

# Club Inde 2010-2013

A la conquête du secteur Agro-CHR-Tourisme Indien



Un développement  
international  
à la carte

Suite à de **nombreuses demandes locales** et pour **répondre aux besoins du marché indien**, EOC INTERNATIONAL vous propose une démarche proactive pour **avancer sereinement** sur le marché Indien.

EOC innove et met en place le **guichet de l'offre de produits Français adaptés au secteur Agro-CHR-Tourisme Indien**.

Le « club Inde » regroupe des **sociétés françaises complémentaires** qui souhaitent **prospector de façon active** sur le marché Indien et **prendre des parts de marché de façon pérenne**.

# Inde



## Pourquoi viser le secteur Agro CHR Tourisme ?

- Le nombre de chambre dans les hôtels de luxe sera **multiplié par 2,5** entre 2005 et 2010, avec une concentration à Delhi à l'occasion des prochains jeux du Commonwealth prévus en 2010.

-50 hôtels de luxe en Inde et **200 projets de construction d'hôtels en cours.**

-Le réseau CHR se structure

Ce secteur est en **déficit de nombreux équipements et produits** notamment alimentaires de luxe.

### Les cibles:

Principalement Bombay et Delhi, puis Bangalore, Pune et Goa.

Dans un deuxième temps élargir aux grandes métropoles et régions touristiques.  
Chennai, Kochin, Mangalore

## Quelques indicateurs...

Aérien : Croissance du nombre de passagers 60 M en 2005, + 22%/an

Forte croissance du secteur touristique (International et domestique)  
1,2M de chambres d'hôtels : 5 étoiles. En 2010 : 2,9M de chambres.  
En 2020 : 6,6 M

1% CA marché mondial produits de luxe (forte croissance)

55 Millions d'indiens de classe moyenne supérieure, 250 millions de consommateurs

## ...Signes de réelles opportunités

- **Très bonne image** de la France et des produits français
- Pouvoir d'achat en constante évolution depuis les années 90 = très bonne perspective pour les produits importés à long terme.

# Les clefs du succès ?

## → **ACTION GROUPEE INDISPENSABLE**

- ▶ Un plan de travail qui doit s'inscrire dans la durée (3 ans)
- ▶ L'élaboration d'une stratégie commune pour aborder le marché Indien en force
- ▶ La synergie
- ▶ Créer un catalogue de produits complémentaires, construire une gamme.
- ▶ Mutualiser les expériences et les moyens financiers

## → **NECESSITE D'UN BUREAU SUR PLACE** pour :

**Suivi commercial local** = référencements et pérennisation des ventes

### **Promotion :**

- ▶ Réactivité des consommateurs rapide et importante si plan communication adapté
- ▶ Promotions sur lieux de vente, emballages, ...

1. Mettre en avant le *Made in France* – **l'enjeu aujourd'hui c'est la lisibilité**
2. Se positionner comme excellent **rapport qualité-prix**
3. **Construire une relation étroite** avec les importateurs intéressés par la construction de marché sur le long terme (soutien commercial pour vendre : communication sur lieu de vente, formation force de vente)

## **CLUB INDE, les étapes ?**

Plan de Travail EOC en 3 phases:

- 1) Constitution d'un « Club Inde »
  
- 2) Déplacement des membres « Club Inde »  
Référencement produits auprès d'importateurs Indiens
  
- 3) Action de Promotion et Lancement  
Cette action doit être envisagée à la suite de la mise en place commerciale

# EOC International : qui sommes nous ?

- > Conseil et accompagnement à l'international
- > Spécialistes des marchés émergents

## Quelques références de missions collectives et de clubs export:

- CCIMP Chili + Brésil nov. 02 / nov. 04
- Conseil Régional Ile de France Brésil juin 03 / nov. 05
- CLUB BRESIL VINS DE PROVENCE mai 06 / Avril 07 / Avril 08
- CLUB RUSSIE VINS DE PROVENCE juin 07 / Février 08
- CLUB CHINE PRODUITS DE PROVENCE mai 08 + mai 09

## **Next Step**

### **Constitution CLUB INDE**

- Remplir et envoyer la fiche de confirmation d'intérêt

### **Réunion sur Paris:**

- Plan de Travail détaillé EOC
- Budget
- Fiches d'inscription définitives

# **EOC INTERNATIONAL**

360 AVENUE DU PRADO  
13008, MARSEILLE

Tel 04 91 76 42 88  
Fax 04 91 71 02 77

Anne Martel-Reison: [anne@eoc-international.com](mailto:anne@eoc-international.com)