XPAND GROUP

DÉVELOPPEMENT D'AFFAIRES INTERNATIONALES

S'implanter aux USA

La culture d'affaires

NOTRE EXPÉRIENCE

Notre expérience

- Développement des affaires aux USA depuis 2007,
- The good, the bad, the ugly… and the good again,
- Collaborateurs à New York, Caroline du Nord et Miami,

Quelques-uns de nos clients français

ROGER PRADIER
OUTDOOR LIGHTING • FRANCE

AIGREDOUX
BESPOKE HOME LINEN

ATELIER ALAIN ELLOUZ
ALABASTER & ROCK CRYSTAL WORKSHOP

l'Ameublement français

MAISON MENEAU
Depuis 1879

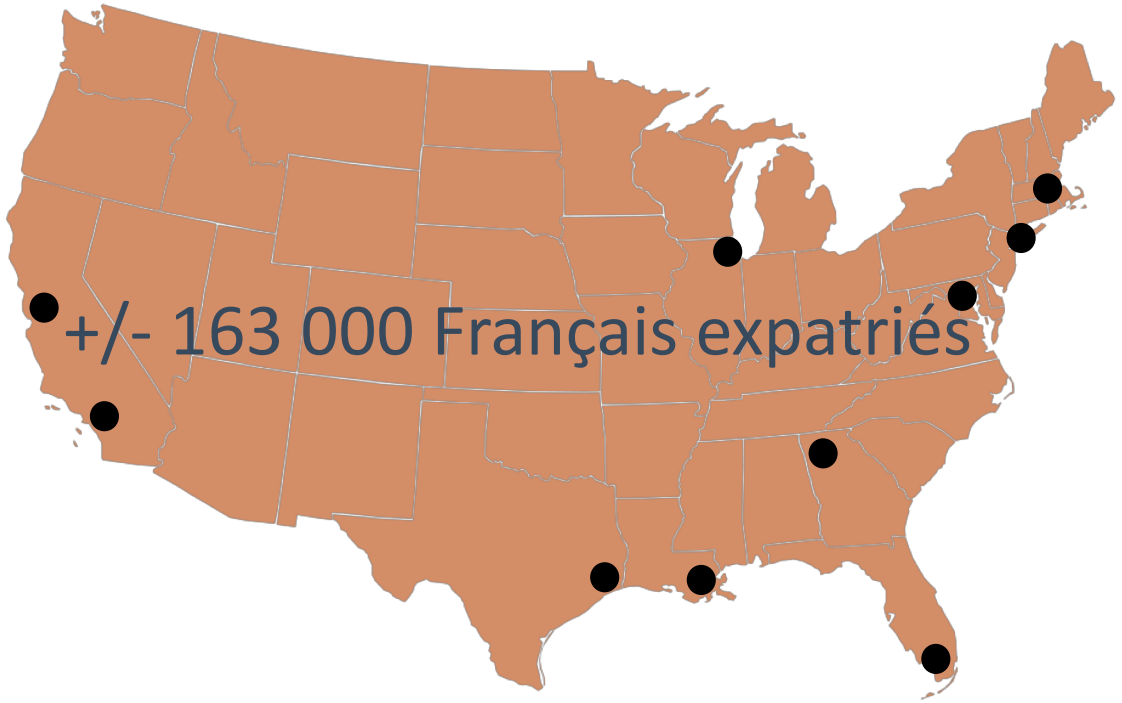
LES MARCHÉS RÉGIONAUX

Les marchés régionaux

QUELLE CLIENTÈLE CIBLER ?

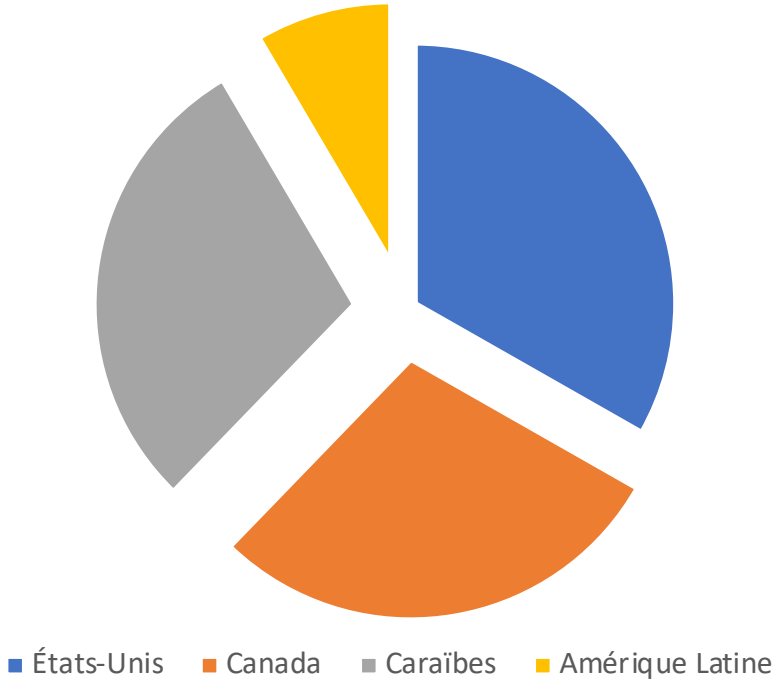
Les diasporas françaises

- En 2017,
  - New York: +/- 35 000
  - Los Angeles: +/- 30 500
  - San Francisco: +/- 25 500
  - Washington: +/- 15 000
  - Chicago: +/- 12 000
  - Miami: +/- 12 000
  - Houston: +/- 11 000
  - Boston: +/- 9 000
  - Atlanta: +/- 7 000
  - Nouvelles-Orléans: +/- 1 000



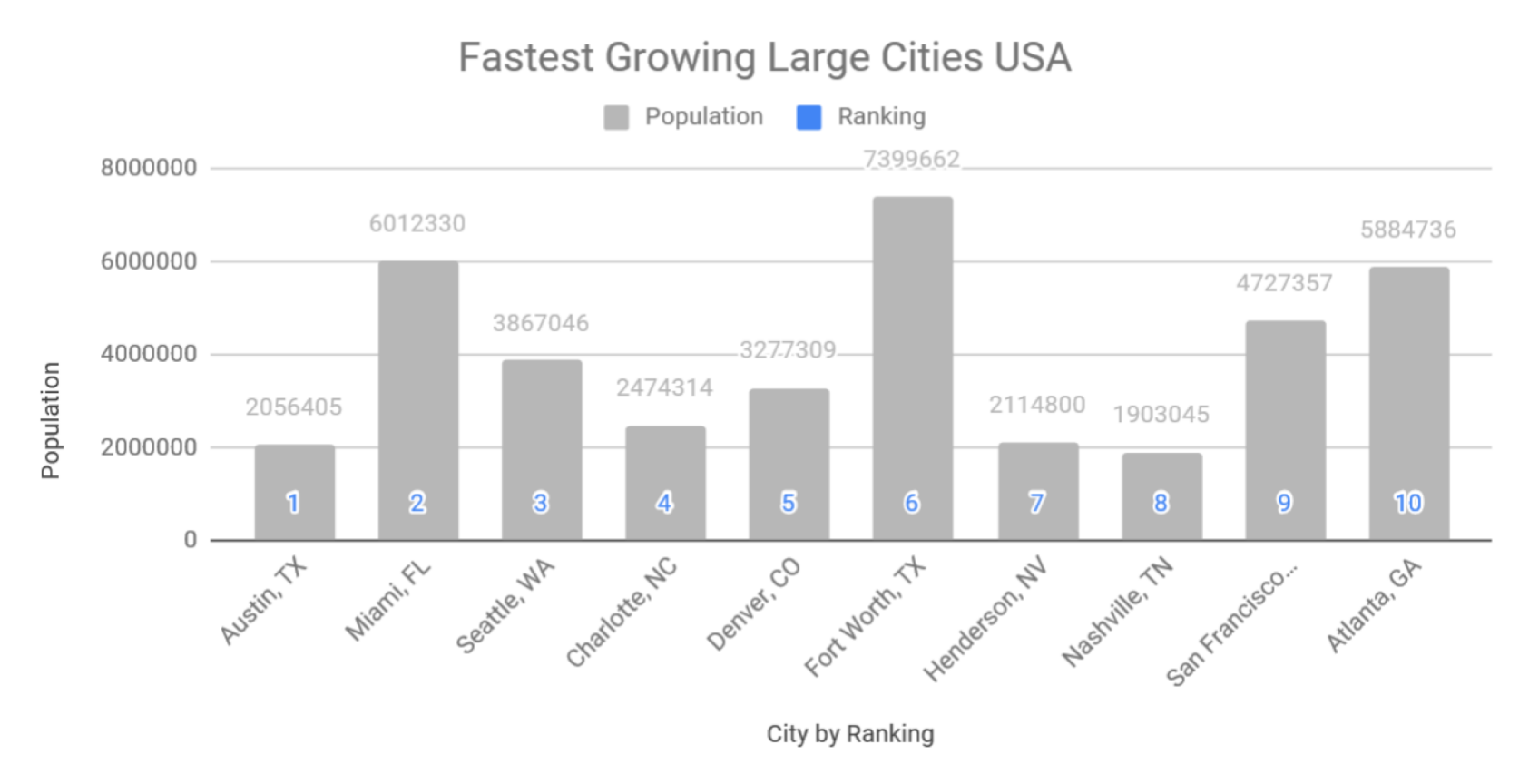
La francophonie des Amériques, c'est:

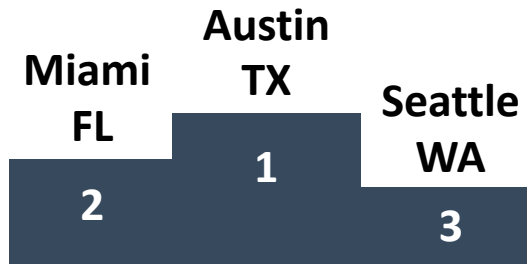
- 33 millions de francophones;
  - 2,8 millions en Amérique latine
  - 9,6 millions au Canada
  - 9,7 millions dans les Caraïbes
  - **11 millions aux États-Unis**



https://ici.radio-canada.ca/communication/30/francophonie-ameriques-quebec-canada-etats-unis-latine-langue-francais

Sortir des classiques





LA CULTURE D’AFFAIRES

Le climat d’affaires

- Les leçons apprises,
- Le « *Old Boys Club* » (OBC),
- 2019 : « *Old Non-Genders Club* ».

Ce que l’américain recherche

- Recherche d’éléments différenciateurs,
- Secteurs porteurs pour les sociétés étrangères:
  - Art de la table,
  - Ingénierie /aéronautique,
  - Secteur esthétique/pharmaceutique,
  - Technologies propres,
  - TIC,
  - Luxe (Artisans).

Se positionner

- Démontrer une bonne compréhension du marché,
- Rendre les interventions crédibles dans un objectif de positionnement,
- Adapter l’offre au marché,
- Offrir une présence locale (respecter le régionalisme).

Matériel Marketing - le stricte minimum

- Fiches techniques,
- Site web « short & sweet »,
  - Transactionnel
- Réseaux sociaux,
- Catalogues électroniques,

Le modèle d'affaire

- Minimum : **Bureau virtuel,**
- Meilleur des scénarios :
  - **Filiale américaine**
  - **Partenariat**
  - **Acquisition**
- Choisir sa structure légale/fiscale.

Conclusions

- Marché intéressant,
- Beaucoup d’opportunités dans les secteurs à haute valeur ajoutée,
- Le succès passe par un engagement et des actions concrètes et récurrentes,
- La stratégie doit permettre de:
  - Démontrer de l’intérêt à une offre locale,
  - Développer rapidement un réseau,
  - Assurer un suivi et une présence.

XPAND GROUP

DÉVELOPPEMENT D'AFFAIRES INTERNATIONALES

MERCI!