

Chine Réussir dans l'empire du Milieu

ALTIOS CHINA

L'empire du Milieu se présente aujourd'hui comme la nouvelle locomotive du commerce mondial.

Depuis un quart de siècle, le pays s'est engagé de manière irréversible sur la voie de l'économie de marché et nos exportations ne cessent d'y progresser. Témoin, cette PME de l'industrie médicale, qui réalise des revêtements de prothèses *made in France*.

Reste que la Chine n'est pas un Eldorado. Ce grand marché, lointain et vaste, si spécifique pour sa culture et ses affaires, ne peut être abordé sans une bonne préparation. ■



Population : 1,3 milliard d'habitants.
PIB par habitant : 950 \$.
Taux de change : 1 € vaut 10,70 yuans. ■

● JEAN-MARC BERRIER, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE MEDICAL GROUP.

● *"Positionné sur une niche*, notre stratégie de développement nous conduit à explorer en permanence de nouveaux marchés. Pour la Chine, nous avons fait appel à Altios. Le plus important est de travailler avec un partenaire qui comprenne notre problématique et intègre notre métier avec ses contraintes. Sa présence à Shanghai est un atout. La double culture dont dispose Altios International nous a permis d'ouvrir le marché.*



"Nous sommes aujourd'hui présents en Chine, avec une structure légère hébergée dans le centre d'affaires d'Altios à Shanghai. Sur place, notre collaborateur chinois, recruté pour fidéliser et développer nos clients, bénéficie de toute l'infrastructure nécessaire

(informatique, assistance commerciale, salle de réunion...) dans une ambiance franco-phone conviviale. Mais attention, les distances sont énormes en Chine. Il faut tenir compte des difficultés d'accès sans parler des délais d'acheminement et du décalage horaire." ■

**La société Medical Group est spécialisée dans le revêtement biocompatible de prothèses orthopédiques, le conditionnement de dispositifs matériels et la fabrication de biomatériaux.*

● GILLES DE LA BOURDONNAYE, DIRECTEUR DE LA REPRÉSENTATION DE LA RÉGION DES PAYS DE LA LOIRE AU SHANDONG.

Missionné par le conseil régional et EDF, Gilles de La Bourdonnaye met en relation tous les acteurs des Pays de la Loire et du Shandong qui le souhaitent (entreprises, universités, écoles, sportifs...).

"Qingdao est tombé par hasard dans mon parcours professionnel. J'avais quelques prédispositions pour la Chine mais pas pour cette ville en particulier. Je suis allé pour la première fois en Chine en 1991 et je ne cesse d'y retourner depuis. Aujourd'hui, j'anime le bureau de la région des Pays de



la Loire à Qingdao, dans le cadre des partenariats et coopérations avec la province du Shandong. Dans cette optique de développement, Altios International nous accompagne pour le portage du bureau, le recrutement du personnel et la formation de nos équipes.

"Depuis deux ans, nous organisons régulièrement des missions en Chine. Résultat : 30 % des entreprises ligériennes qui viennent pour des missions ponctuelles nouent des échanges commerciaux concrets.

"La Chine est un pays surprenant : beaucoup de choses qui semblent impossibles à réaliser en Europe le sont ici. Les différences culturelles sont cependant bien présentes. La conception des échanges n'est pas la même que la nôtre. Le donnant-donnant est souvent unilatéral.

"Il est aussi impossible de prévoir quoi que ce soit à plus de deux semaines d'avance. Les Chinois travaillent dans l'urgence, c'est une question d'habitude." ■

Dix-neuvième étage du Jiang-Su Building, luxueux gratte-ciel de Shanghai, abritant un hôtel cinq étoiles. C'est là, qu'installé avec femme et enfants, David Gérard, un des créateurs d'Altios France, dirige, depuis 2005, la filiale chinoise de la société.

"Sous la pression des réformes, la Chine a connu, au cours des vingt dernières années, des transformations sans précédents dans son histoire. Le pays continue de se métamorphoser à un rythme qui impressionne. C'est aussi maintenant un grand marché de consommateurs exigeants et avides de produits nouveaux et de qualité. On estime entre 100 et 150 millions le nombre de Chinois à même de consommer des produits fabriqués en Europe." Marché stratégique et en pleine ébullition, la Chine demande une présence constante et une réactivité importante. "La Chine des affaires est dure. Les repères et les codes sont différents mais on retrouve vite un langage commun quand on parle business ! Investir ici nécessite un réseau local très important. Pour accompagner nos clients, notre bureau de Shanghai regroupe vingt collaborateurs, spécialisés par domaine d'activités, chacun bénéficiant d'une solide expérience. Tous sont Chinois, sauf trois cadres français installés sur place. Notre rôle : assurer le lien entre l'entreprise française et ses clients en Chine pour faciliter et accélérer son développement sur le marché local."

Depuis sa création en 1999, Altios China a accompagné plus de 150 entreprises avec succès. *"Nous disposons à Shanghai d'un centre d'affaires de 300 m², véritable incubateur pour les PME françaises qui veulent héberger leurs collaborateurs ou leur bureau de représentation. Nous hébergeons ainsi une quinzaine de sociétés." ■*

china@altios.cn



David Gérard et J.-P. Raffarin.

Inde Maintenant ou jamais

ALTIOS INDIA

Entre modernité et tradition, entre richesse et misère, l'économie de l'Inde est en pleine évolution. L'immensité du marché fait rêver les exportateurs. Le coût et la qualité du travail attirent les investisseurs. Beaucoup d'entreprises conscientes de ces opportunités sont encore en phase exploratoire. Elles apprendront que l'Inde est à la fois un pays dur et fascinant sur lequel il faut s'accrocher pour réussir. Des places sont encore bonnes à prendre. C'est maintenant ou jamais qu'il faut y songer, avant l'arrivée de nouveaux concurrents occidentaux. ■



Population : 1,1 milliard d'habitants.
 PIB par habitant : 820 \$.
 Taux de change : 1 € vaut 58,90 roupies. ■

● **JEAN-CHRISTOPHE RUIZ, DIRECTEUR COMMERCIAL DE CHARBON-NEAUX-BRABANT.** "Notre entreprise est spécialisée dans la fabrication de condiments, moutarde et vinaigre. La direction commerciale est en charge des marchés français et export. Nous sommes présents sur les cinq continents et notre politique de développement export est très engagée. Ce n'est pas sans difficultés que nous nous sommes lancés sur le marché indien !



"Au début, nous avons abordé l'Inde avec nos propres moyens (présence sur des salons, prospection...) mais rapidement la complexité du marché a freiné notre démarche. L'Inde est un pays compliqué, où le choc des cultures est très présent. La notion du temps n'est pas la même et il faut être patient ! C'est aussi un marché qui nécessite une approche différenciée d'un État fédéré à l'autre, donc du temps pour réussir. Nous avons donc décidé de faire appel à Altios qui nous avait déjà accompagnés pour nos implantations en Australie et en Chine.

"Notre objectif : établir des réseaux commerciaux avec des partenaires qui diffusent nos produits dans la grande distribution et les réseaux hôteliers indiens. Un challenge difficile mais pleinement envisageable compte tenu du potentiel du pays et de son développement actuel." ■

● **FABIENNE MANSUY, CHARGÉE DE LA MISSION INDE À LA CCI DE CHÂLONS-EN-CHAMPAGNE.**

Fabienne Mansuy développe le pôle International à la CCI de Châlons-en-Champagne. "Notre service traite différentes demandes. Dans un premier temps, nous informons les entreprises de la région, qui souhaitent exporter, des modalités administratives et des documents à fournir selon la législation locale. Ensuite, nous réalisons un accompagnement sur du long terme.

"Depuis deux ans, nous souhaitons permettre à ces entreprises de développer leur courant d'affaires en Inde. Pour cela, nous avons entendu plusieurs prestataires : Altios a été retenu. Dès la première rencontre, j'ai réalisé que la société maîtrisait pleinement son sujet. Les équipes connaissent le fonctionnement du pays, ont des



La CCI de Châlons-en-Champagne.

collaborateurs sur place et, surtout, animent un réseau... On dit que la première impression est la bonne : nous n'avons pas hésité à collaborer avec Altios qui nous a apporté un véritable savoir-faire et une parfaite connaissance du marché indien. La mission est lancée depuis 18 mois, quatre entreprises sont déjà parties ; cinq doivent suivre dans les prochains mois." ■

Mais comment résister à l'attraction qu'insensiblement ce pays exerce sur notre société occidentale ? Aurélie Pichot a pour ce marché, ce melting pot d'idiomes et de religions, une fascination qui l'a amenée à faire le saut. Elle occupait précédemment un poste de responsable au sein du bureau de la Sopexa de New Delhi. Elle a rejoint la filiale Altios International de New Delhi pour partager sa connaissance du marché.

"Être au cœur de la dynamique indienne, dont on nous parle tant en France, était l'un de mes souhaits. Au départ, l'intégration a été compliquée : culture et tradition très différentes, climat contraignant et misère à outrance... Pas facile de trouver des repères ! Mais mon désir d'apporter mon expérience à nos clients français qui veulent se lancer sur le marché indien, les accompagner et les conseiller dans leurs projets m'a beaucoup motivée."



Le bureau de New Delhi.

L'Inde est aujourd'hui la cinquième économie mondiale en termes de pouvoir d'achat et la seconde puissance économique des pays en voie de développement, derrière la Chine : autant dire que l'économie florissante du pays permet de nombreuses implantations d'entreprises. "Bien que l'Inde se développe rapidement et s'occidentalise, la pratique des affaires y reste très marquée par les valeurs culturelles traditionnelles. L'approche du marché indien n'est pas simple car les retours ne sont pas toujours immédiats. Le fait de réseaux de distribution peu structurés ou encore d'un marché pluriel, segmenté avec un système fédéral qui ne permet pas d'aborder le marché dans sa globalité. Une bonne base de motivation est nécessaire pour comprendre l'Inde dans son ensemble avant de connaître le succès." ■

india@altios-international.com

États-Unis France is back

> SPÉCIAL 10 ANS

ALTIOS USA

Face à la croissance encore faible affichée par la plupart des pays d'Europe, les États-Unis font figure d'îlot de croissance, que rien ne semble pouvoir ébranler, pas même un déficit commercial qui ne cesse de se creuser. Deux siècles et quelques broutilles, ce n'est pas grand-chose pour faire une nation. Cette poignée de décennies leur a pourtant suffi pour imposer à la planète entière leur économie et leur imaginaire. Il y a toujours aux États-Unis un puissant appel d'air qui attire les investissements du monde entier. Toujours cet esprit conquérant qui anime les nouveaux arrivants. ■



Population : 302 millions d'habitants.
PIB par habitant : 46 000 \$.
Taux de change : 1 € vaut 1,45 dollars. ■

● **PATRICIA VAHÉ-GODDARD, DIRECTRICE EXPORT D'ALKOS COSMÉTIQUES.** "Nous sommes présents sur différents marchés : européen, russe et américain. Notre collaboration avec Altios International a débuté par un désir de simplifier notre présence aux États-Unis. Avec plus de 300 millions de consommateurs, un pouvoir d'achat parmi les plus élevés au monde et la forte demande en produits cosmétiques, le marché américain possède un fort potentiel pour nos produits.



"Pour autant, même incontournable, le marché américain n'est pas facile. Les règles sont draconiennes, la compétition est vive et seul le professionnalisme et la persévérance priment. Cela fait dix ans que nous travaillons dans ce pays. Ponctualité des livraisons, emballage adéquat, suivi des clients, interface locale... Plus qu'ailleurs, nous sommes jugés sur notre capacité à nous adapter au marché. Altios nous permet d'avoir un bureau sur place sans les inconvénients et surtout les coûts d'une filiale en propre. Notre

commercial est hébergé dans ses bureaux à New York et nous permet de répondre immédiatement à notre clientèle. Une qualité de service qui facilite notre expansion." ■

● **FABRICE GALZIN, DIRECTEUR MARKETING, SALON INTERNATIONAL DE L'AÉRONAUTIQUE & DE L'ESPACE PARIS LE BOURGET.**

Être représentatif du monde aéronautique et spatial et promouvoir la manifestation à l'étranger, telles sont deux des principales ambitions du Salon du Bourget. "Dans le cadre du développement du Salon du Bourget à l'étranger, nous nous sommes intéressés aux marchés américain et chinois, acteurs majeurs de notre secteur. Dans un souci de progrès et d'efficacité, nous avons mis en concurrence différents prestataires susceptibles de nous représenter à l'étranger. Altios International a terminé en tête de liste.

"Promouvoir le Salon du Bourget auprès des industriels américains et faire venir des visiteurs est un challenge difficile, en particulier dans un pays exigeant comme les États-Unis. C'est pourquoi, il est pri-



Le Salon du Bourget.

mordial de connaître les mentalités et la culture du pays.

"Nous travaillons avec Altios International depuis 2003, les résultats sont probants. Aux États-Unis, le retour sur investissement est très positif. Le marché américain de l'aéronautique est extrêmement dynamique et reste le premier pays étranger en nombre de visiteurs en 2007." ■

Au cœur de Manhattan, dans un loft clair et haut de plafond, aux abords d'un quartier bouillonnant d'activité, Marie-José O'Keefe, 41 ans, diplômée de l'EM Lyon et d'un MBA de l'université de Toronto, responsable du pôle hébergement et gestion de filiale aux États-Unis pour Altios International, détaille son expérience professionnelle. "Notre mission : préparer les entreprises françaises aux spécificités du marché américain. Nous les conseillons afin qu'elles présentent leurs produits le plus efficacement possible, en conformité avec la législation locale. Je suis fière des produits que nous représentons : je voue une passion aux produits français chargés d'histoire et d'originalité..."

"Le service le plus demandé par nos clients ? Sans doute la domiciliation : nous hébergeons leur bureau de représentation ou filiale dans nos locaux pour permettre à l'entreprise d'avoir immédiatement et à moindre coût une présence concrète sur le marché. C'est une étape cruciale pour réussir sur le marché américain. Elle permet aux entreprises de se doter d'une structure locale pour faciliter les démarches de prospection amont et décider, en connaissance de cause, si un investissement plus conséquent est nécessaire. Nous les encourageons alors à voler de leurs propres ailes. "Altios International m'a permis d'allier travail motivant et vie de famille. En contrepartie, je suis disponible dans l'urgence pour que les besoins des clients soient toujours satisfaits. C'est un métier qui nécessite de la réactivité : nous sommes six à travailler sur une quinzaine de projets... du fromage à la cosmétique en passant par l'industrie aux logiciels, les produits sont variés !"

"Altios USA domicile aujourd'hui 11 entreprises", précise Alexis Martin, directeur de la filiale de New York. "Nos solutions sont très appropriées pour les PME qui ont déjà une première activité et souhaitent la développer grâce à un bureau local." ■

usa@altios-international.com



M.-J. O'Keefe et A. Martin.

Brésil La locomotive du Mercosud

ALTIOS BRAZIL

Neuvième puissance mondiale, le Brésil, qui a effectué un rapide redressement attire de plus en plus les capitaux étrangers. Ce vaste pays, qui représente la moitié de l'Amérique du Sud en superficie, en population, comme en PIB, se positionne comme le marché le plus convoité d'Amérique Latine. 180 millions de consommateurs représentent incontestablement un marché pour les entreprises françaises. La présence tricolore y est d'ailleurs bien intégrée et diversifiée puisque l'on recense plus de 500 entreprises françaises implantées localement. ■



Population : 188 millions d'habitants.
 PIB par habitant : 5 500 \$.
 Taux de change : 1 € vaut 2,70 reals. ■

Gwenn Hervet, est responsable de projet au bureau d'Altios International à São Paulo. "Nous sommes situé sur l'avenue Paulista, principale artère du quartier d'affaires de São Paulo. Dès le matin, la ville est en éveil et les rues grouillent de monde ! Les raisons de s'implanter au Brésil sont multiples : le marché intérieur est important, la croissance annuelle est de 4 à 5 %. Pourtant le Brésil est en mesure de croître bien davantage avec des réformes fiscales et un assouplissement de la législation du travail. Véritable moteur de l'Amérique Latine, le Brésil est devenu et reste aujourd'hui le pays fédérateur du Mercosud (Argentine, Uruguay, Paraguay, Chili et Bolivie).



L'équipe de São Paulo.

● JEAN-YVES VERDIER, DIRECTEUR COMMERCIAL DE LA SOCIÉTÉ

● **COURBON.** Courbon est spécialisée dans l'automatisation et l'informatique industrielle. "Nous mettons en place des solutions qui permettent de suivre la performance des ateliers : qualité, traçabilité, gestion de la production. Notre collaboration avec Altios est née d'un désir de s'investir davantage à l'international.

"Depuis longtemps tournée vers le Brésil, notre entreprise a décidé de lancer une étude de marché. Altios nous a proposé un plan de développement.



"Au programme : étude et validation des perspectives d'affaires, rencontre avec les fournisseurs et les sociétés, choix de la stratégie commerciale. Nous avons pu initier une prise de contacts avec des fournisseurs, sentir la tendance commerciale du pays et soulever de réelles problématiques.

"A-t-on la possibilité de s'implanter ? Existe-t-il un potentiel ? Comment mettre en place notre installation ? Quels moyens humains et financiers mobiliser ? Autant de questions auxquelles Altios International a su répondre en nous apportant un appui local." ■

Ce pays constitue un tremplin stratégique d'exportation vers l'ensemble de ces marchés périphériques et présente, à lui seul, de nombreuses opportunités. Ici, tous les secteurs peuvent se développer : industrie, agribusiness, agroalimentaire, BTP, logiciels..."

Gwenn Hervet insiste cependant sur la complexité du système fiscal et la lourdeur de la bureaucratie locale. "C'est un marché d'implantation plus que d'exportation car les droits de douanes (et autres taxes) sont élevés et le pays est éloigné géographiquement. La concurrence est par ailleurs très rude. D'ailleurs, vu le développement du marché, il n'est guère possible, sans présence sur place et surtout sans relationnel, d'espérer capter des signaux et prendre des marchés.

"Tout l'enjeu est à présent d'assurer le suivi des distributeurs de nos clients français. Dès la semaine prochaine, je dois d'ailleurs rencontrer des investisseurs brésiliens pour l'un de nos clients." ■

brazil@altios-international.com

● JEAN-FRANÇOIS TEISSEIRE, AVOCAT SPÉCIALISÉ DANS LE CONSEIL EN INVESTISSEMENTS POUR LES PME QUI S'IMPLANTENT AU BRÉSIL.

"Le Brésil est un pays de plus en plus sollicité : Américains, Français ou Japonais... nombreux sont ceux qui désirent s'implanter sur ce marché. Entre simplicité et complexité, ce pays nécessite beaucoup de démarches. Il existe une certaine liberté d'investissements : tout le monde peut venir au Brésil car aucun capital minimum n'est requis. Toutefois, les tracas administratifs génèrent une certaine lenteur

dans les démarches. Il faut valider nombre de formalités auprès des différentes autorités du pays, qui, rappelons-le, est un État fédéral. Il est nécessaire d'officialiser différentes immatriculations auprès des autorités fédérales de l'État dans lequel la filiale de la PME s'implante : municipalité du lieu d'implantation, Banque centrale du Brésil... sans compter les autres inscriptions nécessaires en fonction du type d'activité de l'investisseur. Pour exemple, la constitution d'une SARL nécessite environ soixante jours de délais au Brésil quand, aux États-Unis, une semaine suffit !" ■



Australie Open for business

> SPÉCIAL 10 ANS

ALTIOS AUSTRALIA

Aux antipodes de l'Europe, l'Australie reste encore trop à l'écart du champ de vision des entreprises françaises. À tort car les opportunités ne manquent pas. Ce pays, grand comme 14 fois la France avec un pouvoir d'achat par habitant supérieur, connaît une croissance parmi les plus fortes de l'OCDE. La période actuelle est d'autant plus propice au développement de nouveaux courants d'affaires que le pays cherche à diversifier ses marchés d'importation. Un marché très porteur pour les biens de consommation haut de gamme et les équipements industriels. Tendez l'oreille aux sirènes australiennes ! ■



Population : 21 millions d'habitants.
PIB par habitant : 34 300 \$.
Taux de change : 1 € vaut 1,60 dollars australiens. ■

● CATHERINE FICHOT, RESPONSABLE INTERNATIONAL, CWF.

Children worldwide fashion est le leader européen de la confection haut de gamme pour enfant*. "Travailler avec des acteurs locaux est important et source de garantie. L'aide d'Altios nous est précieuse sur des marchés lointains et atypiques comme l'Australie, où nous sommes présents depuis 10 ans. Après une phase de prospection avec l'équipe Altios de Sydney, nous avons mis en place une solution originale de domiciliation commerciale : notre propre filiale est hébergée dans les locaux d'Altios, qui la gère directement. "Grâce à ce concept, nous nous sommes installés aux antipodes en réduisant nos coûts de structure tout en contrôlant notre clientèle finale. Nous avons pu nous déve-



opper sur un marché lointain, soumis à des exigences très différentes des marchés européens – comme le décalage des saisons – et avons positionné nos marques en prise directe avec les revendeurs. En six ans, nous avons multiplié par 10 notre chiffre d'affaires ! Le bureau de Sydney assure pour nous la gestion comptable de la filiale, la facturation, la gestion logistique, l'encadrement de notre commerciale et héberge notre show-room de 100 m². Si les relations interpersonnelles s'établissent d'emblée de façon chaleureuse, l'approximation n'a pas sa place. Une relation privilégiée ne sera jamais synonyme de contrat si votre offre n'est pas compétitive. Face à certains préjugés, l'écoute, la qualité du suivi et la capacité d'ouverture sont indispensables." ■

*La société distribue, sous licence, des marques enfantines dans le monde entier : Burberry, Chloe, Elle, Escada, Missoni, Timberland.

● FRANÇOIS FOURRIER, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE SEPTIMANIE EXPORT.

Septimanie Export aide les entreprises de la région Languedoc-Roussillon dans leur stratégie de développement à l'international. "Cette année, nous avons accompagné 1 200 entreprises et réalisé 78 opérations avec une équipe de 20 personnes. Mais nous ne sommes pas sur place. C'est pourquoi nous avons besoin d'un relais et d'un point d'appui comme Altios International, qui nous a déjà soutenus pour les États-Unis et l'Inde. Sa présence sur ces marchés, son expertise et ses compétences sont de réels atouts. Cela nous permet de répondre à nos besoins selon nos plans d'actions.



"En Australie, Altios International a réalisé pour nous des missions ponctuelles telles que du repérage de partenaires. Les consultants ont recherché des entreprises australiennes qui auraient intérêt à travailler avec celles du Languedoc-Roussillon. Le vin, l'agroalimentaire, l'industrie, le médical... dans notre région, tous ces domaines sont porteurs.

"Les collaborateurs d'Altios International connaissent parfaitement les pays dans lesquels ils interviennent. Ce professionnalisme m'a tout de suite convaincu : lorsque nous effectuons une commande, elle est pleinement respectée." ■

Pitt Street, de son bureau, Bruno Mascart, directeur associé groupe et directeur d'Altios Australie, n'est qu'à quelques encablures de la baie de Sydney. En ce mois de décembre, l'été se fait sentir à grands pas, contre-saison oblige. Installé dans un ancien immeuble de la City de Sydney aménagé en show-room, Bruno Mascart retrace son parcours australien. "J'ai créé le bureau Altios Australia en 1991 à la suite d'un voyage autour du monde et d'un stage de longue durée au sein du bureau local de la Confédération générale des petites et moyennes entreprises.

"L'Australie étant par définition un pays d'immigration multiculturel, il est très facile de s'intégrer. Souvent assimilée au terminus de l'exportateur, l'Australie est un marché oublié plutôt porteur pour les PME françaises. Avec un fort taux d'urbanisation qui contraste avec l'étendue du pays, très demandeur de produits nouveaux (industrie, décoration, high tech), des saisons inversées, un fort pouvoir d'achat et une croissance proche de 4 %, les raisons de s'implanter en Australie ne manquent pas. Ce n'est pas un marché compliqué, mais avec un décalage horaire de sept à dix heures, les PME n'osent pas l'aborder. Je dirais que c'est un pays préservé par la distance !



Le bureau de Sydney.

"Mon plus beau souvenir ? L'ouverture des JO de Sydney avec l'un de nos clients. Nous avons signé avec lui un contrat de 25 M\$ pour l'agencement des JO : 120 000 places de tribunes, 120 000 m² de toile de tente... une grosse opération et que du bonheur ! (Le succès ne s'arrête pas là : nous avons signé pour lui un contrat de 17 M€ pour les JO de Pékin.) Depuis 1991, Altios Australia a réalisé un chiffre d'affaires de 80 M€, tous clients cumulés." ■

australia@altios-international.com

France L'export à la portée des PME avec Altios International

ALTIOS FRANCE



Chercher des relais de croissance à l'international fait rêver bien des patrons de PME, surtout en période de croissance molle. Mais si l'idée est séduisante, la concrétiser s'apparente souvent à un parcours du combattant : sur 100 000 entreprises exportatrices que compte la France, seules 30 % réalisent plus de 5 % de leur chiffre d'affaires à l'export. Obstacles culturels, différences de législation et distances sont autant de freins sur les marchés étrangers. Des freins qu'Altios International lève en couplant positionnement en France, au plus près des entreprises, et implantations mondiales. ■



Population : 61 millions d'habitants.
 PIB par habitant : 31 200 \$.
 Taux de change : 1 € vaut 1,45 dollars. ■

● **SOPHIE PRÉVOT, BRANCH MANAGER, SOFTLINK FRANCE.**

Acteur du développement international des entreprises, Altios International intervient depuis 2003 pour le compte d'entreprises étrangères (australien, américaines, chinoises, européennes...) désireuses de développer leurs activités en France. À l'exemple de cette société australienne du monde des logiciels. "Softlink est une société australienne éditrice de logiciels de gestion de bibliothèque reconnu au niveau mondial. Softlink Europe, la filiale de distribution basée en Grande-Bretagne, souhaitait évaluer nos opportunités d'affaires sur le marché français, avec pour objectif à terme la mise en place d'un bureau en propre dans l'Hexagone.



Nous avons sollicité l'appui d'Altios pour identifier nos potentiels en France et définir nos stratégies marketing et commerciales. Notre partenariat s'est prolongé avec la domiciliation pendant un an de Softlink au sein des bureaux Altios en France. Ce portage nous a été très utile pour lancer nos opérations sur le marché français. Nous avons depuis emménagé dans nos propres locaux, où j'anime mes agents pour la France mais aussi pour toute l'Europe continentale." ■



● **GILLES RÉMY, PRÉSIDENT DE L'OSCI.** L'OSCI (Organisation professionnelle des opérateurs spécialisés à l'international) est le syndicat professionnel qui rassemble les sociétés de commerce et les sociétés d'accompagnement d'entreprises à l'international. "Nous représentons les intérêts de la profession en tant que pôle privé de soutien à l'export. Altios International est adhérente depuis cinq ans. Nous nous étions rencontrés lors d'un salon qui regroupait les acteurs de la profession. Nous avons rapidement réalisé nos intérêts communs : l'OSCI permet d'améliorer l'image des sociétés accompagnatrices à l'export, notamment parce que tous les adhérents signent une charte déontologique.

"Grâce à son adhésion et ses actions en région, Altios renforce notre représentativité, en incarnant un exemple à suivre en termes d'organisation. Lors d'échanges avec les acteurs du développement international, les retours concernant Altios sur les projets réalisés sont extrêmement valorisants. "Nous considérons que les entreprises françaises disposent là d'un potentiel insuffisamment utilisé comme vecteur de pénétration des marchés étrangers et entendons agir dans ce sens. Ceci passe par une promotion des sociétés d'accompagnement international en apportant de la transparence sur le savoir-faire de chacun et leur implantation locale." ■

Boris Lechevalier, Bruno Mascart, Patrick Ferron et David Gérard sont les associés dirigeants d'Altios International, groupe de 50 employés sur cinq continents. De par leurs expériences professionnelles et expertises, ils ont su élever la société au rang de leader sur son marché sans jamais cesser de la faire évoluer.

"Nos implantations apportent une vraie valeur ajoutée aux PME exportatrices, sur des marchés lointains difficiles d'accès. Avec deux bureaux en France – à Nantes et Lyon – nous sommes présents à New York, Montréal, São Paulo, Shanghai, Mumbai, New Delhi, Sydney et Johannesburg.

Nos implantations sont exclusivement limitées à ces marchés. Notre vocation n'est pas de créer de nouveaux bureaux mais de consolider nos filiales actuelles avec de nouvelles compétences (commerciaux, ingénieurs, consultants, comptables...) pour répondre au développement international de nos clients.", explique Patrick Ferron, directeur associé, en charge du bureau de Nantes.

"Tous ces services sur des marchés très spécialisés nous différencient aujourd'hui du paysage français de l'accompagnement export", poursuit Boris Lechevalier, directeur associé, basé à Lyon.

"Nos clients sont des PME industrielles, avec une forte expérience à l'export, à la recherche de nouveaux marchés, plus lointains. Il n'existe pas de limite de taille et certains grands groupes ont recours à nos services pour des besoins très spécifiques (acquisition ponctuelle, implantation commerciale ou sourcing). À l'inverse, nous travaillons avec des sociétés qui réalisent moins de 5 M€ de chiffre d'affaires mais qui se positionnent sur des niches avec des cibles prioritaires comme les États-Unis ou la Chine. Notre force : un rayonnement mondial, une organisation unique et un réseau sur place et en France pour des marchés lointains qui demandent du temps et des moyens importants. Depuis 1999, nous avons accompagné plus de 600 PME." ■

france@altios-international.com

> NUMÉRO DOUBLE
SPÉCIAL 10 ANS



Vous avez un projet d'implantation ?

contactez-nous

+33 (0)2 40 35 18 28

www.altios-international.com

NEW YORK SÃO PAULO SYDNEY SHANGHAI NEW DELHI NANTES LYON