

18

Novembre
Décembre
2017



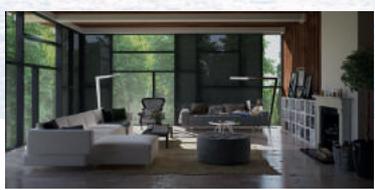
CLASSE EXPORT

LE MAGAZINE FRANCOPHONE DU COMMERCE INTERNATIONAL

CAP À L'EST



Italie
LE NORD GAGNANT



Innover
SANS CESSE ET VITE



Grand Paris Express
UN PROJET GIGANTESQUE

Feel inspired

Tomorrow starts today



Vous ambitionnez un développement international ? Alors, ensemble, mettons le cap !

Information, coaching, prospection, expertise commerciale, consultance en design, webmarketing, partenariat, financements internationaux... : l'AWEX, c'est une offre de services complète et taillée sur mesure, en temps réel. Avec votre entreprise, nous relevons dès aujourd'hui les défis de demain.

Laissez-vous inspirer par l'exportation !

Agence wallonne à l'Exportation et aux Investissements étrangers / www.awex.be



Wallonia.be

EXPORT
INVESTMENT

P.4



Actualités

P.8



La Wallonie
beaucoup d'atouts,
quelques faiblesses

P.11



Italie
Le nord gagnant

P.17



Innover
Sans cesse et vite

P.19



Russie
Cap à l'est

P.36



Sénégal
Un marché francophone
avec des potentialités

P.38



Grand Paris Express
Un projet gigantesque

P.40



Argentine
Comprendre d'abord

P.42



Suisse
Le marché du sport international

P.44



I.R.I.S.
Trente ans
et leader mondial

P.46



Retour Missions
Côte d'Ivoire

P.48



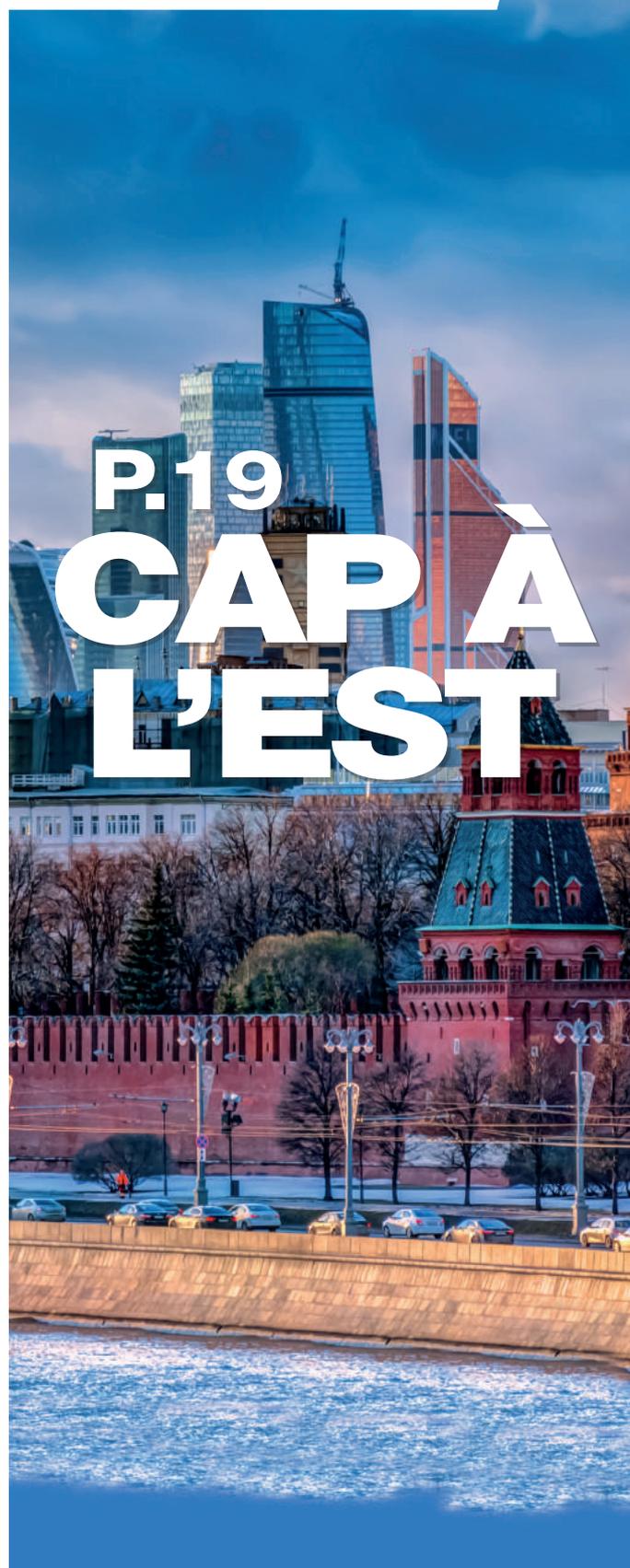
GDPR
L'intérêt des secrets
bien gardés

P.50



Agenda

DOSSIER DU MOIS



EON Reality bientôt un centre dédié à la réalité virtuelle à Liège

Sur le site du Val Benoît à Liège encore en cours d'aménagement, un centre de formation et de développement dédié aux technologies et applications de réalité virtuelle et augmentée s'installera bientôt. Le projet est porté par le partenaire commercial **EON Reality INC**, spécialisé en développement et valorisation de solutions en réalité virtuelle. Il est soutenu par la Région wallonne, via la Sofipôle, filiale du holding public SRIW axée sur les incubateurs et les nouvelles technologies. Le groupe californien et la Sofipôle ont créé une joint-venture baptisée Eon Reality Belgium.



Pour le Gouvernement wallon, il s'agit de dédier une partie des activités et de l'espace du Val Benoît à la genèse d'un écosystème régional de réalité augmentée, secteur créatif et porteur d'emplois et d'innovations. Pour EON Reality, qui dispose déjà d'un réseau de sites similaires à travers le monde, il s'agit de créer un nouveau hub et de renforcer son maillage international. Née en 1999, la société américaine est spécialiste mondial dans les logiciels de réalité virtuelle et augmentée, les systèmes immersifs 3D et les applications serious games ou simulation-based-learning.

L'Interactive Digital Center (IDC) de Liège aura un rayonnement dépassant largement les limites de la région. Son champ d'action et de chalandise couvrira la Belgique, l'Allemagne, les Pays-Bas et l'Autriche. Il est possible qu'à l'avenir, des centres satellites de Liège s'ouvrent dans l'un ou l'autre de ces pays, mais la Cité ardente gardera son rôle-phare dans l'Europe du Nord. EON Reality Belgium lance un appel à candidatures pour le staff de direction et jette les bases de l'école de réalité virtuelle qu'elle abritera. Le nouveau Centre digital interactif devrait ouvrir ses portes à la fin de l'année et générer, d'ici cinq ans, quelque 200 emplois directs et indirects.

Brasserie de la Lienne ses bières s'exportent au Japon

Les bières de la **Brasserie de la Lienne** pourront bientôt être dégustées au Japon. Sensibilisé aux qualités de bières wallonnes, un patron de bar japonais s'est rendu dans les installations de la micro-brasserie à Lierneux, dans les Ardennes liégeoises. Séduit, il a commandé une première palette. D'autres pourraient suivre. Les jeunes fondateurs n'en sont pas encore revenus.

Créée en 2013 par **Nicolas Résimont**, diplômé d'un master en biologie des organismes et écologie de l'Université de Liège, et sa sœur Méliissa, bachelière en biochimie et formée en micro-brasserie, la Brasserie de la Lienne a trouvé sa place au sein d'une ancienne ferme où les cuves de fermentation ont remplacé les mangeoires et où le fenil s'est mué en salon de dégustation. Quatre bières, une blonde houblonnée, une blonde cuivrée, une brune et une noire, y sont actuellement brassées à partir d'une eau d'une grande pureté, tandis que d'autres recettes sont en cours de maturation.



Cefaly Technology 300 hôpitaux coréens équipés

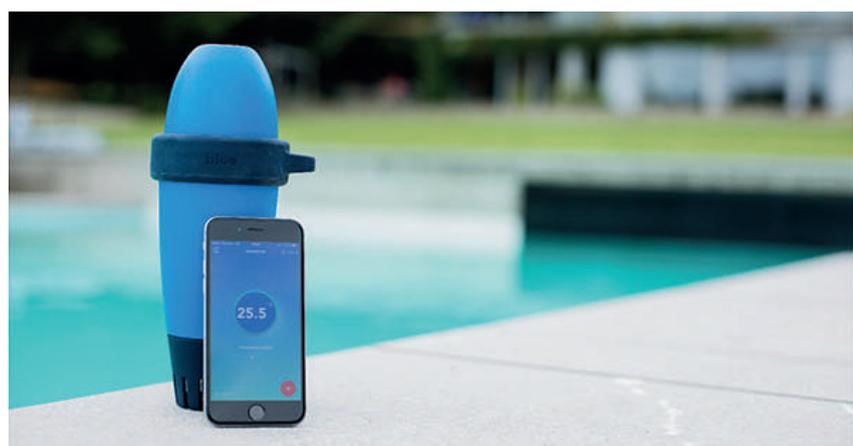
Suite à la mission économique princière présidée par SAR la Princesse Astrid en juin dernier, la société **Cefaly Technology** va équiper de son dispositif antimigraineux 300 cliniques coréennes spécialisées en neurologie, dont 100 situées à Séoul. Fin 2016, la société liégeoise avait reçu de la KFDA (Korean Food & Drug Administration) une autorisation de mise sur le marché de son dispositif Cefaly pour le traitement et la prévention des migraines. Au cours de cette mission, un préaccord a été conclu entre Cefaly Technology et la firme coréenne Super Vision Bio Medical pour la distribution exclusive du dispositif sur le territoire coréen. Un contrat de distribution exclusif portant sur un montant global de 2,25 millions d'euros a été signé et une première commande d'amorçage de 2 000 dispositifs est en cours de livraison. Les dispositifs ont été officiellement lancés sur l'ensemble du marché coréen en octobre en commençant par Séoul.

Déjà reconnu dans différents pays dans le monde, dont les Etats-Unis depuis mars 2014, le dispositif wallon gagne chaque année en croissance et en notoriété. Quatre publications internationales différentes, se basant sur des études scientifiques, ont d'ailleurs démontré l'efficacité du dispositif. « Ces études ont été réalisées dans des cliniques universitaires aux Etats-Unis et dans plusieurs pays d'Europe et non plus seulement en Belgique, souligne le **Dr Pierre Rigaux, CEO de Cefaly Technology**. Preuve s'il en est que l'utilisation de notre dispositif en neurologie gagne en reconnaissance et se développe à l'international. Il est à présent considéré comme un traitement de référence, voire de première ligne. » La société occupe aujourd'hui plus de 20 personnes en Belgique et 8 aux Etats-Unis dans sa filiale Cefaly US Inc. Durant les six premiers mois de 2017, elle a affiché une croissance de 43 % de son chiffre d'affaires par rapport à la même période en 2016.

Riiot Labs rachetée par une société espagnole

La société **Riiot Labs** (**Research In Internet Of Things Labs**), fondée en 2015 et qui a rencontré un beau succès avec son produit blue by Riiot, un analyseur de piscine intelligent, vient d'être rachetée par le géant espagnol Fluidra, référence internationale dans le domaine de la piscine. Une collaboration avait déjà commencé il y a quelques mois par la distribution du produit blue. Si la jeune société continue son activité en Wallonie avec la recherche, le développement et le support clients, l'entreprise espagnole devient son distributeur principal, notamment au Benelux, en France et en Espagne. Le groupe se consacre au développement d'applications pour l'utilisation durable de l'eau. Il est également spécialisé dans le traitement de l'eau, de la conduite des fluides et des systèmes efficaces d'irrigation. Présent dans 45 pays avec 150 délégations et sites de production répartis sur tous les continents, il emploie 4 300 personnes.

Dans les prochains mois, la société liégeoise développera également des réseaux à l'étranger. L'objectif est d'investir dans l'Internet des objets. « C'est le début d'un nouveau chapitre pour notre jeune entreprise, se réjouit **Benjamin Stevens, CEO de Riiot Labs**. Etre dans le portfolio de notre partenaire va nous permettre de mener à bien le développement de projets innovants pour la piscine connectée de demain. »



Socogetra acquisition de deux sociétés

Socogetra, la filiale belge du groupe Besix, vient d'acquérir les sociétés Enrobage Stockem et Witriloc, fondées et détenues par la famille luxembourgeoise Wickler. Ces sociétés, implantées au Grand-Duché de Luxembourg et dans la province belge du Luxembourg, sont actives dans le secteur des travaux routiers et, plus spécifiquement, la fabrication et la mise en œuvre d'enrobés, la fourniture de béton et la commercialisation d'empierrements au départ de leurs différentes carrières. Enrobage Stockem possède deux postes d'enrobage à Bastogne et à Arlon, une centrale à béton à Arlon et plusieurs carrières en province de Luxembourg. Witriloc est une société de transport et de pose d'enrobés au Luxembourg. « Par cette acquisition, Besix Group confirme sa volonté, après le rachat des activités belges du groupe Heijmans en avril dernier, de renforcer son rôle et sa position sur le marché belge des travaux routiers et de la fabrication d'enrobés et de béton, souligne **Rik Vandenbergh, CEO de Besix Group**. Notre filiale Socogetra est déjà active sur ces marchés en Wallonie et au Grand-Duché. »

Créée en 1948, l'entreprise Socogetra occupe une place incontournable sur le marché belge du génie civil et de la construction routière. Elle a réalisé de nombreux chantiers, tant en Belgique qu'à l'étranger. Elle est particulièrement bien intégrée en Wallonie où elle bénéficie d'un ancrage important.



PhysiOL majoritaire dans la société italienne Optikon

La société **PhysiOL**, spécialisée dans le développement, la fabrication et la commercialisation d'une gamme complète de lentilles intraoculaires pour la chirurgie ophtalmologique, vient d'acquérir une participation majoritaire dans la société italienne Optikon. Celle-ci développe des équipements haut de gamme comme des machines de phacoémulsification utilisées lors de la chirurgie de la cataracte, ainsi que des équipements de vitrectomie et de diagnostic. « La gamme de ces produits est parfaitement adaptée à la nôtre », souligne **Marc Nolet, CEO de PhysiOL**.

Ce partenariat va permettre à la société liégeoise de se positionner comme plateforme globale pour la chirurgie de la cataracte et réfractive. « Nous sommes convaincus que cette acquisition va renforcer le portefeuille de produits du groupe et asseoir notre position d'acteur majeur dans le secteur de l'ophtalmologie. Les produits et solutions premium d'Optikon constituent un axe essentiel de notre stratégie de croissance. » Cette opportunité est également bien accueillie dans la société italienne. « Les synergies entre nos deux entreprises vont créer une nouvelle société et celle-ci sera l'un des leaders du marché », se réjouit **Enrico Orefice, CEO d'Optikon**.

Vésale pharma une autorisation de mise sur le marché en Chine...

Spécialisée dans la recherche, le développement clinique et galénique et la vente de solutions probiotiques, **Vésale Pharma** vient d'obtenir une autorisation de mise sur le marché de sa gamme pédiatrique en Chine. Un premier produit a été lancé officiellement en juillet dernier, en présence notamment de l'ancien ministre chinois de la Santé et du président de l'Organisation mondiale de la santé (OMS) en Chine. « L'enregistrement et le lancement officiel sont le prolongement d'un contrat de partenariat et de distribution signé avec la firme chinoise **Honz Pharma** présente sur toute la Chine, et principalement à Hainan, Pékin, Hebei et Shenyang, souligne **Jehan Liénart**, CEO de Vésale Pharma. La date de la signature du contrat remonte à un peu plus de trois ans, ce qui correspond au temps nécessaire pour l'enregistrement des produits auprès des autorités chinoises. Le processus d'enregistrement de produits de santé est, en effet, long en Chine. L'autorisation nous ouvre un marché immense. » Cet accord porte sur la distribution, sur le territoire chinois et en exclusivité, de trois produits de la gamme pédiatrique. Le lancement officiel concerne le premier d'entre eux, le **Bacilac Child**. 200 000 boîtes de ce produit, représentant 3,2 millions de sticks, sont vendues en 2017, dont 100 000 ont déjà été livrées en vue du lancement officiel. « Dès 2018, il est prévu de distribuer, chaque année, un minimum de 1,2 million de boîtes de produits de la gamme pédiatrique, ce qui correspond à un montant global de 2,5 millions d'euros par an », précise Jehan Liénart.

Depuis quelques années, la société namuroise investit de manière intensive dans la recherche et le développement en probiotiques. Elle est déjà titulaire de plusieurs brevets de portée mondiale, notamment du brevet révolutionnaire **Intelicaps®** de micro-encapsulation de probiotiques. C'est ce qui a présidé à l'accord intervenu avec la firme **Honz Pharma** il y a trois ans. Des négocia-



tions sont en cours pour le lancement d'autres produits.

... Et l'ouverture d'un bureau à New Delhi
Par ailleurs, mais toujours en Asie, Vésale Pharma ouvre un bureau de représentation à New Delhi. L'objectif est de préparer l'implantation commerciale et structurelle de la société en Inde en 2018. « Cette implantation s'inscrit dans le droit fil de la stratégie internationale actuelle de la société, précise Jehan Liénart. L'objectif est, dans un premier temps, d'étudier les possibilités de collaborations et partenariats en matière de R&D, qu'ils soient structurels et commerciaux. L'Inde est un marché immense qu'il faut approcher avec circonspection et en s'adaptant aux us et coutumes locaux. » L'ouverture de ce bureau a pu se concrétiser grâce au soutien de l'Awex.

Dim3 lève 4 millions d'euros

La levée de fonds de 4 millions d'euros que **Dim3** vient de réaliser va lui permettre d'assurer la commercialisation de la première plateforme clinique dédiée à la gestion et au suivi nutritionnel de patients admis en soins intensifs. Elle pourra également poursuivre les développements entamés et soutenir son expansion internationale en Europe, aux Etats-Unis et en Asie. Le tour de table était mené par **Newton Biocapital I**, une *pricav* privée de droit belge SA. Outre celle-ci qui apporte un montant de 2 millions d'euros, les autres investisseurs sont la **SRIW** (Société régionale d'investissement de Wallonie) pour 1 million d'euros, **Meusinvest Group**, via **Leansquare** et **Spinventure**, pour 0,5 million d'euros et un investisseur privé actif, expert dans le domaine de la biologie clinique pour un montant de 0,5 million d'euros.

Ce tour de table porte ainsi le capital de la société wallonne à 4,7 millions d'euros. « Un peu comme **Ogeda**, **Dim3** est une autre perle wallonne négligée par les investisseurs, constate **Alain Parthoens**, CEO de **Newton Bio Capital I**. Nous en ferons un leader mondial de la nutrition clinique. « Cette levée de fonds importante va nous permettre d'accélérer notre stratégie commerciale, notamment à l'international, ainsi que le développement de techniques disruptives dans la vie quotidienne des hôpitaux, souligne **Jean-Claude Havaux**, CEO de **Dim3**. Il est tout à fait possible de développer des techniques qui amélioreront la vie des patients, tout en diminuant en même temps les coûts de la santé. »



Amos « le plus grand œil » pour observer le soleil à Hawaï

Sur le sommet de la montagne Haleakala, sur l'île de Maui à Hawaï, le plus grand télescope au monde est en train d'être installé. La société **Amos** a été choisie pour concevoir et fabriquer l'un de ses éléments-clés. Le télescope solaire Daniel K. Inouye (DKIST) est actuellement en cours d'assemblage par l'Association des Universités pour la Recherche en Astronomie (AURA). Avec un miroir primaire de 4,2 m de diamètre, ce télescope sera gigantesque comparé aux autres télescopes solaires.

Des technologies très complexes lui permettront de capturer des images ultra détaillées de la surface du soleil en constante évolution, et ceci avec une résolution deux fois plus élevée que les autres observatoires solaires. Amos a conçu et fabriqué la cellule du miroir primaire. Ce système électromécanique de haute précision et de 9 tonnes garantit que le miroir garde la même position et la même forme, quelles que soient les circonstances, malgré les changements continus d'orientation et de température. Les performances de ce système sont époustouflantes. Le miroir de 3 tonnes sera positionné avec une précision au micromètre près : soit 40 fois mieux que l'épaisseur d'un cheveu humain ! 142 systèmes de supportage pneumatiques et hydrauliques vont constamment corriger la forme du miroir primaire. A titre de comparaison, si le miroir faisait la taille de l'océan Atlantique, la qualité de sa surface équivaldrait à retirer toutes les vagues de plus de quelques centimètres.

Après des tests en usine réussis, la cellule du miroir est arrivée, fin juin, depuis Liège jusqu'à Hawaï. Ses qualités semblent avoir séduit les équipes de l'AURA. « Les ingénieurs et les travailleurs d'Amos sont habitués à construire des équipements complexes qui n'ont jamais été réalisés auparavant » déclare Philippe Gilson, CEO d'Amos. Ce projet en est un nouvel et éclatant exemple. Encore une fois, nous avons surmonté les défis techniques pour produire un système qui surpasse les spécifications demandées. Avec ce projet, Amos démontre son expertise dans le domaine des grands télescopes solaires, en plus de ses nombreuses références dans le domaine des télescopes astronomiques. » Basée dans le parc scientifique du Sart Tilman, Amos développe et fabrique, depuis plus de trente ans, des équipements sur mesure, en optique et en mécanique de grande précision, des télescopes professionnels, des systèmes optiques terrestres ou spatiaux, des moyens de tests d'engins spatiaux... Elle occupe aujourd'hui plus de 100 personnes très qualifiées dans les technologies de pointe. En 2016, la société a réalisé un chiffre d'affaires de 18 millions d'euros, dont plus de 90 % à l'exportation.



Universem triple certification et à l'assaut du marché français

Spécialisée dans le marketing digital, **Universem** fait partie du club fermé des cent entreprises au monde à disposer de la triple certification : Google Partner Premier, Analytics Certified Partner et Tag Manager Certified Partner. La société namuroise a pour core business la mise en place de stratégies de marketing digital dans l'objectif de générer du trafic sur un site ou une application pour, in fine, transformer ce flux en clients. Née en 2007 de la rencontre de ses trois cofondateurs au Club des étudiants entrepreneurs de Namur, la start-up réunit trois profils

complémentaires, un spécialiste du marketing, un autre du digital et un analyste de données. Cette alliance réussie s'est avérée également fructueuse. La société compte actuellement près de 30 salariés et affiche une croissance de plus de 40 % ces quatre dernières années.

Aujourd'hui, la société s'étend hors-frontières et se taille une place intéressante sur le marché hexagonal. Simon-Pierre Breuls, l'un des cofondateurs, souhaite aider les sociétés françaises exportatrices en marketing digital. Dans cet objec-

tif, des bureaux ont été ouverts à Paris. Parmi les références d'Universem, de grands comptes (Yves Rocher, Carrefour, MediaMarkt, Mobalpa, Thalys, Unicef), ainsi que des clients du luxe, de la bio-pharma ou de l'e-commerce. Pour ses dix ans, la société s'est hissée à la première place marketing digital en Wallonie. Dernièrement, elle s'est classée à la 350^e place du top 1 000, édité par le Financial Times, des entreprises européennes aux plus fortes croissances entre 2012 et 2015.

LA WALLONIE

BEAUCOUP D'ATOUTS QUELQUES FAIBLESSES



Depuis cet automne, Olivier de Wasseige, 55 ans, est le nouvel administrateur délégué de l'Union wallonne des entreprises, un choix qui semble judicieux à l'heure du virage numérique, cette nouvelle révolution industrielle que nous annoncent les économistes. Licencié et maître en informatique de l'Université de Namur, il a fait toute sa carrière dans ce secteur, chez IBM d'abord puis au sein de sa propre société, Défimedia, créée en 1999.

Pour Olivier de Wasseige, réussir la transformation numérique est un des objectifs majeurs que la Wallonie doit absolument atteindre.

« Internet est encore sous exploité au sein d'un certain nombre d'entreprises wallonnes. Le rôle de l'UWE est de les sensibiliser à travers des formations, des colloques, des séminaires. Dans l'e-commerce, par exemple, la moitié des sites web de vente en ligne identifiés « .be » sont en fait la propriété d'acteurs étrangers. Nous attendons de la nouvelle coalition wallonne qu'elle mette en œuvre le plan numérique et qu'elle consomme avant la fin de la législature, en 2019, le budget de 100 millions prévu, en particulier pour les équipements et les infrastructures THD (très haut débit). »

■ LES LANGUES, LES LANGUES ET ENCORE LES LANGUES

Le défi de l'économie numérique n'est pas la seule préoccupation de la fédération patronale wallonne. Ses responsables le répètent souvent : les entreprises wallonnes sont trop petites.

« Il y a 74.000 entreprises en Wallonie mais 300 seulement comptent plus de 200 employés et la moyenne par entreprise est de 9 travailleurs. Si on veut résoudre le problème de l'emploi qui reste préoccupant, **il faut favoriser la croissance des entreprises et pour une région de seulement 4 millions d'habitants, il n'y a pas 36.000 solutions : il faut exporter plus.** »

Pourquoi n'est-ce pas le cas ?

Sans doute, et c'est une conséquence du passé wallon et de son industrie lourde, parce que nous ne fabriquons pas encore assez de produits finis. Mais ce n'est pas la seule raison. Le Wallon n'est pas un grand voyageur. **Près de la moitié des exportations wallonnes se font vers la France (24%), l'Allemagne (15%) et les Pays-Bas (8%).** Un des objectifs majeurs de l'AWEX est d'encourager les entreprises à se tourner vers la grande exportation. Mais pour cela, la connaissance des langues étrangères est indispensable. En Wallonie, il est très difficile, sinon impossible, de trouver un bon commercial trilingue et pourtant, c'est un job très bien payé.

Je dis donc qu'il est impératif de former les jeunes Wallons à connaître plusieurs langues étrangères. »

■ UN DOUBLE ÉCUEIL : LA FORMATION ET LE COÛT DE L'ÉNERGIE

Voilà qui pose le problème de la formation, une autre préoccupation du patronat wallon.

Depuis des années, de nombreux observateurs stigmatisent les choix des jeunes – ou de leurs parents ! – qui délaissent les filières techniques et professionnelles. Les patrons se plaignent souvent aussi de l'inadéquation entre le contenu des cours techniques et les besoins des entreprises. « 110 profils-métiers doivent être mis en œuvre dans l'enseignement, 20 seulement seront prêts pour la rentrée de septembre 2018. C'est beaucoup trop lent. **Il faut parallèlement développer l'enseignement en alternance.** Des mesures sont heureusement prévues dans le pacte d'excellence, encore faut-il les appliquer. Au niveau du Forem, sur 220.000 de-

mandeurs d'emploi, 10.000 seulement ont été formés aux métiers en pénurie de main d'oeuvre. Il y a vraiment un gros effort à faire dans les différents secteurs de la formation ! »

L'administrateur délégué de l'UWE avance une autre revendication, qui n'est pas neuve, elle concerne le **prix de l'énergie, plus élevé en Wallonie que dans les pays voisins et même qu'en Flandre**. « Le coût de la production d'électricité est le même mais ce qui grève le prix en Wallonie, c'est le transport de l'électricité et les taxes communales et surtout régionales que le gouvernement a imposées pour compenser le coût du photovoltaïque et des certificats verts. La différence de prix par rapport aux régions et pays voisins est de 10 à 15 % et dans certaines entreprises, le prix de l'énergie égale ou dépasse parfois la masse salariale ! Le nouveau gouvernement wallon a décidé de différer une taxe de 180 millions, très bien, mais ce que l'UWE demande, c'est la fixation d'un prix de l'énergie pour les entreprises qui leur permette d'être compétitives par rapport à la concurrence. »

UN FUTUR ENCOURAGEANT POUR L'ÉCONOMIE WALLONNE

Si l'Union wallonne des entreprises réclame des mesures en matière de formation et de prix de l'énergie, elle estime néanmoins que la tendance actuelle est à l'optimisme.

Certaines mesures prises par le gouvernement fédéral - gel de l'index, tax shift et diminution de la fiscalité des entreprises - n'y sont pas étrangères. Les entreprises ont besoin d'un climat de confiance pour investir et recruter. « **Ce qui ressort de l'enquête menée par l'UWE auprès de 300 sociétés dans le cadre du point conjoncturel du second semestre 2017, c'est que l'activité économique wallonne se renforce, les échanges commerciaux progressent au niveau européen**, et ces échanges progressent grâce à l'augmentation du pouvoir d'achat, la confiance des consommateurs et, partant, la consommation sont en croissance. Avec, en plus, la reprise des investissements privés, les perspectives pour l'emploi sont encourageantes.

Le taux de croissance devrait atteindre 1,8 % en 2018. »

« Il faut dire, ajoute l'administrateur délégué, que la Wallonie dispose de nombreux atouts : une situation privilégiée au coeur de l'Europe, un réseau de communication très dense, des entreprises réputées sur le plan international, dont nous cachons trop

souvent les succès, des chefs d'entreprise performants et une main d'oeuvre de qualité, en dépit des remarques formulées plus haut, des universités, des centres de recherches et des chercheurs de haut niveau. Il reste à entretenir un climat social propice au développement économique. Pour nous, la récente proposition de diminuer le temps de travail est proprement imbuvable. Nous ne sommes pas opposés à une certaine modularité mais une réduction linéaire est une aberration. Un climat social apaisé est essentiel. Je parlais plus haut de la taille insuffisante des entreprises wallonnes. Ce n'est pas un hasard si beaucoup de patrons se refusent à dépasser le seuil des 49 employés... »

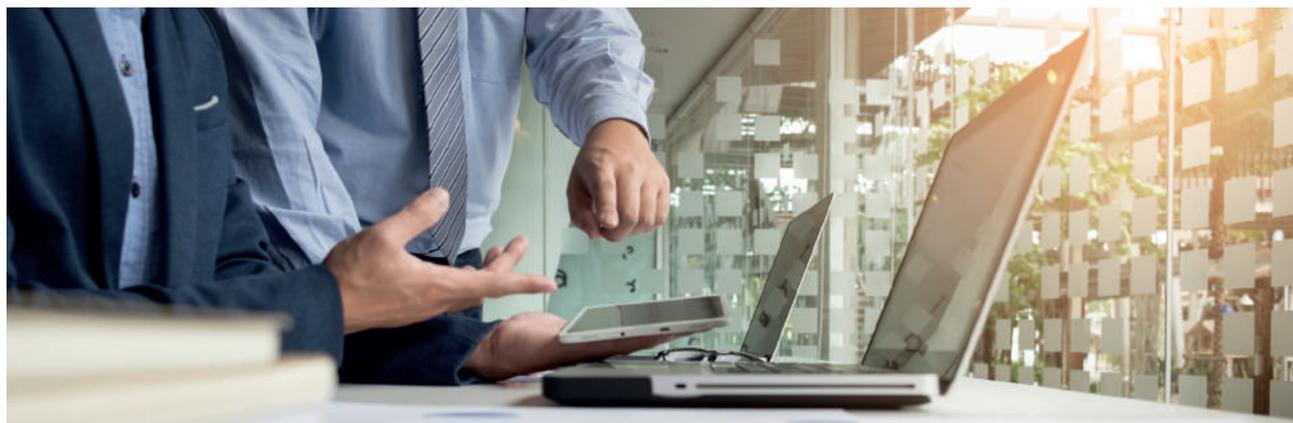
L'ENTREPRISE, CE SONT AVANT TOUT DES FEMMES ET DES HOMMES

Olivier de Wasseige souhaite aussi donner une meilleure image des entreprises et mettre l'accent sur l'aspect humain de cette aventure que sont la création, la gestion et le développement d'une société.

« **L'Union wallonne n'est pas seulement une fédération d'entreprises mais aussi, et surtout, une fédération d'entrepreneurs. Derrière l'activité économique, il y a des êtres humains, patrons et collaborateurs de qualité qui demandent à être reconnus pour ce qu'ils font, en particulier dans les PME qui sont un élément essentiel du renouveau industriel wallon.**

Au sein du conseil d'administration de l'UWE, la part belle est faite aux grandes entreprises, moins aux PME. Il nous appartient de les mettre en valeur afin de susciter des vocations de chef d'entreprise. C'est le bon moment car les mentalités changent. Auparavant, on faisait souvent toute sa carrière dans la même société. Aujourd'hui, les jeunes sont beaucoup plus mobiles. La jeune génération veut être maître de son destin et orienter sa carrière en fonction de ses aspirations. Les jeunes préfèrent aussi l'esprit de collaboration dans le travail plutôt qu'un système hiérarchique strict. Cette nouvelle orientation n'est pas anodine car elle se traduit aussi par une volonté d'entreprendre. Or, ne pas se reposer sur ses acquis, oser prendre des risques pour créer sa propre activité, c'est un service fondamental rendu à la société car, ne l'oublions pas, l'emploi n'existe que parce qu'il y a des entrepreneurs... »

Alain Braibant

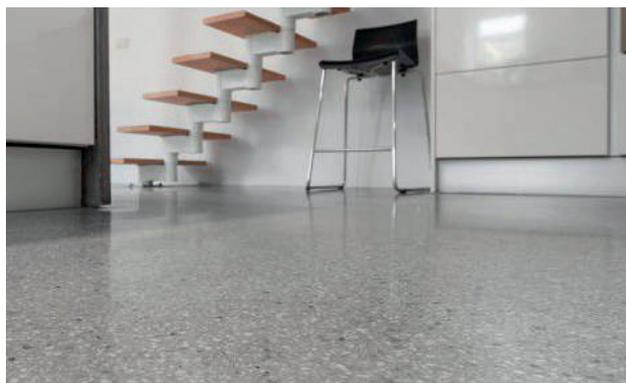




Beal : des Japonais en formation à Fernelmont

La société **Beal International** a accueilli récemment une douzaine de techniciens japonais pour une formation dans la production des enduits. Après le métro de Tokyo voici une dizaine d'années, le sol du Musée d'Art moderne près de Tokyo sera réalisé avec le micro-terrazzo Bealstone, produit à Fernelmont. Depuis plusieurs années, le micro-mortier wallon connaît un succès grandissant au Japon. En 2012, la famille **Thiry-Wahlen**, à la tête de la société depuis 1974 et installée à Fernelmont depuis 1997, décide de retourner au Pays du Soleil-Levant. Beal y exporte principalement deux de ses produits, l'enduit Mortex et le micro-terrazzo Bealstone. Rien d'étonnant donc à ce que des techniciens japonais débarquent en Wallonie pour parfaire leurs connaissances en la matière. « Le savoir-faire made in Belgium est un élément-clé de cette formation », souligne Véronique Wahlen, administratrice déléguée de Beal International. Même si les Japonais sont des enduiseurs chevronnés, ils viennent ici pour connaître les nouvelles techniques. Notre nouvel enduit revisite les granitos et les terrazzos des années 1925 et 1960. »

Depuis 2013, Beal a le vent en poupe au Japon. Le chiffre d'affaires est en constante augmentation sur ce marché, avec 50 % de croissance chaque année et des prévisions de 100 % pour 2017. Les professionnels japonais ont une grande confiance dans ces produits wallons. « S'ils viennent acheter nos produits, c'est parce qu'ils ne trouvent pas la même qualité dans leur pays. Voici une dizaine d'années, nous avons participé à la réfection du métro de Tokyo. Notre entreprise a également été choisie pour refaire, dès cet automne, le sol du Musée d'Art moderne MOMA, à 50 km de Tokyo, dont l'architecte est un disciple de Le Corbusier. » D'autres endroits, comme le Starbucks de Tokyo ont également opté pour la société wallonne pour les revêtements des comptoirs et des sols. Beal va poursuivre son développement avec, en 2018, une extension de la surface de stock et de fabrication (3 000 m²), un nouveau showroom agrandi et un doublement de la surface des bureaux.



Le WAN un contrat avec le Collège de l'Aviation civile de Téhéran

Suite à sa participation à un stand de l'Awex sur un salon aéronautique en Iran, voici trois ans, le **WAN (Wallonia Aerotraining Network)**, le Centre wallon de compétence dans le domaine de l'aéronautique, a signé un partenariat avec le Collège de l'Aviation civile de Téhéran. Des formateurs techniques wallons sont sur place pour organiser cours et examens. En 2018, d'autres iront assurer des formations pour le personnel navigant de cabine. Pour officialiser ce partenariat, un événement vient d'avoir lieu à l'Ambassade de Belgique à Téhéran. Y participaient les autorités aéronautiques iraniennes, le Collège technique avec lequel le WAN a signé la convention et l'**ambassadeur de Belgique, François Delhaye**. « Souvent, les personnes sont formées aux normes nationales, mais pas aux normes européennes. Comme le WAN est doté d'un agrément reconnu par les autorités aéronautiques belges et européennes (ESA), nous sommes habilités à les octroyer. Il existe très peu de modèles comme notre centre où sont rassemblés à la fois un département technique, pour les industries, et un département aéroportuaire, pour les compagnies aériennes. Nous prospectons pour nous faire connaître et pouvoir organiser ces cours et certifications. »

Le WAN est un réseau de ressources de formation en aéronautique et aérotechnique, un centre de formations de bases techniques et commerciales disposant de ressources propres, mises à la disposition des entreprises et des organismes de formation du réseau. Il collabore avec les entreprises du secteur, leurs partenaires sociaux, les aéroports, l'enseignement et les formations. Il s'adresse aux travailleurs, aux jeunes, aux étudiants, aux demandeurs d'emploi, aux enseignants et au personnel militaire.

ITALIE

LE NORD
GAGNANT

Région parmi les **plus riches d'Europe**, l'Italie du nord, forte d'un réseau dense d'entreprises dynamiques et innovantes, présente des **opportunités pour des entreprises wallonnes** de secteurs porteurs à haute valeur ajoutée. Même si le marché reste difficile, les **exportateurs wallons y ont toutes leurs chances**.

L'Italie, 60 millions d'habitants en 2017, est un pays à deux vitesses. De par sa nature géographique et culturelle, elle présente des disparités régionales qui se répercutent également sur le monde des affaires. Le fossé séparant le nord du sud ne cesse de se creuser, à tel point que la fracture de la Péninsule n'a d'équivalent dans aucun autre pays européen. Le nord fait partie des régions les plus riches d'Europe avec un PIB équivalent à celui de l'Allemagne, alors que le PIB du sud correspond à celui du Portugal. Le taux de chômage dans le nord est d'environ 8 % contre 20 % en moyenne dans les régions méridionales. En 2014, 130 000 nouveaux emplois ont été créés dans le nord, en même temps que le sud en a perdu 45 000.

UN RÉSEAU DENSE DE PME FAMILIALES

L'industrie est le moteur principal de l'économie italienne. Celle-ci est caractérisée par un réseau très dense de PME dynamiques, dotées d'une belle souplesse et d'une grande capacité d'adaptation. Ces entreprises, familiales pour la plupart, sont spécialisées dans une production particulière et situées dans une même zone géographique. Regroupées au sein de districts industriels spécialisés, elles sont organisées en réseaux. A la différence des parcs, les districts, comme les pôles de compétitivité wallons, sont focalisés autour de thématiques bien précises, variant selon les régions et rassemblant des petites et grandes entreprises, des laboratoires

de recherche et des parcs technologiques. Les districts se caractérisent par une forte ouverture au progrès technique, une production ciblée et sur-mesure. Ils concentrent une part importante de leur activité à l'exportation.

En Italie, l'industrie est un secteur créateur de nombreux emplois qualifiés, souvent parmi les mieux rémunérés. Les entreprises italiennes doivent redoubler d'efforts pour innover et rester compétitives dans un secteur en confrontation directe avec ses voisines européennes et touchées par les délocalisations. L'industrie consacre donc la plupart de ses efforts à la recherche. Elle assure aussi 78 % des revenus issus des exportations, qui servent à financer les importations de biens et de services. Le modèle italien démontre qu'une économie ne repose pas nécessairement sur de grandes entreprises. Le savoir-faire et la solidarité de petites entreprises rendent possibles l'exportation de produits de haute qualité dans le monde entier.

Cependant, suite à la crise financière, l'ensemble de l'activité industrielle des pays européens a connu un déclin important. Ces dernières années, l'Italie a perdu 30 % de parts de marché dans le commerce international. Le modèle des districts industriels a montré ses limites et le pays a dû se tourner vers de nouvelles solutions pour rester compétitif. Des mesures ont été mises en place pour encourager les banques à investir dans les PME



L'Italie est le quatrième fournisseur de la Wallonie avec 3,6 % du total des importations en 2016. Elles s'élevaient à près de 3 milliards d'euros. Les principaux secteurs d'importation sont les produits des industries chimiques (51,3 %), les machines et équipements mécaniques, électriques et électroniques (11,7 %) et du matériel de transport (7,4 %).

LE NORD, DYNAMIQUE ET ATTRACTIF

Le nord de l'Italie peut être subdivisé entre deux grandes régions. D'une part, le nord-ouest avec la Lombardie et Milan pour capitale, le Piémont avec Turin, et la Ligurie avec Gênes. Cette région se caractérise par une forte présence de grands groupes industriels et un PIB de 31 400 euros par habitant, l'un des plus élevés d'Europe. D'autre part, le nord-est avec la Vénétie et Venise pour capitale, et l'Emilie-Romagne avec Bologne. De manière générale, le nord de l'Italie est industriel, riche, actif, dynamique et dominé par le secteur privé. Ainsi, la plupart des centrales d'achat et des coopératives s'y trouvent. Dans cette région, les PME industrielles sont essentiellement familiales et les districts les regroupant nombreux.

LA LOMBARDIE, FINANCE, DESIGN ET MODE

Avec ses 10 millions d'habitants, soit 16,5 % du total de la population italienne, la Lombardie se place parmi les régions les plus attractives au monde, surtout depuis l'Exposition universelle de 2015. Son PIB, de 350 milliards d'euros, représente 23 % du PIB national. A elle seule, la Lombardie accueille 18,4 % des entreprises actives dans le pays. La bourse et les grandes banques ont leur siège à Milan, la capitale économique du pays. Il en est de même pour les grands groupes internationaux tous secteurs confondus, de l'industrie à la finance, en passant par le design et la mode. La région de la Lombardie rassemble de nombreuses associations d'entreprises, sociétés financières et instituts de crédits. Elle compte trois districts, les biotechnologies, les TIC et les nouveaux matériaux. Les objectifs affichés sont ambitieux avec la valorisation de la recherche et des politiques de recherche, les transferts de technologies, le développement des réseaux et des plateformes technologiques et le développement de nouveaux matériaux (céramiques, composites).

L'EMILIE-ROMAGNE, HIGH-MECH ET PACKAGING VALLEY

Autre région gagnante, l'Emilie-Romagne. Son district High-tech a pour objectif le développement d'infrastructures de R&D pour les systèmes de mécanique intelligente. Cette ambition est fondée sur des processus innovants et le développement de laboratoires de recherche en réseau pour le secteur mécanique. Les acteurs sont le MIUR (Ministère de l'Instruction, de l'Université et de la Recherche), la Région, les universités de Bologne, de Modène, de Reggio-Emilia, de Ferrare et de Parme, le CNR (Conseil national de la recherche), le ENEA (Agence nationale pour les nouvelles technologies, l'énergie et l'économie du développement durable) et l'INFM (Institut pour la physique des matériaux).

Aux alentours de Bologne, les réussites sont nombreuses. La concentration d'entreprises actives dans le domaine de l'emballage est telle que le périmètre de quelques cent kilomètres autour de Bologne a été baptisé « Packaging Valley ». Le secteur affiche une croissance régulière et les exportations à destination des pays BRICS (Brésil, Russie, Inde, Chine) se sont accrues de 260 % ces dernières années. Le « modèle émilien » désigne un système économique différent, basé sur la coopération et la solidarité. Si, autrefois, l'industrie de la région tournait autour de la production de la soie, aujourd'hui, elle est dédiée à la mise en boîte de café, de thé, de cigarettes, de produits cosmétiques, etc. Les carnets de commandes des entreprises spécialisées dans la fabrication de machines d'emballage sont pleins et les exportations en croissance constante.



FAIRE SES PREMIERS PAS BUSINESS DANS LA BOTTE ET Y RÉUSSIR

EN PRÉAMBULE

Veillez à identifier précisément la position de votre interlocuteur au sein de son entreprise, tout en gardant à l'esprit qu'en Italie plus qu'ailleurs, la structure des entreprises, même grandes, est souvent familiale. Même s'ils feront généralement le maximum pour faciliter la communication, la plupart des opérateurs italiens sont peu polyglottes, si ce n'est au sein des grandes entreprises ou des entreprises à haute valeur technologique. De plus, l'anglais (et même souvent l'allemand, surtout dans le nord du pays) a supplanté le français comme seconde langue parlée des Italiens.

PREMIÈRE APPROCHE.

Sauf événement de prestige, les décideurs italiens se déplacent rarement, excepté pour les grands salons qui concernent leur secteur, qu'ils soient internationaux, nationaux, ou régionaux. Aussi est-il fortement recommandé aux entrepreneurs wallons de visiter au préalable les principaux salons professionnels de leur secteur afin de se rendre compte des divers aspects mis en évidence. En cas de participation et étant donné la taille imposante de certains salons, il est conseillé d'assurer un certain nombre de rendez-vous sur stand et de démarcher certains exposants. Quant à l'approche par le biais d'une mission de prospection individuelle, elle devra être bien planifiée en temps utile, de préférence en collaboration avec un représentant de l'Awex sur place.

VOTRE INTERLOCUTEUR

Son attitude variera fortement en fonction de sa (votre) position de demandeur ou de solliciteur. Mettez bien en évidence les avantages (techniques, économiques et commerciaux, en matière d'innovation, etc.) de votre offre, surtout s'ils sont de nature

à le favoriser par rapport à ses concurrents, et de la répéter de manière adéquate.

La langue. La littérature technique ou commerciale devra idéalement être rédigée en italien. Si ce n'est pas possible, une documentation en anglais peut être présentée avec, éventuellement, un tiré-à-part ou résumé en italien.

PREMIER RENDEZ-VOUS

Veillez à reconfirmer vos rendez-vous et à être ponctuel. Convenez d'un ordre du jour, même succinct. Utilisez évidemment la forme polie si vous parlez italien et adressez-vous à votre interlocuteur en mentionnant son titre éventuel.

Rendez-vous suivants. Dans une relation d'affaires suivie, le formalisme s'atténuera, voire disparaîtra, en fonction de la personnalité de votre client. Veillez toujours à un suivi de vos contacts et engagements, qu'ils soient irréprochables. Maintenez un niveau élevé pour vos produits, livrés dans un délai raisonnable, et pour les services connexes (emballages, transport, etc.).

CONVIVALITÉ

Les Italiens aiment inviter leurs relations à dîner, généralement dans un restaurant de spécialités locales. Même dans les cas de réunions d'affaires, il n'est pas rare que des aspects extérieurs soient évoqués, surtout en petit comité. Dans ces occasions, faites montre de vos valeurs, d'esprit de souplesse, d'élégance dans l'humour, d'empathie et de respect pour la langue, la culture et l'histoire de l'Italie, ainsi que pour les particularismes locaux. Et évitez les thèmes susceptibles de heurter la fierté nationale ou régionale de votre interlocuteur.

LES ATTRAITS DE L'ITALIE DU NORD POUR LES EXPORTATEURS WALLONS



AGROALIMENTAIRE

Ce secteur continue à progresser en matière d'importations. « Les Italiens sont de plus en plus ouverts aux produits gourmets étrangers. C'est le cas, par exemple, du foie gras, introuvable il y a quelques années encore. Autre opportunité pour les exportateurs, les produits spécifiques destinés à des catégories particulières de personnes (obèses, allergiques, sportifs, etc.). En matière de produits de grande consommation, l'Italie achète de grandes quantités de légumes surgelés et de viande bovine et porcine via de grands groupes d'achats situés dans le nord. »



SANTÉ

Les Italiens sont sans cesse à la recherche de nouveaux dispositifs médicaux innovants et technologiques. « L'un des centres du cyclotron est installé à Trente, dans le nord. La demande est forte concernant des équipements techniques pour hôpitaux, des dispositifs électro-médicaux et des dispositifs médicaux implantables. En outre, étant donné le vieillissement général de la population, certains sous-secteurs sont particulièrement prisés. C'est le cas des dispositifs neurologiques, des dispositifs médicaux liés aux traitements des maladies cardiovasculaires et des prothèses. Tout ce qui tourne autour de la Silver Economy est d'actualité et représente de plus en plus une opportunité. »



TIC

Les dispositifs mobiles via smartphones font fureur. « Les applications rencontrant le plus de succès sont celles du commerce en ligne, de la publicité mobile, la mobilité dans l'entreprise, le paiement en ligne et les objets connectés. Les Italiens ont fini par adopter le commerce en ligne. En 2016, le taux de croissance des achats en ligne a augmenté de 16 %. »

A la pointe dans de nombreux secteurs, l'Italie du nord a bien des atouts pour les exportateurs wallons. « *La proximité géographique de l'Italie, et plus encore de l'Italie du nord, et la forte attente en matière de coopération et de partenariats représentent une véritable opportunité de développement pour les entreprises wallonnes* », souligne Cécile Flagothier, attachée économique et commerciale de l'Awex à Milan.

Les exportateurs wallons ont tout intérêt à présenter des produits et des services qui soient à la fois innovants et de niche. Mais dans quels secteurs précisément ?



MODE

L'Italie compte nombre de grands créateurs et maisons de mode. WBDM était à nouveau présente, et pour la troisième fois, à la fashion week de Milan en septembre dernier, avec un salon collectif au salon White pour la présentation de cinq créateurs de mode. White Milano se positionne depuis quelques années comme le salon italien dédié au design de mode d'avant-garde.



DESIGN

L'agence Wallonie Bruxelles Design Mode (WBDM) est présente en Italie via une collectivité à Satellite, le salon des jeunes designers à la Foire de Milan. Depuis dix ans, elle est également présente au Fuorisalone, un parcours d'expositions à travers la ville de Milan pendant la Design Week aux éditions de laquelle l'agence a toujours participé depuis sa création en 2006. « La Wallonie compte de très bons designers et ceux-ci rencontrent pas mal de succès en Italie, pays de design. »

INNOVER SANS CESSER, ET VITE !



« Car il faut aller vite. Pour rester compétitif sur le marché international, il faut sans cesse innover. L'objectif est de lancer chaque année entre 10 et 30 nouveaux produits. Il faut aussi accepter de « se planter » »

Marc Van Den Neste entre en 1991 à Cockerill-Sambre, à Charleroi, sous contrat SMAF, « service militaire à faire » puis, pendant qu'il est sous les drapeaux, il est employé à 1/4 temps sous contrat SMEC, « service militaire en cours ». Il travaille à l'aciérie de Marcinelle.

Une fois ses obligations militaires remplies, il est engagé à temps plein dans l'entreprise sidérurgique où il devient responsable de production de l'aciérie électrique. Il y reste jusqu'en 1999. Près

de vingt ans plus tard, il a un avis bien tranché sur l'avenir de la sidérurgie dans nos contrées : « La sidérurgie à chaud telle qu'on l'a connue en Wallonie ou dans le nord de la France, c'est terminé au profit de la sidérurgie maritime. Et la sidérurgie à froid, implantée à l'intérieur des terres comme à Liège, elle ne pourra subsister qu'à condition d'innover sans cesse dans de nouveaux produits ou de nouveaux procédés. C'est le cas aussi du pôle inox de Charleroi. D'où l'importance des centres de recherches comme le Centre

de Recherches Métallurgiques de Liège. »
Recherche et innovation : ses deux mots préférés sont prononcés ! On y reviendra.

LE RETOUR DU SOLEIL LEVANT

Au début des années deux mille, lassé d'une certaine routine, Marc Van Den Neste change d'orientation. Il se tourne vers l'industrie du verre et entre chez Glaverbel comme chercheur dans les secteurs des matériaux réfractaires et de la soudure céramique.

C'est l'époque où le géant verrier belge passe définitivement sous contrôle japonais. En 2003, AGC - Asahi Glass Company- devient propriétaire à 100 % de Glaverbel qui en 2007 est rebaptisé AGC Glass Europe.

Asahi signifie « soleil levant » et c'est avec l'aide de verriers wallons que le groupe japonais s'est lancé dans le verre au début du XX^{ème} siècle. Cent ans plus tard, juste retour, le soleil levant a étendu ses rayons jusqu'en Wallonie.

En 1988, Glaverbel, propriété partielle d'AGC depuis 1981, décide de se développer en Europe occidentale mais le 9 novembre 1989, c'est la chute du Mur de Berlin. Les années nonante sont celles du « Grand Tournant » pour les démocraties populaires du bloc soviétique. En 1991, Glaverbel réalise le premier rachat d'une entreprise tchécoslovaque, bien avant la reprise de Skoda par VW. L'expertise des verriers de Bohême est bien connue et Glaverbel s'en empare en rachetant le verrier national Sklo-Union. Sklo signifie verre en tchèque. Opération poursuivie en 1997 avec la reprise du premier verrier russe. Ensuite, en 1998, ce sont les filiales françaises et italiennes de l'américain PPG qui passent sous pavillon belge. C'est donc un groupe bien structuré qui aboutit dans l'escarcelle japonaise en 2003.

Aujourd'hui, AGC occupe 2900 personnes en Belgique, dont 2000 en Wallonie, dans les régions de Namur et Charleroi et à Hannut, en Hesbaye liégeoise. Ses grands débouchés sont l'automobile, la construction, le solaire, les transports (trains, trams, bateaux), l'électroménager et les écrans tactiles.

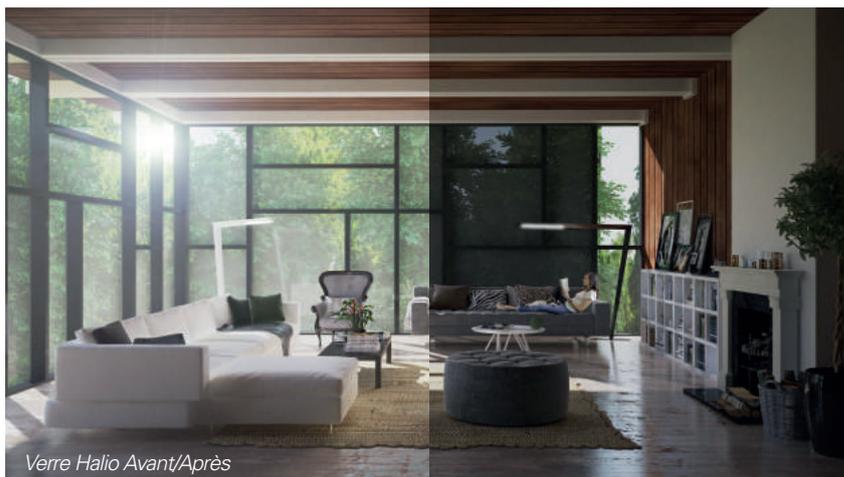
AGC est le premier groupe verrier mondial. Sur le Vieux-Continent, AGC Glass Europe est certes devancé par son concurrent français, Saint-Gobain, mais est leader dans des pays comme la Russie, la République tchèque ou l'Italie.

C'est dans ce groupe intelligemment réparti dans trois zones géographiques - Japon/Asie, Europe et Amérique - que Marc Van Den Neste a pu donner le meilleur de lui-même.

IN-NO-VA-TION

Devenu rapidement chef de service puis directeur du centre de recherche implanté depuis 2014 à l'aéroport de Gosselies, il est aujourd'hui le CTO (Chief Technical Officer) de la division Building & Industrial Glass Company qui rassemble au niveau mondial toutes les activités d'AGC liées à la construction.

Marc Van Den Neste passe un tiers de son temps au Japon. Il veut en effet inculquer dans l'ensemble du groupe la même culture de la créativité et de l'innovation, un esprit « start up » et le sens de la collaboration entre les différentes unités de recherche, parfois très éloignées les unes des autres. Comme il l'expliquait dans un entretien chez le consultant InnoVaTech, « AGC est un gros bateau solide qui résiste bien aux tempêtes mais il pivote lentement. A la R&D, on crée de petits bateaux, plus maniables, et on y loge nos équipes. Car il faut aller vite. Pour rester compétitif sur le marché international, il faut sans cesse innover. L'objectif est de lancer chaque année entre 10 et 30 nouveaux produits. Il faut aussi accepter de « se planter ». **Pour les capital-risqueurs californiens que j'ai eu l'occasion de rencontrer, il y a deux bonnes décisions : conduire un projet vers la réussite et arrêter un projet qui va dans le mur. Et de tirer des enseignements de cet échec.** « C'est en se plantant qu'on crée ses racines », une phrase que je n'ai jamais



oubliée, prononcée par un élève d'une école que je connais bien.

UN VERRE INTELLIGENT

Le secteur « Building & Industrial Glass » est en pleine expansion car la mode est de plus en plus au verre dans la construction. « Grâce à la recherche et à l'innovation, nous produisons des verres qui renforcent sans cesse leurs propriétés en termes d'isolation thermique et acoustique, protection solaire, résistance, esthétique et durabilité. On peut aussi le rendre plus « intelligent » comme c'est le cas avec le projet Halio. »

« Halio est un verre capable de passer du clair à l'obscur sur simple impulsion électrique. Sa transmission lumineuse peut à la demande laisser passer de 0,1 % à 70 % de lumière. Il peut être programmé en fonction des conditions climatiques, de l'horaire d'occupation d'un local ou de la position du soleil. »

L'APPORT DES PÔLES DE COMPÉTITIVITÉ WALLONS

Un grand nombre de ces innovations naissent dans le nouveau centre de recherches de Building & Industrial Glass de Gosselies. Pour Marc Van den Neste, le choix de la région de Charleroi, berceau de l'industrie verrière en Wallonie, était une évidence.

« D'autant plus que l'investissement de 30 millions d'euros a été financé à hauteur de 8,9 millions par la Région wallonne qui a voulu ainsi démontrer toute l'importance qu'elle accorde à la recherche et à

l'innovation pour son renouveau industriel. De son côté, AGC est très impliqué dans les pôles de compétitivité mis en place par le Plan Marshall. Dans Mécattech, où nous avons mené un projet de 23 millions avec ArcelorMittal et plus de 20 autres partenaires sur les différents revêtements qui peuvent être appliqués sur le verre, et dans Greenwin, le pôle de la chimie et des matériaux durables dans lequel les fournisseurs de matériaux sont très souvent à l'origine des innovations. »

« Un aspect particulièrement essentiel des pôles, c'est l'obligation de synergie entre grandes entreprises, PME, universités et centres de recherches. Le rôle des universités est capital et les grandes entreprises peuvent prendre les PME sous leur aile dans toute une série de problèmes, administratifs notamment. La mise en réseau est aussi très positive. Par exemple, par un procédé de vitrage sous vide, nous avons mis au point un verre aussi isolant qu'un mur bien isolé avec la transparence en plus. Encore fallait-il que les châssis soient d'égale valeur isolante. Grâce au pôle, nous avons pu réaliser les tests avec une petite entreprise de châssis et fenêtres de la province du Luxembourg, Pierret Systèmes. »

« Incontestablement, la création des pôles est une réussite mais, à mon avis, ils pourraient être encore plus efficaces si on regroupait leur gestion dans une seule entité, une sorte de « monopôle ». En réduisant les structures, on pourrait consacrer encore plus de moyens à la recherche et à l'innovation, indispensables si l'on veut assurer l'avenir industriel de notre région. »

Alain Braibant

RUSSIE

CAP À L'EST



ÉCLAIRCIE DANS LE CIEL **RUSSE**

Tout ne va pas pour le mieux, mais le plus dur est passé. Et la reprise est même manifeste dans un certain nombre de secteurs. Tel est le constat des opérateurs et experts sur la situation de l'économie russe en cet automne 2017. En marge des innombrables soubresauts de la politique internationale qui impliquent Moscou, la croissance du pays devrait d'établir cette année autour de 1,8%.

Après une période de récession, l'économie russe repart de l'avant à la veille de la présidentielle de mars 2018. Une reprise contrastée qui ne touche pas tous les secteurs, mais donne de l'espoir aux exportateurs vers ce pays

■ REDRESSEMENT MACRO-ÉCONOMIQUE

Même si les derniers chiffres trimestriels ont été un peu moins bons qu'attendus, la plupart des économistes et les institutions internationales ont, ces derniers mois, relevé leurs prévisions pour 2017 et même 2018 qui sera une année électorale avec la réélection attendue de Vladimir Poutine en mars. C'est le cas de la Commission européenne qui table désormais sur un PIB en progrès cette année de 1,7% contre 1,2% jusque-là, puis un niveau de croissance de 1,6% en 2018. «Après avoir absorbé de nombreux chocs, l'économie russe montre désormais une certaine résilience même si elle doit encore se réformer en profondeur», note pour sa part Ludovic Subran, chef économiste d'Euler Hermes qui table même sur 1,9% de croissance en 2018 ! Pour **Pierric Bonnard**, directeur du bureau russe de **Business France**, «la situation économique reste médiocre et encore loin de retrouver les niveaux d'activité du début de la décennie, mais depuis le début de l'année 2017, il y a eu clairement une stabilisation puis une reprise d'activité». Exemple les ventes d'automobiles progressent depuis le début d'année :+11% à fin octobre... mais cela après qu'elles aient plongé de moitié depuis 2013, à 1,4 million d'unités en 2016. De fait, la Russie vient de traverser sa pire crise depuis celle de 1998 avec un recul de son PIB de près de 3% en deux ans. Un phénomène dû d'une part au prix de l'énergie et d'autre part aux sanctions occidentales et contre-sanctions russes liées à la crise ukrainienne. L'effondrement du prix du pétrole en 2014 a pour sa part mis à mal la balance commerciale de la Russie qui reste le deuxième exportateur mondial d'or noir, ainsi que ses comptes publics.

■ INFLATION MAÎTRISÉE ET RESTRUCTURATION BANCAIRE

Le rouble très corrélé au pétrole a chuté de moitié entre 2014 et 2016. Cette dépréciation monétaire a eu pour effet d'alimenter l'inflation et de faire plonger les importations d'environ 40%. Mais, signe de redressement, la monnaie russe, après un pic face au dollar en février 2016, reste désormais assez fermement fixée autour de 60 roubles pour un dollar, avec même une marge d'appréciation. Les analystes de BNP-Paribas tablent par exemple sur un niveau de 62 roubles pour un dollar pour la fin 2018. Sous

Pierric Bonnard
Directeur du bureau russe de **Business France**



l'effet du regain économique, mais aussi de ce raffermissement du rouble, les importations russes repartent -timidement- à la hausse depuis un peu plus d'un an. Durant cette période troublée, le Kremlin au-delà de quelques mesures de relance (par exemple l'augmentation des retraites) a voulu tenir les grands équilibres macro-économiques. Une politique ferme conduite d'une main de fer par Elvira Nabiullina, gouverneur de la Banque centrale de la Fédération de Russie.

Cela s'est traduit par une forte restructuration bancaire (97 banques ont été fermées en 2016) ou même des nationalisations. La politique monétaire très stricte reste, quant à elle, axée sur la lutte contre l'inflation avec un taux directeur élevé qui affecte directement le crédit au BTP ou aux ventes de voitures et autres biens durables. « Entre le taux du crédit et l'inflation, les Russes en moyenne ont perdu un quart de leur pouvoir d'achat », estime Pierrick Bonnard de Business France. Culminant à 17,5% fin 2014, ce taux directeur s'est toutefois fortement détendu depuis.

La banque centrale vient encore de le baisser d'un quart de point fin octobre à 8,25% de quoi donner à terme un peu d'air à l'immobilier et à la consommation. D'autant que cette politique monétaire de faucon a eu des effets très marqués sur l'inflation, désormais maîtrisée. Celle-ci est passée de 15,5% en 2014 à moins

de 4% cette année. « Un niveau d'inflation inédit depuis la fin de l'ère soviétique, ce qui est de nature à aider à la reprise d'activité », estime **David Lasfargue**, avocat d'affaires à Moscou au cabinet Jeantet et administrateur de la Chambre de commerce et d'industrie franco-russe. Ludovic Subran d'Euler Hermes juge que le taux directeur pourrait tendre vers 7% fin 2018, et marquer un pas de plus vers la normalisation de l'économie.

■ ATTRAIT PERSISTANT POUR LES PRODUITS FRANÇAIS

Car pour les exportateurs, les sanctions et la crise économique ont interrompu ou désorganisé les échanges dans de nombreux domaines. L'agro-alimentaire, avec les hautes technologies (biens à double usage notamment), reste le secteur plus affecté. Mais la baisse du rouble a aussi rendu non compétitifs, de nombreux produits comme par exemple les pièces et composants automobiles. Témoignage de ces difficultés, les exportations françaises hors aéronautique sont passées, entre 2014 et 2016, de 6,6 milliards d'euros à seulement 3,8 milliards d'euros. Une glissade qui a désormais pris fin. Depuis le début d'année, nos exportations, tous secteurs confondus, se sont stabilisées à environ 1,3 milliard d'euros par trimestre et devraient s'afficher globalement en hausse sur l'exercice 2017. « Il y a toujours un fort attrait pour les produits européens et notamment français qui bénéficient d'une très bonne image », témoigne Pierrick Bonnard qui poursuit « nous espérons que la stabilisation économique va permettre de relancer nos échanges vers la Russie. D'ailleurs depuis quelques mois, nous notons un regain d'intérêt des entreprises françaises pour ce marché, y compris des Pme et Ets ».

■ LES ENTREPRISES FRANÇAISES RÉINVESTISSENT

Du côté des investissements directs, les entreprises françaises restent très présentes en Russie avec un stock d'investissements d'environ 20 milliards d'euros. L'Oréal, Schneider, PSA, Michelin, Lactalis, Vinci, Danone, et bien sûr Renault avec Avtovaz/Lada... on ne compte pas les opérateurs tricolores opérant sur le marché russe, dans l'industrie mais aussi la distribution. Le groupe Mulliez avec ses différentes enseignes notamment Auchan et Leroy Merlin est même un des principaux opérateurs du pays. « Aucune des grandes entreprises présentes en Russie avec des filiales n'est sortie du pays. C'est remarquable », indique Pierrick Bonnard de Business France. Passé le plus fort de la crise, certaines ont même amplifié leur présence sur place. Ainsi Renault s'est renforcé en décembre 2016 au capital du constructeur Avtovaz dont il détient désormais la majorité aux cotés d'institutionnels russes. « Avec une population de 144 millions d'habitants, les perspectives de l'économie russe à moyen terme restent porteuses et la baisse du rouble a sensiblement baissé le coût des investissements. Certains voient désormais une fenêtre d'opportunité », analyse Ludovic Subran. L'Oréal qui réalise plus de 600 millions d'euros de chiffres d'affaires en Russie a achevé cet été un investissement de 30 millions d'euros pour le doublement de son usine de Kalouga dans des lignes de produits de soins de la peau. De même, le groupe électrotechnique Legrand vient juste de lancer un nouvel investissement dans son usine d'Oulianovsk sur les bords de la Volga.

■ OPPORTUNITÉS DANS LE MADE IN RUSSIA

La période troublée que vient de traverser le pays s'est traduite au plan intérieur par une forte volonté des autorités de favoriser le « Made in Russia », une reconquête du marché intérieur à laquelle les entreprises étrangères peuvent participer. Car si la Russie a des relations politiques tendues avec nombre de ses partenaires occidentaux, « business is business » et les autorités jusqu'ici ont veillé à ne pas mélanger les genres. « Pour les affaires économiques courantes, on ne note pas de discriminations, au contraire, vis à vis des entreprises étrangères qui veulent investir en Russie et apporter leur savoir-faire », estime David Lasfargue, de Jeantet. Une tendance notable par exemple dans le secteur des filières agricoles, les composants automobiles, les énergies renouvelables ou encore l'équipement de la maison. « Il y a là des opportunités à saisir et certaines entreprises françaises en pointe sur ces technologies le comprennent, notamment dans l'industrie agro-alimentaire qui a un très fort potentiel pour le marché intérieur russe », indique Pierrick Bonnard. Car note Johanna Melka, économiste chez BNP-Paribas « le secteur de la consommation devrait être le principal moteur de la croissance dans les 18 mois qui viennent ».

Avec, cerise sur le gâteau les retombées de la Coupe du monde de football qui se tiendra du 14 juin au 15 juillet prochain. A commencer par les pelouses : sur les douze stades de la compétition, cinq seront revêtus d'un gazon « made in France » !

Pierre-Olivier Rouaud



David Lasfargue
Avocat d'affaires à Moscou au cabinet Jeantet

LA RUSSIE

UN PAYS D'OPPORTUNITÉS

« Sortie de récession fin 2016, la Russie est sur le chemin de la croissance, un pays consommateur qui, malgré les sanctions et contre-sanctions, a la volonté de faire ré-investir les Occidentaux ainsi que de se ré-industrialiser » commente **Amaury Vildrac**, Directeur associé du **Groupe Dualest**.



Amaury Vildrac

Dualest présente, pour les entreprises françaises, l'avantage d'être implanté à Moscou depuis 1991. Le groupe, fort d'une équipe locale, est composé d'une trentaine de personnes, proches des entreprises russes, qui vivent les événements et les comportements au jour le jour, sous la direction de son fondateur, Guillaume Dubuis. Et Amaury Vildrac d'en profiter pour signaler que les équipes mixtes, Français et Russes, fonctionnent très bien. « On se comprend facilement » dit-il avec satisfaction.

LES RECOMMANDATIONS POUR RÉUSSIR EN RUSSIE

Il existe des Zones Economiques Spéciales à Moscou et dans sa périphérie. Ne pas négliger aussi les ZES d'autres régions plus lointaines. Il y sera plus facile de travailler car l'administration est plus souple que dans la capitale. Ces zones ont aussi l'avantage de réagir avec un certain décalage par rapport aux tendances

et aux effets de mode de Moscou. Elles offrent aussi des avantages non négligeables : aides financières, viabilisation, prêts bancaires.

Ceci dit, il est très important de proposer des produits à forte valeur ajoutée. Ils adorent les produits nouveaux et différenciants, mais surtout ne pas se dire qu'on va faire un coup d'essai. Viser le moyen et long terme. Savoir aussi que dans leur majorité, les produits doivent être certifiés auprès d'une société faisant partie de l'UEEA, l'Union Economique Eurasiatique, une certification largement inspirée des normes européennes qui permet de travailler aussi sur la Biélorussie, le Kazakhstan, l'Arménie et le Kirghizistan, des territoires qui regorgent de ressources minérales et agricoles.

Les Russes investissent dans l'industrialisation. Ils se mettent à produire pour la consommation locale. Et quand ils sont obligés d'importer, ils privilégient plutôt les produits européens de très bonne qualité. L'Italie, la France, l'Allemagne sont

26 fois la France, 11 fuseaux horaires, 13 villesmillionnaires, 144 millions d'habitants dont les 3/4 vit dans les villes, un taux de chômage de moins de 5 %. Une nouveauté qui traduit la volonté de Vladimir Poutine : un développement du Far East, au delà de l'Oural avec Vladivostok où le Président compte attirer les investissements des entreprises françaises.

synonymes de qualité aussi bien pour tous les gros équipements industriels que pour les produits de luxe
- Ils sont très connectés et donc très intéressés par les sites marchands. Les ventes par correspondance explosent
- On compte quelque 500 banques en Russie, encore que beaucoup ferment, mais la Société Générale, le CIC et la BNP sont très présentes.

LES CONSEILS AUX EXPORTATEURS

- Il faut savoir évoluer dans un univers complexe. Rien n'est carré. En premier lieu, être malléable et adaptable
- Etre extrêmement réactif, envoyer instantanément les documents demandés. Par contre, la notion du temps est très différente de la nôtre et leur délais de réponse ne sont pas immédiats. Aussi ne pas s'étonner entre autres si vos rendez-vous sont décalés !
- Le bouche à oreilles fonctionne très bien, mais pas forcément sur les mêmes réseaux que nous.
- Avancer prudemment, ne pas signer d'emblée un contrat d'exclusivité et ne pas oublier de vérifier la solvabilité de son correspondant
- Ne pas oublier que nos produits, d'autant qu'ils sont considérés de haute qualité, nécessitent un packaging adapté.
- Les Russes sont chaleureux, l'aspect humain dans le business est très important. Mais, privilégier le face à face, ne pas imaginer qu'on va négocier par mail ou par téléphone
- Enfin, petit détail qui a son importance : la Russie a décidé de rester à l'heure d'hiver en permanence...

Nicole Hoffmeister

LE MARCHÉ OÙ IL FAUT SAVOIR TROUVER SA NICHE

Sophie Lanfranchi

« Je parle russe couramment, je me sens à l'aise dans le milieu des affaires russes mais je suis française, ce sont mes grands avantages et ce qui me permet de cultiver des relations de confiance »



« Avant la crise, on voyait des entreprises qui débarquaient le nez au vent, en quête d'un new business. Les Pme reviennent sur le marché et elles réussissent d'une autre façon et ce sont plutôt des anciens clients qui reviennent. Il faut bien dire que le marché est moins facile mais pour les entreprises françaises qui sont créatives et ingénieuses, il y a beaucoup de niches, que, seul, un spécialiste installé sur place peut repérer » explique **Sophie Lanfranchi**, directeur commercial du **Groupe Dualest**, qui regrette cependant que les journalistes aient tendance à noircir les choses concernant la conduite des affaires en Russie.

« Ce sont plutôt les anciens clients qui reviennent, ceux qui avaient été présents sur le marché, soit indépendamment, soit à travers un distributeur exclusif et qui ont perdu leurs parts de marché parce qu'ils n'ont pas pris le temps d'analyser un certain nombre de paramètres » reconnaît-elle. Par exemple, il est bien certain que l'embargo existe pour les produits alimentaires mais il suffit de détecter les ingrédients qui ne font pas partie de la liste de produits sous embargo et qui

sont appréciés des Russes pour entamer des relations de business. Ils ont toujours besoin de produits qu'ils ne trouveront pas sur place, quand ils veulent fabriquer eux-mêmes. Le sel en est un exemple. De même pour les produits laitiers, sous embargo. Mais on peut exporter des produits sans lactose du fait qu'ils sont destinés à l'alimentation infantile. Même raisonnement pour les pommes de terre qu'on ne peut plus exporter, mais par contre, rien n'interdit d'exporter les semences...Il suffit de réfléchir et se dire que les Russes auront toujours besoin de produits qu'ils ne trouveront pas sur place.

« De fait, il y a toujours ici beaucoup de produits français. Vaisselle, vins, alcools, chaussures haut de gamme ne sont pas sous embargo. Par chance, les Russes sont toujours avides de découvertes. Les produits nouveaux sont recherchés mais l'entreprise française ne doit pas oublier d'évaluer le positionnement du produit en prenant en compte les coûts de transport. Et puis, il n'y a pas que le luxe et l'agroalimentaire, les produits industriels méritent aussi que les entreprises se déplacent et viennent à la rencontre de leurs

futurs partenaires. Dans les domaines techniques, nous parlerons plutôt de collaborations, de transferts de savoir-faire, de production locale en propre ». Sophie Lanfranchi est à l'aise avec tous les pays de la CEI et ses 23 ans dans le groupe à Moscou font qu'elle n'est pas avare de ses conseils, mais qu'elle insiste pour que les Pme viennent avec elle sur place pour cultiver les relations et prendre des contacts personnels.

« Je parle russe couramment, je parcours le marché depuis plusieurs dizaines d'années, aussi je sais donner confiance à nos interlocuteurs russes et de plus, en prenant des contacts personnels avec chacun de nos clients, je déchiffre les besoins et peux intervenir au fur et à mesure de l'évolution du business, donner une idée sur la faisabilité d'une opération et les coûts à appliquer ».

Nicole Hoffmeister

GUILLAUME DUBUIS LANCE LE CONCEPT DES BOUTIQUES AROMA DÉCOR



C'est il y a 27 ans que **Guillaume Dubuis** s'est installé à Moscou, créant une société de conseil pour les exportateurs français. Petit à petit, les entreprises étant demandeuses de diagnostics, études, accompagnement sur le marché, la société Dualest a pris naissance, spécialisée à cette époque dans le secteur de la peinture et de la décoration, devenant Groupe Dualest avec l'arrivée d'une trentaine de collaborateurs et l'extension des secteurs servis.

La dernière innovation de Guillaume Dubuis est une réussite. Il lance le concept Boutique **Aroma Décor**.

Le concept plaît beaucoup et permet de passer le frein de la distribution. En fait il s'agit d'organiser une représentation active et la vente de produits haut de gamme appartenant à l'univers de la maison, de la décoration, des parfums d'ambiance. Guillaume Dubuis prend en représentation des sociétés haut de gamme, dans l'ensemble des entreprises du patrimoine vivant, estimant avoir la clientèle correspondantes. « Les Russes sont toujours avides de découvertes, les produits de niche nouveaux et luxueux les séduisent »



LE CONCEPT AROMATIKASHOP

Aromatikashop met en scène des boutiques et corners de 10 à 25 m² dans des malls régionaux, présentant un assortiment plus réduit et un choix de produits plus fonctionnels pour un développement de la fragrance maison dans les régions Russes.

- 4 boutiques existantes à Vladivostok (rachat d'un partenaire local)

- Développement d'un concept de Franchise qui s'appuie sur l'expérience des 4 boutiques existantes.

Sur 2018, Guillaume Dubuis souhaite ouvrir 2 boutiques Aromatikashop en propre à Moscou. Il aimerait créer un réseau d'une vingtaine de franchises régionales

Nicole Hoffmeister



LES BOUTIQUES AROMA DECOR.

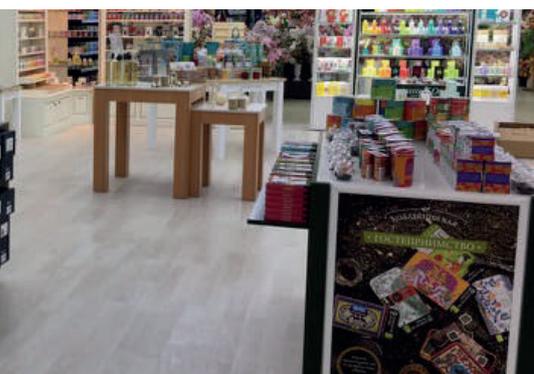
Un concept de shop in shop ou encore d'une boutique séparée dans des malls, spécialisée parfums maison, Marques Lampe Berger, Esteban Paris parfum, Yankee Candle, Plantes et parfum de Provence, Terre d'Oc et d'autres à venir...les espaces vont de 30 à 80 m².

Actuellement, il existe :

- 1 boutique dans le Centre commercial TSVETNOY - Jeune, branché, Bobo
- 3 boutiques dans les centre commerciaux TVOI DOM en périphérie de la ville (Novy Riga, Mitishi, Crocus)

En cours d'ouverture :

- 2 boutiques en périphérie.
- 2 boutiques en centre-ville (Centre commercial Evropeisky et Modny season)
- 4 projets de nouvelles ouvertures sur 2018



60% À L'EXPORT POUR UNE PME SI TECHNIQUE QU'ELLE EST UNIQUE EN FRANCE



Sophie Martino

« Voilà maintenant 11 ans que nous avons repris avec mon frère, l'entreprise créée par mon grand-père Mon frère, Eric, s'occupe du développement technique et moi de la gestion de la société et du développement ».

Sophie Martino l'avoue : « Notre force est que nous sommes toujours en développement commercial. Nous concevons beaucoup de moutons à 5 pattes en fonction des besoins des clients ». **Lamy Rheology** est le premier fabricant français de viscosimètres et de rhéomètres, des appareils de mesures utilisés par les laboratoires et les industries aussi variées que la cosmétique, la pharmacie, la chimie, l'agroalimentaire, la peinture, les solvants, et tant d'autres... « Les produits de la société sont si techniques que Lamy n'a pas de concurrents en France mais un seul

concurrent américain. Il tient 80% du marché à seul et devient notre stimulant pour chercher à s'imposer et à lui prendre des parts de marché... »

Sophie Martino est une battante de la race des optimistes. L'export représente 60% de son chiffre d'affaires. Elle exporte ses appareils partout dans le monde : Inde, Brésil, Chine, Indonésie, Turquie et partout en Europe dans des secteurs variés, puisque ses appareils sont utiles pour contrôler la viscosité ou analyser la texture de si nombreux produits

Seul, le marché russe que Sophie Martino a abordé il y a 5 ans lui a paru difficile, voire impossible d'accès sans accompagnement. « On ne peut pas l'attaquer sans se faire aider, notamment pour obtenir la Powerka, l'attestation de certification. C'est à ce moment-là que j'ai commencé à miser sur un partenariat avec Dualest. C'est Sophie Lanfranchi, implantée depuis toujours à Moscou et spécialiste du développement commercial pour Dua-

lest qui m'a dirigée, conseillée, accompagnée. Pour la première mission, on a fait ensemble une quinzaine de rendez-vous. Il en est ressorti 3 ou 4 clients. Comme je ne pratique que l'anglais, j'ai pu me rendre compte combien c'était important d'être accompagné par un spécialiste établi en Russie, parlant russe et connaissant non seulement le milieu des affaires, mais les us et coutumes. Dualest, grâce à sa présence permanente en Russie a pu par la suite tout au long de ces 5 années et jusqu' à présent être une interface de qualité et très efficace entre nos importateurs et/ou clients finaux afin de prolonger le business et développer nos parts de marché sur la Russie et l'Union Eurasiatique. « C'est bien grâce à ces partenaires et à la qualité de leur relationnel avec les Russes que nous avons pu entretenir des relations de confiance avec nos clients et à proscrire le one-shot qui est à déconseiller sur ce marché » reconnaît Sophie Martino.

Nicole Hoffmeister

Rhéomètre



Viscosimètre



Viscosimètre portable



Analyseur de textures



COMMENT **LIMITER** **LE RISQUE DE PAIEMENT EN RUSSIE**

En phase de reprise, le marché russe en dépit d'un contexte géopolitique tendu suscite à niveau l'intérêt des exportateurs. Encore faut-il prendre des précautions pour limiter le risque de paiement.

*Ludovic Subran,
chef économiste d'Euler Hermes*



« Depuis le début de l'année 2017, il y a eu clairement une stabilisation puis une reprise d'activité »

Facile de faire des affaires en Russie ? Pas vraiment, mais ce marché n'est pas pour autant le cauchemar que certains décrivent. L'environnement des affaires s'y est même amélioré. La Russie est classée cette année 35^{ème} sur 190 pays au Doing Business de la Banque mondiale, soit peu ou prou le niveau du Japon, quand en 2012, elle pointait à la... 120^{ème} place. En matière de corruption, en dépit d'un très mauvais score récemment attribué

par Transparency (131^è sur 176 pays), les experts estiment que les choses se sont améliorées ces dernières années, surtout pour le secteur privé. En pratique, la préoccupation majeure des exportateurs demeure le paiement. Cela s'explique d'une part, car le régime des sanctions a compliqué les opérations de « trade finance » et d'autre part du fait des caractéristiques propres du marché russe. Petit tour d'horizon.

1/ S'INFORMER AVANT TOUT

Il convient d'opter pour la prudence avant de se lancer en Russie, notamment pour les opérations d'exportation, n'impliquant pas d'autres actifs autre que ses marchandises.

Il est toujours tentant d'honorer une commande après une rencontre cordiale sur un salon en Europe avec une entreprise russe. Le bon sens prévaut : on ne fait pas des affaires avec n'importe qui ! « En Russie, le renseignement commercial est la base d'une solide relation commerciale. Pour limiter le risque d'impayés, il convient de s'informer sur son client, l'antériorité de l'entreprise, ses actifs ou filiales et bien sûr, ses états financiers », appuie Gabriel Prévost, manager grands comptes, département des risques de l'assureur crédit Atradius.

Pour cela, les sources sont multiples. Les services de renseignements commerciaux sont bien établis en Russie avec des entreprises étrangères type Dunn & Bradstreet ou russes (United Credit Bureau...).

Business France compte aussi un bureau d'une trentaine de personnes à Moscou ainsi qu'une antenne à St-Petersbourg.

Cette structure peut aider un exportateur à cerner un prospect. Autre source utile, la Chambre de commerce et d'industrie franco-russe. Basée à Moscou, elle compte 450 membres dont toutes les grandes entreprises françaises en Russie. La section Russie des Conseillers du Commerce Extérieur de la France peut être aussi mise à profit pour des conseils, voire du renseignement de réputation de base. Les assureurs crédit Coface, Euler Hermes et Atradius pour leur part ont des cellules d'analyse en Russie et peuvent proposer ce service avec renseignements détaillés et mesure du risque crédit à leurs clients. Le risque Russie est noté C (échelle de A à E) par la Coface et C également (6 niveaux de AA à D) par Euler Hermes. En terme de météo du risque, « la période de crise s'est traduite par un allongement des délais de paiement et une augmentation des sinistres », explique **Ludovic Subran**, chef économiste d'**Euler Hermes**.

Chez Atradius, on fait état d'une détente du risque de crédit en début d'année... mais d'un regain de tension depuis l'été, avec une alerte particulière sur des secteurs comme le commerce de détail.

2/ ETABLIR DES BASES JURIDIQUES SOLIDES

Règle de bon sens, il convient d'éviter les formules de type CGV. « Il faut faire l'effort d'établir un contrat par un juriste ou un avocat, traduit en russe et détaillant les obligations de parties et tenant compte des spécificités du droit russe », conseille l'avocat d'affaires David Lasfargue, directeur de Jeantet Russie. Celui-ci sera facilement accepté par les tribunaux russes.

On peut choisir par contrat la compétence d'un tribunal hors de Russie mais les chances de reconnaissance par une cour russe en cas de litige sont quasi nulles. Attention aussi de veiller à cerner la partie russe avec le numéro d'enregistrement national de l'entreprise ou son

numéro fiscal, ainsi que d'identifier le dirigeant portant la signature, ce point étant source de fréquents litiges. A noter que si le rouble est convertible, les opérations d'import-export nécessitent un « passeport de transactions » officiel.

L'arbitrage national ou international est accepté comme mode de règlement des différents commerciaux. On peut donc inclure une clause compromissoire dans les contrats ou y recourir pour rechercher un compromis après un litige. A ce titre, par exemple, la Chambre de commerce et d'industrie franco-russe dispose d'une instance de médiation et d'arbitrage.

On peut s'appuyer sur toute cour d'arbitrage internationale (ICC...) ou nationale (ICAC...) reconnue, mais en cas d'issue favorable, le titre exécutoire devra être validé par un juge russe. Attention ! La réglementation des cours d'arbitrage nationales a changé cette année avec un nouveau système d'autorisation administrative. Bien vérifier avant de choisir une instance d'arbitrage qu'elle est autorisée ! Enfin, si estime Gabriel Prévost d'Atradius le droit des créanciers s'est plutôt amélioré ces dernières années à la faveur d'évolutions réglementaires », les taux de recouvrement moyens sont faibles, en général inférieurs à 50%.

3/ RECHERCHER DES GARANTIES

Le contexte politique, le risque de crédit ou la simple prudence conduisent nombre d'exportateurs à prendre des précautions. Pratique assez courante, beaucoup demandent à leurs clients le paiement à l'avance, ou au moins un acompte conséquent ; par exemple la moitié d'une facture. Par ailleurs, le nantissement ou les hypothèques sont autorisés par le droit russe, mais ces procédures sont complexes. Le crédit documentaire peut-être une solution moins lourde. Une clause de réserve de propriété si elle conforme au droit russe, peut-être utile en cas d'une défaillance du client.

Bref, en la matière, tout est affaire de négociation et d'analyse du risque : « on peut mettre en place des formules où le paiement s'effectue pour partie à l'avance et est couvert pour le reste par une formule d'assurance-crédit », indique Gabriel Prévost d'Atradius.

Les grands assureurs crédit Coface, Atradius, Euler Hermes opèrent tous sur le marché russe. Il est possible d'assurer son risque client moyennant une prime ou un contrat global. En la matière, le risque russe est évalué en haut de la moyenne par ces assureurs, le niveau des primes

étant établi en conséquence avec des tarifs très variables autour de 0,5% du chiffre d'affaires.

Tout autre point, certains opérateurs proposent des transactions via des filiales offshores. Si les contrats sont bien rédigés, cette solution peut être étudiée, mais elle crée des circuits complexes en cas de litige. De plus le fisc ou les douanes russes sont très suspicieux sur ces montages proches de sociétés-écrans. Des garanties sur les actifs ou les comptes d'une filiale installée en France ou en Europe d'un client russe si elle existe sont par contre plus simples.

4/ BIEN CHOISIR SA BANQUE

Pour le primo exportateur, la relation avec le système bancaire peut être complexe. Les banques russes traversent une crise liée à la récession passée, la hausse des taux et la plongée du rouble. Des dizaines de banques ont disparu ou sont sous perfusion (Otkrytié et Binbank récemment). Il convient de s'informer avant d'établir une relation bancaire.

Par ailleurs, dans le cadre du régime des sanctions occidentales, notamment des règlement de 2014 les opérations avec certaines banques dont Sberbank, la plus grosse du pays semblent interdites. Attention, cette mesure ne s'impose que pour les opérations à moyen et long terme, les textes précisent bien que les activités d'import-export ne sont pas soumises à cette

interdiction. « Les entreprises notamment les PME ont souvent une perception erronée de ces dispositions. Le droit commun est celui de l'autorisation, et ce, sans démarche particulière », précise David Lasfargue de Jeantet Russie.

Cette mauvaise interprétation vient pour une part du réseau bancaire français. Des exportateurs se voient parfois affirmer par leur agence locale que le commerce avec la Russie est quasi impossible. Ce qui est faux.

Quoiqu'il en soit, il faut compter avec la prudence, souvent zélée, des banques françaises. Celles-ci ont été traumatisées par l'amende record infligée par les Etats-Unis à BNP-Paribas pour des opérations avec l'Iran. « Sur la Russie, il a une tendance

à l'over compliance » par les banques au vu des risques pour elles. Cela peut compliquer les opérations », indique Pierrick Bonnard de directeur de Business France Russie. A la Société générale, groupe très présent en Russie via sa filiale Rosbank, une des plus grandes banques du pays, on se défend « nous respectons scrupuleusement la réglementation mais hors cette réserve, nous restons très engagés avec nos clients français en matière de « trade finance vers la Russie », indique-t-on au siège de la Défense, « c'est même une activité plutôt en croissance ces derniers mois ».

LES 6 CLÉS DU SUCCÈS POUR ABORDER LE MARCHÉ RUSSE GRÂCE AU DIGITAL

Evgeniya Goryachkina
Chef de Projet, société EXPORT'EASE



Le monde du commerce international est actuellement en pleine mutation grâce aux opportunités offertes par le développement technologique dans la transmission d'informations. Bien qu'Internet existe depuis plus de 20 ans, nos utilisations en termes d'échanges cross-border sont relativement récentes et restent

souvent réservées aux grandes entreprises internationales. Néanmoins, de plus en plus de PME françaises se voient emprunter ce chemin pour réussir leur internationalisation sans forcément passer par la voie classique de distribution physique via un importateur local. La présence de gros acteurs comme Amazon, Alibaba, ou encore eBay est souvent une solution à des problématiques logistiques et marketing et une porte d'entrée sur un marché concret.

Le marché russe, étant historiquement soumis à différentes fluctuations et crises cycliques dues à la conjoncture économique du pays, reste attractif pour les PME françaises. Export'ease est spécialisée dans l'accompagnement commercial et marketing sur ce marché depuis 12 ans. Nous observons certaines tendances à prendre en compte pour faire des affaires en Russie.

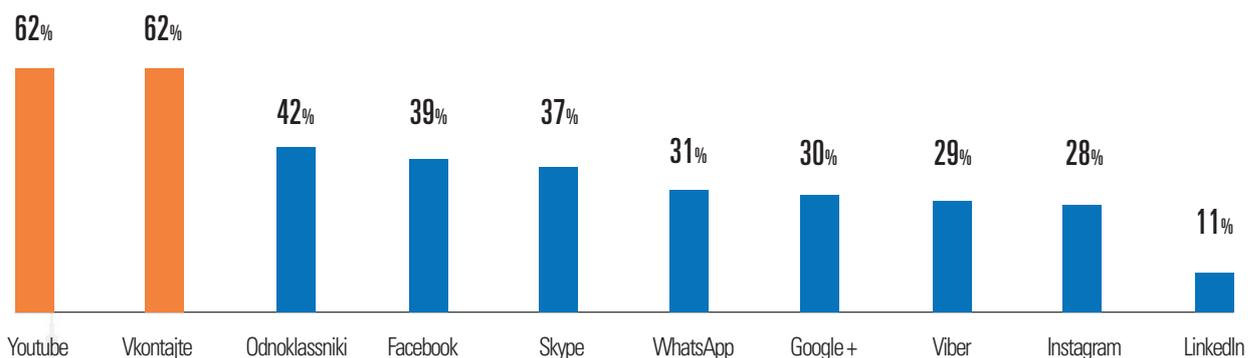
Le marché russe est très protectionniste, mais toujours intéressé par les produits étrangers et notamment français. Il s'agit ici de trouver de nouveaux accès et de nouvelles associations qui permettrait d'ouvrir les portes. D'après le rapport de « Ecommerce Foundation », la Russie fait

partie de 10 premiers pays en termes de volume de ventes en ligne dans le domaine du B2C avec une pénétration d'Internet de plus de 50%.

La Russie est le 4^{ème} marché européen de e-commerce après la Grande Bretagne, la France et l'Allemagne. Son chiffre d'affaires a atteint en 2015 environ 23 milliards de dollars et continue à croître. Parmi 85,8 millions d'internautes russes, 30 millions sont des acheteurs on-line actifs (50 millions en 2016) avec un panier moyen de 760 dollars par personne en 2015. Les secteurs les plus populaires auprès des e-acheteurs concernent les vêtements, l'IT, les chaussures, le lifestyle, les médias et télécom, la maison et le jardin, la santé et les produits de beauté.

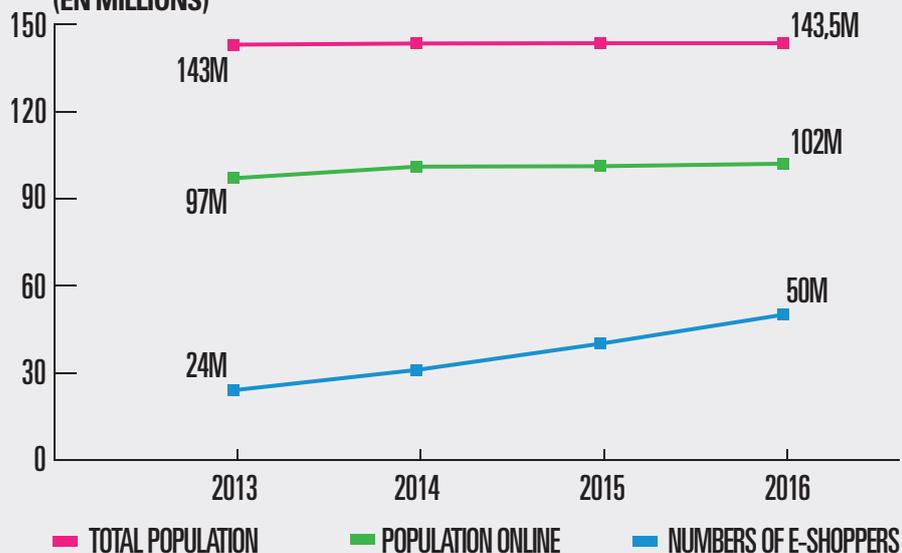
En 2015, 30% de la population a effectué son achat au moins une fois sur un site étranger. Le « Ecommerce Foundation » parle d'une augmentation de 73% des achats cross-border des internautes russes. C'est une tendance importante à prendre en compte quand on estime le volume du marché de e-commerce en Russie et les opportunités d'affaires qu'il représente.

FACEBOOK & VKONTAKTE LEADER DES RESEAUX SOCIAUX EN RUSSIE



50% DE LA POPULATION RUSSE ACHÈTE EN LIGNE

(EN MILLIONS)



Construisez une véritable stratégie digitale en amont du lancement de votre projet de développement en Russie et traduisez-la en plan d'actions clair, précis et bien défini dans le temps.

Les outils digitaux sont au service des entreprises à toutes les étapes de leur internationalisation. Export'ease a accompagné le groupe Gérard Perrier Industrie dans le recrutement de personnel - développeur informatique dans le domaine agro-alimentaire en Ukraine et en Russie. L'offre d'emploi a été traduite en Russe et mise en ligne sur les réseaux sociaux locaux et internationaux, ainsi que sur les sites spécialisés de recrutement dans le domaine informatique. Une fois les candidatures collectées, nous avons présélectionné les personnes correspondant à l'ensemble des critères requis pour le poste et avons assuré les premiers entretiens d'embauche via Skype. Après un entretien en face-à-face, une personne de profil parfaitement adapté au poste a pu être recrutée. Dans ce cas le processus de recrutement a été accéléré et facilité grâce à la maîtrise des différents outils de communication digitale.

Assurez-vous au préalable de bien comprendre le comportement d'achat des Russes en ligne, à savoir quel est leur parcours d'achat on-line/off-line (sur Internet/ en boutique).

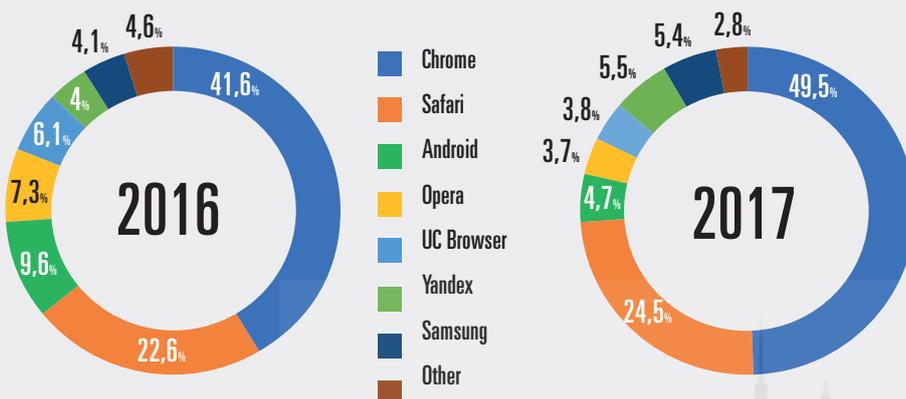
Soyez vigilants à la législation et aux tendances protectionnistes : le stockage de données personnelles des Russes en dehors du territoire de la Russie est interdit. Cette pratique peut être sanctionnée. L'histoire de LinkedIn en est une preuve la plus parlante.

Travaillez votre référencement naturel en langue russe. Votre référencement sur Google est important, mais Google Chrome n'est utilisé qu'à 52,4% en 2017, 13% restant la part du moteur de recherche russe - Yandex.

Entourez-vous des partenaires, tels que les marketplaces russes (Aliexpress.ru, Ozon.ru, Eldorado.ru, etc.) ou les bloggeurs influents sur les réseaux sociaux. Ils maîtrisent les bonnes pratiques du marché et connaissent leur cibles acheteurs.

N'oubliez pas d'assurer votre présence sur les réseaux sociaux. Parmi eux, Youtube et Vkontakte (le réseau social russe) restent les plus utilisés (62%), Facebook arrive en 4ème position (39%), Instagram - en 9ème (28%). Créer sa communauté autour d'une image de marque est indispensable. Les internautes russes sont à la recherche de produits naturels, de fabrication artisanale, d'une marque qui raconte une histoire, qui donne du sens à un acte d'achat dans les domaines de cosmétique, bijoux, décoration d'intérieur, notamment. Il s'agit de créer une véritable expérience utilisateur.

INTERNET BROWSERS : MOBILE





CRÉ
ER

Guillaume Gibault, **Le Slip Français**



RÉIN
VENTER

Céline Lazorthes, **Leetchi**

Salon des
Entrepreneurs

7 > 8 fév. 2018 Palais des Congrès **PARIS**



OS
ER

Sandra Le Grand, **Yapuka.org**



INNO
VER

Stéphane Darcel, **Move & Rent**



Un événement



#SDE2018

Informations & inscriptions sur salondesentrepreneurs.com

0 820 012 112 Service 0,12 € / min + prix appel

« POUR PÉNÉTRER LE MARCHÉ RUSSE, IL FAUT PRENDRE SON TEMPS ! »

Situé à Corbas, près de Lyon, **Tecofi** fabrique et commercialise des appareils de robinetterie industrielle pour l'installation dans les domaines de l'eau, du traitement de l'eau, de la chimie, de l'industrie et du pétrole. Tecofi a réalisé en 2016 un CA de trois millions d'euros dont 75% à l'international dans 80 pays dont la Russie. Un pays dans lequel la société a investi depuis 1997. **Daniel Strazzeri**, son président, nous livre ses expériences sur ce marché.



Daniel Strazzeri

Daniel Strazzeri, comment l'aventure russe de Tecofi a-t-elle débuté ?

« Nous avons fait les premières actions sur ce marché en 1997. En fait, une société amie participait à un salon à Almaty au Kazakhstan et nous les avons accompagnés pour approcher cette région que nous ne connaissions pas et nous avons constaté que tous les flux commerciaux venaient de Moscou. Nous avons donc décidé de continuer notre action commerciale en Russie en participant à des salons à Moscou.

Quels efforts avez-vous dû engager pour vous développer sur ce marché ?

« En 2014, le rouble s'est effondré »

À cette époque, la Russie se considérait comme le centre du monde au même titre que les USA et peu d'interlocuteurs parlaient anglais. Nous avons donc dû réaliser tous nos documents et tarifs en russe. Nous avons aussi identifié que tous les produits livrés en Russie devaient obtenir la certification GOST, permettant le passage aux frontières et l'installation du

matériel. Ce fut un investissement important à l'époque pour notre société.

Depuis 20 ans, vous avez traversé de très nombreuses crises, comme celle, récemment en Ukraine. Quelles leçons tirez-vous de ces différentes expériences ?

En 2014, la crise ukrainienne impliquant la Russie a débuté. Cette crise, mais surtout, la chute du baril de pétrole, ont généré une nouvelle crise économique forte en Russie. Le rouble s'est effondré. Nos distributeurs ont eu de grosses difficultés pour faire leurs importations. Bien que la robinetterie industrielle ne soit pas soumise à embargo comme l'ont été les produits agro-alimentaires, nous avons donc pu continuer à livrer notre production mais celle-ci a été brutalement divisée par 2 en 1 an. Tecofi a dû mettre en place un plan de développement pour dynamiser l'activité sur tous les autres marchés et ceci nous a permis de maintenir notre CA sur les années 2015 et en augmentation sur l'année 2016. On peut tirer de ces expériences que c'est parfois dans les périodes de crise qu'on arrive à s'implanter sur un marché, et que lorsqu'on attend que tous les indicateurs soient dans le vert, on n'a peut-être plus besoin de nous !

Que doit savoir une entreprise française qui désire exporter vers la Russie avant de se lancer dans l'aventure russe ?

La Russie est un marché difficile à pénétrer commercialement, déjà les entreprises allemandes sont historiquement fortement présentes sur le marché russe ainsi que les entreprises italiennes, espagnoles, européennes... la France est

bien perçue par les interlocuteurs russes, l'image est bonne. Ils aiment la France mais ils travaillent avec les Allemands ! C'est un marché à très gros potentiel (150 millions d'habitants), beaucoup de projets et beaucoup de besoins sur ce marché. Cependant, la confiance est difficile à obtenir de la part des partenaires russes, la documentation en russe obligatoire, certification, sachant que les organismes financiers sont encore très frileux avec la Russie. Les transactions financières ont même généré des contrôles administratifs au plus fort de la crise.

Vous êtes devenu en l'espace de vingt ans, un expert du marché russe, quels conseils donneriez-vous aux entrepreneurs qui souhaitent se tourner vers ce marché ?

Je ne peux que conseiller aux entreprises de s'intéresser à ce marché maintenant en étant bien conscientes que le ticket d'entrée est onéreux. Ce n'est pas un marché facile et il demande beaucoup d'efforts ; le retour à attendre nécessite également un délai suffisant. Il faut savoir aussi s'entourer de collaborateurs d'origine et de langue russes, avec l'état d'esprit russe, différent du nôtre. Il faut aussi rappeler que lorsqu'on maîtrise la façon de travailler sur ce marché on s'ouvre aussi sur tous les pays de l'ex CEI (Kazakhstan, Biélorussie, ...) qui seront des pays à fort développement dans les années à venir.

Propos recueillis par Marc Ezrati



LES OPPORTUNITÉS DU MARCHÉ RUSSE ET DE LA ZONE EURASIATIQUE

LES AVIS DES SPÉCIALISTES DU GROUPE SALVEO

Plus de 6 000 PME et ETI exportatrice qui souhaitent s'implanter de manière commerciale ou industrielle dans de nouveaux pays ont fait appel à **Salveo**. Notre couverture géographique est mondiale. Depuis bientôt 30 ans nos clients font appel à nous pour bénéficier d'un appui opérationnel dans le marché russe. Sécuriser leurs implantations et opérations au quotidien, augmenter les ventes, trouver de nouveaux clients, mettre en place une stratégie de développement international... Et ce – dans 45 pays les plus dynamiques de la planète.

Q: *Comment se porte la Russie dans le contexte des sanctions ?*

Les sanctions, lorsqu'elles ont été mises en place en 2014 puis renforcées en 2017, ont fait du mal surtout au secteur bancaire et indirectement aux grands projets d'infrastructures (liés aux gros financements). A l'heure actuelle le pays a pris l'habitude de fonctionner dans un environnement de sanctions – ainsi qu'avec un baril à 50-60 USD. En dépit des prévisions des experts internationaux, la croissance en Russie reprend et la principale cause est bien l'augmentation de la demande intérieure du pays. 2% en 2017 et pour les années à venir. La Russie a donc réellement passé le creux de la vague. Les avis de nombreux de nos clients sont sans appel – le business reprend et cette tendance est stable.

Q: *S'agissant de ces sanctions, quels sont les entreprises françaises concernées ?*

Les sanctions envers la Russie portent sur :

- Le secteur défense et biens à double usage (militaire/civil)
- Le secteur pétrolier et gazier (technologies de pointe)

- Le secteur bancaire
- Tout investissement ou participation en Crimée
- Une liste de personnes proches du Président Poutine

Toute entreprise européenne et à fortiori américaine risque de très lourdes amendes en cas d'acte de commerce avec des personnes physiques ou morales figurant sur les listes de bannissement.

Il convient de noter que les entreprises européennes sont particulièrement victimes des contre-sanctions implémentées par la Russie dans les secteurs suivants :

- La viande, volaille, poisson et fruits de mer et produits dérivés qui en contiennent
- Le lait et produits laitiers
- Les fruits et légumes frais, noix, noisettes et autres fruits à coque

Contrairement aux idées préconçues, de nombreux produits alimentaires peuvent cependant toujours être exportés. Ainsi, biscuits et pâtisseries, plats cuisinés sans viande ou poisson, ingrédients pour l'industrie alimentaire (toujours s'ils ne contiennent pas de produits sous embargo) trouvent en Russie de larges débouchés.

Le contexte de sanctions ainsi que le nationalisme économique russe en découlant ont favorisé la croissance de certains secteurs de l'économie. De belle opportunités existent donc notamment dans le secteur de l'agriculture (matériel, équipement, technologies, semences) et le secteur de l'élevage en particulier.

Q: *Quel impact ont les sanctions sur les risques de paiement ?*

Après les lourdes amendes infligées au secteur bancaire européen en général et français en particulier, les banquiers sont très vigilants sur l'ensemble des transactions avec la Russie. Même pour des petits montants des due diligences / études d'honorabilité sont demandées pour justifier que le règlement en question ne concerne pas un produit ou entreprise sous sanction. Nombre de nos clients nous ont sollicités pour procéder à ces études.

Sous la menace des amendes nous constatons que les banques font de « l'over-compliance » et en demandent souvent bien plus que ce que la loi impose.

Ceci dit, une fois les due diligences et vérifications d'usage effectuées, les transactions peuvent être effectuées sans difficultés.

Q: Quid du secteur de la santé ?

Regardons de plus près le secteur pharmaceutique et celui des dispositifs médicaux. Le secteur pharmaceutique connaît une croissance constante de 14-15% par an. A 70% c'est un marché dominé par l'importation. Ceux qui se posent encore des questions s'ils ont une place sur ce marché doivent savoir que 80% des importations proviennent de France et d'Allemagne. Les importations sont 14 fois plus élevées que les exportations !

Il existe un programme de développement de l'industrie pharmaceutique russe qui annonce des investissements dans des équipements de pointe, le développement des produits russes innovants, l'amélioration de la compétitivité et du potentiel export de la filière, la formation, la substitution des importations des médicaments de première nécessité.

Là aussi le nationalisme russe pousse à la localisation de la production en Russie. Les acteurs internationaux sont clairement incités à produire local. De nombreux avantages sont offerts à ceux qui veulent s'implanter : accès préférentiel aux appels d'offre publics, avantages fiscaux, foncier à prix bradé, prise en charge des coûts de raccordement, facilités administratives. Des services dédiés sont en effet mis en place dans une grande partie des Administrations des différentes régions. Des parcs industriels avec des infrastructures déjà existantes poussent comme des champignons à travers tout le pays. Les différentes régions sont clairement à la chasse à l'investisseur étranger et pas que dans le secteur pharmaceutique. En pratique, il ne faut pas hésiter à les mettre en compétition pour négocier de meilleures conditions.

Il n'en reste pas moins que derrière cette belle façade visant à attirer les investisseurs, le vrai terrain russe demeure complexe et les projets d'implantation doivent être encadrés par des équipes rompues aux pratiques du business dans ce pays.

Pour conclure sur la pharmacie, ce marché est de plus en plus orienté vers les génériques, pour des questions de coût évidemment.

S'agissant du secteur des dispositifs médicaux, l'offre nationale demeure pauvre

Vladimir KISSELEV
Directeur Russie
groupe SALVEO



dans le secteur à fort contenu technologique. Seulement 20% du marché sont couverts par les producteurs nationaux. La tendance actuelle est à la modernisation du service médical qui permettrait de réduire le nombre de lits ainsi que la durée du séjour en hôpital. Les autorités appellent cela « l'optimisation » dans le secteur santé. La Russie a déjà investi massivement dans des équipements sophistiqués en 2011-13 mais ce parc va nécessiter un renouvellement dans les prochaines années ce qui porte à croire que le marché va croître.

L'objectif des autorités est d'augmenter la part des dispositifs médicaux produits en Russie. On en revient en fait à la fameuse politique de substitution des importations. Objectif ambitieux mais difficile à atteindre car la filière dans son ensemble nécessite une profonde modernisation et donc de gros investissements ce qui prendra des années. Le terrain reste donc propice pour les fabricants européens de dispositifs innovants.

Q: Comment évolue le secteur aéronautique ?

La Russie a des très fortes positions dans l'aéronautique militaire, moins dans le civil. Les derniers avions commerciaux russes qui sont censés faire concurrence à Airbus et Boeing (SSJ-100, MC-21) sont certes,

conçus en Russie mais réalisés à plus de 80% avec des composants importés.

Il est clair que la Russie a besoin de restructurer son secteur aéronautique et il existe également un programme pour cela. Il vise entre autres la mise en place d'un réseau de sous-traitants et fournisseurs ayant la capacité technique de travailler non seulement pour l'industrie aéronautique mais aussi pour d'autres industries : automobile, ferroviaire, etc.

Le retard technologique russe actuel est très handicapant pour l'industrie nationale. La compétence se trouve à l'étranger, cependant, il est fréquent d'entendre sur le terrain des réflexions sur la priorité qu'auraient les fabricants de composants, matières et technologies russes par rapport à leurs collègues occidentaux.

A ce titre, nous avons appuyé plusieurs clients dernièrement dans des projets de localisation partielle de leur produits sous forme de création de JV avec des acteurs locaux et en transférant des compétences non critiques. Cela permet d'afficher à juste titre un label russe qui facilite l'accès aux grands projets ; en restant vigilant sur le niveau adéquat de transfert technologique et sur la localisation des profits. Les investisseurs dans ce domaine sont aussi rares que bienvenus.

Q: *Que diriez-vous des autres marchés de la zone ?*

A : L'Union Eurasiatique ouvre un large champ d'action sur certains pays de l'ex-URSS car l'espace douanier est devenu unique.

De nombreux clients pour lesquels nous avons réalisé des recherches de partenaires en Russie ont poursuivi avec nous l'aventure sur le Kazakhstan, et autres pays d'Asie Centrale. Dans certains secteurs (ex : construction et rénovation des routes) il y a aujourd'hui plus d'opportunités en sur cette zone qu'en Russie.

Dans le secteur minier le Kazakhstan représente incontestablement le plus gros potentiel de la zone.

Dans le domaine de la défense et sécurité il est également plus simple aujourd'hui de traiter avec ces « petits » pays vu le contexte des sanctions à l'égard de la Russie.

Vladimir Kisselev

COMPLY OR DIE

Dans notre économie mondialisée, un nouveau théorème est venu modifier les équilibres. Il s'exprime en trois mots : « Comply or die ».

La révolution à l'origine de cette injonction est l'introduction aux Etats-Unis du Foreign Corrupt Practices Act puis du UK Bribery Act outre-Manche. Cet arsenal anti-corruption, combiné à l'adoption de la convention OCDE il y a 15 ans, est venu bouleverser l'environnement des entreprises exportatrices.

La compliance est devenue essentielle pour protéger et favoriser le développement international des groupes européens. Car le tout puissant DoJ (Department of Justice) américain, la SEC (Security and Exchange Commission) et le Serious Fraud Office britannique, se sont érigés en magistrères moraux du commerce mondial, grâce à l'extraterritorialité de leurs droits. Les grandes entreprises françaises savent que la justice américaine peut imposer des montants d'amendes considérables. Que l'on qualifie cette politique d'arme de destruction massive de la concurrence étrangère ou de dérive moralisatrice importe peu. La réalité des faits est là et il n'est pas possible de s'en extraire.

Les exemples de condamnation de sociétés européennes ne manquent pas. Siemens a dû verser à la justice américaine une amende de 450 M\$ auxquels sont venus s'ajouter 350 M\$ payés à la SEC pour mettre fin aux poursuites au civil. Si l'on y ajoute les amendes infligées par les autorités allemandes et les coûts additionnels, la facture est estimée à 2,6 Md\$. En France, Alcatel a versé 137 M\$ au Trésor américain pour ses manquements en matière d'éthique au Costa-Rica ou en Malaisie ; Alstom a dû s'acquitter d'une amende de 772 M\$ en lien avec ses activités en Egypte, en Indonésie et en Arabie Saoudite. Ces condamnations records ne soldent pourtant pas ces affaires car la responsabilité pénale des dirigeants et des salariés impliqués est dorénavant recherchée.

Les hésitations ne sont plus de mise : l'élaboration et application de programmes de conformité est indispensable. D'autant que la loi Sapin 2 a fait entrer en vigueur un arsenal comparable en France.

Contrairement à certaines idées reçues, un programme de conformité n'est pas un frein au business. C'est même devenu un atout. Lorsqu'il est conçu avec pragmatisme et en cohérence avec l'activité de l'entreprise, ce programme devient un avantage concurrentiel de premier rang. Cela suppose pour chaque entreprise de disposer d'une cartographie des risques adaptée à ses opérations internationales et d'affirmer une politique de prévention de la corruption partagée par l'ensemble des salariés.

C'est précisément dans cet esprit et à ces différents niveaux que le groupe ADIT SALVEO intervient pour un nombre de clients toujours croissant, ETI et PME éligibles SAPIN II (>100M de CA et/ou >500 salariés) notamment... mais pas seulement, car une PME qui travaille avec de grands groupes doit elle aussi être « conforme ».

Les entreprises qui auront compris à temps garderont leurs positions, les autres ont toutes les chances d'être balayées.

Tristan Cotte



*Tristan COTTE
Développement des affaires
groupe SALVEO*

LES MAGAZINES
ET GUIDES

LA LETTRE INTERNATIONALE

LES SALONS

L'ASSISTANCE

LES FORMATIONS

L'INGÉNIERIE FINANCIÈRE

LE CLUB EXPORT TEAM

**Quelles que soient
vos problématiques
TECHNIQUES
OU MARCHÉS**

Avec l'assistance de classe export, rejoignez les milliers d'abonnés qui chaque jour trouvent des réponses à leurs besoins : Aides financières, marchés et prospection, logistique, cotations transport, douane, réglementations, assurances, paiements, incoterms, mobilité, inter-culturel ...

Nos experts vous apportent des réponses en 48 heures*. Confiez-nous vos questions et concentrez-vous sur votre cœur de métier, nous sécurisons vos opérations à l'international.

* Uniquement pour les questions techniques.

CLASSE EXPORT

LE FACILITATEUR DU COMMERCE INTERNATIONAL

*Gagnez du temps,
confiez-nous vos interrogations*



Une assistance à votre disposition pour répondre à vos questions administratives de vente import-export, de techniques et marchés

Bénéficiez de l'expertise de spécialistes :

- capacité linguistique multiple
- expertise intégrée unique sur les techniques du commerce international
- méthodologie dans la recherche : il faut apprendre à trouver et fiabiliser les informations
- investissement lourd dans des bases de données à l'international
- réseau mondial de solides de correspondants et de compétences

Nous répondons chaque année à plusieurs milliers de questions

Cette capacité à être au cœur des problèmes réels des entreprises au quotidien donne à Classe Export une excellente réactivité et une réelle pertinence dans l'analyse des problématiques internationales. **Imaginez que vous avez l'expérience de centaines d'autres entreprises...**

Nous partageons ainsi les problématiques de près de 15 000 entreprises chaque année, ce qui nous donne une excellente visibilité sur l'évolution de la demande secteur par secteur, fonction par fonction.

DÉCOUVREZ L'ASSISTANCE

www.classe-export.com

SÉNÉGAL

**UN MARCHÉ
FRANCOPHONE
AVEC DES
POTENTIALITÉS**



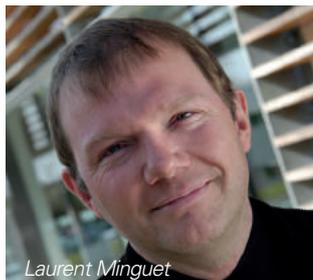
Depuis une dizaine d'années, l'homme d'affaires Laurent Minguet développe des projets au Sénégal. Depuis qu'il a découvert, voici une dizaine d'années, la Casamance, Laurent Minguet, fondateur de multiples sociétés, a décidé d'y investir dans le développement durable. Il a rapidement mis sur pied plusieurs entreprises d'économie sociale.

Bouyouye 21 est un projet écologique mettant en avant les énergies renouvelables. Au village retiré de Bouyouye, les villageois n'avaient ni eau courante ni électricité. « Nous avons placé une centrale électrique solaire qui alimente chaque maison, ainsi qu'un réseau d'eau fonctionnant à l'énergie solaire et par gravité, détaille Laurent Minguet. Le plus grand fromager du village a été équipé d'une cuve d'eau et sert désormais de château d'eau. Le souci majeur était de garder l'aspect typique du village, l'ensemble de l'installation se noie dans la nature avec un impact environnemental quasi nul. »

Un projet de distribution d'électricité a été développé grâce au projet CEBED (Charbon Bois Energie durable. BES (Bois Energie Sénégal) fournit de jeunes arbres issus d'une plantation d'eucalyptus pour un projet de fabrication rationnelle de charbon de bois par four Adam. Oasis est une entreprise de captage, adduction et distribution d'eau aux habitants du village de Boucotte. « Aujourd'hui, 550 ménages sont abonnés au réseau avec une augmentation de 10 % chaque année. Un système qui fonctionne très bien. » Oasis Boucotte est une entreprise de maraîchage à Cap Skirring. CTD est une entreprise de récolte, recyclage et valorisation des déchets ménagers des hôtels de la côte de la Casamance, notamment du Club Med. Elle réalise aussi la collecte des eaux grises et le traitement des eaux par lagunage.

Laurent Minguet a également fondé une résidence hôtelière, Amigo Bay, à Cap Skirring, où il a fait construire des bâtiments de qualité fonctionnant à l'énergie solaire grâce à 160 panneaux solaires pour l'ensemble du site, y compris le chauffage de l'eau de la piscine. L'Atelier de l'Amigo est une menuiserie artisanale qui produit notamment des meubles, des châssis de fenêtres, etc., pour Amigo Bay, ainsi que pour différents clients, particuliers et hôtels. Jamais à court de projets au Sénégal comme en Belgique, le serial entrepreneur réalise actuellement de la prospection pour mettre en place une centrale photovoltaïque. « Depuis un an environ, le Sénégal commence à installer des centrales de taille moyenne, de 20 mégawatts, soit 80 000 panneaux par centrale. Logique dans un pays où il y a du soleil toute l'année. »

« Depuis un an, on tourne à 85 % à l'énergie solaire. »



Laurent Minguet

Depuis 2008, Laurent Minguet est également président fondateur du cluster Tweed, réseau d'entreprises qui rassemble les acteurs wallons actifs en énergie durable tous secteurs confondus. Sa mission est de favoriser les investissements en production/exploitation d'énergie

durable en mobilisant autour de projets les entreprises du secteur. « Au Sénégal, le cluster Tweed pourrait proposer une mission comme on l'a fait au Maroc. A condition d'avoir des opportunités concrètes. Dès lors qu'il y a des centrales photovoltaïques à développer, cela devient possible. La mission se réaliserait alors avec les fonds de Swif (Solar World Invest Fund), un fonds d'investissement spécialisé que j'ai créé et investissant dans la production d'électricité à partir d'énergie solaire. »

ITB-TRADETECH : UNE SOCIÉTÉ ET DES PROJETS AU SÉNÉGAL

ITB-Tradetech, basée à Genval, est présente au Sénégal. Pour la société de chemin de fer sénégalais Transrail, devenue aujourd'hui DBF (Dakar Bamako Ferroviaire), elle a produit et fourni une machine pondeuse, spécialement conçue pour la réalisation de traverses bi-blocs en béton armé, et des équipements pour la production de traverses bi-blocs. Grâce à l'optimisation de l'ensemble du processus de fabrication, sa technologie, dotée de plusieurs brevets nationaux et européens, permet une réduction majeure des différents coûts inhérents à la production locale.

Depuis 2015, ITB-Tradetech est l'actionnaire majoritaire d'une société sénégalaise appelée Trabesen (Traverse Béton Sénégal) dont l'objectif est de produire localement des traverses en béton bi-blocs et pour laquelle la société s'implique dans la production. La création de la société Trabesen s'inscrit dans la logique de deux projets sénégalais. Une nouvelle ligne de chemin de fer, le TER, de train de grande banlieue qui va relier le cœur de Dakar à la nouvelle ville Diamniadio. Ultérieurement, cela se prolongera sur le nouvel aéroport Blaise Diagne, un projet de ligne avec de nouvelles voies à écartement standard, le même que les traverses classiques du réseau européen. Aujourd'hui, la société emploie une dizaine de personnes. Partenaire de nombreuses sociétés ferroviaires dans le monde, elle réalise 90 % de son chiffre d'affaires à l'exportation.

DIAMNIADIO, UNE NOUVELLE VILLE ET DES OPPORTUNITÉS

Dès son élection, le président Macky Sall a veillé à restaurer l'image extérieure du Sénégal. Le Plan Sénégal Emergent (PSE) donne de l'espoir à la poursuite de la relance économique. Les priorités sont les grands travaux d'infrastructures et les services de transport, l'énergie, l'agriculture, l'assainissement des eaux, l'éducation et la formation, et la santé.

A proximité de Dakar, une toute nouvelle ville va bientôt sortir de terre. A côté du nouvel aéroport international Blaise Diagne de Diass, situé à une trentaine de kilomètres de la capitale et

qui ouvrira bientôt ses portes, le grand projet du président est le futur pôle urbain et parc technologique de Diamniadio, actuellement en plein travaux. Il complétera l'axe autoroutier Dakar-Diass et comprendra un centre de conférences, une zone économique, un parc immobilier, des administrations, des établissements publics, l'aménagement d'une Cité du Savoir. Cette toute nouvelle ville devrait générer pas mal d'opportunités pour nos entreprises.

LES ATTRAITS DU SÉNÉGAL POUR LES ENTREPRENEURS WALLONS

Le Sénégal ne manque pas d'atouts pour séduire les exportateurs wallons. Le pays a pour premiers avantages d'être francophone et d'avoir des potentialités. Lors de la mission économique organisée par l'Awex au Sénégal en mai dernier, Laurent Minguet, Consul honoraire du Sénégal pour les provinces de Liège et du Luxembourg depuis 2014, faisait partie de la délégation en compagnie de Paul Magnette, alors ministre-président wallon, et de Pascale Delcomminette, administratrice générale de l'Awex. « Sur le chantier de Diamniadio, nous avons visité de grands halls destinés à accueillir des entreprises et une université en travaux, où des chercheurs travaillent déjà. Les Sénégalais ont la volonté de dire aux entreprises étrangères de venir chez eux. C'est vrai qu'elles peuvent bénéficier d'une main d'oeuvre abondante et très bon marché. Dakar est aussi l'une des grandes portes d'entrée de l'Afrique de l'Ouest. Pour un entrepreneur qui veut faire du commerce dans cette région, ce sera intéressant de s'installer à Diamniadio. Il disposera de toute la logistique, des entrepôts, etc. Situé non loin de Dakar, ce pôle économique permettra à l'ensemble de la région de se développer, alors que la capitale est complètement saturée. Et, avec le nouvel aéroport, il ne sera plus nécessaire de passer par la capitale. »

Autre atout du Sénégal, des gisements gaziers et pétroliers ont été découverts au nord et au sud du pays en 2012. L'exploitation devrait commencer d'ici deux ou trois ans. « La stratégie est de construire des centrales au gaz afin d'obtenir une électricité très bon marché et d'en faire bénéficier les entreprises aussi, souligne Laurent Minguet. Historiquement, le Sénégal produit de l'électricité avec du pétrole, ce qui coûte très cher. Avec du gaz, on pourrait enfin disposer d'électricité bon marché. »

LES ATOUTS DES ENTREPRENEURS WALLONS POUR LE SÉNÉGAL

Les entrepreneurs wallons ont aussi des atouts à faire valoir au Sénégal. « Nous sommes francophones, mais nous n'avons jamais été colonisateurs, remarque l'entrepreneur. Les Wallons ont un capital sympathie certain au Sénégal. Nous avons aussi l'avantage d'être, à une heure près, dans le même fuseau horaire. C'est très important pour faire du business international. »

Une mission économique sera organisée par l'Awex au Sénégal en 2018.

Jacqueline Remits



GRAND PARIS EXPRESS

UN PROJET GIGANTESQUE ET DES OPPORTUNITÉS POUR DES ENTREPRISES WALLONNES

Avec ses 200 km de réseau, le futur métro Grand Paris Express est le plus grand projet urbain en Europe. Essentiellement souterrain, le nouveau métro traversera les territoires du Grand Paris pour les relier entre eux et à la capitale. Grâce à lui, il sera plus simple de se rendre d'un point à l'autre de l'Ile-de-France sans passer par Paris, mais aussi de rejoindre plus rapidement le cœur de la capitale depuis sa périphérie. Nouvelle alternative à la voiture, le Grand Paris Express réduira la pollution, les embouteillages et contribuera à créer une métropole plus respectueuse de l'environnement.

Plus de 200 km de métro vont être construits autour de Paris d'ici à 2030. Avec autant de lignes automatiques que le métro actuel, le projet du Grand Paris Express est bien plus qu'un réseau de transport. Il prévoit la création de quatre nouvelles lignes autour de Paris (15, 16, 17 et 18), le prolongement de deux lignes existantes (11 et 14), connectées au réseau de transport, la construction de 68 gares et l'aménagement de nouveaux quartiers autour de ces futurs pôles urbains.

Le Grand Paris Express desservira les grands pôles d'activité (aéroports, centres d'affaires, centres de recherche et universitaires) et les territoires métropolitains aujourd'hui difficiles d'accès.

Tout au long du réseau, la ville va se transformer et se densifier. La construction des 68 gares du Grand Paris Express s'accompagne déjà de projets urbains prêts à accueillir des milliers de Français. Dans les années à venir, de nouveaux quartiers vont naître, associant logements de toutes catégories, commerces, bureaux et équipement pour répondre aux besoins de la région Capitale.

250 CHANTIERS

Les premiers chantiers ont démarré. En août dernier, sur le tracé de la prochaine ligne 15 sud, le toit de la structure, une dalle de béton de 60 m de long et 40 m de large pour un poids de 7 000 tonnes (le poids de la structure de la tour Eiffel), a été glissé par des vérins hydrauliques en-dessous des lignes de train existantes. En septembre, une quarantaine d'opérations ont démarré. Au plus fort des travaux, vers 2020-2021, 250 chantiers seront en cours et 24 tunneliers fonctionneront en même temps. Les grands groupes du secteur du bâtiment et des travaux publics (BTP), Vinci, Bouygues et Eiffage, ont remporté chacun un appel d'offres pour des travaux compris entre 700 et 900 millions d'euros et ont créé une société commune. Les PME de la construction sont aussi sur les rangs.

Le Grand Paris Express a été initié en 2007 par l'ancien président de la République Nicolas Sarkozy. Plus grand projet d'infrastructure en Europe, il est aussi le quatrième au monde, derrière trois ouvrages chinois.



UN PROJET DE 28,3 MILLIARDS D'EUROS

Quelques chiffres suffisent pour donner une idée de l'ampleur du projet. Au total, 205 kilomètres de tunnels doivent être construits d'ici à 2030, avec quatre lignes de métro supplémentaires, deux extensions et 72 gares desservies, dont 68 nouvelles. Ce qui revient quasiment à doubler la taille du métro parisien, qui compte 220 kilomètres de lignes, dont seulement dix nouvelles depuis 2000. Ces métros vont créer une grande rocade souterraine reliant entre eux les grands pôles économiques de la région. Ils permettront aussi de se déplacer d'une banlieue à une autre, sans avoir à passer par Paris.

Selon le président de la Société du Grand Paris, Philippe Yvin, la région parisienne va vivre sa troisième révolution après la transformation de Paris par le baron Haussmann au XIXe siècle et la création des villes nouvelles un siècle plus tard. Il s'agit de construire une nouvelle métropole qui ira de l'île de la Cité aux

contours de l'autoroute A86. Au total, le coût du projet est estimé à 28,3 milliards d'euros. La Société du Grand Paris va emprunter sur les marchés pour une durée de quarante ans.

UN ATOUT POUR LES JO DE PARIS

Avec de nouvelles lignes de métro qui pourront desservir des sites olympiques majeurs et améliorer la desserte des aéroports internationaux, le Grand Paris Express a été l'un des atouts importants de du choix de Paris pour l'attribution des Jeux olympiques et paralympiques en 2024. Le nouveau métro desservira le Village olympique situé à proximité de la gare de Saint-Denis Pleyel (lignes 14, 15, 16 et 17). Tout proche, le Stade de France accueillera les épreuves d'athlétisme, ainsi que les cérémonies d'ouverture et de clôture des Jeux. Une passerelle située au-dessus de l'autoroute A1 reliera le Stade de France au futur centre aquatique où auront lieu les épreuves de natation, de nage synchronisée et plongeon.

Le Bourget sera site stratégique au centre névralgique des Jeux olympiques. Le pôle du Bourget abritera le centre de presse international et le Village des médias, desservi par la ligne 17. La gare Le Bourget Aéroport constituera aussi un accès aux épreuves de badminton et de volley-ball. Depuis la gare La Courneuve Six-Routes, le grand public et les sportifs rejoindront facilement les équipes du Parc de Marville pour le water-polo.

OPPORTUNITÉS À SAISIR

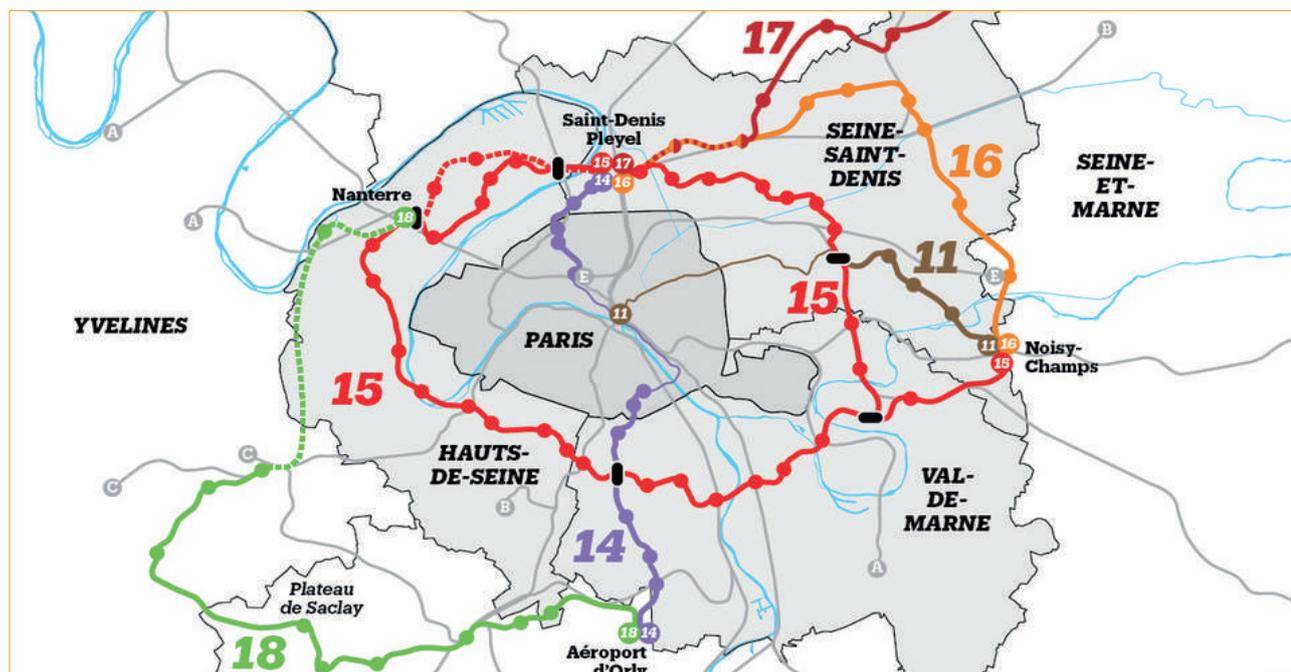
Les mutations du Grand Paris ouvrent différents types d'opportunités aux entreprises belges. D'une part, pour le Grand Paris Express, quelques projets ont déjà été attribués (ligne 15 sud), d'autres vont l'être avant la fin de 2017 (ligne 16) ou vers la fin 2018 (ligne 15 ouest, 17 et 18). Les appels d'offres de cette phase se feront en plusieurs étapes et seront lancés par la Société du Grand Paris. Pour la partie « gros œuvre » (génie civil), plusieurs

appels d'offres sont déjà en cours. Pour la partie « systèmes » (pour équiper les gros œuvres construits), ces appels d'offres vont suivre prochainement. D'autre part, les projets d'aménagement, la construction de 68 nouvelles gares et de 140 km² de quartiers de gare sont à réaliser. Ces projets se présentent à plus long terme. Néanmoins, les premiers appels d'offres pourraient être lancés dans les douze à vingt-quatre mois à venir. Enfin, dans cette dynamique, la construction de 1,5 million de nouveaux logements sur une période de 25 ans est prévue. Elle sera portée par les promoteurs immobiliers.

Les secteurs concernés par ce projet sont la construction, les matériaux et l'architecture, le transport, la logistique et le ferroviaire, l'énergie, les travaux et les infrastructures, le mécatech, la sécurité et le contrôle, la sidérurgie et la métallurgie, le numérique, les biens d'équipement et la sous-traitance. Les sociétés actives dans les domaines suivants peuvent être intéressées par ce projet : l'automatisation de bâtiments dès la conception (application BIM), les bâtiment et les travaux publics, la galvanisation, la gestion du flux et les captures de données, la gestion technique des bâtiments, l'aménagement des stations de métro ou de gare que ce soit en ventilation, chauffage ou climatisation, les mesures contre les incendies, l'éclairage, les panneaux de décoration, l'inter-opérabilité et l'inter-connectivité des systèmes, les produits, les techniques et les services en installation, l'entretien et l'exploitation de bâtiments ou d'infrastructures, les raccords et les systèmes de conduite, la sécurité et le contrôle d'accès, la signalisation, les structures métalliques, les produits laminés en zinc, la télécommunication et l'information aux passagers, les salles de contrôle.

L'Awex, Flanders Investc& Trade, Brussels Invest & Export, en collaboration avec Agoria Building & Urban Technology Club et la Confédération de la construction, viennent d'organiser deux journées de contact qui ont permis à des sociétés belges de rencontrer les grands acteurs du projet.

Jacqueline Remits



L'ARGENTINE

COMPRENDRE D'ABORD

Martin Cardoen, l'attaché économique et commercial de l'AWEX à Buenos Aires depuis 2011, connaît bien l'Amérique du Sud. Et pour cause : pendant 12 ans, il a vécu en Equateur, une destination lointaine qu'il a choisie à la fin de ses études car il y avait de la famille.

« J'avais envie de changer d'air ! Avec un ami, nous nous sommes d'abord lancés dans l'import-export puis j'ai travaillé dans différentes entreprises à Quito avant de présenter le concours de l'AWEX en 2004. »

A l'entendre, l'Argentine est un pays complexe, qui n'est pas toujours facile à comprendre pour les Européens, d'autant plus que les médias du Vieux-Continent entretiennent une certaine désinformation à propos du pays.

■ CONNAÎTRE LE PASSÉ PROSPÈRE DE L'ARGENTINE

« Pour bien comprendre ce pays, il faut se replonger dans son histoire. Au début du XXème siècle, avec une immigration principalement espagnole, polonaise et surtout italienne, l'Argentine était un des pays les plus prospères de la planète. Il suffit de voir l'architecture de Buenos-Aires pour s'en rendre compte. Le pays disposait d'un vrai tissu industriel. Mais après la seconde guerre mondiale, le régime péroniste a mené une politique protectionniste de « substitution des exportations » afin de protéger la production locale. Ce repli sur soi s'est prolongé sous la dictature militaire puis, après la grave crise



- 47 ans, marié, deux enfants de 12 et 10 ans
- Ingénieur de gestion de l'Institut Solvay (ULB)
- Ecole primaire en néerlandais, école secondaire en français (Ecole européenne de Bruxelles)
- Travaille 12 ans à Quito (Equateur)
- A l'AWEX depuis 2004 (en poste au Vietnam)
- A Buenos Aires depuis 2011

financière du début de ce siècle, sous le gouvernement Kirchner. Cela représente 70 ans de protectionnisme auquel le gouvernement du président Macri a décidé de s'attaquer.»

■ MISSION PRINCIPÈRE EN JUIN 2018

Signe encourageant, les derniers chiffres indiquent une amélioration de la situation économique : le PIB est en croissance et l'inflation en baisse. C'est donc le bon moment pour s'intéresser au marché argentin.

Le gouvernement actuel a en outre décidé de réorienter ses contacts commerciaux vers les pays de l'Union européenne. C'est ce qui a poussé l'AWEX à organiser une mission économique à Buenos Aires à la fin du mois d'octobre, à laquelle 25 hommes d'affaires wallons ont participé. Le Chili figurait aussi au programme du voyage mais plusieurs entrepreneurs n'ont pas franchi la Cordillère des Andes, préférant se rendre à Rosario, la troisième ville du pays à 300 km de la capitale. Cette mission était une sorte de prélude à celle que la princesse Astrid conduira en juin 2018.

Dans ce pays gigantesque - 3700 km de la frontière bolivienne à la Patagonie - la prospection n'est pas simple mais, heureusement, Buenos-Aires en est le centre nerveux tant politique qu'économique.

« Nous voudrions circuler beaucoup plus mais c'est difficile. Nous participons à de nombreuses foires, séminaires et colloques où nous pouvons rencontrer des chefs d'entreprise de tout le pays. De plus, l'activité économique est très structurée, c'est le résultat du passé industriel florissant dont j'ai parlé. Il y a donc un grand nombre de chambres sectorielles qui, elles aussi, facilitent les contacts. Par exemple, pendant la mission, la société OncoDNA, une start up de la région de Charleroi spécialisée dans l'analyse de l'ADN issu des tumeurs, a eu l'occasion de participer au grand colloque annuel de trois jours consacré à l'oncologie. »

■ L'ÉCONOMIE DU FUTUR

Les secteurs porteurs pour les exportateurs wallons sont multiples et variés. Il y a d'abord l'agriculture qui représente 10 % du PIB. On connaît la réputation de la viande argentine mais le pays possède aussi d'immenses cultures de blé, de



maïs et de soja, dont l'Argentine est le plus grand exportateur mondial. Il y a donc des opportunités dans les biens d'équipement, et surtout dans l'agri-tech et pas seulement dans le secteur agricole proprement dit. L'Argentine produit des biocarburants, elle est le quatrième producteur de biodiesel et le premier producteur de biogaz d'Amérique du Sud.

Dans le secteur de l'énergie précisément, la Convention des Nations-Unies sur le droit de la Mer vient d'accepter à l'unanimité la demande de l'Argentine concernant une superficie de 1.700.000 km² du plateau continental de l'Atlantique Sud qui regorge probablement de richesses naturelles, notamment du pétrole. Il existe aussi de grands projets et des investissements massifs, locaux et étrangers, notamment italiens, espagnols et chinois dans l'éolien - le vent de Patagonie ! - et dans l'énergie solaire dans la Cordillère des Andes. L'Argentine dispose aussi de la deuxième plus grande réserve mondiale prouvée de gaz de schiste. Plusieurs entreprises wallonnes ont déjà des intérêts importants dans le secteur agro-industriel et la valorisation de la biomasse et du biogaz. Bref, l'Argentine est entrée de plein pied dans l'économie du futur.

« Et c'est aussi le cas pour les autres secteurs porteurs ! La plupart concernent les hautes technologies qui peuvent s'appuyer sur une main d'oeuvre hautement qualifiée, à commencer par le numérique. L'Argentine a mis sur pied un programme de développement « Digital Argentina » qui n'est pas sans rappeler « Digital Wal-

lonia ».

L'Argentine dispose de sociétés très performantes dans le domaine des TIC, dans l'aérospatial et le nucléaire et dans le secteur de la santé. Depuis 2011, l'AWEX participe régulièrement à la foire Expo-Medical de Buenos Aires et le centre de recherches Giga, de l'ULiège, collabore activement avec un centre de recherches argentin.

En dehors de ces secteurs de pointe, il existe aussi de belles opportunités dans les transports et la logistique car les infrastructures ont souffert gravement du manque d'investissements des dernières décennies. »

LIBRE-ÉCHANGE AVEC LE MERCOSUR

L'accord de libre-échange entre l'Union européenne et le Mercosur pourrait en outre simplifier les relations commerciales entre la Wallonie et l'Argentine.

Pour rappel, le Mercosur est une union douanière qui rassemble l'Argentine, le Brésil, le Paraguay, l'Uruguay et le Venezuela. Des négociations sont en cours avec l'Union européenne depuis plusieurs années et les pays d'Amérique du Sud espèrent conclure un accord avant la fin de 2017 mais il reste des obstacles à franchir, en particulier celui du lobby agricole européen conduit par la France, l'Irlande et certains pays d'Europe de l'Est.

À l'inverse, les Argentins pourraient aussi investir en Europe, notamment en Wallonie.

« Le rôle de l'AWEX ne consiste pas seulement à développer les exportations wallonnes mais aussi à attirer des investisseurs étrangers en Wallonie. Actuellement, le commerce du Mercosur vers l'Europe est pour 50 % aux mains d'intermédiaires néerlandais. On connaît le sens des affaires de nos voisins du Nord, il faut en tenir compte mais des possibilités réelles existent. Je pense, par exemple, au pôle agro-industriel argentin qui pourrait trouver à Zeebrugge, à Anvers et au Trilogiport de Liège des possibilités de stockage du biodiesel. Les échanges commerciaux avec l'Argentine sont vraiment à un tournant. C'est la raison pour laquelle les missions d'octobre 2017 et de juin 2018 tombent vraiment à point nommé. »

Alain Braibant

QUELQUES DONNÉES SUR L'ARGENTINE

- 2.800.000 km², le 8^e plus grand pays du monde.
- 43 millions d'habitants
- Villes principales : Buenos Aires, Cordoba, Mar del Plata, Mendoza, Rosario
- 3.700 km du nord au sud
- Point culminant (de tout le continent américain) : le mont Aconcagua, 6960 mètres
- Président de la République : Mauricio Macri (centre-droit), jusqu'en 2019
- Croissance du PIB : -2,2 % en 2016, +3,1 % en 2017
- Inflation en recul : 41,2 % en 2016, 22 % en 2017

LE MARCHÉ DU SPORT INTERNATIONAL

En Suisse, il n'y a pas que des montagnes et des banques ! La Confédération est aussi le pays d'accueil de très nombreuses organisations internationales, en particulier le canton de Vaud qui à lui seul accueille septante fédérations sportives ! Rien qu'à Lausanne, où siège le Comité international olympique, on en dénombre quarante-sept.



Une trentaine d'entre elles sont hébergées au sein de la Maison Internationale du Sport, un tout nouveau bâtiment, situé en bordure du Lac Léman à proximité du CIO, où sont établis aussi les sièges de vingt entreprises ou sociétés actives dans le domaine du sport.

Ces fédérations représentent plusieurs millions de sportifs dans le monde entier. Les autorités de la ville de Lausanne et du canton de Vaud estiment les retombées économiques de la présence de ces fédérations sportives sur leur territoire à plus d'un milliard de francs suisses et 2.150 emplois. C'est dire l'importance de ce marché !

■ L'AWEX EST SUR LA BALLE !

Ce regroupement unique d'organisations internationales, attirées par le cadre enchanteur de « l'arc lémanique », n'a pas échappé à l'AWEX. Le 21 septembre dernier, l'Agence wallonne à l'exportation a organisé dans ses locaux à Bruxelles un premier séminaire auquel ont participé 35 entreprises. Il était animé par l'attaché économique et commercial à Genève, **Philippe Delcourt**.

« Chaque année, nous accueillons et conseillons entre 350 et 500 sociétés désireuses d'entrer en contact avec des partenaires suisses mais une part importante de notre activité se tourne vers les services d'achat des organisations internationales. »

- En mars 2018, le département « Suisse et organisations internationales » et le bureau de Genève de l'AWEX organiseront une mission multi sectorielle pour les hommes d'affaires et les exportateurs qui souhaitent pénétrer ce marché spécifique.

« Les autorités du Canton de Vaud ont constitué autour de Lausanne un « cluster sport » qui met en réseau les décideurs ou les responsables des achats des fédérations sportives avec les entreprises actives, de près ou de loin, dans le secteur du sport. La philosophie de ce cluster ressemble assez bien à celle des pôles de compétitivité wallons qui veulent favoriser la collaboration entre les PME et les grandes entreprises. La Maison Internationale du Sport sera le centre névralgique de la mission. Nous y organiserons des événements et des rencontres « be to be » qui permettront aux participants de nouer des contacts avec les responsables ou les donneurs d'ordres des différentes fédérations. »

■ LA BELGIQUE, TROISIÈME FOURNISSEUR DE L'ONU !

S'ils le souhaitent, les participants à la mission auront aussi l'occasion de rencontrer « à la carte » les représentants d'autres fédérations sportives installées en Suisse alémanique, notamment à Bâle, Berne, Zürich - où siège la FIFA - ou sur le lac de Thoun.

A Lausanne, Philippe Delcourt et sa collaboratrice suisse dirigeront la manœuvre, forts de l'expérience acquise dans les relations avec les organisations internationales implantées sur la rive suisse du lac. « Entre 2014 et 2017, par exemple, outre le suivi de 1.000 appels d'offre, nous avons accompagné trois road shows de HEC ULiège à Genève, une mission de Skywin à Lausanne et Neuchâtel et plusieurs missions d'achat et de transfert de technologies au CERN, l'Organisation européenne pour la recherche nucléaire. » Genève abrite aussi, entre autres, les sièges du BIT (Bureau in-



Philippe Delcourt

ternational du Travail) et de différents offices de l'ONU comme l'OMS et l'Unicef.

A ce propos, il faut savoir que l'ONU est un donneur d'ordre qui pèse annuellement près de 18 milliards de dollars ! Et dans ce marché, la Belgique se débrouille remarquablement bien : elle est en effet le troisième fournisseur de biens et services de l'Organisation mondiale avec 5,1 %, juste derrière les Etats-Unis et l'Inde. La Belgique fournit des équipements médicaux, des boissons, de la nourriture mais ce chiffre impressionnant est dû principalement au fait que l'entreprise du Brabant wallon, GSK, vend 80 % des vaccins achetés par l'OMS, l'Organisation mondiale de la santé, une référence de choix pour l'ensemble du savoir-faire wallon.

■ NORMES ENVIRONNEMENTALES

Il n'y a donc aucune raison de penser que cela puisse moins bien fonctionner avec les fédérations sportives... Comme l'explique **Anne Lermusieux**, responsable du département « Suisse et organisations internationales » à l'AWEX, « les opportunités sont multiples, de l'homologation d'un produit via une fédération à l'organisation de grands événements en passant par la fourniture de matériel de bureau.. Autour du cluster de Lausanne s'est construit un véritable écosystème du sport au sens large avec des bureaux juridiques, des consultants spécialisés en sport, des laboratoires de recherche et développement dans le domaine des équipements sportifs de haut niveau et grâce à la présence de Nestlé, dans le secteur de l'alimentation. La plupart des fédérations fonctionnent, comme l'Union européenne, par appels d'offre pour lesquels nous pouvons aider les entreprises intéressées dans leurs démarches. Le CIO, par exemple, cherche à renouveler son catalogue de fournisseurs avec des sociétés qui respectent les normes environnementales.»

■ PRÉSENCE D'AGORIA

La mission du mois de mars est le fruit d'une collaboration entre l'AWEX et Agoria, la fédération belge de l'industrie technologique. Des entreprises du nord du pays seront donc également présentes en Suisse.

« Notre fédération regroupe 1.700 entreprises, explique **Diego Algaba**, responsable du « Sports & Entertainment Technology Club » d'Agoria. Pour répondre le plus efficacement possible à leurs attentes, huit « International Business & Development Clubs » ont été créés dans les différents secteurs d'activité : médical, bancaire, énergétique, renouvelable etc.

Il y a une dizaine d'années, sur le conseil de **Jacques Rogge**, à l'époque président du Comité International Olympique, Agoria a mis sur pied le club « Sport & Entertainment » afin de réunir les entreprises concernées et créer du networking entre elles. Nous avons organisé des actions à l'occasion des grandes compétitions sportives internationales, Jeux Olympiques ou Coupe du Monde de football. Comme ces événements se déroulent parfois aux antipodes, ce qui n'est pas toujours simple pour certains de nos membres, nous participons aussi aux organisations d'ASO - Tour de France et différentes classiques cyclistes - et, d'une façon générale, aux grandes compétitions qui permettent de mettre nos membres en contact avec de nouveaux partenaires potentiels, en particulier, mais pas seulement, dans tous les domaines qui concernent de près ou de loin les activités sportives. La mission de l'AWEX en Suisse auprès des fédérations internationales est vraiment une belle opportunité pour présenter et faire connaître le savoir-faire des entreprises technologiques belges. »

Alain Braibant



WOLLUX SPÉCIALISTE DES TEXTILES DE COMMUNICATION

Parmi les participants au séminaire du mois de septembre, candidats à la mission du mois de mars 2018 en Suisse, la société Wollux, de Mouscron. Depuis 70 ans, l'entreprise du Hainaut Occidental est le spécialiste des textiles de communication pour usage intérieur et extérieur : banderoles, bannières, displays, drapeaux, parasols, Wollux est leader dans le Benelux, est présente en Allemagne, en France et en Espagne et entretient des contacts commerciaux avec les pays scandinaves. Spécialisée dans l'impression sérigraphique et digitale, elle assure sa propre production dans ses ateliers où travaillent plus d'une centaine de personnes. Les produits Wollux font partie du paysage des plus grands événements sportifs de la planète.

Alain Braibant

I R I S

(IMAGE RECOGNITION INTEGRATED SYSTEMS)

Ancienne spin-off de l'UCL, la société Iris est devenue leader mondial dans la reconnaissance optique de documents et l'implémentation de grands projets informatiques. Après avoir été durant quelques années en bourse, elle a été rachetée voici cinq ans par le groupe japonais Canon. Cette année, elle fête ses trente ans, affiche une belle croissance et continue d'innover.

TRENTE ANS ET LEADER MONDIAL EN RECONNAISSANCE OPTIQUE

Mondialement connue pour ses produits de reconnaissance optique des caractères et des documents, des programmes qui permettent aux ordinateurs de lire des textes, la société I.R.I.S. développe des logiciels et produit également des scanners mobiles et des stylos digitaux. Aujourd'hui, son core business, la numérisation de l'information, paraît évident, les entreprises et la société en général étant passées au numérique. Mais, à l'époque, dans les années 1980, il en a fallu de l'audace et une vision à un jeune ingénieur frais émoulu de l'université pour créer cette société en avance sur son temps.

L'aventure commence au début des années 1980. De jeunes chercheurs du laboratoire de micro-électronique de l'UCL travaillent sur la mise au point d'un système informatisé de reconnaissance d'images. Pierre De Muelenaere est l'un d'eux. En 1987, il présente sa thèse de doctorat sur la reconnaissance optique des caractères (OCR). Celle-ci permet de scanner, par exemple, la page d'un livre, et de pouvoir éditer les caractères comme s'il s'agissait d'un document Word. A peine diplômé, dans la foulée de la défense de sa thèse,

il crée Iris, spin-off spécialisée dans la reconnaissance optique des caractères. Pour autant, les débuts de cette aventure entrepreneuriale ne se présentent pas sous les meilleurs auspices. La mise au point et le développement du premier prototype prend un certain temps. Des investisseurs se désistent. L'année suivante, le premier produit commercial est lancé. Et il se fait remarquer. En 1989, en effet, l'invention reçoit le Prix de l'Innovation de la Région wallonne. Reste le plus dur à faire, trouver des clients.

DES DÉBUTS DIFFICILES

A la fin des années 1980, le monde de l'informatique est en pleine évolution. Si la technologie de la reconnaissance optique des caractères et des documents est déjà bien maîtrisée par des sociétés américaines, il faudra encore un long parcours à la spin-off wallonne pour en faire une spécialité belge, qui plus est reconnue à l'international. La jeune entreprise vit des moments difficiles. Durant un moment, la société passe même sous la bannière de Prodata. C'est là que Pierre De Muelenaere rencontre Pierre Rion, alors ingé-

nieur et qui deviendra l'homme d'affaires que l'on sait. Cette rencontre sera déterminante.

PREMIÈRES FILIALES EN FRANCE ET AUX ETATS-UNIS

Avec l'aide de la SRIW (Société Régionale d'Investissement de Wallonie), ensemble, ils rachètent Iris via un MBO (Management Buy Out). En 1991, Pierre Rion devient administrateur délégué d'Iris aux côtés de Pierre De Muelenaere. Cette fois, c'est bien parti. Le succès est au rendez-vous.

La société se fait connaître via des produits qui deviendront emblématiques. Quatre ans plus tard, l'emprunt des deux investisseurs est remboursé. En 1996, la société ouvre des filiales en France et aux Etats-Unis. Les potentialités des produits de reconnaissance optique s'étendent alors aux scanners. Ils s'imposent comme un standard international. Le groupe HP introduit la technologie wallonne dans ses produits.

■ DÉVELOPPEMENT EN ASIE

En 1999, la société louvaniste est introduite à la bourse de Bruxelles. Elle emploie alors 66 personnes pour un chiffre d'affaires de près de 8 millions d'euros. L'année suivante, Pierre Rion quitte l'entreprise. En 2002, Iris reçoit le titre d'Entreprise de l'année. **Inlassable développeur de produits, Pierre De Muelenaere dépose de nombreux brevets, tout en décrochant sans cesse de nouveaux marchés.** C'est ainsi qu'il établit des accords stratégiques avec des pointures tels que HP, Canon, Kodak, Adobe, Fujitsu, Siemens... qui contribuent au développement d'Iris aux Etats-Unis et en Asie. A tel point qu'il reçoit un deuxième Prix de l'Innovation de la Région wallonne en 2007.

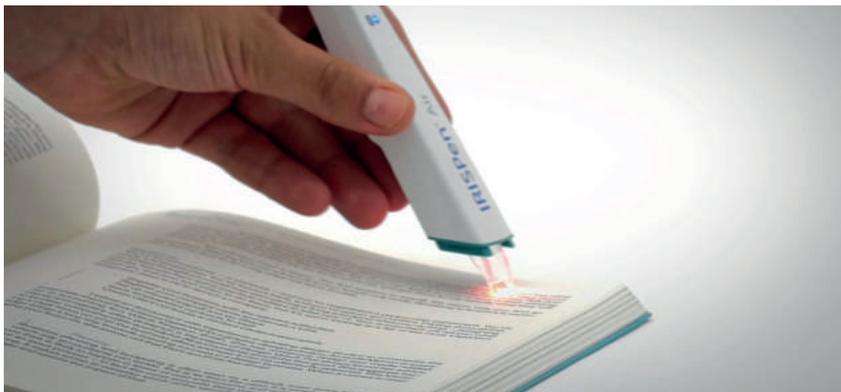
■ DANS LE GIRON DE CANON

Sortie de la bourse en 2012, l'entreprise est rachetée par la puissante multinationale japonaise Canon en 2013. L'histoire se poursuit de plus belle. L'acquisition faite par Canon est stratégique, aussi bien dans la recherche et le développement de l'édition de logiciels que dans les systèmes intégrateurs. Pour le groupe japonais, la société louvaniste est le centre de compétence-clé dans l'édition de logiciels et dans le service informatique aux entreprises du groupe Canon.

A l'heure actuelle, la demande de numérisation et de gestion de l'information reste toujours bien présente. De même que la marque Iris au sein du groupe Canon. Pour ce dernier, l'entreprise est en quelque sorte un incubateur dont la réussite doit être une source d'inspiration. Elle sera encore au rendez-vous dans les prochaines années en Belgique, afin de la dupliquer progressivement dans d'autres pays. Un mariage avec plus-value réussi pour les deux parties.

■ ENCORE DES INNOVATIONS

Aujourd'hui, Iris est leader mondial en gestion de l'information. Elle propose une gamme complète de solutions technologiques, produits et services innovants pour la numérisation et la capture, la gestion électronique des documents, la gestion des connaissances et la trans-



formation digitale. Trente ans après sa naissance, la société continue d'innover. Même si le B2B, les clients professionnels, est son cœur de cible, certaines innovations peuvent avoir de l'intérêt pour le grand public. Ainsi, Iris a présenté deux premières mondiales. Un stylo scanner sans fil intelligent, capable de numériser, de lire dans 137 langues et de traduire dans 55 langues n'importe quel texte. Ce scanner est doté d'une nouvelle interface et disponible pour PC, Mac, iOS et Android. Pour les professionnels, un logiciel de scanning, d'indexation et de traitement de factures est mis sur le marché à l'intention des PME.

■ NOUVEAUX DÉVELOPPEMENTS SUR LES CINQ CONTINENTS

En 2015, une page se tourne. Iris vit une étape majeure dans sa vie avec le départ de Pierre De Muelenaere, son charismatique fondateur. En 2016, le Français Hubert Bro, qui travaille depuis plus de trente ans chez Canon et est directeur de Canon Europe, reprend la direction opérationnelle de l'entreprise. Doté d'une solide expérience dans la vente, le marketing, la communication et le développement stratégique à l'international, il a été membre du comité exécutif de Canon France et dirigeait les activités de services et de transformation. Sa mission consiste à aider Iris à poursuivre son développement en Europe et à s'implanter davantage encore en Amérique du Nord, en Asie/Pacifique et en Australie, grâce à l'immense réseau de distribution de Canon. Une nouvelle page a commencé à s'écrire dans l'histoire de l'entreprise leader en reconnaissance optique.

■ DES BUREAUX AUX QUATRE COINS DU MONDE

Actuellement, la société génère un chiffre d'affaires d'une centaine de millions d'euros par an et emploie environ 500 personnes, réparties entre Louvain-la-Neuve et Vilvoorde en Belgique, Aix-la-Chapelle en Allemagne, Orly en France, Windhof au Luxembourg, Sittard aux Pays-Bas, Hong-Kong en Chine et Delray Beach aux Etats-Unis. **Avec ses bureaux aux quatre coins du monde, elle couvre une distribution mondiale et compte plus de 30 millions de consommateurs.** Parmi eux, citons les organisations publiques (ministères, Union européenne), les sociétés internationales, les entreprises locales et les utilisateurs Soho. Les logiciels sont distribués dans 90 pays et l'entreprise confirme chaque année ses succès sur le marché mondial de la reconnaissance de documents par la signature de contrats importants avec des partenaires qui sont autant de références mondiales.

Ce marché en croissance continuera à se développer dans le futur. La success-story de l'ancienne spin-off de Louvain-la-Neuve se relate désormais sur les cinq continents. Iris a des projets ambitieux pour les prochaines années. De nouveaux chapitres sont en train de s'écrire.

Jacqueline Remits

RETOUR MISSION CÔTE D'IVOIRE

Du 22 au 25 octobre, la princesse Astrid a présidé une mission princière d'envergure en Côte d'Ivoire avec pas moins de 134 entreprises belges présentes dans la délégation dont 37 wallonnes, un record pour une mission en Afrique subsaharienne ! Les échanges commerciaux entre les deux pays ont atteint le milliard d'euros en 2016 faisant de la Belgique le deuxième importateur ainsi que le 2^{ème} exportateur européen de produits de Côte d'Ivoire.

Cette mission en Côte d'Ivoire avait pour but de permettre aux entreprises déjà implantées en Afrique subsaharienne de se développer et de permettre aux nouvelles entreprises de nouer un premier contact avec des partenaires ivoiriens.

La délégation wallonne composée de grands sociétés ainsi que de PME, comme **ALM Industry** ou **TSE** qui se sont illustrées au cours de cette mission, était nombreuse et diversifiée avec pas moins de 11 secteurs d'activités représentés. Le programme de cette mission fut particulièrement chargé avec pas moins de 700 entretiens individuels organisés par l'attaché économique et commercial de l'AWEX en poste à Abidjan. Ces entretiens concernaient aussi bien les rendez-vous B2B que les réunions avec des représentants des autorités publiques ivoiriennes.

Une transaction qui s'inscrit dans le cadre d'un protocole d'accord entre l'**ISSEP (Institut scientifique de service public)**, un institut spécialisé dans la surveillance de l'environnement en Wallonie et le **CIAPOL (Centre Ivoirien Antipollution)**. Ce protocole prévoit l'échange d'information et de documentation en matière de veille environnementale entre la Wallonie et la Côte d'Ivoire. Il permet en outre d'envisager le renforcement des capacités techniques, notamment par le biais de formations et d'échange de techniciens

La Belgique, deuxième importateur et exportateur européen de produits de Côte d'Ivoire



■ SANTÉ ET LUTTE CONTRE LE TRAVAIL DES ENFANTS...

Plusieurs sociétés wallonnes se sont distinguées au cours de cette mission. C'est notamment le cas de **GSK Vaccines** qui a organisé à Abidjan et devant le Ministre ivoirien de la Santé, une belle action de sensibilisation à la vaccination, en collaboration avec l'**Institut national d'Hygiène publique (INHP)**. Sur un continent aussi pauvre que l'Afrique, les populations ont rarement recours à la vaccination. Cette action a donc permis de présenter, de manière tout à fait ludique, les vertus de la vaccination dans un pays où elle est encore trop peu pratiquée.

ALM Industry, une PME qui réalise des machines sur mesure adaptées aux besoins de l'industrie, a également été par-

ticulièrement suivie. La société a développé deux machines particulièrement intéressantes et adaptées aux besoins de la Côte d'Ivoire, une «écabosseuse» et un séchoir à cacao à énergie solaire. Ces deux machines de fabrication 100 % belge permettent respectivement de séparer les fèves de cacao de leur cabosse et de sécher les fèves de cacao à moindres frais dans le but d'obtenir un cacao de première qualité. Si elles répondent à un réel besoin local, ces machines permettent en outre de participer à la mécanisation d'un secteur d'activités tout à fait primordial pour la Côte d'Ivoire puisque le pays est le premier producteur mondial de fèves de cacao et, sur le plan éthique, de lutter contre le travail des enfants.



La toute première station de mesure de la qualité de l'air vient d'être livrée en Côte d'Ivoire. Un achat qui s'inscrit dans les engagements pris par la Côte d'Ivoire, notamment au travers de la COP 21 et de la COP 22, en vue de lutter contre les changements climatiques.

■ ... SANS OUBLIER L'ÉCOLOGIE

Autre société à s'être mise en avant, TSE (Technology Services Environmental), PME spécialisée dans la mesure de la qualité de l'air et qui est particulièrement active, elle aussi, en Afrique subsaharienne. L'entreprise vient de livrer à la Côte d'Ivoire sa toute première station de mesure de la qualité de l'air. Un achat qui s'inscrit dans les engagements pris par la Côte d'Ivoire, notamment au travers de la COP 21 et de la COP 22, en vue de lutter

contre les changements climatiques. Cette première livraison pourrait être le point de départ d'un dispositif visant à permettre à la Côte d'Ivoire de redevenir le plus grand laboratoire d'analyse d'Afrique de l'Ouest.

Enfin, d'autres sociétés wallonnes, dont Belourthe, Roosens Beton et CMI Services ont profité de cette mission princière pour signer des contrats avec des partenaires locaux tandis que la mission a permis aux trois agences régionales du

commerce extérieur de signer deux MoU avec les autorités ivoiriennes.

S'il est encore trop tôt pour tirer des conclusions sur cette mission, il semble que celle-ci peut déjà être qualifiée de succès.



L'INTÉRÊT DES SECRETS BIEN GARDÉS

Les forums, conférences et autres évènements commerciaux ayant pour thème la cybersécurité et la protection des informations se sont multipliés ces derniers mois. Et pour cause ! A l'approche du fameux « GDPR » (nouveau règlement n° 2016/679 sur la protection des données à caractère personnel, qui entre en vigueur le 25 mai 2018), les responsables de traitements (à savoir, plus ou moins toutes les entreprises) s'affairent, ou devraient s'affairer, à trouver des solutions pour leur mise en conformité.

Grâce à ce règlement (ou sous la menace des sanctions qu'il prévoit), les entreprises semblent (re)découvrir les bonnes pratiques de gestion de données. Certaines restent au stade du « minimum sous la contrainte », mais d'autres réalisent qu'une réflexion approfondie sur la gouvernance de leurs informations peut améliorer leurs performances, renforcer la qualité de leurs services, compléter leurs offres et protéger leurs patrimoines. Les développements législatifs récents illustrent et renforcent ce phénomène.

Vers une culture de la maîtrise de l'information

A l'ère du tout numérique (qui englobe toutes ces nouvelles tendances telles que le « cloud computing », l'« internet des objets », le « big data » et l'« intelligence artificielle »), tout le monde doit prendre conscience de l'importance, de la valeur et des risques qui sont associés aux données et à leurs traitements. Notre niveau de dépendance aux technologies de l'information et de la communication impose que nous y consacrons les moyens nécessaires, en termes d'attention, de budget et d'organisation : la maîtrise de l'information doit faire partie intégrante de la culture d'entreprise !

Le GDPR : nouvel instrument de protection de la vie privée

Le GDPR devient effectivement le leitmotiv du moment, servant d'argument de vente de solutions de sécurité informatique. Ceci n'est pas négatif en soi, tant la cyber-sécurité doit rester une préoccupation majeure des entreprises à l'ère du digital. Mais celles-ci ne doivent pas tomber dans le piège de la facilité technique : se contenter de « blinder » les systèmes n'assurera pas le respect complet du règlement.

Il ne faut en effet pas oublier que le fondement du GDPR se trouve dans les droits de l'homme, et plus particulièrement le droit au respect de la vie privée. Toute entité qui prend la responsabilité de traiter des données personnelles se voit imposer de nombreuses obligations qui incluent, certes, l'adoption de mesures techniques et opérationnelles afin de sécuriser les données, mais qui impliquent également une réflexion générale sur la légalité des finalités poursuivies, la proportionnalité des traitements et l'adéquation des moyens mis en place (minimisation des risques)... tout ceci afin de limiter l'impact sur la vie privée et les droits et libertés fondamentales des individus.

En d'autres termes, ce n'est pas en sécurisant un traitement intrinsèquement illégal (par exemple, parce qu'il poursuit des finalités illégitimes, qu'il est disproportionné ou qu'il ne respecte pas certaines conditions imposées par le règlement) que ce dernier deviendra légal ! Encore en d'autres termes, il ne faut pas confondre « privacy » et « security » : un audit juridique doit dès lors accompagner l'audit technique.

Notons encore que le GDPR impose une obligation générale d'« accountability », ce qui signifie que le responsable doit non seulement prendre toutes les mesures nécessaires afin de remplir ses obligations, mais il doit également être en mesure de le démontrer à tout moment (nous renvoyons le lecteur à notre précédente contribution sur le GDPR dans le Classe Export Wallonie n°16). La documentation des mesures adoptées est également un aspect essentiel de mise en conformité.

Obligations de sécurité des opérateurs de services essentiels et des fournisseurs de services numériques.

Mais il n'y a pas que le droit de la vie privée qui impose la sécurisation des données...

La dépendance aux technologies informatiques ne cesse de croître, en ce compris dans les secteurs indispensables à l'organisation de notre société et de nos modes de vie actuels. Une nouvelle directive (n°2016/1148, dite « NIS ») a été adoptée afin d'assurer un niveau élevé commun de sécurité des réseaux et des systèmes d'information dans l'Union Européenne. Cette dernière, qui doit être transposée en droit belge pour le 10 mai 2018 au plus tard, va bien au-delà de la protection des données personnelles : elle impose aux acteurs des secteurs concernés l'adoption de mesures de sécurisation des réseaux et systèmes, ainsi que de toutes les informations qui y transitent.

Ces règles s'appliqueront aux opérateurs de services essentiels (énergie, transports, banques, santé, distribution d'eau, infrastructures numériques,...) mais également aux fournisseurs de services numériques, ce qui comprend les « marketplaces », les moteurs de recherche et les services « cloud ». Elles imposeront entre autres des niveaux de sécurité élevés et des procédures en cas d'incidents.

On peut trouver dans cette directive d'importantes similarités avec le GDPR, mais les objectifs poursuivis sont d'une autre nature : ce sont les fonctions économiques et sociétales des systèmes d'information que l'on veut préserver, afin de protéger la société dans son ensemble. Les enjeux sont dès lors davantage la qualité, la fiabilité et la continuité des services.

Philippe Laurent



Bien gérer ses informations, c'est également protéger le patrimoine de l'entreprise !

Une autre directive, adoptée spécifiquement pour protéger les intérêts des entreprises elles-mêmes, implique également une sérieuse prise en main de la gestion de l'information : il s'agit de la nouvelle directive 2016/943 sur la protection des secrets d'affaires.

Cette directive (qui devrait être transposée en droit belge le 6 juin 2018 au plus tard) vise à harmoniser au niveau européen la protection juridique des informations commerciales non divulguées. Les « secrets d'affaires » y sont définis comme étant des informations qui répondent à trois conditions cumulatives :

- 1) elles sont secrètes (en ce sens qu'elles ne sont pas généralement connues ou accessibles par les personnes du secteur d'activité) ;
- 2) elles ont une valeur commerciale parce qu'elles sont secrètes
- 3) elles ont fait l'objet de dispositions raisonnables destinées à les garder secrètes.

Ainsi, pour pouvoir bénéficier des mesures de protection établies par cette directive, les entreprises doivent prendre des mesures pour protéger les secrets et en contrôler l'accès. Comme pour le GDPR ou la directive NIS, ces mesures devraient être à la fois des mesures techniques (protection des accès) et organisationnelles (on pense immédiatement, par exemple, à l'adoption de clauses de confidentialité et la signature de « non disclosure agreements »).

Les mesures prévues par cette directive comprennent entre autres la possibilité de s'adresser au juge en cas de divulgation ou d'accès illégaux, afin de faire cesser les fuites informationnelles, réparer les dégâts et sanctionner les responsables. Dans ce cadre, les détenteurs des informations protégées devront d'abord démontrer au juge qu'il s'agit bien de secrets d'affaires et, donc, que des mesures ont été prises pour en assurer le contrôle. A nouveau, tout comme dans le cadre du GDPR, la documentation des mesures adoptées sera déterminante.

Philippe Laurent

JANVIER

LIEU	VILLE	ACTIONS	SECTEURS	DATE
Maroc	Rabat	Journée de contacts	Construction (bâtiments)	07-08 Janvier
Etats-Unis	Las Vegas	CES (stand collectif)	TIC	09-12 Janvier
France	Paris	Maison & Objet (now! Design à Vivre) 2018	Design-Mobilier-Habitat-Arts de table-Décoration	19-23 Janvier
Allemagne	Cologne	ISM 2018 (stand collectif)	Agro-alimentaire	28-31 Janvier
Emirats Arabes Unis	Dubaï	Arab Health 2018 (stand collectif)	Biotech-Mecatech-Equipements médicaux	29 Janvier - 01 Février
Belgique	Namur	Séminaire de lancement du marché cible 2018	Multisectoriel	29 Janvier

FEVRIER

Canada	Montréal	Exposition ENTRER 2018 (stand collectif)	Architecture	01-28 Février
Italie	Milan	Salon White - Milan Fashion Week 2018	Textile vestimentaire-Mode-Confection	01-28 Février
Singapour	Singapour	Singapour Airshow 2018 (stand de prospection)	Aéronautique-Aérospatial	06-11 Février
Taiwan	Taipei	Taipei International Book Exhibition	Imprimerie-Edition	06-11 Février
Chine	Hong Kong	Longines Master Jumping Show (stand collectif)	Elevage	09-11 Février
Allemagne	Nüremberg	BIOFACH 2018 (stand collectif)	Agro-alimentaire-Diététique-Produits Bio	14-17 Février
Emirats Arabes Unis	Dubaï	GULFOOD 2018 (stand collectif)	Agro-alimentaire-Horeca	18-22 Février
Espagne	Barcelone	Mobile World Congress 2018 (stand de prospection)	TIC	26 Février -01 Mars
Panama	Panama City	EXPOCOMER 2018 (stand de prospection)	Multisectoriel	28 Février -03 Mars

MARS

République tchèque	Prague	Mission multisectorielle (Focus Horeca et infrastructures hôtelières)	Multisectoriel-Horeca-Loisirs-Tourisme	01-02 Mars
France	Paris	Foire du Livre 2018 (stand collectif)	Imprimerie-Edition	Mars
France	Nantes	BOURSOCARTES 2018 (stand collectif)	Multisectoriel	Mars
Turquie	Istanbul	EURASIA RAIL 2018 (stand de prospection)	Transport-Logistique	Mars
Suisse	Lausanne	Mission thématique à la rencontre des Fédérations Internationales de Sports 2018	Multisectoriel-Sports	Mars
France	Paris	JEC WORLD 2018 (stand collectif)	Construction-Aéronautique-Aérospatial	06-08 Mars
Japon	Chiba (Tokyo)	FOODEX JAPAN 2018 (stand collectif)	Agro-alimentaire-Horeca	06-09 Mars
Lettonie	Riga	HOUSE 1 2018 (stand d'information)	Construction	08-11 Mars
États-Unis	Austin	FESTIVAL SOUTH BY SOUTHWEST 2018	TIC	09-18 Mars
Inde	Mumbaï	INDE - Mission économique Explort 2018	Multisectoriel	10-17 Mars
Grèce	Athènes	FoodExpo Greece 2018 (stand d'information)	Agro-alimentaire-Emballage-Bien-être-Nutrition	10-12 Mars
Pays-Bas	Amsterdam	BIO EUROPE SPRING 2018 (stand d'information)	Biotech-Pharmaceutique	12-14 Mars
Corée du Sud	Séoul	Mission EU Gateway 2018	Multisectoriel	12-16 Mars



ÉDITEUR
 Classe Export s.a.s.
 100, route de Paris,
 69260 Charbonnières - France
 Téléphone : 04 72 59 10 10
 Fax : 04 72 59 03 16
 info@classe-export.com
 www.classe-export.com

DIRECTEUR DE PUBLICATION
 Marc Hoffmeister
RÉDACTEUR EN CHEF
 Nicole Hoffmeister

RÉDACTION
 redaction@classe-export.com
 Ont participé à ce numéro :
 Marc Hoffmeister
 Nicole Hoffmeister
 Jacqueline Remits
 Stéphanie Wenger
 Rémy Pigaglio
 Alain Braibant
 Pierre Olivier Rouaud
 Tristan Cotte
 Vladimir Kisselev
 Evgeniya Goryachkina

RÉALISATION
 Maquette : www.alkantara.fr
 Mise en page : Damien Cantin
 Photo de couverture :

Crédits photos
 X - Tous droits réservés

PUBLICITÉ
 Agence Rhône-Alpes :
 Fabien Soudieu
 Ile-de-France :
 Marie-Laure Biard
 Bureau en Tunisie :
 Samir Kotti
 Secrétariat commercial :
 Céline Villard
 com@classe-export.com
 Régie publicitaire :
 Europages

IMPRESSION
 Loire Offset Titoulet
 82, rue de la Talaudière

BP 96401
 42964 Saint-Etienne Cedex 1
 Dépôt légal à parution
 N°ISSN 1254-1737
 N° de commission paritaire :
 0112 T 85960
 Agrément Belgique : P916920

Magazine francophone
 du commerce international
 5 numéros par an
 Diffusion : gratuite
 Prix hors abonnement 9,00 €
 Tirage France & Belgique :
 30 000 exemplaires



Feel inspired

Tomorrow starts today

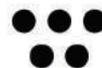


Vous ambitionnez un développement international ? Alors, ensemble, mettons le cap !

Information, coaching, prospection, expertise commerciale, consultance en design, webmarketing, partenariat, financements internationaux... : l'AWEX, c'est une offre de services complète et taillée sur mesure, en temps réel. Avec votre entreprise, nous relevons dès aujourd'hui les défis de demain.

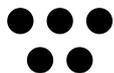
Laissez-vous inspirer par l'exportation !

Agence wallonne à l'Exportation et aux Investissements étrangers / www.awex.be



Wallonia.be

EXPORT
INVESTMENT



Wallonia.be

EXPORT
INVESTMENT

CLASSE
EXPORT



4 & 5
JUN 2018

WALLONIA EXPORT DAYS

AVEC LA
PRÉSENCE DES

92

ATTACHÉS
ÉCONOMIQUES
& COMMERCIAUX
DE L'AWEX EN
BUSINESS DAYS

AULA MAGNA
LOUVAIN-LA-NEUVE

Inscription sur

www.wallonia-export-days.be

#WExD18