

AVANT TOUTE CHOSE IL FAUT CONSIDERER

...

LES FREINS SUIVANTS

(Cette liste n'est pas exhaustive et les points évoqués ne sont pas hiérarchisés)

ELOIGNEMENT GEOGRAPHIQUE – FUSEAU HORAIRE

La zone Asie Pacifique est à +_ 20 h. d'avion et le décalage horaire de de +_6-8 h. Ce qui en réduit l'attractivité et nuit pour le moins à la fréquence des contacts. Le délai d'acheminement par avion est de même ordre mais le fret maritime peut être compris en 2-4 mois sans compter les opérations de dédouanement

RUPTURE avec ses racines, traditions, cultures, règles, pratiques culturelles, sportives etc...

DEPAYSEMENT : CLIMAT, HORAIRES, REGLES ROUTIERES (notamment), CODE DU COMMERCE, TRAVAIL

PARTENAIRES, RENCONTRES, CONFIANCE

Hormis des cas de liens familiaux ou professionnels qui justifieraient une implantation « émotionnelle » la recherche de partenaires, d'intermédiaires etc... relève du hasard des rencontres et la confiance n'est pas souvent la caractéristique première de ces relations

ISOLEMENT

Nous parlons des PME/PMI qui ne peuvent constituer une équipe dédiée sur place à un pays et pouvant échanger, converser et partager. Dans un premier temps la découverte d'un nouveau pays est stimulante mais ce n'est pas un hasard si des lieux « communautaires » existent et permettent un retour aux sources souvent nécessaire. Il est vrai toutefois que les facilités modernes de communication atténuent grandement l'isolement pour les zones bien desservies (ce qui n'est pas vrai partout)

DEPLACEMENT

Les déplacements dans le pays peuvent être longs, compliqués et coûteux (PHILIPPINES) et quand bien même les avancées technologiques facilitent les interactions, il faut bien aussi voir sur place ce qu'il en est. On voit bien le secteur textile souvent critiqué sur ce point.

LANGUE

Ce n'est pas la première qualité des français de maîtriser une autre langue. Que ce soit l'anglais (plus ou moins bien parlé par les « autochtones » et donc compréhensible) ou une langue asiatique cela peut être rebutant et contribue à l'isolement et l'incompréhension des situations etc...

CULTURE

Encore plus difficile à appréhender et cela peut prendre une vie ...

Certains peuvent réussir à s'adapter, peu à s'intégrer et pratiquement aucun à s'assimiler réellement. Mon exemple n'est pas probant mais marié à une roumaine, INLOV roumain, connu la Roumanie de 1970 à 1990, puis j'ai vécu 25 ans en Roumanie et j'étais dans la case « intégré ».

NOURRITURE ... la aussi ...

ACTIVITES CULTURELLES SPORTIVES ... aux Philippines le « seul » sport est le basket ce qui peut limite les options mais on trouve des golfs club bien sûr ...

CHOIX DES COLLABORATEURS

SELECTION

La recherche la sélection de collaborateurs est d'autant plus délicate que les équivalences de diplôme sont difficiles à appréhender et la sélection doit être sous traitée... avec les risques que cela suppose

COMPETENCE

Un chef d'entreprise le sait : c'est au pied ou en haut du mur que l'on voit le maçon Ou le mauvais. Ce qui est valable partout mais compte tenu des points évoqués ci-avant renforce les risques d'erreurs pour chaque entrepreneur

FORMATION

Vu l'éloignement et les difficultés de langue et de culture LA PME / PMI est désarmée souvent par cet aspect

COUT DES COLLABORATEURS EXPATRIES

Ne parlons pas des coûts d'expatriation de français détachés (qui ont ou pas une expérience concluante antérieure). Solution qui est réservée uniquement aux grands Groupes.

CHOIX DES PARTENAIRES CONSEILS, INTERVENANTS

Quand bien même les réseaux d'aide et de conseil privés ou publics peuvent fournir des conseils de qualité : ce ne sont pas les payeurs et l'entreprise doit en assumer les risques. On ne peut pas demander à des « fonctionnaires » de penser « vente de produits » ; ce sont des fonctions et des états d'esprit différents.

ETUDES DE MARCHE/SEGMENT/NICHE PREALABLE

Les différents centre d'aide au conseil sont sans aucun doute utiles MAIS ne disposent pas de personnels voués à la FONCTION COMMERCIALE qui suppose une complète assimilation au pays que seuls des autochtones en charge de la commercialisation des produits peuvent exercer.

ANALYSE DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

Tâche souvent impossible car longue et souvent impénétrable pour un entrepreneur qui débarquerait

LES POINTS DE DISTRIBUTION

La difficulté n'est pas dans l'étude de marche mais l'identification, sélection et la mise en place des produits.

Nous proposerons aux entreprises que nous souhaitons représenter un mode singulier de commercialisation. Dans un premier temps>

LOGISTIQUE, MATERIEL ROULANT ET AUTRES

Lourde et complexe à mettre en place surtout pour des PME ?PMI

RECHERCHE ET EMPLACEMENT DES LOCAUX ...

Acheter (difficile), louer ... ce qui peut être contraignant

ADAPTATION, COUT D'APPRENTISSAGE ... n'est pas expatriable qui veut (famille, relations, mode de vie) etc...

LES OPTIONS MEDICALES et SOCIALES

INVESTISSEMENT ?????? Chaque cas est bien évidemment distinct

ERREURS COMMISES ... sans aucun doute elles peuvent être fatales

FORMALITES ... n'en parlons pas

LOIS ET REGLEMENTS ... n'en parlons pas

BANQUE PAIEMENTS GARANTIE STOCKS ...

CONSTITUTION DE SOCIETES, JURISTE, COMPTABLE ...

**LA LISTE POURRAIT ETRE ALLONGEE ET NOTRE EXPERIENCE NOUS PROUVE
QUE DES STAGIAIRES, DES AIDES SALON, DES AIDES CECI POUR CELA ETC... NE
PEUVENT SUFFIRE**

DE FAIT CE NE SONT QUE DES COUPS DE POUCE ... A LA MARGE

2 exemples ci-après pour illustrer mes propos

EXEMPLE PRESENCE FOIRE ET SALONS

CHAQUE EXPOSANT FRANÇAIS • UN DOSSIER D'AIDE X PAR EXPOSANT • CHOIX DU SALON I AN A L'AVANCE • EMLACEMENT ET ESTIMATION DU M2 (SOUVENT LE MINIMUM est 3 m2 ... et déjà trop grand pour certains) – DESIGN ... • EXPEDITION INDIVIDUELLE DU MATERIEL D'EXPOSITION • UN REPRESENTANT BILLET A/R HOTEL + FRAIS DE DEPLACEMENT • DOCUMENTATION COMMERCIALE • PAS D'ADRESSE LOCALE, DE BANQUE LOCALE • INSTALLATEURS, TRADUCTEURS, ACCOMPAGNATEURS, • ETC ...	NOTRE SOLUTION FRANCE (1) – PHILIPPINES (2) • UN DOSSIER D'AIDE POUR UN COLLECTIF D'EXPOSANT (1) • MIEUX PLACE POUR APPRECIER L'OPPORTUNITE DU/DES SALONS (2) • EMLACEMENT ET SURFACE IMPOSANTS (C'EST LA FRANCE) (2) • REGROUPEMENT (1) ET EXPEDITION GROUPEE (1) • DESIGN DELEGUE (2) • REPRESENTANT OPTIONNEL (1) • DOCUMENTATION COMMERCIALE COLLECTIVE (2) • ADRESSE LOCALE, BANQUE LOCALE (2) • COMPETENCES LOCALES (2) ETC D'OU DE SUBSTANCIELLES ECONOMIES ET DE TEMPS EPARGNES !
--	---

EXEMPLE LOCAL / OFFICE/ ENTREPOT (CAS PARTICULIER)

CHAQUE INVESTISSEUR FRANÇAIS • RECHERCHE D'UNE AGENCE SPECIALISEE • SELECTION EN AVEUGLE DES EMLACEMENTS • VISITE OU PAS SUR PLACE / A DISTANCE • COMPREHENSION DES ACTES et des LOIS • VALIDATION DIFFICILE DE LA ZONE (TRANSPORT, ECOLE, HOPITAL, SECURITE ETC...) • EQUIPEMENT DU LOCAL MOBILIER, COMMUNICATIONS ETC... • CONSTITUTION D'UNE SOCIETE ○ RECHERCHE D'UN JURISTE, COMPTABLE, BANQUE • QUI SIGNE ? • ETC ...	NOTRE SOLUTION – PHILIPPINES • LE LOCAL INTEGRE LES PREMIERS TYEMPS DANS SES LOCAUX LE NOUVEAU VENU • MIEUX PLACE POUR APPRECIER L'OPPORTUNITE DU LIEU ULTERIEUR • UNE EQUIPE REDUITE AU MINIMUM SELON L'ENGAGEMENT CONTRACTUEL, LOCAL EQUIPE • LA SOCIETE PHILIPPINE EST EN CJHARGE ET DISPOSE DE JURISTE, COMPTABLE, BANQUIER • SIGNATURE PAR LE REPRESENTANT PHILIPPIN LOCAL ETC D'OU DE SUBSTANCIELLES ECONOMIES ET DE TEMPS EPARGNES !
--	---

ETC.... CHAQUE SITUATION POURRAIT ETRE PRESENTEE DE LA SORTE (ET CELA EST ENCORE PLUS COMPLIQUE ...)

EN CONCLUSION

NOTRE PME / PMI doit tout apprendre de nulle part et décider de tout sans bases de connaissances et tout en maintenant ses affaires en France (quasiment impossible)

CE QUI EXPLIQUE L'ABSENCE DE PME / PMI DANS CES ZONES (HORMIS DE RARES EXPERIENCES INDIVIDUELLES) CAR REBUTEES OU EFFRAYEES ET EN TOUT CAS INCAPABLES D'ABORDER L'ENSEMBLE DES POINTS EVOQUES EN AVANT PROPOS

Nous devons admettre que cela n'a pas de sens d'aider entreprise par entreprise car la tâche est énorme et la réussite incertaine et la rentabilité improbable. Ce n'est pas de favoriser « l'export » qu'il faut c'est comprendre que la société d'Intérêt Collectif Philippine est un partenaire - importateur - distributeur - grossiste délocalisé (ACCUMULANT PROGRESSIVEMENT UNE VASTE EXPERIENCE) qui fédère des PME / PMI FRANCAISES et à qui EST déléguée la distribution de leurs produits auprès de revendeurs finaux locaux OBLIGATOIREMENT MEMBRES DE LA STRUCTURE

FRENCH TOUCH GLOBE'S BUSINESS

[ACCEDER AU PLAN CHAPITRE I](#)

12- [Accéder au Plan du site Web](#)

13. [Accéder à la présentation détaillée](#)

14. [Les Freins aux Ventes Hors France](#)