

Les entreprises normandes chassent en meute sur les marchés asiatiques

Franck BOITELLE,

À en juger par le nombre de boutiques « Paris Baguettes », par la prolifération d'enseignes frappées d'une silhouette de la Tour Eiffel et par le succès des restaurants tenus par des chefs tricolores, tel « Le Chef bleu » créé à Séoul par un natif de **Bihorel**, près de **Rouen**, **Laurent Dallet**, par ailleurs cuisinier de la résidence de l'ambassadeur de la France en Corée, l'art de vivre à la française séduit une population aisée, qui tourne le dos à son passé de « *royaume-ermite* » pour s'ouvrir largement à l'international. « *Les mentalités évoluent, les goûts changent grâce aux échanges commerciaux, au tourisme et aux fréquents séjours des étudiants coréens à l'étranger. Mais l'attachement à l'image de la France, considérée comme la patrie du luxe et de la qualité de vie, reste intact. Je dirais même qu'elle se renforce parmi des consommateurs pourtant réputés exigeants* », confirme **Romuald Pieters**, ancien Rouennais aujourd'hui à la tête d'une petite société de boucherie-charcuterie-traiteur « *à la française* », mais avec du cochon de l'île de Jégou.

Les Jeannette à la conquête de l'Asie

« *Il y a une vraie curiosité et un réel engouement pour les produits français. Et des opportunités de développement très marquées* », enchaîne **Vianney de Chalus**, président de la CCI de Normandie, qui accompagne une délégation de chefs d'entreprises normands en Asie, menée par le président de la Région, **Hervé Morin**, et par celui des entreprises appartenant au « patrimoine vivant », **Luc Lesénécal**.

Désireux de sceller ou de consolider des partenariats, d'enrichir leur carnet d'adresses, de bénéficier aussi de l'expérience de collègues déjà implantés, ces dirigeants d'entreprises ont choisi de se déplacer en meute en Corée, puis en Chine et mercredi à Shanghai, afin de donner davantage de poids à leur démarche. « *La formule est excellente* », souligne **Georges Viana**, le patron de la **Biscuiterie Jeannette**, venu de **Colombelles** (Calvados) pour faire découvrir ses madeleines au marché asiatique et « *voir comment adapter nos produits aux besoins des consommateurs coréens et chinois* ». « *Seul, dit-il, on est trop faible pour s'attaquer à un tel marché. Tandis que là, avec le soutien de Business France, celui des collègues et du président de la Région, notre démarche prend une tournure plus officielle, et donc beaucoup plus de poids* ».

Ainsi, Georges Viana a pu décrocher une dizaine de rendez-vous pendant les deux jours de l'étape coréenne, et repartir pour la Chine avec « *déjà presque des pré-commandes* ». « *C'est un vrai succès et en plus, j'ai pu mettre en valeur l'utilisation pour nos madeleines du bon beurre d'Isigny* », glisse-t-il dans un clin d'œil au patron de la coopérative laitière, **Daniel Delahaye**, venu inaugurer son troisième « corner » en moins d'un an dans l'un des gigantesques centres commerciaux du groupe Hyundai, avec qui le partenariat a été signé en mars. « *Ici, les choses peuvent aller très vite* », se réjouit le Normand, ardent promoteur d'un « *terroir et de produits d'exception* », dont deux sur trois partent à l'exportation.

Des produits qui « cartonnent »

Ce n'est certes pas le patron des **Tricots Saint-James**, président des Entreprises du patrimoine vivant,

dont la célèbre marinière et les vêtements de laine « *cartonnet* » à Séoul, qui le contredira. Ni **Valérie Le Guern-Gilbert**, présidente de **Mauviel 1830 à Villedieu-les-Poêles**, qui vient de doter d'un équipement haut de gamme les cuisines du restaurant « Stay » du chef étoilé **Yannick Alléno**, au 81e étage de l'impressionnante « Lotte World Tower » inaugurée le 3 avril dernier, et qui est aujourd'hui, avec ses 555 mètres, le cinquième plus haut gratte-ciel au monde.

Bel encouragement pour les autres membres de la délégation qui ont multiplié les rendez-vous préparés par Business France, la chambre de commerce franco-coréenne et les équipes des services économiques de l'ambassade. Bel encouragement aussi pour **Jean-Philippe Cousin** et son épouse, propriétaires des filets **Filt**, installés à **Caen**, qui espèrent décrocher de nouveaux contrats et approcher rapidement 50 % du chiffre d'affaires à l'export. « *On est des décomplexés de l'export* », lâche en riant le chef d'entreprise. « *Mais le fait de partir en mission à plusieurs crée non seulement des liens dans l'équipe, mais peut être utile aussi pour mieux comprendre l'historique et les spécificités de tel ou tel marché. Il y a aussi tout le côté officiel, les réceptions, qui donnent à notre visite une dimension supérieure* ».

Normandie rayonnante

Pour **Nathalie Foussier**, qui a créé en mars sa petite société de création de carrés de soie haut de gamme fabriqués par des entreprises du patrimoine vivant, **Niuka Paris**, s'élancer seule à la conquête du marché asiatique était inenvisageable sans le soutien de la Région et de Business France. Cet organisme lui a fourni « *trois rendez-vous très bien sélectionnés dans mon cœur de cible* ». Et permit de conclure un joli contrat de 160 pièces. « *Et l'on m'a promis une autre commande en février* », se réjouit la jeune femme, qui met en avant la « *crédibilité* » apportée par la délégation officielle.

Une délégation dont le chef de file saisissait toutes les opportunités pour célébrer les vertus des entreprises normandes, dans une région du monde où l'on attache aussi une grande importance à la « *loyauté* » des marques envers leurs partenaires et les clients de ceux-ci. Qui signe aussi des accords dans de multiples domaines, dans le but d'accroître le rayonnement de la région.

Un continent à séduire !

La délégation normande se pose aujourd'hui à Sydney, en Australie, où elle fera la promotion de la région auprès des industriels locaux, avant de s'envoler demain pour Adelaïde, où l'on parlera beaucoup de sous-marins.

Dix-huit mois après la sélection de Naval Group par le gouvernement australien pour la fourniture de douze sous-marins conventionnels, pour un montant de 35 milliards d'euros, les représentants de deux entreprises normandes, **Volum-E** et **Ameris Group**, rencontreront demain vendredi, à Adelaïde, leurs interlocuteurs pour les partenariats déjà signés ou à venir, dans le cadre de la mission économique.

Opportunité

Pour la première, filiale de MMB localisée à **Blangy-sur-Bresle** et spécialisée dans la conception et la réalisation de prototypes industriels, il s'agit de mettre en exergue son avance technologique et sa capacité à proposer au secteur aéronautique une offre validée, depuis 2014, par la certification et la qualification aéronautiques. À la pointe de la technologie en matière de fabrication additive, elle réalise aujourd'hui plus

de 20 % de son chiffre d'affaires à l'export, et l'on voit bien toutes les opportunités que lui offre, comme à toute la filière concernée, la réalisation conjointe des douze sous-marins océaniques.

Accueil en Normandie

Ameris Group, basée à **Cherbourg** et déjà présent sur les cinq continents grâce à un réseau de onze filiales et de vingt agents et partenaires, entend bien, lui aussi, participer à ce projet en faisant valoir son expertise dans les domaines de l'assistance technique, de l'ingénierie mécanique et de la sécurité incendie pour des missions critiques. Mais pas seulement : ce vendredi, dans les bureaux de Naval Group, où les attendent le PDG de Naval Group Australia, **Brent Clark**, et le président d'Australasia Naval Group, **François Romanet**, il s'agira aussi d'évoquer avec le président Hervé Morin, les conditions d'accueil des familles australiennes qui s'établiront à Cherbourg dans le cadre de ce programme, et de finaliser avec les autorités le projet de cursus scolaire bilingue prévu pour leurs enfants dans le **Cotentin**.

Accord scolaire

Ce point particulier fera d'ailleurs l'objet d'une rencontre, dans le bureau de la consule honoraire, entre la délégation officielle normande, rejointe par le recteur de Normandie, **Denis Rolland**, ainsi que par **Benoît Arrivé**, maire de **Cherbourg-en-Cotentin**, et la ministre **Susan Close**, chargée de l'éducation au gouvernement d'Australie-méridionale. Cette rencontre devrait se solder par la signature d'un accord pour la création d'un enseignement bilingue français/anglais homologué à Cherbourg.

Forum pour la paix

Plus tard, dans les caves du vignoble de Penfolds, c'est aussi de politique dont il sera question, à l'occasion d'un entretien d'Hervé Morin avec le « Premier » d'Australie-méridionale, **Jay Weatherill**, puis avec la députée travailliste **Amanda Rishworth**. Membre du groupe parlementaire d'amitié Australie-France, cette députée est en charge des anciens combattants. Sera notamment évoquée lors de cette rencontre, l'organisation du 1er forum mondial Normandie pour la paix ouvert du 6 au 9 juin 2018, à **Caen**, et sur les plages du Débarquement. Ce forum se tiendra en parallèle avec les commémorations annuelles du D-Day, avec une conférence internationale publique, des espaces de rencontres politiques ainsi que des événements dans les domaines culturels et universitaires. Un concert pour la paix sera d'ailleurs donné le 6 juin sur les plages du Débarquement.

club international

Ces entretiens à Adelaïde, au lendemain de la signature d'un accord de jumelage entre les villes de Cherbourg et de Port-Adelaïde-Enfield, ne seront toutefois pas les seules interventions en faveur de la création d'un club international Normandie pour la paix en terre australienne : ce jeudi à Sydney, une table ronde aura été organisée sur ce thème au consulat général de France, où la délégation officielle aura pu rencontrer l'ambassadeur ainsi que des acteurs d'organisations attachées à cette cause.

F. B.

mickael dodds (Normandie attractivité) : « il faut mobiliser les énergies »

Né à Londres, enfance à Brighton, **Michael Dodds** est depuis six semaines le directeur de Normandie Attractivité, après avoir été durant neuf ans le directeur du comité régional du tourisme de Bretagne.

Quels sont les contours de votre mission ?

Mickael Dodds. « Elle est assez vaste et très ambitieuse, dans le sens où il s'agit de gérer la nouvelle agence de l'attractivité qui a pour but de faire rayonner la Normandie en France et à l'international, dans tous les domaines. Mais ça commence par un moment de communication interne afin de mobiliser l'ensemble des prescripteurs attachés à la Normandie. Pour moi, c'est un beau challenge »

Quels sont vos moyens ?

« Pour l'instant, nous sommes totalement financés par la Région, avec un budget de l'ordre de 1,3 M€. Je veux créer une petite équipe extrêmement réactive, avec des compétences en animation réseau, en web, et également des compétences en story telling parce je pense qu'il faut raconter de belles histoires d'initiatives qui mettent en valeur l'excellence normande. On a notre siège au Havre, avec deux backoffices à Caen et à Rouen. C'est notre base de départ mais j'espère que nous parviendrons à nouer des partenariats avec le privé afin de mobiliser des fonds en partie des entreprises, en partie des collectivités ».

En quoi ce voyage est-il important ?

« Pour moi, il est extrêmement intéressant de voir comment la Normandie se positionne, les arguments qu'elle utilise, les thèmes auxquels nos interlocuteurs sont réceptifs. De voir aussi comment ils réagissent à nos propositions et à nos ambitions. C'est super aussi de voir les entrepreneurs en action et les modes de prospection qu'ils emploient, les succès qu'ils remportent et les difficultés qu'ils rencontrent. Pour certains, c'est une découverte totale et je pense qu'ils sont bien épaulés par les services de la Région et par Business France qui les mettent en relation avec les bons interlocuteurs. Pour d'autres, c'est une forme de confirmation ».

Que vous inspire l'organisation d'un forum pour la paix ?

« Je suis emballé par ce projet parce que lorsqu'on se positionne comme une région-monde, il faut porter les valeurs universelles que la Normandie défend. Cela donnera encore plus de sens aux commémorations du 6 juin. C'est extrêmement noble et je pense que quand vous prospectez un pays, c'est une carte de visite supérieure de dire que vous travaillez activement à promouvoir la paix avec l'appui de personnalités internationales »

Quel objectif des clubs d'ambassadeurs ?

« Il faut continuer à augmenter le capital sympathie de la Normandie dans tous les pays que nous visitons et qu'il n'y a pas de meilleur moyen que de mobiliser les bonnes énergies »

propos Recueillis
par Franck Boitelle

La situation de Laurent Fortin, le pâtissier de l'Eure incarcéré à Shanghai depuis le milieu du mois de mars et qui connaît des problèmes de santé, a été évoquée hier à l'occasion de la rencontre du président de la Normandie et du vice-maire de cette gigantesque métropole de 24 millions d'habitants. Mais la discrétion est de mise quant à la teneur précise des propos, même si l'on sait qu'Hervé Morin a demandé à son interlocuteur de faire en sorte que la situation du captif soit examinée avec compassion, compte tenu de sa santé fragile.

Pour le reste, l'entrevue s'est déroulée dans une ambiance « détendue » avec pour premier sujet abordé celui de la construction d'échanges économiques entre Shanghai et la Normandie. Ils pourraient se concrétiser lors de la visite d'une délégation chinoise en novembre 2018 à Caen, lors des finales françaises des Olympiades de l'apprentissage. Shanghai en sera l'organisateur en 2021. Le vice-maire a été invité à conduire une délégation à cette occasion. Il a en outre montré beaucoup d'intérêt, assure Hervé Morin, quant au projet de construction d'un institut franco-chinois de la gastronomie au Havre, à la suite d'une convention signée mardi soir à Shanghai entre Christophe Doré, le président de la chambre des Métiers de Seine-Maritime et le président d'une énorme association de restaurateurs forte de 5 millions de membres.