

Malongo / Orolia, l'amour du risque

Pour les deux PME azuréennes, le succès d'une opération à l'international est indissociable de la gestion des risques.



Philippe Very, Giuseppe Cosmai, Christophe François, Nadine Tournois, Jean-Pierre Blanc et Jean-Claude Fontanive : l'international tout sourires.

Cette conférence Atlas/AFMI aura été l'occasion pour des professionnels locaux de partager leur expérience lors d'une table ronde animée par Nadine Tournois (IAE) et Philippe Very (EDHEC). Jean-Claude Fontanive, vice-président de l'IEPM (Initiatives Economiques Pour la Méditerranée), à la tête d'un cabinet de lobbying, a notamment évoqué les imbroglios dans les pays en situation d'embargo, mais aussi l'explosion des trafics illicites et la nécessité pour les chefs d'entreprises d'avoir «un regard critique et averti sur la dérégulation géopolitique en train de se passer sur le bassin méditerranéen». Pour lui, la sécurité des normes de conformité est un sujet fondamental : «la mise en œuvre de compliances par des experts doit être le vecteur de développement le plus important aujourd'hui». Autre témoin, Giuseppe Cosmai, directeur général du Mas Candille (Mougins), a quant à lui attiré l'attention sur les conséquences du terrorisme sur son activité, avec notamment des Américains (la deuxième nationalité cliente de l'hôtel) qui se sont vu conseiller d'éviter la France à la suite des attentats de novembre. Car oui, certains auront appris à cette occasion que ça n'arrive pas qu'aux autres. Rien à voir toutefois avec d'autres régions du globe, qui semblent ériger l'instabilité politique en tradition.

Orolia, du one shot bien assuré

Leader mondial des solutions de positionnement, de navigation et de timing (PNT) pour des applications critiques, la sophilopolitaine Orolia est très exposée à l'international. «Nos produits sont vendus dans près de 90 pays, confirme Christophe François, directeur financier. Nous sommes régulièrement confrontés à l'instabilité politique». Pas d'approche durable : l'entreprise équipe des pays de stations au sol, il s'agit d'infrastructures livrées une fois pour toutes (avec éventuellement de la maintenance). Au cœur de ses problématiques, la gestion du risque : «la seule façon de protéger son profit, c'est de gérer correctement ses risques», confirme Christophe François, soulignant

qu'un certain nombre de produits et de techniques y sont dédiés. En premier lieu, la négociation d'un bon contrat : «les contrats, c'est fondamental, et le fait d'avoir un bon juriste qui vous accompagne pour négocier les meilleures clauses est très important». Négocier les outils de paiement aussi, pour garantir leur sécurisation. Enfin, il existe tout un panel de produits d'assurances, publiques ou privées, pour réduire le risque politique : «selon que vous vendez un produit au gouvernement américain sur son sol, ou en Angola au gouvernement angolais, ce n'est pas la même appréciation, donc pas les mêmes outils que vous mettez en place. C'est notre façon de gérer ce risque qui permet d'en réduire les impacts, même si on ne les annule jamais complètement». Orolia a connu quelques sueurs froides en Crimée, siège de l'un des organismes certificateurs avec lequel elle travaille, région ukrainienne placée sous embargo américain : «nous avons dû examiner tous les textes de l'Union européenne et des Etats-Unis pour les interpréter avec nos juristes. Nous sommes arrivés à la conclusion que tant qu'on n'utilisait pas le dollar comme devise de paiement, et à partir du moment où l'Europe autorisait nos opérations, on pouvait continuer à travailler avec cet organisme certificateur. En revanche, si l'on utilise le dollar, les Américains considèrent que leur loi s'applique». L'embargo est donc un risque majeur dans certaines activités. Heureusement, a rappelé Christophe François, la plupart des grands pays de l'OCDE ont une Coface pour aider les industriels, notamment de la défense, à vendre leur matériel dans un contexte par nature très exposé.

Malongo, ode à l'équilibre

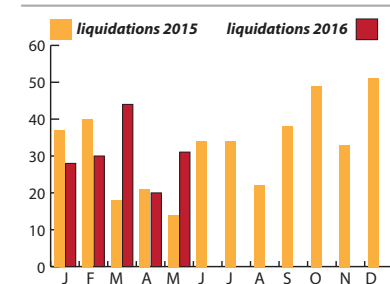
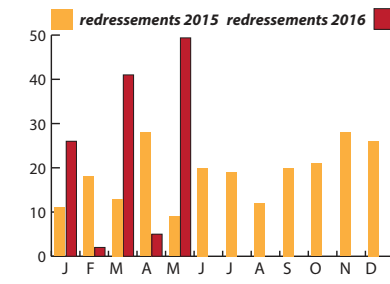
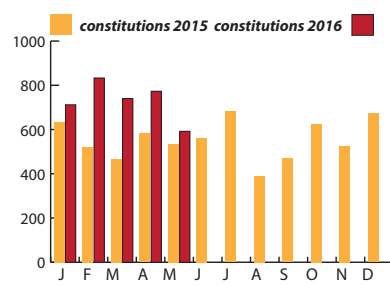
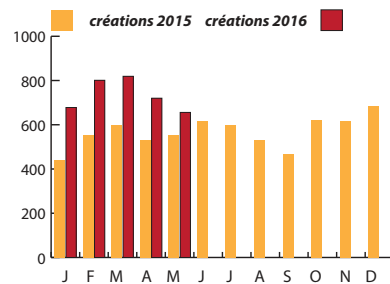
Dans un tout autre domaine, Malongo, torréfacteur carrossois célèbre pour son action en matière de commerce équitable et d'agriculture biologique, est également confronté à l'instabilité politique et économique. «Y compris en France, où notre clientèle en hôtellerie-restauration connaît des difficultés suite

aux attentats, notamment en région parisienne avec des baisses de 20 à 30% du chiffre d'affaires, explique le directeur général Jean-Pierre Blanc. Et quand moins de chambres sont réservées, on vend logiquement moins de café, nous sommes donc un peu le baromètre de cette problématique». Et la méthode Blanc, c'est de ne pas mettre tous ses œufs dans le même panier. «La responsabilité sociale et durable dans les échanges est un élément essentiel, tout comme le partage des risques, pour la survie d'une entreprise de notre taille». Hôtellerie, restauration, grande distribution, vente à distance, exportation, autant de secteurs d'activité pour répartir la menace, comme l'illustre Jean-Pierre Blanc : «quand ça se passe mal en Russie à cause de restrictions des importations ou de chute du rouble, d'autres secteurs prennent le relais. Mon travail consiste d'une part à équilibrer les marchés et les risques, d'autre part à monter des programmes à long terme dans un certain nombre de pays avec des coopératives de petits producteurs». Et de citer l'exemple récent du Burundi où, malgré des problèmes politiques, l'entreprise a pu maintenir son activité et continuer de faire vivre dignement les agriculteurs locaux : «nous travaillons, pour réduire ce risque, sur ces programmes de cinq ou six ans qui nous permettent d'assurer des importations de qualité et le maintien sur place d'un écosystème durable et qui fait sens pour la population». A l'export aussi, l'entreprise embauche des commerciaux, français ou locaux, qui vont appuyer l'importateur : «nous nous sommes rendus compte, dans tous les pays où nous sommes présents, que le meilleur moyen de développer les ventes, c'est d'avoir sur place quelqu'un qui représente la marque. La notion que je voudrais faire émerger, c'est cet équilibre entre les achats et la vente d'une part, et l'équilibre des risques entre les différentes opérations que nous montons». Une recette gagnante qui permet à Malongo de connaître un taux de croissance de 5 à 10% annuels depuis une quinzaine d'années.

Lizza Paillier

NOS ENTREPRISES - MAI 2016 -

- source annonces légales parues dans les Alpes-Maritimes -



→ LE CHIFFRE

65%

C'est la part de Français qui pensent que l'Euro 2016 va booster l'emploi, selon un sondage Qapa.fr réalisé sur 18.000 personnes via Facebook. sûr que l'événement profitera au segment intermédiaire, qui aura fort à faire du 10 juin au 10 juillet. Parmi les fonctions les plus recherchées, agents de sécurité, vendeurs et manutentionnaires vont droit au but, et le secteur de l'hôtellerie-restauration remporte le trophée. Par contre, la région Ile-de-France rattrairait plus d'une offre d'emploi sur deux, suivie de Rhône-Alpes, Nord-Pas de Calais et enfin PACA. Au titre des villes, tiercé gagnant pour Paris, Lyon et Marseille (étude réalisée sur 480.000 offres d'emploi couvrant la période du 1^{er} avril au 20 juillet, et qui, semble-t-il, a un peu mélangé les données de Nice et de Marseille...).