



Interview de Frédéric Champavere lors du Grand Journal de BFM Business par Fabrice Lundy, le 7 decembre 2010

FL: Comment les PME françaises et notamment franciliennes peuvent-elles davantage percer le marché américain?

C'est ce dont nous allons discuter ce soir avec Frédéric Champavere, directeur Europe du Triana Group: cabinet de conseil spécialisé dans l'ouverture du marché américain aux PME françaises et franciliennes présent notamment à New York.

Le marché américain est un marché incontournable mais aussi très mystérieux pour de nombreuses entreprises et PME.

FC: Le marché américain est effectivement incontournable de par l'importance qu'il revêt pour les entreprises qui nous intéressent, à savoir les entreprises innovantes.

Dans les secteurs liés aux biotechnologies, la pharmacie, Internet, les technologies de l'information et les technologies liées aux énergies renouvelables. Pour ces industries, le marché américain représente souvent 50% ou plus du marché mondial. Il est donc incontournable.

FL: Le problème c'est que ce marché américain, incontournable, gigantesque, fondamental, souvent on ne le connaît pas bien. On n'a pas forcément l'expertise, on n'en connaît pas les codes, et c'est là que vous intervenez.

FC: Effectivement, même si on peut penser que c'est un marché "occidental", et les français pensent que finalement on fait le business de la même façon qu'en Europe ou en France...et bien non. Un politologue américain avait l'habitude de dire que les américains viennent de Mars, les européens de Vénus et les français de "Super Vénus". Donc effectivement, c'est très différent et il faut s'y préparer et la vocation de Triana c'est d'accompagner les entreprises innovantes dans leur intégration du marché américain. Avec notamment la société Meeschaert, dans la définition du plan stratégique, jusqu'à sa mise en œuvre, son financement.

FL: Les PME françaises ont envie d'international, de se déployer. Pourquoi aller plus aux Etats-Unis et pas plutôt vers les pays émergents comme l'Inde par exemple dont on parle beaucoup ?

FC: Car dans les domaines de l'innovation, les Etats-Unis sont encore le marché leader. Il est incontournable. Quelques chiffres intéressants, il y a 26000 entreprises françaises qui exportent en moyenne par an aux Etats-Unis, mais moins de la moitié de ces entreprises exporte encore l'année suivante. C'est un constat, il y a un problème. Il y a 2600 filiales de

groupes français aux Etats-Unis, si on enlève le chiffre d'affaires réalisé par les grands groupes, on obtient une moyenne de 300000\$ par an de chiffre d'affaires réalisé par ces entreprises en moyenne, ramené à 50 Etats, cela représente 6000\$ par Etat américain. Il y a donc un vrai problème.

FL: Triana Group est une entreprise partenaire des PME qui veulent s'implanter aux Etats-Unis. Comment vous rémunérez vous?

FC: Nous nous rémunérons sur la base de "success Fees" au long cours, en accord avec les clients que nous accompagnons sur plusieurs années. Notre ambition n'est pas de réaliser un coup, une étude ou un plan stratégique, mais véritablement de mettre en action, avec notre client, ce plan stratégique sur le marché américain.

FL: Avec des entreprises bien particulières, bien spécialisées, entreprises de croissance dans la biotech, la pharmacie, les technologies, les télécommunications. Un tiers des entreprises de l'industrie pharmaceutique sont en Ile de France, idem pour les pôles de compétitivité. Qu'attendent les américains des entreprises françaises?

FC: Les Etats-Unis sont très friands d'innovations, de technologies, la technologie française est très reconnue. Mais la façon dont les français s'y prennent pour faire du business, prête parfois à sourire, d'où la nécessité d'être accompagné par un partenaire qui a la parfaite maîtrise de ce marché et nous travaillons avec des personnes qui, sur place, ont la parfaite maîtrise de ces domaines d'activités.

FL: C'est un marché ouvert aux produits innovants, ils ont envie de voir arriver les frenchies?

FC: Ils ont envie de voir arriver toutes les solutions innovantes. C'est un marché avide d'innovations et toute innovation digne de ce nom a sa place aux Etats-Unis. Le tout est de bien s'y préparer et de savoir que ce sera un long chemin, difficile, coûteux mais très "rewarding" comme on dit.

FL: Bien s'y préparer justement, quelles sont les craintes des entreprises françaises pour s'installer aux Etats-Unis, quels sont les blocages?

FC: L'un des premiers blocages est le côté juridique des choses, aux Etats-Unis il y a beaucoup de droit. Il faut savoir que les Etats-Unis n'ont pas eu Napoléon, donc le droit se fait au fur et à mesure et il est très important de s'adjoindre les conseils d'un très bon avocat. Et contrairement à ce que l'on pense, même quand on fait des contrats de distribution avec un partenaire américain, il vaut mieux avoir un contrat américain. Il vaut mieux se battre sur son terrain à lui et pour ceci nous faisons appel à des partenaires qui ont pignon sur rue là-bas.

FL: Quels sont les secteurs dans lesquels il y a du grain à moudre pour les PME franciliennes?

FC: Toutes les sociétés innovantes, que ce soit dans les domaines des technologies de l'innovation, en hardware ou software, les industries de santé ou des énergies renouvelables. Nous venons d'ailleurs de faire un tour de France dans plusieurs villes avec un certain

nombre de nos experts et nous avons rencontré plusieurs dizaines d'entreprises qui sont partantes pour la grande aventure.

FL: Comment l'Europe peut-elle être d'avantage visible aux Etats-Unis? Ils ont Google, Facebook, Twitter. Nous, qu'est-ce qu'on peut leur apporter?

FC: On leur apporte notre technologie, ils en sont friands et on peut accompagner les entreprises françaises dans ce processus. Il faut avoir conscience du fait que l'aventure américaine est une aventure coûteuse donc il faut être bien accompagné sur le plan financier. C'est ce que nous proposons avec notre partenaire Meeschaert Capital Market.

FL: On va faire un petit peu d'histoire avec la signification du nom Triana.

FC: Rodrigo de Triana était le marin qui, sur la Pinta (l'un des bateaux de Christophe Colomb) fut le premier à crier "Terre" à l'approche des côtes américaines. L'image est très importante pour Triana car nous sommes sur le même bateau que nos partenaires.
