques (papier recyclé), que la société achète à Nijniï-Novgorod et sur le marché russe.

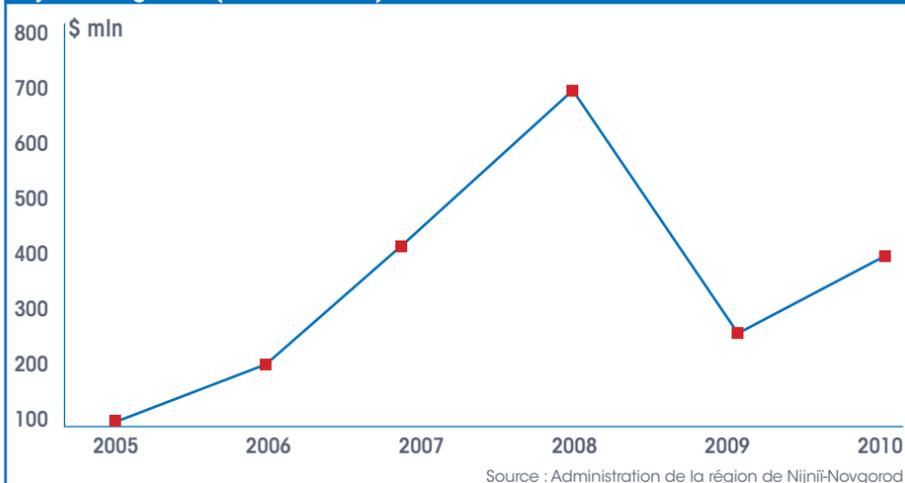
« L'utilisation de matières premières et d'une main-d'œuvre locales – bon marché – permet de réduire les coûts de logistique et de douane, et de diminuer significativement le prix à la production », déclare un collaborateur de Onduline-SM.

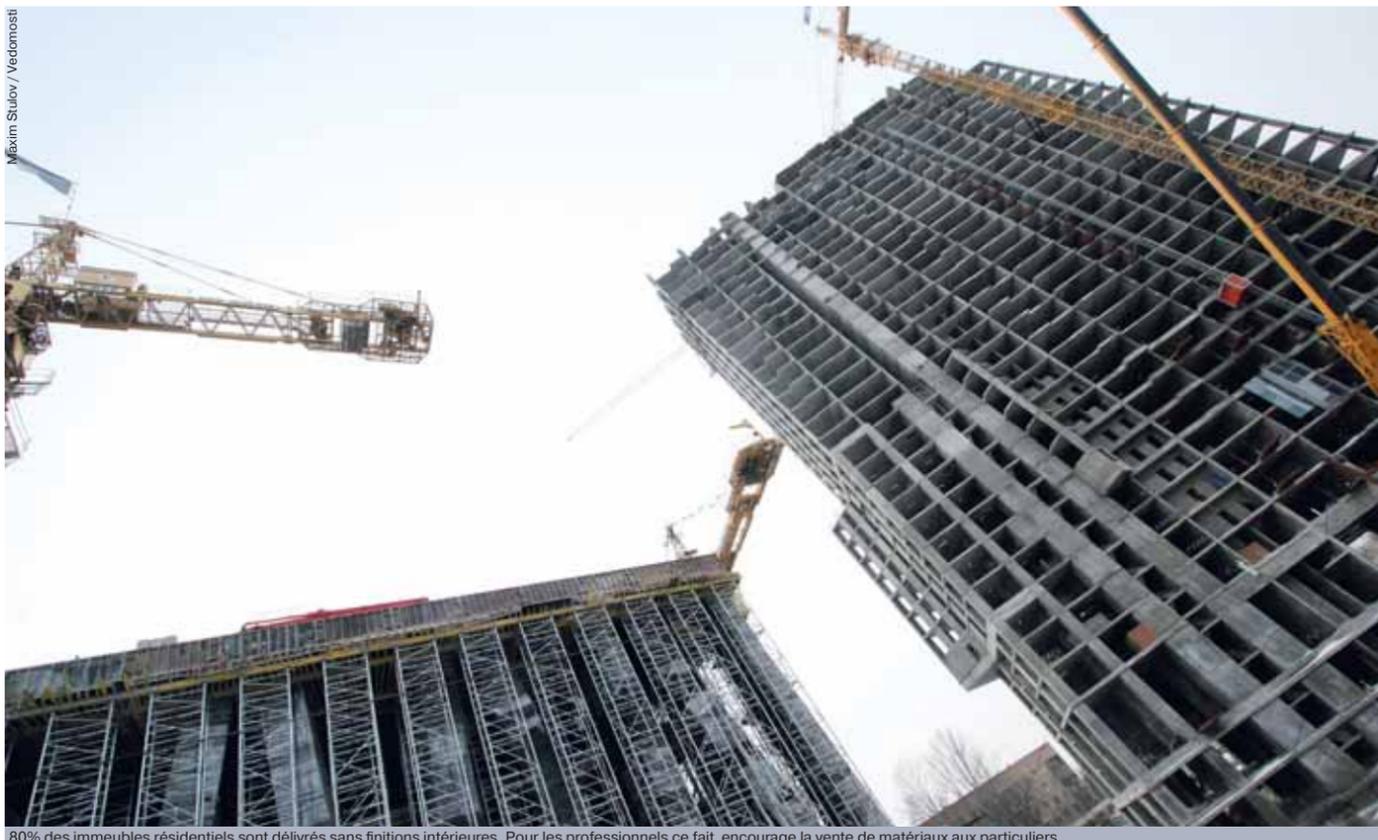
« C'est un matériau écologiquement propre, qui ne contient pas d'éléments nuisibles pour l'homme, à la couleur résistante et au montage simple », explique le collaborateur du département marketing d'une société russe productrice d'éléments en fibres-ciment, à propos des avantages du produit français. Selon lui, néanmoins, dans le cas d'un bâtiment collectif, le produit Onduline est moins économique que l'habituelle ardoise ou d'autres sortes de tuiles. « Le marché d'Onduline, c'est la construction de maisons individuelles et de cottages », assure cet expert.

Perspectives

« Les acteurs étrangers, et parmi eux les sociétés françaises, vont investir activement dans la production sur le territoire de la région de Nijniï-Novgorod au cours des années à venir, car les pouvoirs locaux s'efforcent d'y créer un climat favorable », assure Oleg Timofeev de T&K Legal.

Volume global des investissements étrangers dans la région de Nijniï-Novgorod (2005-2010)





80% des immeubles résidentiels sont livrés sans finitions intérieures. Pour les professionnels ce fait encourage la vente de matériaux aux particuliers.

« Dans la région de Nijniï-Novgorod, les mécanismes de prise de décision concernant les projets d'investissement sont clairs. La mise en place d'un "guichet unique" pour les investisseurs a permis de réduire les délais de validation et d'enregistrement des documents, délais qui sont passés d'un an et demi-deux ans à seulement deux ou trois mois. La décision d'accepter ou de refuser un projet d'investissement revient au Conseil sur les investissements auprès du gouverneur de la région, qui réunit, durant ses sessions, toutes les organisations concernées. Ce fonctionnement permet un champ de relations informelles entre

les investisseurs et les organes de pouvoir plus fructueux que dans bien d'autres régions. De plus, les subventions et garanties offertes pour les projets prioritaires de la région sont renforcées par la loi », indique le service de presse de l'administration régionale de Nijniï-Novgorod.

Ainsi, le volume des investissements étrangers dans la région continue d'augmenter (cf tableau). « Ces dernières années, le capital investi a été multiplié par trois ; le montant total des investissements en 2010 a dépassé 1 500 milliards de roubles ; 4500 projets ont été approuvés ; 62 projets ont obtenu le statut prioritaire et, par conséquent, toute une série

d'avantages pour les investisseurs », poursuit le service de presse.

« Si les hommes d'affaires, à l'Ouest, se méfient surtout de la situation politique, ceux qui ont une expérience de terrain en Russie s'inquiètent en premier lieu de la solvabilité des contractants et du degré de corruption des organes de pouvoir », affirme Nikolaï Solabouto, directeur général des actifs de OuK FG BKS.

Selon lui, c'est le crédit – lié à l'insolvabilité des contractants – qui représente le plus gros risque en Russie. En deuxième position viennent les risques liés au marché et à la concurrence : les hommes d'affaires s'inquiètent, en résumé, de la farouche lutte existant entre les sociétés. En troisième place s'affichent les risques normatifs – c'est-à-dire liés à la législation – et, en quatrième, ceux induits par le cours de la monnaie. Ce n'est qu'ensuite que l'on voit apparaître les inquiétudes liées à la corruption des structures du pouvoir.

Néanmoins, dans la pratique, tous ces risques n'arrêtent pas le flux d'investissements étrangers dans une économie russe offrant d'immenses perspectives. Et, d'après l'ensemble des experts, cette règle prévaudra encore longtemps.

Les entreprises Onduline et Saint-Gobain en quelques chiffres :

OOO Onduline-Stroitelnye materialy (Nijniï-Novgorod)

Producteur de tuiles Onduline.

Propriétaire : Onduline SA (100%), producteur de matériaux de couverture.

Données comptables (données de la société en 2009) :

Chiffre d'affaires : 1,2 milliards de roubles

Bénéfice net : 311,1 million de roubles

OOO Saint-Gobain stroitelnaïa produktsia rous

Producteur de matériaux de construction (spécialisé dans les mélanges de plâtre, le carton-plâtre et les matériaux d'isolation).

Propriétaires : Saint-Gobain France (87,4 %), EBRR (12,6%)

Données comptables (données de la société en 2009) :

Chiffre d'affaires : 3,4 milliard de roubles

Bénéfice net : 156,5 millions de roubles



CHRISTOPHE JOANBLANQ,
Directeur General de Orange
Business Services Russie et CEI

— Dans quels secteurs opérez-vous avec Orange Business Services, et est-ce principalement pour des entreprises russes ou internationales ?

— En premier lieu, nous travaillons uniquement dans le secteur du B2B, pour tous types d'entreprises présentes en Russie. 40% de nos revenus proviennent de multinationales implantées en Russie et le reste est généré par des sociétés russes de toutes tailles- aussi bien de grandes firmes dont l'activité s'étend au-delà des frontières de Russie que des PME. Nous avons aujourd'hui 4500 clients.

— Quelles sont les ambitions à long terme d'Orange Business Services ?

— Nous avons l'intention de nous développer et de devenir l'un des leaders dans le secteur de l'intégration de solutions de communications. Cela signifie, à partir de notre réseau et grâce à notre excellente qualité de service et sécurité, développer et gérer : des solutions de communication interpersonnelles et de collaboration, des solutions de centres de contact, enfin un ensemble de solutions spécifiques pour un secteur donné (par exemple : finance, transport, pétrole / gaz / énergie). Nous voulons développer ce volet intégration de solutions en complément de nos activités plus traditionnelles d'opérateur voix et data, de manière à ce que ces nouveaux services représentent 30% de nos revenus d'ici à 2015. Et bien sûr nous souhaitons devenir l'opérateur incontournable pour toutes les multinationales étrangères et russes pour les accompagner dans leur développement tant en Russie qu'au-delà des frontières.

— Projetez-vous d'étendre vos activités à d'autres secteurs ? Quels autres produits développez-vous sur le marché ?

— Nous continuons à nous concentrer sur les clients entreprises et PME, autour de plusieurs axes de croissance. Le premier axe de croissance est le *cloud computing*, à partir duquel nous voulons réaliser au niveau mondial 500 millions d'euros de chiffre d'affaires d'ici 2015. « Les solutions de centre de contact » constituent également un secteur-clef; nous avons ouvert récemment notre plus grand centre de contact à Nijni-Novgorod. Nous allons aussi déployer une offre uniforme de solutions vidéo et de communication. Pour les PME, nous comprenons

que la confiance et la facilité d'utilisation et d'installation constituent une priorité. A ces entreprises, nous offrons la solution Easy Office. Pour les banques, nous avons une solution ATM avec cartes SIM doubles, l'ATM est capable de choisir automatiquement le meilleur réseau mobile, et sera bientôt doté d'une connexion 3G. Nous distribuons aussi en Russie la gamme d'équipements de trading de notre filiale Orange Trading Services

— Pouvez-vous nous en dire un peu plus sur le *cloud computing* ?

— Nous allons introduire un nouveau modèle d'utilisation de ressources IT permettant de réduire le coût total de possession (TCO) et d'améliorer la flexibilité. Le modèle de facturation est fondé sur le principe de « payez ce que vous consommez ». Nous allons offrir à la fois Flexible Computing Private, une de « cloud » prive avec une infrastructure IT dédiée, ou, dès 2012, un service de « public cloud » moins onéreux, appelé Flexible Computing Express.

Nous proposons actuellement le *cloud service* Open Video Presence, qui propose un service passerelle de vidéoconférence pour toutes sortes de systèmes vidéo. Et en juin, nous offrirons le service Telepresence Connect permettant d'interconnecter des salles de Telepresence Orange avec toute autre salle dans le monde qu'elle ait été fournie ou non par Orange. Enfin, l'an prochain, nous offrirons également des services de sécurité « as a service »

— Les risques politiques, la corruption et le manque de clarté en termes de législation ont-ils freiné le développement de vos activités ?

— Le processus de prise de décision en Russie est différent, parfois plus informel, parfois très bureaucratique et soumis à l'influence des personnes. Mais finalement, l'important est la qualité du service, la compréhension des besoins du client et le niveau de prix pratiques. Comme vous le soulignez, la corruption existe en Russie. C'est la raison pour laquelle nous faisons signer une charte anticorruption à tous nos employés et menons de nombreuses actions de formation car la politique d'Orange Business Services où que ce soit dans le monde est de ne pas tolérer la corruption.

publicité

Un partenariat efficace : les groupes énergétiques encouragent l'avènement des nouvelles technologies en Russie



Fuites dans les centrales électriques, logements mal isolés, systèmes de chauffage collectif ingérables : la Russie est probablement le plus gros gaspilleur d'énergie du monde.

Texte : Roland Oliphant

Schneider Electric

De fait, le pays fait figure de client idéal pour les entreprises spécialisées dans la résolution de ce genre de problèmes.

Difficile d'estimer l'ampleur du gaspillage d'énergie en Russie. Selon un rapport publié par la Banque Mondiale et la Société Financière Internationale, la Russie gaspillerait autant que ce que consomme la France. En 2005, la France a consommé 275,97 millions de tonnes de pétrole et dérivés, quand la Russie en consommait 646,68 tonnes.

En termes d'efficacité, cela signifie que la Russie a dépensé, pour l'année 2005, 0,42 tonnes de pétrole et dérivés pour chaque dollar de produit intérieur brut, alors que la France n'en a dépensé que 0,14 tonnes.

Les autorités russes ne sont pas insensibles au problème. Le président Dmitri Medvedev a signé, en 2008, une loi incitant le pays à réduire l'intensité énergétique de son PIB (rapport de la consommation d'énergie au produit intérieur brut, *ndlr*) de 40%, et à produire des énergies renouvelables à hauteur de 4,5% de sa consommation totale d'énergie d'ici à 2020.

Cette loi été suivie par une autre, en 2009, visant – par l'introduction de contraintes juridiques dans le secteur du bâtiment, et l'octroi de primes et d'avantages légaux – à encourager les économies d'énergie.

Lors de sa publication, cette loi n'était pas loin de la pure déclaration d'intention. Le décret ne constituait en effet qu'un cadre législatif, nécessitant le vote de 38 règlements pour être applicable ; et venait parfaitement coïncider avec le projet d'innovation du président Medvedev, alors très en vogue.

Néanmoins, quelques-unes des compagnies occidentales spécialisées dans l'énergie ont interprété cette loi comme le signe d'un changement de la tendance politique à Moscou, et se sont empressées d'investir le marché russe.

Dans de nombreux domaines, les Français mènent la danse. Des groupes français, comme Lafarge, ont contribué à la rénovation du siège de la WWF (World Wildlife Fund) à Moscou. Les plans de rénovation du bâtiment – transformé en « éco-maison », première du genre dans la capitale russe – ont été dévoilés lors d'une cérémonie organisée à l'ambassade de France, en février dernier.

En mars, l'ambassadeur de France à Moscou, Jean de Glinasty, lançait un projet de construction d'un centre de recherche franco-russe pour l'économie d'énergie.

Plus qu'une opération à but lucratif, le centre se veut un lieu dédié à l'échange d'idées. Le projet est soutenu par des entreprises comme Schneider Electric, EDF et Alstom.

Recherche d'efficacité

Aujourd'hui, 36 des 38 règlements de la nouvelle loi sont entrés en vigueur. Récemment, un accord a été passé entre l'International Finance Corporation (branche de la Banque Mondiale) et l'Agence Russe de l'Énergie. Le département, créé conjointement en 2008, doit mettre en application le programme d'économie d'énergie prévu par la loi. Ces évolutions ont mis en valeur le rôle des lobbys auprès du gouvernement, aboutissant à une prise de conscience générale du fait que les économies d'énergie constituent un bon créneau politique.

En janvier, le gouvernement a adopté un programme public d'économie d'énergie. Le document appelle à investir 9,53 trillions de roubles (soit 238 milliards d'euros) – dont 695 milliards de roubles apportés par l'État – d'ici à l'horizon 2020.

« Les signaux envoyés sont essentiels », assure Andreï Lavrinenko, vice-président d'Alstom Russie. Ces signaux « indiquent clairement que les économies d'énergie sont un sujet d'actualité, et que le thème est compris dans les projets à long terme des autorités russes. Il ne s'agit pas d'un simple effet de mode », ajoute-t-il.

Alstom produit et achemine les énergies. Le groupe est également spécialisé dans le transport à grande vitesse.

Les groupes énergétiques français ont pris d'assaut le marché russe. En mars, l'agence de presse russe Interfax annonçait qu'une compagnie régionale russe, la MRSK Holding, avait transmis le contrôle de la Société de distribution électrique de Tomsk à ERDF Distribution, filiale du groupe EDF spécialisée dans le transport d'électricité. Le contrat officiel devrait être signé à Saint-Petersbourg lors du forum économique de juin 2011.

En février, Alstom et RusHydro, géant public contrôlant la plupart des barrages hydro-électriques de Russie, ont annoncé la création d'une joint venture pour la production d'équipements destinés aux stations hydro-électriques de petite taille de Bachkirie. En mai, on apprenait que RusHydro prenait le contrôle de cette joint venture avec 51% des parts.

Un peu plus tôt, en octobre 2010, le producteur de matériaux Saint-Gobain et la société turque Trakya Cam annonçaient un investissement commun de 184 millions d'euros dans la construction d'une nouvelle usine, au Tatarstan, de fabrication de vitres destinées à l'industrie du bâtiment et à celle de l'automobile.

Faire évoluer les mentalités

Pourtant, même les pionniers du marché russe admettent que tout cela n'est qu'un début. « En Russie, l'économie d'énergie est un concept tout nouveau, et les acteurs sont confrontés à des blocages qui freinent toute volonté de changement : manque de méthodes, de normes, de règles », constate Jean-Louis Stasi, directeur de Schneider Electric Russie.

Car la méthodologie est une chose, mais les mentalités en sont une autre. Et, dans un pays habitué à l'abondance des hydrocarbures, inciter les gens à réguler leur consommation énergétique s'avère être un challenge de taille.

« L'enjeu numéro un est de faire évoluer les mentalités, et de transposer la régulation de la consommation énergétique au centre des préoccupations de la population », a déclaré Timur Ivanov, président de l'Agence Russe de l'Énergie, lors d'une interview dans ses bureaux moscovites.

« Malheureusement, beaucoup de gens ne voient pas quel mal il y a à gaspiller du pétrole et du gaz, quand le pays en regorge. Pour d'autres, économiser l'énergie signifie simplement une perte d'argent », a-t-il ajouté.

Changer les mentalités est la seule façon de parvenir à ce que les Russes éteignent leurs lumières, que les entreprises choisissent des bureaux bien isolés ou que les boulangers investissent dans des fours moins gourmands en énergie. En d'autres mots, il faut organiser une vaste campagne de sensibilisation.

Schneider Electric, multinationale de systèmes électriques de contrôle, a rejoint cette

campagne avec enthousiasme. En pratique, l'entreprise propose des cours en ligne sur le sujet à travers une « Université énergétique », sur son site internet, en russe.

Les cours, abordant des questions comme les technologies alternatives de production d'électricité, les économies d'énergie, l'audit énergétique, le chauffage ou la ventilation et la climatisation (« CVC » dans le jargon industriel français), ont pour but de « diffuser les dernières informations sur tous ces sujets, et de proposer des formations professionnelles dans le secteur de l'économie d'énergie », précise Jean-Louis Stasi.

Il existe cependant des problèmes que la seule sensibilisation de la population ne peut résoudre, et qui ne sont pas non plus du seul ressort des entreprises privées.

Le gouvernement a depuis longtemps promis d'assouplir sa main mise sur les tarifs facturés au consommateur, particulièrement dans le cas du gaz, secteur bénéficiant de larges subventions étatiques.

Pourtant, en février dernier, le Premier ministre Vladimir Poutine a déploré publiquement le fait que le gouvernement laissait les tarifs augmenter trop rapidement dans les régions ; et les agences étatiques de régulation se sont prononcées pour un contrôle accru sur la fluctuation des prix. Les investisseurs, en retour, se sont plaints de l'existence d'un double discours au sein du gouvernement, assurant que le phénomène constituait un sérieux obstacle à la réforme du système énergétique russe.

« Malheureusement, le meilleur moyen de voir diminuer la consommation d'énergie est de la faire payer aux gens à sa juste valeur. Et cela, évidemment, ne se produira pas dans une Russie à la veille d'une campagne électorale », souligne le représentant d'une agence énergétique, qui a préféré conserver l'anonymat.

Le secteur du bâtiment

L'habitat constitue la deuxième source de consommation d'énergie en Russie et, selon le rapport de la Banque Mondiale, c'est le secteur disposant « du plus grand potentiel d'économie ».

C'est, en effet, le plus gourmand : 35 à 49% du total de la consommation de chauffage en 2005. La plus grande opération de commu-

nication réalisée afin de sensibiliser le public au problème fut le soutien au projet de transformation du siège de WWF en « éco-maison », opération de grande envergure destinée à prouver qu'un bâtiment économe en énergie peut être construit – ou rénové – en plein centre de la capitale.

Lafarge, ainsi que d'autres sociétés françaises, utilisent cette opération comme vitrine pour leurs produits. Le ciment utilisé est labellisé « vert », car produit à base de matériaux recyclables (cendre et produits laitier à la place de la brique).

La nouvelle « éco-maison », dont l'achèvement est prévu d'ici à la fin de l'année prochaine, est également censée jouer un rôle de promotion pour les logements économes en énergie.

Pourtant, de la même façon que pour les tarifs de l'électricité, la construction de logements économes en énergie a besoin d'un soutien législatif pour se généraliser.

Au WWF, on admet que les coûts de rénovation auraient dû être de 30 à 40% supérieurs sans la généreuse contribution de nombreuses entreprises. Sans ce soutien, la rénovation aurait coûté la somme exorbitante de 3,5 millions d'euros.

L'enfer du chauffage

Une des causes de l'inefficacité énergétique dans le secteur du logement en Russie est la mauvaise isolation thermique, et l'isolation thermique est précisément une technologie dans laquelle Saint-Gobain excelle. Mais la première cause de ce désordre est sans aucun doute l'héritage de l'aménagement urbain de la période soviétique : le chauffage collectif.

Dans la plupart des villes russes, l'eau est chauffée dans des centrales électriques, puis acheminée à travers toute la ville.

La majorité des logements russes ne possè-

dent ni chaudières, ni compteurs permettant de mesurer le débit d'eau des habitants. L'eau chaude, pour la douche comme pour le chauffage, est transportée depuis l'extérieur du bâtiment.

Le chauffage est mis en route en automne et coupé au printemps. Pendant l'été, les citoyens doivent se passer d'eau chaude pendant trois semaines, lors des procédures annuelles de vérification des canalisations.

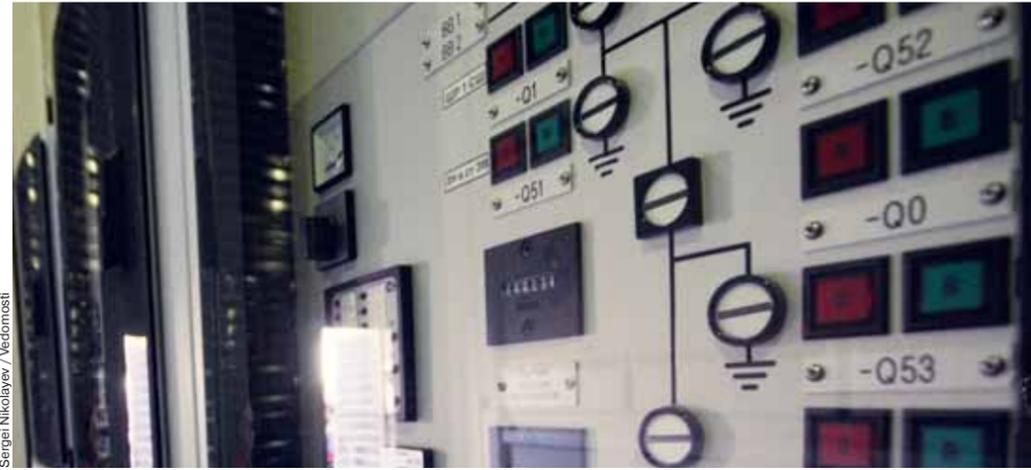
Les bienfaits du système sont tout relatifs. Vous êtes certes assuré – ou presque – de passer un hiver confortable, au chaud, sans risquer de recevoir une facture d'électricité à mille chiffres. Pourtant, pour assurer l'entretien de votre chauffage, vous devez endurer des douches froides – au sens propre – en été.

Dalkia, filiale du leader européen des services énergétiques EDF et du leader de l'environnement Veolia Environment, a vu là une excellente opportunité de s'implanter.

En 2009, l'entreprise a signé un crédit-bail de 25 ans pour la gestion d'un grand nombre de systèmes de chauffage dans la ville de Slantsy, peuplée de 40 000 habitants et située dans la région de Leningrad, près de Saint-Petersbourg.

Selon les termes de ce contrat, la société doit investir pour moderniser les principales installations de chauffage, convertir les plus modestes en sous-stations, et rénover 89 km de réseau. En 2009, première année de sa présence en Russie, Dalkia comptait seulement 292 employés et représentait 8 millions de chiffre d'affaires, soit une goutte d'eau dans l'océan des autres projets de Dalkia, qui opère, en tout, dans 41 pays du globe.

Dans son bilan 2009, l'entreprise jubile : « la Russie représente 56% du marché mondial du réseau de chauffage et souffre d'un manque considérable en équipements neufs et modernes ». En d'autres termes, la Russie est une véritable mine d'or.



Sergei Nikolayev / Vedomosti

Réseau électrique intelligent

Pourtant, l'objectif final s'avère éminemment plus complexe qu'une simple amélioration de l'isolation ou que la production d'une énergie plus économique.

Le vrai changement aura lieu lorsque les appareils ne consommeront que selon leurs besoins réels, et que les générateurs ne fourniront que l'énergie nécessaire.

C'est ce que les partisans de ce système appellent « un réseau électrique intelligent ». Le principal défenseur de ce réseau, en Russie, est le président de la branche russe de Schneider Electric.

« Aujourd'hui, le réseau fonctionne selon une gestion hiérarchisée. Demain, le réseau électrique intelligent sera bidirectionnel : les foyers et les bureaux pourront être à la fois la source et la destination de l'énergie électrique », expliquait récemment Jean-Louis Stasi, directeur de Schneider Electric Russie.

L'idée est que des sources d'énergies renouvelables, comme les panneaux solaires ou les éoliennes, offrent la possibilité aux bureaux et aux foyers de produire eux-mêmes une partie de leurs besoins en électricité. Un logiciel,

chargé de transférer les données en temps réel, permet aux entreprises spécialisées dans l'énergie d'évaluer la consommation en électricité et chauffage. Ainsi, les consommateurs peuvent ajuster leur propre consommation – en étant au fait des périodes pleines et creuses – et, même, revendre le surplus produit. Des entreprises comme Schneider travaillent à élaborer des logiciels et un panel de services afin d'installer ce système dans les bâtiments.

Si ce réseau électrique intelligent n'existe encore qu'à l'état de concept, Schneider en parle comme d'une véritable révolution. De leur côté, les écologistes et certaines sociétés énergétiques le considèrent comme la solution au problème énergétique mondial.

« Évidemment, il s'agit d'un défi d'avenir, dont la mise en œuvre dépend pour beaucoup des conditions inhérentes au pays. Pourtant, dès aujourd'hui, la réalisation technique de ce projet est bien enclenchée au sein de notre entreprise. La question est d'actualité, c'est un sujet brûlant en Europe et un projet stratégique pour notre société. Nous y avons investi beaucoup, et nous en attendons beaucoup. Et ce non seulement en Russie », conclut Jean-Louis Stasi. ■



EXPLORATION & PRODUCTION



20 ЛЕТ В РОССИИ

www.total.com

Total, groupe énergéticien international

Total travaille en Russie depuis 20 ans. Total est un des premiers investisseurs français dans la Fédération de Russie. Les branches du Groupe sont présentées en Russie par Total E&P Russie (exploration et production des hydrocarbures), Totsa Total Oil Trading (trading), Total Vostok (lubrifiants), Bostik (produits chimiques) et Total Petrochemicals (produits chimiques).

Partenariat stratégique avec Novatek:
Selon les termes des deux accords, Total est devenu actionnaire de Novatek à hauteur de 12,08 %, et devrait prendre une participation de 20 % dans le projet Yamal LNG, dont l'objectif est de développer le champ de gaz à condensats de South Tambey.

Autres projets pétroliers de Total en Russie:

- Kharyaga – objets 2 et 3 du champ d'huile situé dans la Région autonome des Nenets. (Total est opérateur de l'Accord de partage de production avec 40 %)
- Shtokman – champ de gaz à condensats en mer de Barents, phase 1 (25 %)
- Termokarstovoye – champ de gaz à condensats dans la Région autonome de Yamal-Nenets (49 %)
- Khvalynskoye – champ de gaz à condensats en mer Caspienne (17 %)

L'Exploration & Production en conditions de froid extrême

publicité

Total E&P Russia, 21, rue 1 Tsentralnaya Yarmakaya, 125047 Moskva, Russie, tél (+7 495) 238 82 00, fax (+7 495) 239 82 01





Denis Glishkin / Vedomosti

Les fabricants de tracteurs cultivent les opportunités

Le groupe français Kuhn veut rafraîchir un équipement agricole russe obsolète grâce à la vente de ses machines. La tâche n'est pas aisée. L'entreprise est en effet confrontée à la politique protectionniste de la Russie, à une chute de la production et à la concurrence des autres sociétés étrangères.

Texte : Herbert Mosmuller

Au quatrième rang mondial en termes de superficie de terres cultivables, la Russie – et son marché des équipements agricoles – représente un champ fertile pour les sociétés étrangères.

Si vous apercevez un modèle récent de tracteur sillonnant un champ russe, il y a de fortes chances qu'il soit de fabrication étrangère. L'année dernière, les marques étrangères ont représenté près de 70% du marché des engins agricoles travaillant le sol et de ceux servant aux semis. En tout, en 2009, les marques étrangères ont approvisionné la Russie pour un peu moins de 40% de ses nouveaux équipements et, malgré le frein mis par l'État, les entreprises étrangères ont occupé, en 2010, environ 50% du marché.

Le groupe Kuhn est l'une de ces entreprises. Sa filiale russe, Kuhn Vostok, possède un bureau à Moscou et un entrepôt à Kalouga. Mais Kuhn est loin d'être le seul groupe à importer ses machines pour les agriculteurs russes. L'entreprise fait face à une rude concurrence de la part des fabri-

cants allemands, biélorusses et américains. Des sociétés allemandes et américaines ont ainsi ouvert des usines en Russie, relançant la concurrence. Mais, si la direction de Kuhn fait confiance au marché, l'entreprise pourrait également ouvrir une usine en Russie, déclarait, lors d'une interview récente, son directeur, Nicolas Raimbault.

Vendre n'est pas facile. La rude sécheresse de l'été dernier a anéanti le secteur agricole et dévasté de nombreuses exploitations. La politique de l'État russe consiste à pousser les agriculteurs à acheter des équipements produits en Russie, et les longues et traditionnelles procédures administratives russes compliquent l'acquisition de pièces détachées. Ainsi, beaucoup d'agriculteurs préféreraient réparer plutôt que d'acheter du neuf.

Rosagromach, agence russe spécialisée dans l'équipement agricole, estime que les machines sont à 70% usées, et à 90% obsolètes.

Créant un marché de plus en plus compétitif, de nombreuses entreprises étrangères sont en concurrence pour une même clientèle. La société allemande Claas représente 28% du marché des équipements importés, les

entreprises biélorusses 16% et les entreprises américaines, telles que Deere & Company ou AGCO, 11%, indique Rosagromach.

Face à de tels chiffres, Kuhn s'est littéralement jeté sur l'occasion.

Ouvrir une filiale était « incontournable pour le groupe Kuhn, afin de parfaire notre connaissance des besoins du marché local et d'améliorer les services que nous proposons », a confié Nicolas Raimbault, contacté par e-mail.

Pourtant, c'est en juillet 2008, à la veille de la crise financière mondiale, que cette filiale a été créée.

« D'un côté, la situation de crise nous a ouvert des opportunités. Mais, de l'autre, il est malaisé de mettre en place une équipe et un réseau de distributeurs dans un marché en chute brutale », se souvient le directeur de Kuhn.

Importer les difficultés

La période était sans conteste difficile. En 2009, le marché des engins agricoles s'étant effondré de 40 %, les entreprises du secteur

ont dû concéder de sérieuses coupes dans leur budget. Ce qui a conduit à une baisse spectaculaire des importations d'équipements agricoles, les chiffres passant de 3,16 milliards d'euros en 2008 à 1,1 milliard en 2009, soit une chute de 65%, indique Index-Box, une société d'analyse des marchés.

La baisse s'est prolongée en 2010, avec un faible pouvoir d'achat général et une restriction du crédit entravant la reprise du marché.

Pour les fabricants étrangers, l'effet de la crise a été exacerbé par la politique protectionniste mise en place par les autorités russes afin de relancer la production industrielle et de contraindre les fabricants étrangers à produire localement.

En 2009, les fournisseurs étrangers représentaient 62% des parts du marché agricole local, selon le rapport annuel de Rosagromach, qui ajoutait que le « marché russe est de loin, le plus ouvert aux fabricants étrangers. »

Courant 2010, la politique étatique et, probablement, la crise financière elle-même, ont entamé la part des sociétés étrangères sur le marché des équipements agricoles. Les ▶



**Bruno Ancelin,
Directeur Général
de Renault en Russie :**

« *Excellents résultats sur le marché croissant de la Russie !* »

Le marché automobile de la Russie se rétablit assurément après une longue crise. Pour la compagnie Renault en Russie, 2010 a été marqué par de bons résultats. Notre compagnie a d'abord démontré un haut niveau de rentabilité parmi toutes les entreprises du Groupe Renault. Grâce à une gamme de véhicules adaptée aux besoins des consommateurs, nous avons pu non seulement emboîter le pas au marché de l'automobile, mais aussi prendre les devants. Pour la première fois de l'histoire de Renault en Russie, nous avons accédé, en 2010, à une part de 5% du marché en atteignant un des principaux objectifs de l'année.

Renault est connu en Russie en tant que marque proposant des véhicules populaires et fiables, adaptés aux conditions d'exploitation dans ce pays. Depuis 2010, nous avons considérablement renouvelé notre gamme de modèles et maintenant nous allons à la conquête aussi bien d'une clientèle jeune et dynamique (Sandero) que de clients de catégorie supérieure (Fluence, Megane), tout en conservant la très forte position de l'invariable bestseller Logan. Nous avons pour priorité d'offrir au consommateur russe une meilleure qualité tant des véhicules que de leurs services. Selon nos études, les résultats de 2010 témoignent que le pourcentage des clients recommandant le réseau de concessionnaires Renault après l'achat d'un véhicule, a augmenté de 9 points, et de 10 points après un entretien dans les centres de service Renault. Les activités de RCI Bank qui accorde aux clients des crédits lors de l'achat de véhicules, se développent : à ce jour, un véhicule Renault sur trois est vendu grâce au programme Renault Credit.

Cette année, nous continuons à montrer d'excellents résultats. La preuve : Renault est arrivé, pour la première fois, en première position (d'après les résultats des ventes) parmi les producteurs de véhicules étrangers au cours du 1er trimestre 2011 : nous avons vendu 31 031 véhicules en Russie, ce qui représente une augmentation de 93% par rapport à la même période de l'année passée. Parmi les véhicules de marques étrangères le leader est de nouveau Renault Logan : de janvier à mars, nos ventes ont connu une croissance de 43% par rapport à la même période de 2010. La nouveauté Renault Sandero est dans les dix premiers modèles étrangers. Ces excellents résultats ont été atteints grâce au développement des capacités industrielles et logistiques de Renault sur le marché russe et, également, grâce au développement du réseau de concessionnaires. 10 nouveaux sites de concessionnaires ont été ouverts au cours de 2010.

Il y a également beaucoup de changements à l'usine Renault en Russie. En janvier, nous avons lancé la production du nouveau Logan qui, depuis 2006, reste le leader du marché parmi les berlines de marques étrangères. En février 2010, c'est la production Renault Sandero qui a été démarrée. En mars 2010, les capacités de production de l'usine de Moscou ont été doublées et ont atteint 160 000 véhicules par an. En novembre, afin de répondre à la demande croissante du marché, l'usine Renault en Russie est passée avant terme à un régime de travail en trois postes. Grâce à quoi les volumes de production de Renault en Russie ont augmenté de 70 % en 2010. Au total, nous avons embauché en une année plus de 1000 nouveaux collaborateurs de

Renault en Russie et notre compagnie emploie, à l'heure actuelle, plus de 4000 personnes.

Afin de se préparer pour 2011, nous avons pris certaines décisions : augmenter l'intégration locale de la production des pièces en Russie ; amorcer à l'usine à Moscou l'assemblage en semi-knock-down de Megane et Fluence ; lancer, fin 2011, la production de Duster. En 2011, nous serons la seule usine Renault dans le monde à produire parallèlement cinq modèles des véhicules

Mais les changements ne concernent pas uniquement notre usine ; ils concernent toutes les usines de l'Alliance en Russie : un programme de développement et de modernisation de la production y a été mis en place. Au cours de cette année, la préparation du démarrage chez AVTOVAZ à Togliatti de la chaîne de production B0 devrait être achevée et son inauguration devrait avoir lieu, début 2012, en présence du premier-ministre de la Russie Vladimir Poutine et du PDG de Renault Carlos Ghosn. D'autres projets sont en cours, afin de faire de Renault un acteur de premier plan de la modernisation de l'industrie automobile russe.

Nous voulons augmenter notre part du marché russe ; pour cela il nous faudra, en 2011, atteindre les capacités totales prévues (160 000 véhicules) et continuer à développer le réseau. Fin 2011, nous aurons une gamme renouvelée de modèles de véhicules produits localement et répondant à la demande du consommateur russe. Renault en Russie s'est assigné des objectifs ambitieux, de produire et de vendre des véhicules modernes et de qualité, abordables pour tous !

НОВЫЙ RENAULT SANDERO STEPWAY ТВОЙ АВТОМОБИЛЬ. ТВОЯ СВОБОДА



www.renault.ru

НОВЫЙ RENAULT SANDERO STEPWAY — это ваша свобода от скучных компромиссов и надоевших условностей.

- Увеличенный до 175 мм клиренс
- Кондиционер, подогрев передних сидений, ABS, 2 подушки безопасности, окраска металлик, литые диски 15"
- Гарантия — 3 года или 100 000 км пробега¹
- 445 000 рублей
- Новое предложение от RENAULT Credit — страховая защита платежей по кредиту²

Renault рекомендует

DRIVE THE CHANGE™



RENAULT CREDIT 0%²

¹ Действие гарантии заканчивается после 3 лет эксплуатации автомобиля или после достижения 100 000 км пробега, в зависимости от того, что наступит раньше. ² Разница в затратах клиента между стоимостью кредита по указанной ставке и по ставке 11,5% в кредитном договоре компенсируется соразмерным снижением цены на автомобиль. Кредит предоставляется ЗАО Юникредит Банк (Генеральная лицензия №1 Банка России). Услуги страхования по программе страхования Защита платежей предоставляются ЗАО «АЛИКО» и ЗАО «ЭРГО Русь». Порядок и размер страховых выплат определяются в соответствии с Полисными условиями страхования. Оформление данной программы не является обязательным условием выдачи кредита. Прочие условия договора: валюта — рубль, первоначальный взнос — от 30% стоимости автомобиля, срок кредита — 1 год, ставка Банка в кредитном договоре — 11,5% (в период действия государственной программы льготного автокредитования ставка Банка в кредитном договоре может быть изменена, она рассчитывается как разница между ставкой Банка и 2/3 ставки рефинансирования Банка России, действующей на дату предоставления кредита). Комиссия за оформление первого кредита — 6000 р. Досрочное погашение (минимальная сумма — 25 000 р.): до истечения 3 месяцев не допускается, по истечении 3 месяцев осуществляется без комиссии. Клиент обязан застраховать автомобиль по полисам КАСКО и ОСАГО. Кредит погашается ежемесячно равными (внулетными) платежами. Неустойка за просрочку погашения кредита — 0,5% в день от суммы просроченной задолженности. Предложение действительно по 31.07.2011 для автомобилей Renault Sandero. Условия и тарифы действительны на 01.05.2011 и могут быть изменены Банком в одностороннем порядке. Дополнительная информация по телефону 8-800-700-79-97 (звонок по РФ бесплатный) или на www.renault.ru. *Управляет переменами. Реклама.

►mesures protectionnistes – comme l'augmentation des taxes à l'importation sur certains types d'équipements, la diminution des achats de machines étrangères dans le cadre de programmes publics ou l'accord de plus importantes subventions à la production russe – ont, ensemble, contribué à réduire la part de marché des sociétés étrangères à 51% l'année dernière.

Certains groupes internationaux ont installé des lignes de production leur permettant de contourner les restrictions sur l'importation d'équipements assemblés.

Claas possède, depuis 2005, une usine à Krasnodar, qui fabrique des moissonneuses. Deere & Company, également connue sous le nom de John Deere, a lancé l'année dernière une usine, dans les environs de Moscou. On y assemble des débusqueuses, des tracteurs, des moissonneuses, des tractopelles et des niveleuses pour la Russie et d'autres pays, indique le rapport annuel 2010 de la société.

L'entreprise Kuhn, quant à elle, ne compte pas ouvrir d'usine en Russie à court terme.

« Pourtant, nuance Nicolas Raimbault, si le marché se développe conformément à nos attentes, il serait logique d'ouvrir une usine. » Le directeur du groupe français a également souligné que les agriculteurs russes, à condition d'utiliser un équipement produit en Russie, recevaient un certain nombre de subventions de la part de banques agricoles publiques, comme Rosselkhozbank ou Rosagrolizing.

La lenteur des procédures, traditionnelle en Russie, constitue un autre défi, tout particulièrement en matière d'import de pièces détachées, dont les agriculteurs peuvent avoir besoin très rapidement.

« Toutes les sociétés qui importent des pièces détachées sur le marché russe vous diront qu'il y a beaucoup à faire dans ce domaine. Pourtant, tout cela est désormais sous contrôle, et notre entreprise peut faire passer un chargement entier de pièces détachées à la douane en 24 heures », assure Nicolas Raimbault. D'ailleurs, Kuhn a récemment ouvert, à Kalouga, un entrepôt consacré exclusivement aux pièces détachées, et a augmenté ses stocks.

Maxime Firsov, expert au sein de l'Institut de recherche sur l'ingénierie agricole, précise



Le marché des équipements agricoles pourrait atteindre son niveau d'avant la crise en 2014 ou 2015.

que la livraison de pièces détachées constitue en effet un problème majeur, insistant sur le manque de connaissance, en Russie, des équipements importés. C'est un des facteurs qui poussent les agriculteurs à privilégier les équipements russes ou biélorusses, ajoute l'analyste. Les engins russes et biélorusses représenteraient plus de la moitié des équipements détenus par les agriculteurs en Russie, même si les chiffres exacts ne nous ont pas été communiqués.

Maxime Firsov, pourtant, n'est pas optimiste quant à l'avenir de l'industrie agricole nationale, dans un contexte où les chiffres de sa production ne cessent de reculer depuis qu'elle rivalise avec les entreprises occidentales et leurs produits de haut niveau.

D'après Rosagromach, les revenus des leaders mondiaux de l'équipement agricole dépassent de loin ceux des sociétés russes. Le volume des ventes du plus grand constructeur

russe correspond à un dixième seulement de celui des entreprises étrangères, sans parler de l'investissement en recherche et développement, domaine dans lequel les entreprises russes accusent un retard colossal.

Morningstar, cabinet d'analyse économique, conclut dans son rapport 2010 sur le marché de l'équipement agricole russe, que « moderniser les vieilles machines russes pourrait générer 60 millions de dollars de vente. De la même façon, nous pensons que les principaux fabricants pourraient en profiter sans marcher sur les plates-bandes de leurs concurrents ».

Kuhn insiste : la compétition est sans merci.

Situation de concurrence

« Plus de compétition signifie, pour nous, l'obligation d'accentuer notre soutien à notre

réseau de distributeurs et d'être plus attentifs aux besoins réels des clients. Ce qui implique que nous devons reconsidérer certaines procédures internes afin de répondre au mieux à la demande, constate Nicolas Raimbault. Les clients achètent des produits qu'ils connaissent. Nous mettons donc l'accent sur la présentation et l'exposition de nos machines lors des différents shows et événements agricoles », poursuit le directeur de Kuhn Russie.

Chez IndexBox, on s'attend à ce que le marché reprenne, à court et moyen terme, grâce au rétablissement du secteur agricole, à l'amélioration de la situation du crédit et à l'apparition d'une nouvelle demande. Ce qui permettrait, d'ici à 2014-2015, de retrouver les chiffres du marché d'avant-crise.

Maintenant que les jours sombres de l'équipement agricole semblent être révolus, Nicolas Raimbault regarde l'avenir avec confiance. Selon lui, la Russie retrouvera assez rapidement ses croissances annuelles d'avant la crise.

« Trois ans sont passés depuis le début de la crise... et il me semble que nous n'avons pas trop mal surmonté le challenge, constate-t-il, réjoui. Nous sommes parvenus à développer notre réseau de distributeurs et sommes présents dans les plus importantes régions agricoles de Russie, ce qui permet d'augmenter les ventes et les bénéfices grâce à la croissance post-crise. En 2011, conclut Raimbault, nous espérons une multiplication de nos ventes par deux. Et, pour les deux-trois prochaines années, nous attendons une forte croissance. »

La présence de Kuhn est particulièrement forte dans le sud de la Russie, à Kazan et Krasnodar, deux des régions traditionnellement les plus agricoles du pays. (...)

Kuhn voit également la région de la Volga, celle bordant l'Oural, et quelques zones de Sibérie comme des marchés potentiels.

« Les ventes au sein de la CEI (Communauté des Etats Indépendants) devraient représenter de plus en plus de gains par rapport aux années précédentes, assombries par la crise, indiquait de son côté le groupe John Deere, dans son bilan du mois de mai. En effet, les conditions de travail des agriculteurs s'améliorent au sein de l'UE comme au sein de la CEI. »



Le détail français étend ses ailes sur Saint-Pétersbourg

Auchan et Décathlon, les enseignes du groupe français Mulliez, se développent rapidement en Russie. Mais le marché de St Pétersbourg reste difficile à conquérir.

Texte : Maria Bouravtseva



Les magasins Décathlon et Auchan mènent une lutte acharnée pour les clients sur le marché pétersbourgeois.

La famille française Mulliez est peu connue des Russes. Pourtant, son influence se fait vivement sentir : les Russes font souvent leurs courses chez Auchan, équiper leurs logements chez Leroy Merlin ou achètent leurs articles de sport chez Décathlon. Les trois enseignes sont toutes des chaînes appartenant à la très aisée famille Mulliez.

Le groupe se multiplie dans la capitale russe du Nord, comptant de plus en plus de magasins et élargissant sans cesse son empreinte dans le secteur de la grande distribution. On compte déjà, dans la région de Pétersbourg, six supermarchés *Achan* (nom russe d'« Auchan »), deux magasins Leroy Merlin, et un Décathlon en cours de construction. Le groupe cherche, en outre, à s'implanter dans le Sud de la Russie ainsi qu'en Sibérie. En décembre 2010, Auchan ouvrait une nouvelle grande surface à Saint-Pétersbourg. Ce nouveau magasin, *Achan-Leto*, se trouve dans le tout récent centre commercial *Leto* (« Été »), installé sur la route menant à l'aéroport international de Pulkovo. Auchan y a investi la modique somme de 450 millions de roubles (soit 16 millions de dollars), pour une surface de près de 8 700 mètres carrés. *Achan Leto* propose plus de 40 000 produits à la vente. Près de 80% des articles vendus sont produits par des entreprises russes, le reste étant importé. Le directeur d'Auchan Russie, Ludwig Oline, a annoncé l'ouverture, très prochainement,

de quatre hypermarchés *Achan* supplémentaires. Un dans la ville d'Oufa, puis à Kazan, Tchéliabinsk et Samara.

Auchan est un acteur majeur du marché russe, mais sa position sur le marché pétersbourgeois est moindre comparée à celle de ses concurrents. Le phénomène s'explique notamment par la saturation du marché des grandes surfaces dans la région, indique Tatiana Bobrovskaja, analyste senior chez Metropol, société financière basée à Moscou.

Près de 70% des produits vendus dans les supermarchés Auchan sont produits en Russie, quand les autres magasins de Saint-Pétersbourg travaillent avec seulement une centaine de fournisseurs locaux.

D'après les chiffres d'AC Nielsen, société internationale de recherche en marketing, on recense en moyenne, pour la décennie 2000, deux grandes surfaces par million d'habitants en Russie. Si Moscou en compte trois pour un million d'habitants, Saint-Pétersbourg bat tous les records nationaux, avec 11 grandes surfaces pour un million d'habitants. En Europe, la moyenne est d'environ 14 supermarchés par million d'habitants, précise Tatiana Bobrovskaja.

Jusqu'à présent, le rapport européen population-grandes surfaces n'a été égalé que par Saint-Pétersbourg, constate l'analyste. Et il

sera difficile de faire de même dans le reste du pays, assure-t-elle.

Le secteur des grandes surfaces est celui qui croît le plus rapidement en Russie. À l'heure actuelle, la priorité numéro un du groupe Auchan est d'ouvrir de nouveaux magasins dans d'autres zones du territoire, confie Tatiana Bobrovskaja.

Parallèlement, les autres sociétés détenues par la famille Mulliez se développent également en Russie. Au début de l'année,

Saint-Pétersbourg voyait l'ouverture du premier magasin Décathlon dans la région. Un deuxième doit voir le jour dans la galerie marchande du centre commercial *Leto*, aux côtés d'un supermarché *Achan* déjà installé.

La marque Décathlon compte, en tout, 9 magasins en Russie, dont cinq à Moscou, et des sites à Rostov, Krasnodar, Voronej et Saint-Pétersbourg. Un cadre de chez Décathlon indique que les projets de développement de la marque à Saint-Pétersbourg dépendront de la disponibilité des locaux commerciaux de qualité.

À côté du supermarché traditionnel, Auchan veut ouvrir une enseigne spécialisée, *Achan-sad* (« Auchan-jardin »), dans la ville de Samara. Parallèlement, le groupe a revu à la baisse certains de ses projets, concède Ludwig Oline, du fait notamment de la difficulté de trouver des emplacements adéquats. De nombreux projets en cours de construction avant la crise financière mondiale ont été suspendus, ajoute-t-il.

Le concept typique du magasin Auchan, avec ses interminables – et incalculables – allées de produits d'alimentation, d'entretien ou de décoration intérieure, n'est cependant pas tout ce qu'offre la marque en Russie. Le groupe a commencé de développer la marque Auchan-city, après avoir racheté les supermarchés Ramstore, chaîne turque détenue par la société Enka. Le concept Auchan-City a été introduit cette année en France. Auchan prévoit d'ouvrir un magasin de ce type en Russie.

Le concept Auchan-city implique un magasin plus convivial, plus intime, d'une superficie de 4 000 à 5 000 mètres carrés : les supermarchés Auchan traditionnels s'étendent sur 13 000 mètres carrés en moyenne. La sélection des articles – environ 15 000 – est également réduite par rapport à celle des supermarchés Auchan traditionnels (45 000 à 50 000).

Selon les chiffres d'Infoline-Analytics, il s'agit d'un format bien plus efficace pour convaincre les clients d'ouvrir leur portefeuille. Les données d'InfoLine révèlent que, pour d'autres chaînes de supermarchés,

► construire plus petit a représenté un net avantage. Lorsque les propriétaires de la chaîne de grande distribution O'Key ont vendu leurs magasins pétersbourgeois, le mètre carré s'élevait à 10 400 dollars. Pour la chaîne Carroussel, le mètre carré, à la vente, coûtait 6 500 dollars. Pour Auchan, le prix du mètre carré a été évalué à 16 500 dollars.

L'enseigne Leroy Merlin est présente à Saint-Pétersbourg, avec deux magasins spécialisés dans les matériaux de construction et les articles pour la maison. Au total, la chaîne compte 17 magasins en Russie, dont 7 à Moscou.

Le secteur occupé par Leroy Merlin n'est pas saturé en Russie, précise Tatiana Bobrovskaja. Elle ajoute que généralement, en Russie, les consommateurs achètent le matériel nécessaire à la construction ou à la décoration de leur maison lors de « foires » consacrées, et n'ont pas l'habitude de rechercher ce type de produits dans des hypermarchés.

L'ouverture de Leroy Merlin à St Pétersbourg a eu un impact significatif, assure de son côté Alexeï Iovlev, directeur général de la chaîne Metrika. Pour lui, Leroy Merlin est arrivé en Russie avec une idée plus haute du business que son concurrent direct, la chaîne de magasins OBI, ce qui lui a permis de s'emparer du marché très rapidement. Pourtant, le groupe s'est installé dans un marché russe à la capacité limitée, nuance Alexeï Iovlev, et n'a pas eu le temps de faire marche arrière. Ce qui explique que Leroy-Merlin ne représente qu'une petite partie de ce marché, avec seulement deux points de vente, conclut Iovlev.

En France, en Allemagne et en Angleterre, la tendance à la construction de nouveaux centres commerciaux s'est apaisée. Les grands groupes mettent désormais plutôt l'accent sur l'amélioration des sites existants, et l'exportation de leurs concepts, constatait Michel Chez, directeur général d'Immochana (société de développement et de gestion du groupe Auchan), lors d'une interview accordée au quotidien *Vedomosti* en avril dernier. S'il ne savait pas combien de projets étaient en cours en Russie pour cette année, il a au moins précisé que, pour la France, on n'en comptait qu'un seul.

Pour Tatiana Bobrovskaja, Auchan ne pourra afficher de bons résultats que grâce à une synergie harmonieuse de ses marques, et lorsque des magasins Auchan et Leroy Merlin auront ouvert en Russie en nombre suffisant.

Le groupe Auchan a été créé en 1961 par



Consommateurs allant et venant devant un magasin Leroy Merlin à Saint-Pétersbourg.

« Si Moscou en compte trois pour un million d'habitants, Saint-Pétersbourg bat tous les records nationaux, avec 11 grandes surfaces pour un million d'habitants. En Europe, la moyenne est d'environ 14 supermarchés par million d'habitants », précise Tatiana Bobrovskaja.

Gérard Mulliez, avec l'ouverture d'un premier supermarché en France. Aujourd'hui, c'est l'une des premières entreprises mondiales du secteur de la grande distribution. En Russie, le chiffre d'affaires du groupe talonne de près ceux de la chaîne X5 Retail Group – qui possède notamment Piaterotchka et Perekriostok – et du groupe Magnit.

En 2010, les investissements en Russie se sont élevés à 5,2 milliards de dollars, indique Petrostat, centre de statistiques régionales. Sur cette somme, la part de la France représente 1 milliard 800 millions, ce qui fait d'elle le plus gros investisseur étranger à Saint-Pétersbourg. Le groupe Auchan a investi 34,3% du montant total des investissements étrangers dans l'économie de la ville.

Chaque pays a ses particularités, qui doi-

vent être prises en compte lorsque l'on veut y faire des affaires, souligne Pierre Dievar, directeur du magasin Auchan Dibienko, dans la région de Saint Pétersbourg.

En Russie, ce qu'il faut avant tout prendre en considération, ce sont la distance entre les points de vente, les difficultés de trafic dans les grands centres urbains, et le nombre important de fuseaux horaires sur l'étendue du territoire. Ces facteurs ont un impact majeur sur la logistique des entreprises, exigeant des centres de distribution plus de temps, pour remplir correctement leur tâche, que dans d'autres pays.

D'autre part, ajoute Pierre Dievar, diriger un supermarché en Russie exige de mettre l'accent sur les producteurs locaux. Près de 70% des produits vendus dans les supermar-

chés Auchan sont produits en Russie, quand les autres magasins de Saint-Pétersbourg travaillent avec seulement une centaine de fournisseurs locaux.

Les préférences des consommateurs varient en fonction des régions, Auchan préfère s'approvisionner auprès de marques locales, permettant ainsi aux magasins d'être livrés beaucoup plus rapidement.

Les magasins Auchan travaillent avec des entreprises russes de façon indépendante, ville par ville, chaque supermarché effectuant sa propre sélection et négociant directement ses contrats. En pratique, la conception des supermarchés Auchan diffère selon les pays. Le concept du circuit du consommateur pour les grandes surfaces Auchan City et Nacha Radouga (« Notre Arc en Ciel ») a par exemple été élaboré en Russie.

Achan-Sad bénéficie d'une grande popularité en Russie, où les gens ont l'habitude de cultiver leurs propres fruits et légumes à la *datcha*, résidence secondaire en-dehors des villes.

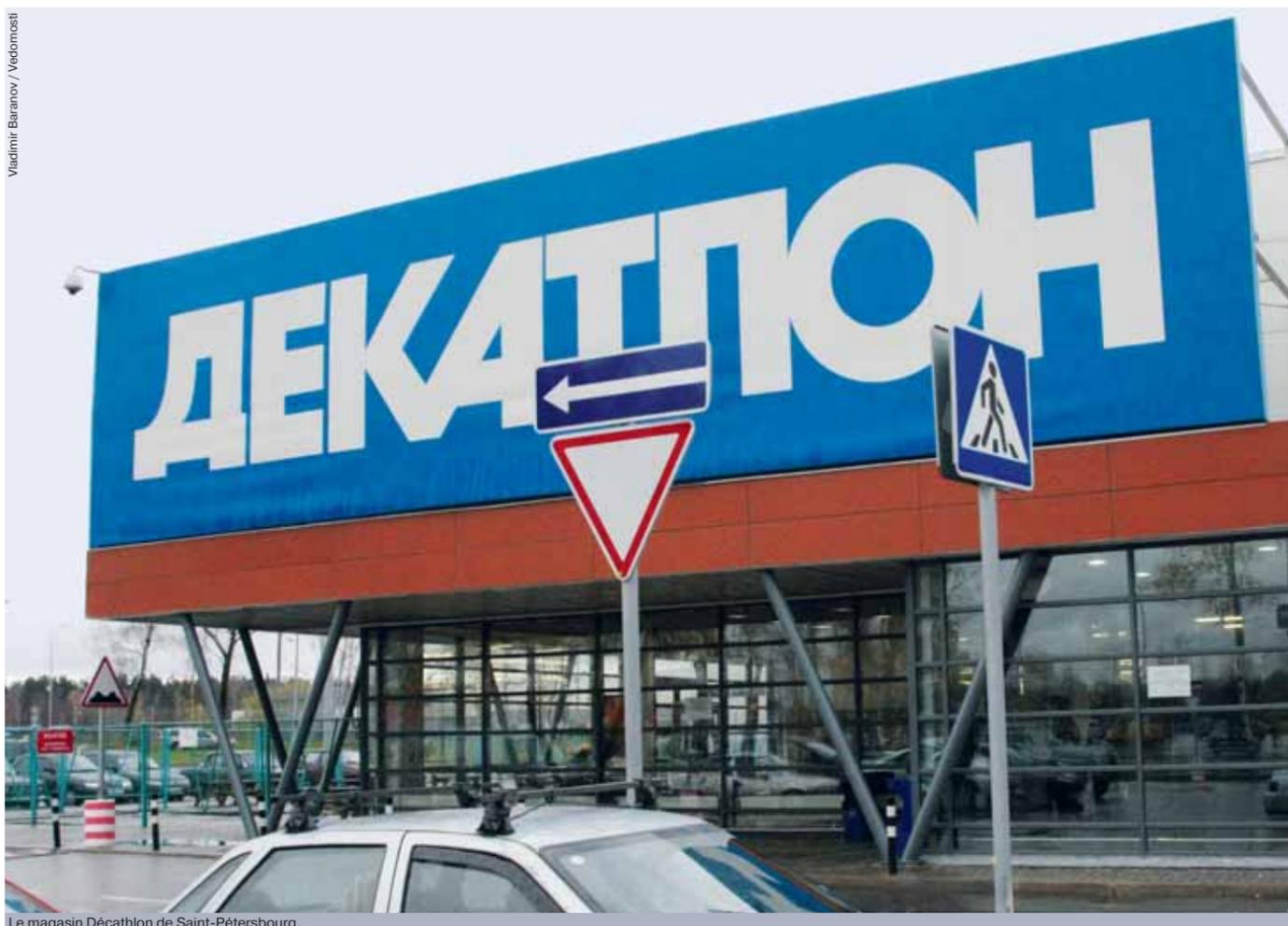
Pierre Dievar insiste : tous ces facteurs sont à prendre en compte, et Auchan ne doit pas craindre de s'adapter au pays ou à la région dans lesquels il s'installe. Le groupe n'aura de succès que s'il évolue ainsi, ajoute le directeur de supermarché.

Auchan compte 44 magasins en Russie. Sur ces 44 sites, 28 sont des hypermarchés Auchan classiques, répartis ainsi : 14 à Moscou, 4 à Saint-Pétersbourg, 2 à Rostov-Sur-Le-Don et des magasins en Adiguée, à Samara, à Krasnodar, à Iekaterinbourg, à Nijniï Novgorod, à Novossibirsk, à Omsk et à Voronej.

14 autres magasins sont des supermarchés Auchan City, dont 8 situés à Moscou, 2 à Saint-Pétersbourg, et des sites à Podolsk, Orekhovo-Zouïevo, Iekaterinbourg et Novossibirsk.

La chaîne possède enfin deux hypermarchés Radouga : un à Kalouga, l'autre à Penza.

Pour 2011, le groupe prévoit d'ouvrir des hypermarchés à Samara, Kazan, Oufa et Tcheliabinsk, indique Pierre Dievar. Il conclut en ajoutant qu'Auchan recherche d'autres emplacements pour ouvrir de nouvelles grandes surfaces, incluant notamment la ville de Saint-Pétersbourg.



Le magasin Décathlon de Saint-Pétersbourg.

SOFITEL
LUXURY HOTELS

pullman

Gallery

NOVOTEL

Suite NOVOTEL

Mercure

adagio

ibis

all seasons

Etap

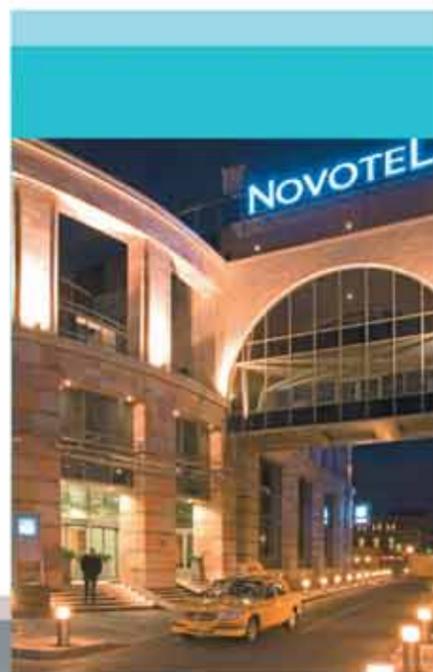
hotelF1

HOTEL
FORMULE1

motel 6
studio 6


ACCOR

Votre partenaire
hôtelier en Russie et CEI



Premier opérateur hôtelier mondial, leader en Europe, ACCOR est présent dans 90 pays. Le Groupe met au service de ses clients et partenaires son savoir-faire et son expertise acquis depuis près de 45 ans en proposant un portefeuille de marques unique avec une quinzaine de marques complémentaires, du luxe à l'économique.

Accor est présent en Russie depuis 1992. Aujourd'hui, ACCOR déploie ses activités en CEI avec l'ouverture du 1^{er} hôtel Sofitel Achkhabad Oguzkent au Turkménistan. A la fin de cette année, la CEI comptera 14 hôtels sous la direction d'ACCOR. En 2015, le Groupe veut devenir leader avec 50 hôtels dans toutes les régions de la CEI : de Kaliningrad à Vladivostok, de Mourmansk à Achkhabad.

4229 HÔTELS DANS
LE MONDE

507,306 CHAMBRES DANS
LE MONDE

145,000 EMPLOYÉS

Novotel Moscow Centre, +7 (495) 780-40-00 • Novotel Moscow Sheremetyevo Airport, +7 (495) 626-59-00 • Ibis Moscow Paveletskaya, +7 (495) 661-85-00
Novotel St Petersburg Centre, +7 (812) 335-11-88 • Ibis St Petersburg Centre, +7 (812) 622-01-00 • Novotel Yekaterinburg Centre, +7 (343)253-53-83
Ibis Kazan Centre, +7 (843) 567-58-00 • Ibis Sibir Omsk, +7 (381) 231-15-51 • Ibis Nizhny Novgorod, +7 (831) 233-11-00
Sofitel Ashgabat Oguzkent, Turkmenistan, +993 (12) 44-95-00 • Mercure Moscow Arbat • Ibis Yaroslavl • Ibis Samara • Ibis Kiev, Ukraine

Réservations d'hôtels sur: accorhotels.com, sofitel.com, novotel.com, ibishotel.com, mercure.com
Développement hôtelier: RMHC-reception@accor.com

 **accorhotels.com**

publicité



GROUPE SOCIETE GENERALE



LE NOUVEAU VISAGE DE LA SOCIETE GENERALE EN RUSSIE

L'an dernier, le Groupe Société Générale a dévoilé son projet de consolider ses actifs en Russie. Ainsi Rosbank et BSGV, qui en constituent les deux éléments majeurs, vont fusionner en juillet 2011.

La nouvelle entité issue de cette fusion, recevra le nom de Rosbank et endossera le «carré rouge et noir», signature du Groupe Société Générale dans le monde, déjà familier aux clients de BSGV.

Nouvelle banque universelle, Rosbank va constituer une des plus importantes institutions financières de Russie, avec ses 3 millions de clients individuels, ses 73.000 entreprises clientes, ses 650 agences et un réseau de 2.800 distributeurs de billets.

Bienvenus chez Rosbank, le nouveau réseau de la Société Générale en Russie!

WWW.ROSBANK.RU

8 800 200 66 33

Numéro vert