

# 20 PARCOURS NORMANDS

Portraits d'entrepreneurs sans frontières



# Avant-propos

---

Exporter est une aventure qui mène de nombreuses entreprises normandes aux quatre coins de la planète, et engendre au sein de leurs équipes une réflexion permanente pour aller toujours plus loin.

20 chefs d'entreprises sans frontières nous livrent cette année leurs recettes d'exportateurs avec de nombreux ingrédients communs : de la persévérance pimentée d'audace, accompagnée d'optimisme et de compétences, savamment intégrés dans une stratégie claire, faire de l'export un projet synonyme de croissance pérenne.

Dans un monde connecté qui va toujours plus vite, nombreux sont les défis que doivent relever nos entreprises pour se développer sur de nouveaux marchés. Intelligence économique, ressources humaines, veille réglementaire, approche commerciale, implantation... sont des thèmes stratégiques que nos exportateurs abordent tout au long de leur parcours d'exportateurs.

CCI International Normandie accompagne au quotidien des entreprises toujours plus nombreuses à vouloir tenter l'aventure internationale. A leurs côtés, nous mettons nos outils, nos compétences et notre réseau pour répondre aux besoins multiples et variés qui ponctuent la structuration d'un projet export. Le réseau est une des clés qui ouvrent les portes de l'international. Aussi est-il important pour CCI International Normandie de pouvoir s'appuyer sur un réseau de spécialistes de l'international en Région, en France et à l'étranger.

La parole est aux exportateurs, merci à celles et ceux qui nous ont ouvert leurs portes pour partager leur expérience.

## Vianney de CHALUS

*Président de CCI International Normandie*

Dans le cadre de sa stratégie d'attractivité et de la construction de la marque Normandie, le rayonnement de la région en France et à l'international constitue une priorité.

Tournée vers la mer et dotée de nombreux atouts, la Normandie bénéficie d'une situation géographique exceptionnelle au cœur de l'Europe du nord-ouest, propice à son commerce extérieur. C'est la région la plus connue au monde avec la Californie et elle se place au deuxième rang des régions françaises avec 35 % de son PIB dédié à l'export.

Afin que l'aide aux entreprises soit la plus efficace possible, nous avons créé l'Agence de Développement pour la Normandie (ADN), guichet unique pour les entreprises normandes en matière d'aide économique. Nous avons lancé «Normandie Participations», fonds d'investissement qui peut intervenir en capital dans les entreprises pour les aider à se lancer et à se développer. Un nouveau dispositif, «Impulsion Export», permet de renforcer leur compétitivité en les aidant à mettre en place des stratégies pérennes à l'export, à simplifier et à accélérer leurs démarches à l'international.

L'action régionale en faveur de l'économie se fait en étroite collaboration avec ses partenaires comme les CCI ou le réseau Entreprendre, au service de nos pépites régionales.

Je considère qu'il appartient au Président de Région de mouiller sa chemise en conduisant des délégations de chefs d'entreprises à l'international là où il y a de nouveaux marchés à forts potentiels. C'est ainsi que nous sommes rendus en Russie et en Iran avec une dizaine de chefs d'entreprises et que nous irons au premier semestre 2017 à Taiwan et en Chine.

Les portraits qui suivent montrent la vitalité des entreprises de notre région et leur capacité à innover. Que ce soit dans l'agro-alimentaire, les produits d'excellence de notre terroir, l'industrie, le digital, les cosmétiques, la filière équine, elles font notre fierté et la Région est plus que jamais à leurs côtés.

## Hervé MORIN

*Président de la Région Normandie*



## COLLECTIVE COMMITMENT

*The transport of drinking water and hydrocarbons is a major economic and strategic opportunity.*

*BS Coatings pipeline protective coatings accomplish this mission in thirty countries worldwide, in Europe, North Africa, the Middle East, Russia, Turkey, Iran... Complicated areas, affected by geopolitical shocks which affect the balance, and a fluctuating market, with the drop in the price of a barrel of oil largely restricting its investments.*

*With 70 years of experience, BS Coatings knows how to juggle difficulties, vary its angles of approach, diversify its offer and technological progress to make a difference.*

*At BS Coatings, international trade is a collective commitment, which is one of the company's historic values.*

*This can be seen in each person's motivation and loyalty when it involves, for example, spending Easter weekend deep in Siberia. This is one of BS Coatings' strong points - presence in the field.*

[www.bs-coatings.com](http://www.bs-coatings.com)



Le transport de l'eau potable et des hydrocarbures sont des vecteurs stratégiques et économiques majeurs. Les revêtements de protection des canalisations de BS Coatings accomplissent cette mission dans une trentaine de pays dans le monde, en Europe, au Maghreb, au Moyen-Orient, en Russie, en Turquie, en Iran... Des zones compliquées, susceptibles de secousses géopolitiques remettant en cause les équilibres, et un marché fluctuant, la baisse du prix du baril de pétrole ayant ainsi largement restreint les investissements.

Fort de ses 70 ans d'expérience, BS Coatings sait jongler avec ces difficultés, varier ses angles d'approche, miser sur la diversité de son offre et son avance technologique pour faire la différence. « On peut déterrer un pipe de 50 ans revêtu avec nos produits, il est toujours en bon état », relate la directrice générale, Véronique Pécheraux. Chez BS Coatings, l'international est un engagement collectif, ce qui s'inscrit

## BS Coatings - Aubevoye *Un engagement collectif*

dans les valeurs historiques de la société. Par le passé, l'entreprise a été reprise par ses salariés après le départ de gros actionnaires, et cela lui a donné une culture, une façon de travailler mixant gestion sérieuse, attention apportée au client, qualité et services. On le retrouve dans la motivation et la fierté de chacun quand il s'agit, par exemple, de passer un week-end de Pâques au fin fond de la Sibérie. Car c'est une des caractéristiques de BS Coatings, la présence sur le terrain : « Nos équipes interviennent sur place pour conseiller et accompagner le client lors de la mise en service de nos produits », explique Véronique Pécheraux. La directrice générale est elle aussi en contact direct avec les clients : « Je me déplace régulièrement, c'est important d'être présent physiquement, comme nos clients sont d'ailleurs ravis de venir à Aubevoye où le niveau technique de l'outil de production et des laboratoires les conforte dans leurs choix ». Bien sûr, au Moyen-

Orient, en Iran, « il faut respecter certains codes », mais « cela se passe très bien, on arrive à s'imposer. L'important est de savoir faire preuve de compréhension, de patience, de persévérance, et de comprendre les particularités culturelles ».

Le temps ! C'est l'alpha et l'oméga du travail de BS Coatings. D'une part parce que le milieu est un peu conservateur, et que lui faire adopter les innovations que sort régulièrement la R&D de l'entreprise n'est pas simple. Et surtout parce que le secteur regorge d'accréditations (pour le transport d'eau potable, chaque pays à la sienne), de normes, d'homologations, de tests, qui rallongent d'autant la période de commercialisation. « Mais une fois que le feu vert est donné, il faut aller très vite. Nous savons faire, nous sommes réactifs et flexibles », commente Véronique Pécheraux. De quoi entretenir l'ambition de doubler l'activité à l'export qui représente déjà environ 60 % du chiffre d'affaires.

