

Pays de la Loire : comment la région accompagne les PME en Chine

Le conseil régional des Pays de la Loire a fait de la Chine une cible pour enrichir le tissu économique de la région. Grâce à son bureau de Qingdao, en trois ans, elle a aidé 150 PME ligériennes à venir dans la province du Shandong. Parmi elles, Telelogos. L'éditeur de logiciels de télécommunications vient de vendre son idée à Coca Cola Swire, la division Chine du Sud et Hong Kong de la firme américaine : équiper les PDA (ordinateurs personnels) de 300 commerciaux de son logiciel MediaContact, pour faciliter les relations entre le terrain et le siège. « D'ici un an, nous devrions toucher 1 000 commerciaux, et 3 000 dans deux ans, détaille Cyril Delon, responsable Chine de l'entreprise du Maine-et-Loire. Nous avons dû pratiquer des prix avantageux, mais c'est important d'avoir une telle référence. » Basé à Shanghai depuis juillet dernier, Cyril Delon est volontaire international en entreprise (VIE). Son rôle : servir d'interface entre Telelogos et Terra Nova, son distributeur en Chine. Sans sa présence, le portefeuille d'affaires de la PME ne serait pas si étoffé. Sans l'activisme du conseil régional des Pays de la Loire non plus. Depuis janvier 2006, la région finance à 100 %, pendant un an, les indemnités mensuelles de jeunes VIE engagés par les PME régionales. Une première en France. Aujourd'hui, 164 postes ont été payés, dont 26 en Chine (14 %), avec CCI International. La région se hisse au 3^e rang national pour le nombre de départs. Depuis quelques années, en coordination avec les chambres



Guillaume Larivière-Doublard, de Secmair, avec Jacques Auxiette, président de la Région.

de commerce et d'industrie et les missions économiques, la région intensifie aussi une coopération avec la province du Shandong (est de la Chine). Les missions de prospection s'y multiplient – nourrissant les critiques de l'opposition de droite. Quatre sites de PME régionales ont été ouverts au Shandong l'an dernier, et, selon les Douanes, les exportations régionales vers la Chine ont aug-

menté de 68 % entre 2006 et 2007, à 329 807 000 euros. C'est ce bilan qu'une quinzaine de chefs d'entreprise sont d'ailleurs venus tirer à l'occasion d'un séminaire économique à Qingdao, les 11 et 12 septembre dernier. C'est aussi de l'avenir des échanges qu'ils ont discuté, confrontés à un blocage de la croissance dans la plupart de leurs marchés hexagonaux. « En Chine, nous pouvons miser sur la qualité de nos produits, résume Guillaume Larivière-Doublard, directeur des affaires internationales de Secmair, PME mayennaise leader mondial pour la fabrication de matériel d'épandage d'enduits superficiels. La société se trouve confrontée à une copie quasi systématique par les entreprises chinoises. « Ici, ils misent sur les prix et sont très convaincants. Mais ils

ne savent pas gérer, par exemple, la régularité de la diffusion du bitume... Le *made in France* a des arguments. » Dans un tout autre secteur, la société Biofournil, basée dans le Maine-et-Loire, s'en convainc également. Fabriquant du pain au levain à l'ancienne précuit, elle a commencé à le vendre à Shanghai à la fin de l'été 2007. Depuis, elle a livré trois conteneurs et a bon espoir de « passer de 6 à 12 clients avant le nouvel an chinois », précise son P-dg, Jean-Yves Fouché, qui vient de changer d'importateur et de recruter un VIE. Quelques caméras disposées sur un point de vente lui ont déjà montré que plus de la moitié des clients potentiels étaient chinois. Et un rendez-vous fructueux à Qingdao semble avoir convaincu un nouveau distributeur la semaine dernière...

Biofournil a déjà livré trois conteneurs de pain bio

TÉMOIGNAGE

Monroc récupère en Chine des clients perdus en France

À deux heures de Qingdao, Olivier Croix dirige la filiale chinoise de Monroc, constructeur vendéen d'essieux agricoles et industriels. Une poignée de machines-outils locales, treize ouvriers chinois, une comptable et un bras droit recrutés localement aussi : l'usine « Monroc Qingdao » n'est en activité que depuis novembre 2007. La cible ? Le marché asiatique. « Un client de Singapour ne souhaite plus travailler avec Monroc pour des raisons de coût, explique ainsi le directeur. On l'a perdu en France, on essaie de le récupérer ici... » Coup d'œil optimiste vers son usine, quasi-vide pour le moment. Olivier ne regrette rien, « sur-

tout pas d'être venu personnellement : sur place, il y a déjà beaucoup de blocages que nous ne comprenons pas. Alors à 10 000 km de distance... » La structure, construite en 2007, mesure 1 500 m². Sur un terrain d'un hectare, deux tranches de travaux supplémentaires sont possibles. « Nous avons beaucoup hésité sur la forme de notre implantation, se souvient le P-dg, Patrick Monvoisin. Une fonderie chinoise nous proposait une joint-venture : cela aurait pu aller très vite, mais, au final, l'entreprise aurait pu nous échapper. Nous avons préféré le statut d'entreprise à investissement 100 % étranger : on maîtrise ainsi toute l'affaire. »

Le *made in Pays de la Loire* en Chine, c'est aussi le néo-nantais Météodyn, centré sur l'ingénierie du vent et de la climatologie. Lui qui réalise déjà 10 % de son chiffre d'affaires dans l'empire du Milieu – où il a démarré en 2007 – « se structure pour faire face à une montée en puissance incontournable », résume son directeur administratif et commercial, Jean-François Deshayes. Un projet de mise en place d'alarmes de sécurité des trains, sur 1 000 km de voies ferrées, se profile notamment pour la fin d'année...

Les réussites d'autres PME ligériennes nourrissent sans doute cet enthousiasme : ainsi le vendéen Defontaines, qui fabrique des couronnes de pâles d'éoliennes, emploie-t-il une centaine de personnes dans son usine de Qingdao, ouverte en mars 2007... D'autant plus encourageant qu'« en général, en Chine, il faut attendre trois ans pour avoir des résultats concrets », rappelle Armelle Rebuffet, directrice de CCI International, qui regroupe les services internationaux des cinq CCI des Pays de la Loire.

« Beaucoup de PME ont un réel potentiel ici et n'y viennent pas », déplorait-elle pourtant lors du séminaire de Qingdao. Alain Mustière, président du conseil économique et social régional (CESR), évoquait justement « un objectif de 300 entreprises en Chine dans les trois ans à venir ». De quoi réjouir l'ambassadeur de France dans le pays, Hervé Ladsous, qui a rappelé les objectifs que la France nourrit pour ses PME et la Chine : « La feuille de route fixée par le gouvernement reste l'implantation de 400 PME supplémentaires par an. » ■

Antoine Gazeau,
à Pékin et à Qingdao

- TROIS QUESTIONS À -

Cécile Zhou, chargée de mission au bureau des Pays de la Loire à Qingdao

« La joint-venture n'est pas le modèle le mieux approprié »



Cécile Zhou (à droite) en compagnie d'Olivia Tang et de Michèle Chen, ses deux collègues du bureau de représentation des Pays de la Loire à Qingdao.

Le Moci. Un bureau régional en Chine... pour quoi faire ?

Cécile Zhou. Avant tout pour accompagner les PME. Depuis le début de l'année, 35 entreprises nous ont contactés, pour effectuer des études de marché, trouver des partenaires chinois, ou parce qu'elles avaient besoin d'interprètes. Dans la phase d'installation, ensuite, il leur manque des outils pour comprendre la culture... En Chine, la relation de confiance est essentielle. La présence permanente, via le bureau, est un vrai plus. Sans compter que l'entreprise chinoise a plus facilement confiance en un organisme public, qui n'a pas d'intérêt direct dans les transactions, à la différence des sociétés de consulting. En plus, nous sommes trois Chinoises et un Français : nous jouons donc un rôle tampon.

Le Moci. Que devez-vous souvent expliquer aux Français ?

Cécile Zhou. Que, dans le monde des affaires chinois, la loi ne règle pas tout. Les entrepreneurs peuvent vendre sans contrat : l'oral est parfois plus important que l'écrit. Ils estiment souvent que la paperasse, qui rassure les Français, demande trop de temps ! La différence de rapport au temps est d'ailleurs importante : prévoir un rendez-vous un mois à l'avance en Chine est quasi-impossible...

Le Moci. Comment s'expliquent les difficultés parfois rencontrées ?

Cécile Zhou. Elles tiennent à la différence d'approche des projets : ce qui emballe les Français peut sembler sans intérêt aux yeux des Chinois... Et puis, souvent, les entreprises françaises veulent trouver un partenaire pour écouler leurs produits. Les Chinois, eux, recherchent plus des investissements directs, des joint-ventures, dans lesquelles ils voient un partage des savoir-faire. Cette solution n'est peut-être pas la plus appropriée : il est vraiment très difficile de travailler ensemble. À moins, encore une fois, d'avoir su créer une réelle relation de confiance...

Propos recueilli par A. G.

Tourisme et vin : Hong Kong et Bordeaux partenaires

La Chambre de commerce et d'industrie de Bordeaux (CCIB) vient d'annoncer l'installation « dans les prochains mois » du Hong Kong Chinese Desk, un bureau devant favoriser « le lien entre investisseurs » et favoriser les échanges d'informations, en matière d'œnotourisme en particulier. Cette initiative s'inscrit dans le cadre de la coopération entre la CCIB et le gouvernement de Hong Kong. Les deux partenaires s'associent aussi pour tenir un Festival du vin à Hong Kong à l'automne 2009 et renforcer l'enseignement et les échanges liés au commerce du vin.

Formation : l'Insead et l'université de Tsinghua renforcent leurs liens

L'Insead et l'École d'économie et de management de l'université de Tsinghua (Pékin) ont signé, le 26 septembre dernier, un nouveau protocole d'accord pour renforcer leur partenariat. Les deux écoles ont convenu de « partager les informations sur les projets de recherche en cours », « d'encourager les échanges d'enseignants » et « d'écrire ensemble des études de cas ».

Textile-habillement : la Chine vend toujours plus en Europe

De janvier à fin juillet, les exportations chinoises de textile-habillement ont crû de 5,7 % par rapport à la période correspondante de 2007, approchant 16 milliards d'euros, d'après Eurostat. La Chine, dont les parts de marché ont atteint 35,8 %, est un des rares fournisseurs de l'Union européenne à enregistrer une hausse de ses livraisons, avec le Bangladesh, le Vietnam et le Sri Lanka. Tous les autres (Turquie, Inde, Tunisie, Maroc...) subissent « l'atonie du marché et la contraction de la consommation vestimentaire », commente Jean-François Limantour, président du Cercle euroméditerranéen des dirigeants du textile-habillement (Cedith).