



Expériences

CES FRANÇAIS À L'ASSAUT DU PAYS DU MATIN CLAIR

Après le Japon et la Chine, la Corée du Sud sera-t-elle la nouvelle destination phare en Asie pour les entrepreneurs français? Success story et initiatives récentes prouvent l'attractivité du pays.

PAR OLIVIER JAMES

Longtemps restée dans l'ombre du géant chinois et de la domination technologique du Japon, la Corée du Sud commence à se tailler une place de choix dans l'économie mondiale. Contrairement au grand public, les grandes entreprises françaises n'ont pas attendu le tube de Psy, «Gangnam Style», pour s'intéresser à ce dragon. Outre BNP Paribas, Lafarge, Total et Renault, les quatre principaux investisseurs français en Corée, le CAC 40 est assez bien représenté dans le pays. Au total, plus de 250 entreprises hexagonales y sont implantées, majoritairement dans la banque, l'assurance, l'automobile, la chimie et les matériaux.

Pourtant, la place de la France s'érode: de 5^e investisseur en 2007, elle est passée à la 10^e place en 2012, derrière l'Allemagne, les Pays-Bas et le Royaume-Uni... PME et ETI vont-elles relever la barre? Si la première phase de développement du pays a privilégié les grandes entreprises et les grands contrats, comme le TGV et les Airbus, une nouvelle période plus propice aux petites entreprises pourrait s'amorcer. Selon les estimations des douanes, 5 000 entreprises françaises exportent vers la Corée du Sud, dont 60% de PME. Quelque 350 nouvelles entreprises françaises approchent ce marché chaque année. Une présence qui pourrait se renforcer au cours des prochaines années, notamment dans l'agroalimentaire, les biens de consommation, la chimie, les cosmétiques et plus spécifiquement dans les pompes à vide et les équipements électriques. Créations d'entreprises sur place, exportations de produits depuis la France, ouvertures de filiales, partenariats... Quels que soient les cas de figure, la Corée représente une destination de choix pour les entrepreneurs. La preuve par l'exemple.

DPJ PARTNERS ALLIE ARCHITECTURE ET PHILOSOPHIE

C'est sans conteste l'un des entrepreneurs français qui a le mieux réussi en Corée du Sud. David-Pierre Jalicon, également président de la Chambre de commerce et d'industrie



David-Pierre Jalicon, le patron de DPJ Partners, est convaincu que sa formation en philosophie de l'art lui a permis de mieux comprendre les attentes des Coréens. Il est d'ailleurs persuadé que le poteau central de son bureau lui porte chance.



Olivier Mouroux a dû s'adapter au management local, avec ses rituels. Il pense déjà au futur du pays dans la réalité augmentée et les objets intelligents.

France Corée du Sud (FKCCI), est à la tête d'un cabinet d'architecture de 55 salariés, impliqué dans de nombreux projets de construction. DPJ Partners, implanté en plein quartier de Gangnam à Séoul, développe de vastes complexes touristiques en partenariat avec le chaebol (ces conglomérats d'entreprises) Daemyung, mais aussi des boutiques pour des industriels du luxe tels que Dior, Cartier, Louis Vuitton et Hermès. Le cabinet a également réalisé la conception du centre de recherche de Veolia en Corée, dont l'ouverture est prévue en septembre.

Une success story qui a débuté par la collaboration de David-Pierre Jalicon en tant que consultant pour Alstom, afin de favoriser l'intégration du TGV dans le pays au cours des années 1990. Son fait d'armes, peu après la création de son cabinet, reste la conception de l'Aqua-Art Bridge en 2004, une passerelle piétonne bâtie en plein Séoul qui tient compte de la géomancie locale et des préceptes feng shui. «Le quartier de Gangnam bénéficie de l'énergie feu de la montagne, explique-t-il. Mais comme cette énergie feu est trop forte, j'ai mis un écran d'eau au niveau du pont pour l'équilibrer.» De quoi inciter Lee Myung-Bak, alors maire de la capitale devenu le président de la République, à nommer David-Pierre Jalicon citoyen d'honneur de la ville. Une reconnaissance qui lui permet aujourd'hui d'enchaîner les contrats les plus prestigieux...

Jean-François Claude, de la PME Arkamys, ne cache pas la dureté des négociations avec les chaebols. Mais l'enjeu en vaut la peine, la Corée du Sud représente une base stratégique de développement en Asie.



Pour Jean-Jacques Petit, du groupe Bernard Controls, c'est surtout le pragmatisme qui prime en Corée du Sud. Le contrôle de son réseau est la clé qui doit lui permettre de rentrer dans ce marché très fermé.

ASIANE MET LE DIGITAL À PORTÉE DE CLICS

Peu de profils ressemblent au sien. Bourlingueur, Olivier Mouroux a posé ses valises en Corée du Sud en 2001. Ce qui fait de lui, avec David-Pierre Jalicon, l'un des entrepreneurs français les plus expérimentés sur place. « Ici, les gens raffolent des technos, ils foncent et ne se posent pas de questions. Tout est possible, tout est ouvert, explique avec sourire cet entrepreneur atypique. » En août 2004, il crée Asiance: une agence digitale qui aide les entreprises étrangères à être visibles dans l'environnement numérique très spécifique du pays. Réseaux sociaux, moteurs de recherche, portails d'information... L'internet coréen a peu à voir avec celui que l'on connaît. Parmi ses principaux clients? Danone, L'Oréal, Dailymotion, Michelin, Air France... Son agence était composée de deux personnes lors de sa création, elle compte aujourd'hui 40 salariés. Quant à la vitesse de développement de son activité, elle a de quoi faire pâlir d'envie nombre d'entrepreneurs: son chiffre d'affaires s'élève à 4 millions de dollars, avec une croissance de 20 à 30% par an.

Preuve de ce dynamisme, l'agence, installée au cœur du très beau quartier historique de Jongno-Gu à Séoul, vient d'emménager dans de nouveaux locaux pour s'étendre sur l'ensemble d'un étage d'immeuble. Et Olivier Mouroux, qui vante la simplicité des démarches administratives du pays, assure qu'il a toutes les peines du monde à recruter.

ARKAMYS MONTE LE SON ET SÉDUIT LES CHAEBOLS

Cette société prouve qu'une PME française innovante peut séduire les imposants chaebols. Basée à Paris et fondée en 1998, Arkamys connaît un succès peu commun. Surtout depuis que cette PME de 40 salariés s'est fait remarquer en Corée du Sud. « Nous travaillons aujourd'hui avec les plus grands groupes du pays, comme Samsung, Hyundai et LG, assure Jean-François Claude, le directeur de la division coréenne de l'entreprise. La Corée du Sud représente déjà 20% de notre chiffre d'affaires. »

Comment expliquer un tel engouement des géants de l'industrie pour un si petit acteur étranger? Arkamys a développé un savoir-faire unique dans le traitement numérique du signal: la PME propose des solutions logicielles qui améliorent la qualité du son dans les appareils électroniques grand public, comme les smartphones et les autoradios. « Nos solutions permettent de réduire les coûts de production des haut-parleurs », avance Jean-François Claude. En 2008, Arkamys avait déjà séduit le groupe Renault, qui a employé ses logiciels pour la Mégane. En 2009, la PME a abordé le marché coréen avec cette référence prestigieuse en poche, Renault étant présent sur place avec sa filiale RSM. Arkamys attire vite l'attention de Samsung Electronics qui utilise sa technologie dans sa tablette Galaxy Tab, le concurrent de l'iPad d'Apple. Une division coréenne est ensuite créée en 2011 et emploie cinq personnes. Si les relations demeurent complexes avec les chaebols, les dirigeants d'Arkamys restent cependant très confiants pour l'avenir.

BERNARD CONTROLS VEND LE MADE IN FRANCE

Bernard Controls fait partie de ces trop rares ETI françaises qui misent avant tout sur l'export pour se développer. Fondée il y a plus de 75 ans, cette société qui emploie 400 salariés a investi le marché coréen début 2012. Elle y vend ses accessoires électriques de contrôle des vannes industrielles qu'elle conçoit et produit en France et en Chine. « Certains acteurs asiatiques fabriquent des produits similaires, reconnaît Jean-Jacques Petit, le directeur de la nouvelle division coréenne de l'entreprise. Nous nous différencions, car nos produits sont spécifiés et certifiés, contrairement à ce qui est proposé dans la région. Je pense que la demande sera de plus en plus forte pour ce type de produits, gage de qualité et de sécurité dans les installations industrielles. »

De quoi permettre à Bernard Controls de se développer en Corée du Sud dans des secteurs aussi variés que le pétrole, le gaz et la gestion de l'eau. Et bien sûr le nucléaire, très présent dans le pays. Cette volonté d'ancrage de Bernard Controls s'explique par la présence de très grandes entreprises d'ingénierie industrielle comme GS Engineering & Construction et le groupe SK. L'objectif pour cette ETI consiste à atteindre un chiffre d'affaires de 6 millions d'euros en Corée du Sud dans les deux ans à venir, soit deux fois plus que celui d'aujourd'hui. Elle ne possède, pour l'instant, que deux agents commerciaux dans le pays, mais pourrait en compter une dizaine dans les trois ans. ■

SUITE DE NOTRE ENQUÊTE P. 36 →