

Un « baume de courage » pour entrepreneurs

Il faut un certain courage dans la vie en général. Il en faut d'avantage quand on se lance en affaire. Surtout à l'étranger avec des clients qui ne parlent pas votre langue et n'ont pas les mêmes codes sociaux. L'association Club d'Affaires Provence-Russie-CEI (CAP-R-CEI) est en quelque sorte un baume de courage pour entrepreneurs et chefs d'entreprises de la région PACA.

Exporter en Russie et dans la CEI est un challenge, personne ne le niera. Les vieux clichés soviétiques sont toujours vivaces et les relations diplomatiques dans une phase de stagnation. Néanmoins, les membres du club d'affaires laissent volontiers aux politiques le « Putin-bashing » et rumeurs d'affrontement Est-Ouest. Ils font confiance à leurs propres expériences d'entrepreneurs, de vendeurs et des anciens diplomates et aux solides relations qu'ils ont bâties à l'étranger et aussi en Provence, notamment avec le consulat général de Russie à Marseille. Cette expérience, riche en conseils et anecdotes, ils la proposent à qui voudra s'en servir et s'en imprégner. Il suffit de sauter le premier pas, assister à un des événements organisés par l'association et pourquoi pas adhérer au club.

Thierry FABRE, PDG de Sénidéco, et **Fabrice RAOUL**, fondateur de MOD'SPE Paris-Central Europe, respectivement président et vice-président de l'association Club d'Affaires Provence-Russie-CEI, parlent de leurs activités sur le marché russe.

- Comment a débuté l'association CAP-R-CEI ?

Fabrice Raoul : Tout a commencé en 2008. Nous étions membres d'un club d'affaires à Marseille et nous y avons connus Dimitri Verdet, à l'époque en poste à la Direction régionale du commerce extérieur de Provence-Alpes-Côte d'Azur. Nous avons tout de suite parlé de nos expériences sur le marché russe. Dimitri avait déjà eu l'idée de créer une association pour les professionnels travaillant sur le marché russe ou prévoyant de s'y implanter.

- Racontez vos débuts sur le marché russe.

Thierry Fabre : Pour ma part, je suis arrivé en Russie en 1993 à la suite d'une commande reçue par un entrepreneur

russe pendant un salon en Belgique. Je ne m'y attendais pas à l'époque. Je suis arrivé dans un pays en pleine Perestroïka où les dollars s'échangeaient plus que les roubles. J'ai commencé à me renseigner

sur le marché à ce moment-là. En 2008 j'ai créé ma propre filiale en Russie et j'ai eu d'autres clients. Maintenant je suis fournisseur de Leroy-Merlin en Russie, et je réalise désormais un tiers de mon chiffre d'affaire avec la Russie.

Fabrice Raoul : J'ai commencé à exporter sur le marché russe au début des années 2000. Le plus fort de la crise économique était déjà passé. Je n'ai pas eu de mal à trouver des clients sérieux dans mon secteur du prêt-à-porter. Le transport de mes marchandises s'est très bien passé. La logistique fonctionne très bien en Russie. J'y retourne aussi souvent que je le peux. Les Russes apprécient ce genre d'engagements.

- Quelle est l'image des produits français dans la CEI ?

Thierry Fabre : Les produits français ont une image d'excellence, de raffinement et de qualité, surtout dans l'agroalimentaire, la décoration, les produits de beauté, les spiritueux et l'habillement. Pendant des décennies, les citoyens des anciennes républiques soviétiques consommaient des produits



Fabrice RAOUL