

LE MOCI

Moniteur du Commerce International depuis 1883

8 mai 2015

Symposium mondial des CCEF : 20 PME françaises s'essayent à l'art du "pitch" pour séduire l'Amérique



La règle d'un "elevator pitch" est simple : il s'agit de susciter l'intérêt de son interlocuteur en une minute, "comme si vous le croisie dans un ascenseur". Le produit, l'entreprise, le projet, tout doit y tenir. Et le tout en anglais. C'est l'expérience qu'ont vécus le 7 mai, 10 des responsables de PME et start-ups françaises venues des quatre coins de France invitées par les **Conseillers du commerce extérieur de la France (CCEF)** à venir à leur **symposium mondial de Miami** pour y trouver des partenaires et du conseil, notamment pour attaquer le marché nord-américain.

Jérôme Giacomoni, P-dg du groupe Aérophile (Paris), **Sylvain Tillon**, de Tilkee (Rhône-Alpes), **Vincent Garguet**, président de TechnoSolutions SAS (Pays de la Loire), **Keira Kadri**, directrice générale de Kadri (pour un projet de création d'un bar à champagne à New-York), **Thibaud Guillaume**, P-dg de VDP (Île de France), **Alexandre Rambaud**, président d'Agendize SAS, **M Al Cadosch** d'Advanced-Retail (Paris), **Franck Bernard**, directeur général d'Agilonaute SAS (Aquitaine), **Jérémy Levisse**, directeur Marketing de Lebrun SA (Nord-pas-de-calais), **Hugo Lercher**, associé et responsable commercial de Algama (Paris), ont passé leur premier "grand oral" d'entrepreneur à l'américaine devant les quelque 500 hommes d'affaires français, CCE et non CEE, à l'écoute. Et pas question d'accorder une seconde de plus : la cloche peut sonner au milieu d'une phrase dès que le temps imparti est écoulé.

Des ballons éclairant d'Aérophile au lignes de meubles "indoor" et "outdoor" de Lebrun en passant par la solution de téléphonie pour les expatriés "Tel 4 Expat" de Agilonaute SAS, les boissons macrobiotiques d'Algama ou du projet de création d'un bar à champagne à New York de Kadri, impossible de souffler pendant les 10 minutes en tout et pour tout qu'a duré cet "elevator pitch" que tout responsable d'entreprise en quête de nouveau client ou partenaire doit être capable de faire aujourd'hui pour espérer convaincre. Et dix autres responsables de PME devaient, aujourd'hui, faire la même expérience.

Un programme pilote d'accompagnement de PME initié par les CCEF

Ces 20 entrepreneurs au casting des deux séances d'"elevator pitch" prévu lors du symposium ont été

sélectionnés sur une base volontaire parmi les 48 de leurs homologues participant au **programme PME** du symposium mondial des CCE à Miami. Une première aussi pour les CCEF, dans ce type de rassemblement. Car cette année, le vice-président du Comité national des CCE (CNCCEF) chargé des PME, **Alain Taieb**, a voulu profiter du symposium de Miami pour tester à grande échelle une nouvelle stratégie d'accompagnement des PME par les CCE destinée à produire plus de "résultats". "C'est une sorte de pilote pour lancer quelque chose à la taille du réseau des CCE", confirme le président du groupe Mobilitas.

Les "pitch" ne sont qu'un volet du programme PME de ce symposium : sélection et *coaching* en amont des PME candidates par des CCE pour préparer la mission, atelier de travail sur les conditions d'implantation sur les marchés, rencontres B to B avec des hommes d'affaires présents, visites d'entreprises à Miami pour certains, et suivi ensuite des contacts et résultats obtenus par les PME. Cette année, chacun des entrepreneurs amenés à Miami s'est vu confié à un CCE référent en France, qui doit le parrainer et le suivre dans la durée, et à 4 à 5 CCE à l'étranger présents à Miami, qui doivent faire de même dans leurs pays respectifs. Ce premier pilote pourrait servir de modèle à la nouvelle stratégie de soutien aux PME françaises des CCE, hommes et femmes d'affaires bénévoles mais nommés par le ministère en charge du Commerce extérieur. Car le parrainage de PME fait partie de leur feuille de route.

"Si on veut des résultats concrets en terme d'augmentation d'activité de ces entreprises à l'international, il faut que les CCE s'impliquent concrètement, qu'ils soient en France ou à l'étranger, dans le parrainage de PME", justifie Alain Taieb. Et d'enfoncer le clou en évoquant la difficulté à trouver, parfois, des volontaires parmi ses homologues CCE dès qu'il s'agit de passer à l'action, ironisant sur "les rares CCE qui ne font rien" dans un réseau qui compte plus de 4 000 membres dans le monde, et que la nouvelle direction du CNCCEF souhaite bousculer. "Si les 48 PME que nous avons emmenées à Miami font 150 000 euros de plus à l'export cette année grâce aux retombées de ce programme, cela fera 7,2 millions d'euros, explique-t-il. Nous sommes plus de 4 000 CCE, si chacun parraine ainsi 1 à 2 PME, faites le calcul, cela peut très vite atteindre des montants beaucoup plus conséquents". Ce nouveau programme testé à Miami va faire l'objet d'un suivi sur toute l'année par un permanent du CNCCEF et un employé du groupe Mobilitas.

"Le premier rapport sur le bilan de ce programme sera rendu en décembre", précise le vice-président du CNCCEF. Et c'est au vu des résultats concrets obtenus par les PME participantes en terme de *business* qu'il sera alors évalué.

*Christine Gilguy,
envoyée spéciale à Miami*