



## LE MARCHÉ AGROALIMENTAIRE EN INDE : INTERET POUR LES ENTREPRISES FRANÇAISES ?

SYNTHESE D'ETUDE – JUIN 2015



Dans le cadre de ses « Petits Déjeuners », Unigrains a proposé le 16 juin dernier une réflexion sur le thème du marché de l'agroalimentaire en Inde et de ses opportunités pour les entreprises françaises. Partenaire du fonds d'investissement *SEAF India*, **Unigrains compte désormais le marché indien parmi son champ d'expertise internationale**. Deuxième population mondiale et dixième puissance économique de la planète, l'Inde s'avère aussi attractive que complexe pour les investisseurs étrangers. Panorama des possibles pour le secteur agroalimentaire...

## NOURRIR LA POPULATION, UNE PRIORITE POUR LE PAYS

**Assurer la sécurité alimentaire** de la population est une priorité de longue date pour l'Inde, qui mène une **politique interventionniste** pour y parvenir, en soutenant notamment le prix aux agriculteurs pour les produits de base, ou encore en subventionnant le prix d'achat des denrées alimentaires en magasin pour en permettre l'accès aux plus pauvres. Quatrième puissance agricole mondiale, **l'Inde est désormais globalement autosuffisante** sur un plan alimentaire, mais l'équilibre est fragile.



L'enjeu de la productivité agricole et les besoins importants en infrastructures de stockage et de transformation sont sources d'opportunités pour les investisseurs étrangers. Conscient de l'existence de contraintes, le gouvernement indien affiche une réelle volonté de simplification administrative et fiscale, et de lutte contre la corruption, pour **encourager l'implantation d'entreprises étrangères dans les domaines de la production et de la transformation**. A l'inverse, le secteur de la distribution reste fermé à l'arrivée d'enseignes internationales de vente au détail multimarques, avec un contexte législatif privilégiant le petit commerce local ou les grands conglomérats indiens.

## LE SAVOIR-FAIRE AGROALIMENTAIRE FRANÇAIS S'INVITE EN INDE



Produits laitiers, boissons, nutrition animale ou produits alimentaires intermédiaires, un nombre croissant d'entreprises françaises de l'agroalimentaire est désormais convaincu de l'attractivité du pays et certaines ont franchi le pas de l'implantation. Mais des réflexes fondamentaux sont à acquérir pour les entreprises candidates à ce marché : règles de financement des opérations d'une filiale, droits de douane et enregistrement des produits alimentaires, processus administratifs complexes, propriété intellectuelle des produits agricoles, ou encore contrôle des changes. **Un accompagnement**

**local est fortement recommandé.** « *Lorsqu'une entreprise française décide de s'installer en Inde, elle doit veiller à accompagner les équipes locales avec beaucoup de proximité et de patience, y compris et surtout après le lancement de l'activité* », explique Delphine Gieux, Avocat associée chez UGGC.

## L'AVIS D'UNIGRAINS

Le marché indien est un **territoire d'avenir pour les entrepreneurs français qui dispose d'atouts majeurs**. Une démocratie stable, une population jeune et en forte croissance, la vigueur de l'économie, l'ampleur du plan de réformes en cours et l'existence d'un tissu local de PME dynamiques offrent un terrain favorable à des opérations à succès. La complexité du pays et ses spécificités culturelles et administratives ne doivent cependant pas être minimisées.

3 principaux modèles d'implantation sont à **privilégier** :

- ➔ **Acquisition d'une société** : détenir une base indienne dans le but de la développer.
- ➔ **Mise en place d'une joint-venture** : intéressant au démarrage, mais parfois plus complexe sur le long terme.
- ➔ **Création d'une société** : notamment dans les domaines de la transformation de matière première, afin de structurer l'amont dans un premier temps.

Les clés de la réussite pour s'implanter en Inde résident sans doute dans le bon **calibrage des ambitions** de l'entreprise, l'accompagnement nécessaire pour **bien comprendre le fonctionnement du marché**, et la mise en place dès le démarrage d'une **équipe de direction biculturelle**.

### CONTACTS

Eric Porcheron, Etudes Economiques - [eporcheron@unigrains.fr](mailto:eporcheron@unigrains.fr)  
Didier Bosc, Directeur des investissements - [dbosc@unigrains.fr](mailto:dbosc@unigrains.fr)