

6^{ème} Forum Destination International les 16 et 17 juin à Entiore

Un rendez-vous incontournable

Le Forum Destination International s'adresse vraiment à toutes les PME/PMI qui s'intéressent à l'export, qu'elles soient débutantes ou confirmées. C'est ce que montrent les témoignages que nous avons recueillis auprès de quatre entreprises aux profils très différents.

Nathalie Bordas (Créations D. Guidotti)

S'informer en fonction des objectifs de l'année



Avec ses 45 salariés à Revel, la SA Créations D. Guidotti a réalisé l'an dernier un chiffre d'affaires de 6 M€, dont 35 % à l'export, avec ses produits de verrouillage et ses accessoires pour verre trempé.

Israël et l'Afrique (du Maroc à la Côte d'Ivoire). Enfin, nous bénéficions de références prestigieuses comme certaines ambassades de France et des boutiques et hôtels de luxe (Cartier à Hong-Kong, Ritz à Shanghai, ...). Nous nous positionnons en effet sur la qualité, le haut de gamme et le design.

L'entreprise s'est lancée à l'international au début des années 90, rappelle Nathalie Bordas, la directrice export. Nous avons profité d'une opportunité en Allemagne pour y créer une filiale. Pour ma part, je suis arrivée en 2004 et j'ai notamment mis le cap sur l'Europe centrale, où j'avais déjà un bon réseau. Aujourd'hui, nous exportons de façon suivie vers une bonne dizaine de pays européens avec des distributeurs très présents auprès des miroitiers et de leurs prescripteurs architectes et constructeurs. Nous avons également des distributeurs en Russie et en Asie (Hong-Kong, Japon) et nous travaillons de façon plus ponctuelle sur la Turquie,

Malgré sa solide expérience et son évidente réussite à l'export (elle a d'ailleurs été nommée Conseillère du commerce extérieur de la France), Nathalie Bordas ne manque pas une seule édition du Forum Destination International. Chaque année, explique-t-elle, je fais mon programme de rendez-vous en fonction de mes objectifs du moment. Je rencontre ainsi les chefs des missions économiques des pays sur lesquels je vais porter mes efforts. Je participe aussi à certains ateliers pour suivre l'évolution des pratiques et des réglementations (incoterms, garanties bancaires, logistique...). Et puis, c'est toujours intéressant (et utile !) d'échanger avec d'autres exportateurs de la région et de même dimension que notre PME : nous avons les mêmes problématiques, quels que soient nos secteurs, et nous pouvons partager analyses, espoirs et retours d'expérience.

Olivier Marinx (Altissimo)

Comprendre comment ça marche



Dans le monde l'export, Olivier Marinx se sent un peu en décalage avec les univers de la mécanique, du logiciel ou de l'agro-alimentaire. Ce Bruxellois d'origine, chercheur en biologie moléculaire a créé Altissimo, une SAS toulousaine spécialisée dans les équipements et structures... d'escalade. La grimpe est ma passion, reconnaît Olivier Marinx, mais je sais aussi que c'est un créneau qui offre de belles opportunités économiques : ce sport n'est pas réservé à une élite, il doit se démocratiser et il peut se développer largement.

Olivier Marinx a donc engagé une double activité : la conception et la fabrication de murs et d'équipements d'escalade, et le développement d'un réseau de salles d'escalade, à travers une seconde société, Prises en main. J'ai ouvert ma première salle à Toulouse-Montaudran en 1995, rappelle-t-il. Et tout s'est accéléré à partir de

2003 avec des ouvertures en propre et en franchise à Montpellier, Tarbes, Albi, Avignon et bientôt Marseille, en attendant Strasbourg, Lille, Lyon... Depuis plusieurs années, je regarde aussi du côté de Barcelone car notre voisine catalane offre un potentiel fantastique. Mais je n'ai pas encore trouvé le bon partenaire local. Par contre, on me sollicite dans d'autres pays, comme l'Irlande ou la Lettonie.

Pour les équipements et structures d'escalade, Altissimo fait 18 % à l'export : 5 % en propre et 13 % via un partenaire de la grande distribution, qui représente au total 56 % de son CA. Une situation bien périlleuse, même pour un grimpeur ! Pour diversifier ma clientèle, poursuit Olivier Marinx, je développe la vente en ligne avec un site trilingue (français, anglais, espagnol) et je trouve ponctuellement des distributeurs à l'étranger. J'ai donc participé au Forum Destination International pour comprendre en peu mieux comment cela se passe. J'ai vu les pistes à privilégier et les mauvais plans à éviter ! Certes, je suis sur une niche très particulière mais en position leader et avec un concept vraiment original. En très peu de temps, finalement, j'ai déjà couvert tous mes frais de publicité en Angleterre et commencé à gagner un peu d'argent sur le marché espagnol.