

**Ma PME déjà une PEM : Petite Entreprise Mondiale ?  
ICHEC-PME parle de mondialisation au sein d'une asbl d'insertion de réfugiés !**

« **Ma PME déjà une PEM : Petite Entreprise Mondiale ?** », tel était le thème de la **24<sup>e</sup> soirée Réseau-Club ICHEC-PME(\*)** le 27 avril dernier organisée à l'occasion de la remise des diplômes PME-START® & PME-PLUS® aux participants de la session 2005-2006. Celle-ci s'est déroulée au sein de Convivial, asbl d'écoute et d'insertion de réfugiés, fondée et dirigée par Marie-Noëlle de Schoutheete, participante à PME-PLUS® 05-06.

Le Ministre de l'Economie et de l'Emploi de la Région de Bruxelles-Capitale, Monsieur Benoît Cerexhe, qui soutient les programmes PME-START® et PME-PLUS®, a introduit la soirée. Il a rappelé sa volonté d'accroître l'attractivité de la Région pour les PME dans un contexte d'internationalisation. Pour ce faire un dispositif d'aides qui répond aux besoins actuels des entreprises est mis en place, quel que soit leur stade de vie. Epinglons la création du Fonds Bruxelles PME ou « B2E » dont l'objectif est de soutenir le développement des PME en leur facilitant l'accès au crédit à long terme. Plus d'info sur [www.abe-bao.be](http://www.abe-bao.be)

L'objectif de la soirée était de sensibiliser les PME à l'internationalisation des marchés. **Qu'elle soit locale ou internationale, toute PME est touchée par la mondialisation des affaires.** Les partenaires et les concurrents se déplacent. Bien que les PME restent prédominantes dans l'environnement mondial, elles devront trouver un nouveau positionnement pour répondre à de nouveaux besoins avec de nouvelles contraintes ... et possibilités !

Pour ce faire, ICHEC-PME a fait appel à l'expérience de 3 patrons de PME au profil très différent, qui ont créé leur entreprise dans les années '90 et se sont développés tant en Belgique qu'à l'étranger :

**Katia De Paepe (Ingénieur Commercial ICHEC 88) est la fondatrice de Amtoys, société qu'elle dirige aujourd'hui avec son mari, Simon-Pierre Gilliot.** Amtoys conçoit, produit et distribue les peluches, articles et vêtements pour bébés de la marque Noukie's. Chaque année, 3.5 millions de peluches Noukie's sont vendues dans 30 pays à travers le monde. Amtoys c'est 97 collaborateurs et un chiffre d'affaires de 24 millions d'euros.

**Jacob Avidar (participant à PME-PLUS® 94-95) est le dirigeant fondateur de Europro** qui conçoit, produit et livre des articles promotionnels pour le compte de multinationales dans les secteurs de la cosmétique, la vente par correspondance, l'édition ... L'oréal, Les 3 Suisses, Unilever, Damart... font partie de ses clients. Europro emploie 23 personnes, réalise un chiffre d'affaires de 25 millions d'euros et compte 5 bureaux en Europe (Bruxelles, Paris, Milan, Stuttgart et Barcelone) et un au Mexique.

Tous les 3 voyagent beaucoup, observent ce qui se passe ailleurs, s'inspirent des concepts nouveaux et font évoluer leur entreprise et leurs équipes. Ils ont partagé leur vision et leurs convictions quant à la manière de mener sa PME aujourd'hui pour qu'elle reste performante demain dans un contexte de mondialisation des affaires.

Ces intervenants se sont exprimés sur des thèmes tels que :

L'international, oui mais bien préparé ! Cela implique :

- l'ouverture à d'autres cultures et la connaissance des spécificités culturelles de chaque pays qui fait que les règles ne sont pas abordées de la même façon,
- des équipes qui maîtrisent plusieurs langues,
- mesurer les moyens financiers à mettre en œuvre et prévoir une réserve,
- trouver « la » bonne personne de contact sur le ou les marchés que l'on souhaite pénétrer qui pourra mettre en place une équipe de haut niveau.

*Katia De Paepe souligne que l'exportation est facilitée pour les Belges grâce à d'une part, leur réputation de sérieux à l'étranger et d'autre part, grâce au fait que la Belgique fait partie d'un grand espace économique unifié. De plus les travailleurs belges sont naturellement ouverts à d'autres cultures et maîtrisent plus facilement des langues étrangères : de sérieux atouts à exploiter donc !*

En ce qui concerne les études de marchés, Simon-Pierre Gilliot reste assez dubitatif : *si on analyse trop un marché que l'on souhaite pénétrer, on n'y va plus. Les experts vous fourniront toujours de bonnes raisons pour ne pas y aller.*

*Finalement, la meilleure technique de vente sur un nouveau marché c'est d'enfiler ses baskets et d'aller prospecter, la valise de produits à la main ... Chez Amtoys, un bon commercial effectue 25 visites en deux semaines, ainsi vous avez la réponse du marché !*

Sur le plan de la collaboration avec des multinationales :

Jacob Avidar : *j'ai choisi de travailler uniquement avec des multinationales car elles paient bien et permettent d'aborder facilement de nouveaux pays grâce à leur réseau de filiales. Cependant, les règles qu'elles imposent sont très strictes et il n'y a pas de concession possible par rapport à celles-ci ... on ne peut que s'y adapter. La concurrence se renforce et ces règles deviennent de plus en plus contraignantes. Je n'en dors pas toujours bien mais c'est une bonne école de rigueur cela me force à chaque fois à améliorer la qualité de mon produit et service, bref à transformer ces contraintes en opportunités.*

*Finalement je vends un produit mais surtout une garantie de flexibilité, de rapidité, de respect des délais. C'est comme cela que le « petit nain » fait face au géant !*

Selon Jacob Avidar, produire à l'étranger nécessite de :

- *connaître les caractéristiques techniques de son produit ainsi que ses risques inhérents*
- *choisir les bonnes usines. Une usine qui travaille de façon rigoureuse et qui fabrique un produit de qualité c'est 80% du succès*
- *établir une checklist complète et préciser ce qui doit être produit et en deans quel délai. Il est capital de mettre en place des procédures rigoureuses de contrôle qui permettent de détecter une erreur rapidement.*

Katia De Paepe rappelle, *que le prix n'est pas la seule raison qui fait que la production est délocalisée en Extrême-Orient. La culture d'exactitude et de rigueur qui règne dans ces pays en fait des partenaires très sérieux. Ce qui n'est pas le cas dans d'autres régions du monde.*

Jacob Avidar ne semble pas trop s'inquiéter de la concurrence internationale. Ce qui l'intéresse c'est la satisfaction du client. La clé du succès, selon lui : *battre mes concurrents un petit peu dans tous les domaines.*

Le mot de la fin, Simon-Pierre Gilliot :

- *Si vous avez un métier exportable, allez-y !*
- *Le moyen le plus efficace pour se développer à l'international c'est de participer et fréquenter les salons et foires.*
- *Enfin, la difficulté de vendre est moins grande que la difficulté de se faire payer !*

Cette soirée Réseau-Club ICHEC-PME qui a réuni plus de 80 dirigeants de PME, s'est poursuivie dans une ambiance décontractée permettant à chacun d'apprécier l'occasion d'être réunis pour échanger.

(\*) Le Réseau-Club ICHEC-PME est composé de 454 créateurs, développeurs et repreneurs de PME ayant suivi un des programmes de formation longue proposés par ICHEC-PME, PME-START® ou PME-PLUS®. Ce réseau ambitionne le partage des expériences et des connaissances. Quatre fois par an des activités sont prévues. Elles ont toujours le même objectif : approfondir une thématique liée à la PME et échanger sur celle-ci.

PME-START® : Parcours de formation et accompagnement individualisé pour créateurs de PME et

PME-PLUS® : Parcours de croissance pour dirigeants de PME.

Les inscriptions sont en cours. Plus d'info : [stephanie.lemadec@ichec.be](mailto:stephanie.lemadec@ichec.be) ou 02/739 38 75 ou

[www.ichec-pme.be](http://www.ichec-pme.be).