

ACTUALITÉ DES M&A / 23 Mai 2017

Next International : un accélérateur de croissance à l'international

Banque Populaire lance Next International, un dispositif d'accompagnement sur mesure pour tous les besoins des start-ups, PME et ETI, quel que soit le stade de leur développement à l'international. En tant que première banque des PME, Banque Populaire disposait déjà de 155 centres d'affaires entreprises dont 50 ont été labellisés Next Innov, pour le financement de l'innovation. Avec Next International, Banque Populaire complète son offre pour répondre à l'ensemble des besoins des entreprises de croissance.

Afin d'accompagner le développement des entreprises, Banque Populaire se pose en partenaire de leur croissance aussi à l'international en agissant comme assembleur de solutions. Elle intervient ainsi à chaque stade du parcours de ses clients pour les aider à accélérer leur croissance.

Next comme Next Step pour la croissance des entreprises. Le dispositif permet d'accompagner l'entreprise lors de son projet d'internationalisation... pour que le chef d'entreprise et son équipe créent les succès de demain.

Banque Populaire propose aux entreprises de bénéficier du dispositif d'accompagnement Stratexio (stratégies pour l'exportation et l'internationalisation) développé par le Medef et dont elle est le seul partenaire bancaire. Stratexio est née d'une initiative innovante de plusieurs organisations patronales qui s'adresse aux dirigeants de PME-ETI, déjà présentes sur les marchés internationaux, pour stimuler et accélérer l'internationalisation de leur entreprise via des programmes de formations et d'accompagnement.

Stratexio constitue la première étape du dispositif. « Aujourd'hui 120.000 entreprises françaises exportent, contre le double en Italie et le triple en Allemagne... Nous avons une hyperconcentration au sein de ces entreprises : 1.000 sociétés réalisent 70% de nos exportations. Puis, 18.000 entreprises exportent 27%. Les entreprises restantes font des exportations non récurrentes. Partant de ce constat, nous avons souhaité concentrer nos efforts sur les 18.000 entreprises qui exportent déjà », explique Jean Vaylet, président de Stratexio, président de la CCI de Grenoble, conseiller spécial du président du Medef.

La démarche se fait en 3 temps. « Tout d'abord, nous réalisons une analyse stratégique de l'entreprise permettant de voir si l'international est un bon choix pour elle. La deuxième étape c'est un accompagnement individuel sur les secteurs ou les thèmes qui intéressent le chef d'entreprise. L'originalité est de mettre les chefs d'entreprise en réseau, de faire un club de 12-15 personnes permettant aux chefs d'entreprises de se voir régulièrement afin de partager leurs expériences et faire venir des animateurs spécialisés (le choix se fait parmi une centaine d'experts). Cela crée une certaine solidarité, une efficacité collective », développe-t-il.

« En 2017, nous envisageons la création d'une dizaine de clubs. Nous avons un déploiement de nos activités avec 3 approches :

n territoriale, avec les CCI, les Medef ;

n via les experts-comptables ;

n via APM (Association pour le Management).

« L'idée est de trouver les moyens pour booster les entreprises à l'international »», ajoute-t-il.

L'accompagnement est prévu sur 3 ans et son coût pour les entreprises varie entre 5.000 et 8.000 euros par an (en fonction des aides).

Quel est l'enjeu d'un partenariat avec les Banques Populaires ? Le banquier, l'un des partenaires principaux de l'entreprise, peut identifier ses problématiques et ses besoins car il est proche du dirigeant.

« Nous avons voulu cibler les grosses PME et ETI souhaitant se développer à l'international. Nous partageons la même conviction que Stratexio. Tout comme les chefs d'entreprises qui se regroupent pour aller à l'international, nous nous sommes regroupés pour faire émerger ce besoin», reprend Christophe Descos, directeur du marché des entreprises et institutionnels pour les Banques Populaires.

« Les Banques Populaires en régions ont toujours essayé d'apporter une solution locale. Nous travaillons beaucoup avec les CCI, avec Business France et Bpifrance. Next International devrait apporter beaucoup de valeur. Vouloir accélérer à l'international veut dire prendre le risque d'aller chercher la croissance. Lors de cette démarche, les entrepreneurs ont besoin d'être épaulés par de bons partenaires », insiste Christophe Descos. « Dans nos 155 centres d'affaires Entreprises, nous souhaitons aussi offrir accès à notre palette des solutions pour se développer à l'international... Next International permet de réunir les bons acteurs pour apporter les bonnes solutions » poursuit-t-il.

Très souvent, l'entreprise qui s'internationalise souhaite s'implanter localement. C'est Pramex International - filiale des Banques Populaires depuis 25 ans - qui répond à cet enjeu.

Selon André Lenquette, Directeur Général de Pramex International : « Beaucoup d'offres existent autour de

Retrouvez cette article sur notre site internet à l'adresse:

<https://www.fusions-acquisitions.fr/article/actualite-des-ma-1/next-international-un-accelereur-de-croissance-a-l-international-2849>

l'accompagnement d'entreprises. Nous essayons d'être complémentaires par rapport à ces offres. Nous sommes positionnés sur la partie aval de la problématique d'implantation internationale... Prames aide les entreprises qui ont déjà validé leur projet. Aujourd'hui, Prames International est le premier cabinet en France sur les problématiques d'implantation à l'international. Nous avons 17 bureaux dans les principaux pays où les entreprises françaises se positionnent. Nous pouvons également aider les start-up à l'international. Pour ce faire, Prames International s'est implanté à San Francisco, dans l'éco-système innovant de la Silicon Valley. Nous avons également ouvert un bureau à Barcelone car beaucoup de sociétés innovantes s'y positionnent. L'an dernier, Prames s'est implanté à Singapour car c'est un hub important pour les pays de l'Asie du sud-est. Aujourd'hui, nous avons une centaine de collaborateurs à l'international (sur 120 personnes au total). Nous sommes également présents en régions car l'ADN des Banques Populaires et notre ADN est aussi très local. En contact avec les Banques Populaires et le Medef, nos délégués régionaux essaient d'identifier les entreprises qui peuvent et doivent accélérer à l'international. Ce sont ces entreprises qui vont créer les emplois de demain. Contrairement à ce que l'on pourrait parfois imaginer, les sociétés qui se développent à l'international créent aussi des emplois en France ».

En outre, Prames International propose de gérer les filiales d'entreprises à l'étranger via ses filiales intégrées. « Dans toutes nos filiales, on parle français. Nous avons des collaborateurs bi-culturels... Les directeurs financiers en France apprécient particulièrement notre offre multi-pays grâce à l'intégration totale de nos équipes », note Christophe Piquée, Directeur d'exploitation au sein de Prames International.

Aujourd'hui, les sociétés françaises ont près de 18.000 filiales à l'étranger. 70 % d'entre elles se trouvent dans les pays où Prames International est présent. Plus important encore, le flux annuel de création de filiales est orienté vers ces pays.

« Lorsqu'on s'implante dans un pays, il est important de bien réfléchir en amont d'où l'intérêt de créer des clubs, car les chefs d'entreprises ont des problématiques similaires », estime André Lenquette.

Une fois la décision prise, « dans les pays où nous sommes implantés, nous pouvons identifier des cibles potentielles pour nos clients ou bien travailler avec eux sur les cibles déjà identifiées ».

Prames ne conseille que les PME et ETI sur leurs opérations cross-border, à 90 % sur les mandats d'achat, sur l'ensemble du processus : de la détection des cibles au closing.

« Aujourd'hui, les entreprises qui osent réaliser des opérations de croissance externe à l'international se développent plus vite pour passer du stade de PME à celui d'ETI. Nous intervenons sur des tailles d'opérations relativement modestes, qui n'intéressent pas les grands cabinets de fusions-acquisitions. Nos honoraires sont en cohérence avec la taille des opérations que nous conseillons », note André Lenquette.

« Sur les Etats-Unis, plus d'une centaine d'opérations sont réalisées annuellement par des PME et ETI françaises (montants compris entre 5 et 30 millions de dollars). C'est un marché très dynamique, tout comme le marché européen (notamment les deals UK) », ajoute-t-il.

« Notre ambition collective consiste à apporter toutes les solutions pour les PME et les ETI... Nous avons beaucoup d'ambitions sur le sujet avec Stratexio et Prames International. L'objectif consiste à accompagner plus de 1.000 entreprises par an ... », reprend Christophe Descos.

« Aujourd'hui, de nombreuses sociétés ont la capacité d'aller à l'international mais n'y vont pas pour différentes raisons. Nous souhaitons les accompagner en leur apportant des solutions », insiste Christophe Piquée.

« Au sein des Banques Populaires, nous avons 60 experts internationaux partout en France. Ce sont des experts du trade-finance. Ils travaillent en régions. Puis nous avons 12 délégués régionaux Prames basés au sein des Banques Populaires. Cela nous permet d'organiser des milliers de rendez-vous sur les problématiques de croissance internationale », commente Christophe Descos.

« Avec Prames International, nous organisons beaucoup d'événements en régions. Lors des événements pays, nous faisons appel aux country managers de Prames qui expliquent aux chefs d'entreprises les principales problématiques », explique-t-il.

Trois fois par an, les Banques Populaires organisent de grands événements - Caps Internationaux - où sont conviés près de 300 chefs d'entreprises. « L'objectif est de leur présenter une sélection de pays dans lesquels ils peuvent s'implanter (à travers de conférences, débats, ateliers, entretiens individuels...) », précise Christophe Descos.

Tous les directeurs pays de Prames se déplacent alors pour échanger avec les chefs d'entreprises en régions.

« Nous sommes la première banque des PME et nous souhaitons rester la première banque des entreprises qui souhaitent se développer. Pour ce faire, il faut grandir avec elles en leur apportant de bonnes solutions. Next International est notre façon de grandir. Pour nous, c'est une transformation culturelle qui permet de passer d'une approche où nous sommes partenaire strictement bancaire à une approche d'assembleur de solutions pour la croissance », conclut Christophe Descos.