

LA BOÎTE À OUTILS DES ENTREPRISES DE LA CONSTRUCTION INTÉRESSÉES PAR LE MARCHÉ FRANÇAIS



QUELQUES TRUCS À RANGER DANS VOTRE BOITE À OUTILS SI VOUS SOUHAITEZ EXPORTER VOS SERVICES ET/OU VOS PRODUITS EN FRANCE.

Début mai, le BEP a organisé l'atelier « Construisez votre approche du marché français », qui a rassemblé une trentaine d'entreprises du secteur de la construction et des métiers liés. Cet atelier était organisé en collaboration avec l'AWEX, les Clusters CAP 2020 et Eco-construction, la CCW et le réseau EEN. 5 entreprises (Stabilame, Thomas & Piron, Interblochs, Level Architectes et BSolutions) ont témoigné de leur expérience et différents experts ont présenté les opportunités du marché.

Voici un petit résumé des échanges sous forme de trucs et astuces pour ceux qui exportent ou souhaitent exporter sur le marché français.

1 – JOUER *SUBTILEMENT* DE LA NOTORIÉTÉ BELGE DANS LE SECTEUR

Même si les produits belges gardent la cote et jouissent d'une bonne réputation sur les plans techniques et qualitatifs, il faut de préférence « un Français pour parler aux Français » (c.-à-d. un intermédiaire local – agent, commercial, partenaire, prescripteur, etc.), et rester – sans être péjoratif car cela est apprécié – « le petit Belge » discret mais fiable et compétent.

2 – SE MÉFIER DES « FAUX AMIS » SUR LE PLAN LINGUISTIQUE

La proximité linguistique facilite l'accès au marché, mais sur le plan technique, mieux vaut vérifier que l'on parle exactement de la même chose. Beaucoup de termes sont employés différemment, chaque culture a son jargon et peut générer son lot de quiproquos, voire, moins drôles, d'erreurs dans les devis ! (ex : la définition du « bureau d'études », ou de « l'assistance à maîtrise d'ouvrage », le calcul des métrés, etc.)

3 – VÉRIFIER SES RESPONSABILITÉS

L'architecte occupe une position particulière sur le marché français. Son recours n'est pas toujours obligatoire, sa mission nettement définie et les responsabilités davantage reportées sur les corps de métiers, ce qui confère tantôt des avantages, tantôt des inconvénients. Selon le type de construction et de client, mieux vaut bien s'informer et contracter, si possible, les assurances nécessaires pour couvrir les risques.

4 – RESTER PRUDENT

Les relations avec les entreprises ou partenaires français sont rapidement chaleureuses et conviviales, mais il faut rester ferme et prudent dans ses relations, en prenant notamment toutes les garanties pour que la facture soit honorée comme convenu (recourir à l'assurance-crédit, faire payer d'avance, éviter le paiement par chèque – encore d'usage en France, par exemple)

5 – ÊTRE PRÉSENT LOCALEMENT

Un réseau ou partenaire local est très utile, voire indispensable, pour développer le marché et rester informé des appels d'offres, tendances, évolutions des normes (très nombreuses en France !), etc. Cette présence locale peut, selon la stratégie choisie, prendre différentes formes : réseau de partenaires sous-traitants locaux, délégué commercial belge ou français, rachat d'une entreprise locale, contrat/convention de partenariat avec une entreprise française, etc.

VOUS SOUHAITEZ EN SAVOIR PLUS OU ÊTRE CONSEILLÉ(E) DANS VOS DÉMARCHES TRANSFRONTALIÈRES ?

Prenez contact avec nos services – ssc@bep.be

Ou avec un opérateur partenaire de l'événement proche de chez vous

