

UE INNOVATION SOUTENABLE en M1

« Collaborer pour innover, c'est favoriser la résilience »

**QUELLE STRATEGIE ADOPTER  
POUR  
IMPLANTER DES  
ENTREPRISES  
FRANÇAISES SUR LE MARCHÉ  
VIETNAMIEN ?**



BOURENANE HAMES	BORTOLIN ELENA
DEV BOORA RAHUL	JOUENNE MARINE
MATHIEU ÉLODIE	RICHARD CLAUDINE
TESSIER SYLVAIN	

## TABLE DES MATIERES

1.	REMERCIEMENTS.....	3
2.	SYNTHÈSE.....	4
3.	INTRODUCTION.....	5
4.	NOTRE PREMIER DÉFI : NOUS APPROPRIER LA PROBLÉMATIQUE.....	6
4.1.	PROBLÉMATIQUE INITIALE : FORMER UNE GRAPPE DE PME FRANÇAISES.....	6
4.1.1.	Démarchage d'entreprises par téléphone.....	6
4.1.2.	Premier défi: assembler des savoir-faire différents.....	6
4.1.3.	Deuxième défi : satisfaire les attentes de l'USTH.....	7
4.2.	REPRÉCISION DE LA PROBLÉMATIQUE : COMMENT S'Y PRENDRE POUR QUE LA GRAPPE S'IMPLANTE SUR LE MARCHÉ VIETNAMIEN ?.....	7
4.2.1.	Raisons de la réorientation de la mission vers l'élaboration d'une stratégie d'implantation sur le marché vietnamien.....	7
4.2.2.	Nouvelles pistes.....	7
5.	ÉLABORATION D'UNE STRATÉGIE D'IMPLANTATION SUR LE MARCHÉ VIETNAMIEN.....	8
5.1.	CREATION D'UNE JUNIOR ENTREPRISE ET ORGANISATION DE FORMATIONS SOUS DIVERSES FORMES.....	8
5.1.1.	Genèse de l'idée de la création de la junior entreprise.....	8
5.1.2.	Genèse de l'idée des séminaires formatifs et travaux pratiques.....	8
5.2.	BÉNÉFICES DE L'ALLIANCE DE LA JUNIOR ENTREPRISE ET DES FORMATIONS.....	8
5.3.	FONCTIONNEMENT ET OBJECTIFS DE LA JUNIOR ENTREPRISE ET DES FORMATIONS.....	9
5.3.1.	Fonctionnement de la Junior Entreprise.....	9
5.3.2.	Objectifs de la Junior Entreprise.....	10
5.3.3.	Déroulement des séminaires formatifs et des travaux pratiques.....	10
5.3.4.	Objectifs des séminaires formatifs et des travaux pratiques.....	10
6.	LE MODÈLE RÉPOND AUX BESOINS DES PME FRANÇAISES.....	11
6.1.	UN PROJET CONCRET POUR INTÉGRER LA GRAPPE.....	11
6.2.	DES EXEMPLES DE SUCCESS STORY.....	11
6.3.	FAIRE DU BÉNÉFICE SANS PERDRE DE TEMPS.....	11
6.3.1.	Améliorer son chiffre d'affaire.....	11
6.3.2.	S'investir sans sacrifier son temps.....	11
7.	UNE PROPOSITION DE VALEUR VIABLE.....	12
7.1.	UN MODÈLE SOCIAL ET HUMAIN.....	12
7.2.	DES ACTIONS POUR PÉRENNISER LE PROJET.....	12
7.2.1.	Des professeurs de l'École des Mines en appui.....	12
7.2.2.	Un pack culturel pour les PME entrantes.....	12
7.3.	DES MOYENS DE COMMUNICATION PERCUTANTS.....	13
7.3.1.	Un site internet pour promouvoir le projet.....	13
7.3.2.	Des afterworks pour renforcer la grappe.....	13
7.4.	DES PARTENAIRES-CLES INDISPENSABLES.....	13
7.4.1.	SIREA : Une entreprise modèle.....	13
7.4.2.	CCI du TARN : un atout de crédibilité.....	13
7.5.	UN PROJET RENTABLE À LONG-TERME.....	14
7.5.1.	Le compte de resultat prévisionnel sur 3 ans.....	14
7.5.2.	Des subventions pour diminuer les frais d'investissement.....	14
8.	LA SUITE DU PROJET : CONCRÉTISATION ET LANCEMENT DU MODÈLE.....	15
8.1.	RÉSULTAT DU DÉMARCHAGE : UN MODÈLE QUI PLAÎT AUX PME.....	15
8.2.	MISE A JOUR DU SITE WEB.....	15
8.3.	ORGANISATION DU PREMIER AFTERWORK : COHÉSION DE LA GRAPPE.....	15
8.4.	EMBAUCHER UN V.I.E.....	16
8.5.	CONTRIBUER AU DÉMARRAGE DE LA JE.....	16
9.	UNE PROPOSITION COMPLÈTE ET EFFICACE POUR DONNER AUX PME FRANÇAISES LE NÉCESSAIRE POUR RÉUSSIR.....	17
10.	CONCLUSION.....	18
	Bibliographie.....	19
	Table des illustrations.....	20
	Annexes.....	21

## 1. REMERCIEMENTS

Avant de commencer, nous tenons à remercier certaines personnes sans lesquelles cette expérience n'aurait pas été la même.

Nous remercions tout d'abord la société SIREA et la CCI<sup>1</sup> du Tarn de nous avoir fait confiance pour la réalisation de ce projet. Nous remercions l'École des Mines d'Albi-Carmaux qui a rendu ce module MIA possible. Sans ces trois entités, ce projet très enrichissant pour nous, tant sur le plan personnel que professionnel n'aurait pas pu avoir lieu.

Au sein de l'école, nous remercions Madame Laurie Francisca Viala Da Silva et Monsieur Philippe Farenc, nos tuteurs école pour leur soutien tout au long du projet ainsi que pour leurs conseils avisés. Nous remercions également Madame Béatrice Vacher, responsable de l'UE MIA. Nous remercions aussi Monsieur Philippe Lours et tout le département des relations internationales pour le temps qu'ils nous ont accordé.

Nous remercions enfin plus particulièrement Monsieur Bruno Bouteille et Monsieur Claude Le Gloahec, nos commanditaires pour leur accompagnement, leur disponibilité, leurs conseils et leur bonne humeur lors des rencontres. Nous remercions aussi Monsieur Alexandre Radjesvarane, Directeur de la Recherche et toute l'équipe de l'USTH<sup>2</sup> qui ont pris du temps pour répondre à nos questions et mettre en place le projet.

---

<sup>1</sup> CCI : Chambre du Commerce et de l'Industrie

<sup>2</sup> USTH : Université des Sciences et des Technologies d'Hanoi

## 2. SYNTHÈSE

Dès le départ, Bruno Bouteille, notre commanditaire, nous a émis l'idée de vouloir s'implanter en grappe de PME<sup>3</sup> françaises au Vietnam. Nous avons donc saisi dès le début, en plus de l'énergie présente chez notre commanditaire, la générosité qu'il voulait insuffler au projet.

Nous avons donc donné une dimension sociale et humaine à ce projet dans la mesure où nous avons senti que la réussite économique n'était pas l'indicateur unique à prendre en compte. Dans le fond, c'est de là qu'est née la dimension innovante de ce projet.

Tels les Oulipiens qui se définissent comme : “des rats qui construisent eux-mêmes le labyrinthe dont ils se proposent de sortir”, intégrer volontairement la dimension éthique dans notre projet a été un moyen de transformer une contrainte en un outil de création de part les détours que cela nous a fait prendre.

Classiquement, les acteurs dans la conquête d'un marché se résument à l'offre d'une part et la demande de l'autre. Ici, mettre au centre la dimension éthique nous a permis d'intégrer au projet l'USTH, une Junior Entreprise ainsi que l'École des Mines d'Albi-Carmaux. Cette diversité d'acteurs a amené de la complexité au projet, amenant avec elle des possibilités d'innover.

Ainsi, une fois les acteurs identifiés, l'essentiel de ce projet MIA a été de déterminer leurs attentes et les moyens de les connecter entre eux pour créer un modèle.

À l'issue de ce projet nous avons confronté ce modèle aux PME pour avoir un retour. Une grande majorité est intéressée et veut participer à une soirée de lancement pour éventuellement prendre part à l'aventure.

---

<sup>3</sup> PME : Petites et Moyennes Entreprises, entreprises de moins de 250 personnes qui ont un chiffre d'affaire annuel de moins de 50 millions d'euros ou un total de bilan n'excédant pas 43 millions.

### 3. INTRODUCTION

Pour SIREA et la CCI du Tarn, le Vietnam est un pays attractif et peut être vu comme une porte d'entrée sur le continent asiatique. Le développement économique du Vietnam ces 25 dernières années et les liens privilégiés entretenus entre la France et le Vietnam sont autant d'atouts garantissant une collaboration réussie, sur les plans humain et économique. Les deux pays ont notamment signé un accord de libre-échange en 2015, qui sera mis en vigueur l'année prochaine.

SIREA, une entreprise castraise spécialisée dans les domaines de l'énergie et des automatismes, aimerait s'implanter au Vietnam. Elle a d'ores et déjà des contacts avec le Vietnam et plus particulièrement avec l'USTH. Cette PME en pleine croissance est déjà implantée en Espagne et au Burkina Faso. Elle aimerait reproduire au Vietnam, la stratégie qu'elle a déployée au Burkina Faso, à savoir la mise en œuvre d'une approche via des universités et des centres de recherche.

Cette fois-ci, SIREA et la CCI du Tarn aimeraient adopter une démarche collective plutôt qu'individuelle : ils souhaitent former une grappe de PME tarnaises désirant s'insérer sur la marché vietnamien. En effet, une démarche collective serait bénéfique dans la mesure où elle permettrait une diminution des charges financières et proposerait une palette de compétences et de savoir-faire bien plus conséquente.

C'est ici que notre Mission Innov'Action a débuté...

## 4. NOTRE PREMIER DEFI : NOUS APPROPRIER LE PROJET

Environ 300 entreprises françaises, PME ou filiales de grands groupes sont déclarées comme étant installées au Vietnam. Preuve de l'attractivité de ce pays, le ministère du commerce extérieur souhaite y relancer des actions et a pour objectif d'y doubler les parts de marché des PME françaises d'ici avril 2017. Il aimerait leur faire bénéficier des liens culturels privilégiés entre les deux pays.

### 4.1. PROBLEMATIQUE INITIALE : FORMER UNE GRAPPE DE PME FRANÇAISES

Nos commanditaires souhaitent que le domaine d'activité des PME et de la grappe soit semblable ou complémentaire à celui de SIREA (énergie, mécanique, mécatronique...). Ainsi, notre problématique initiale a été : **Former une grappe de PME françaises des secteurs de l'énergie et des processus industriels désirant s'insérer sur le marché vietnamien en collaboration avec l'USTH.** (*Annexe 1 : QQQQCPC*)

#### 4.1.1. DEMARCHAGE D'ENTREPRISES PAR TELEPHONE

Nous avons contacté par téléphone 14 entreprises dans la région tarnaise correspondant aux critères imposés. Notre objectif était de les persuader de répondre au questionnaire que nous avons rédigé au préalable (*Annexe 2 : Questionnaire enquête qualitative*). Les questions portaient sur leurs expériences précédentes à l'étranger, leur envie de s'ouvrir à l'international ou encore leur intérêt pour le Vietnam.

Au final, 28.5% des entreprises ont montré de l'intérêt pour notre projet. Nous avons découpé les entreprises en 4 segments selon leur chiffre d'affaires et leur degré d'expérience à l'étranger. Il en est ressorti sans surprise que le segment le plus intéressé est celui comprenant les entreprises avec un fort chiffre d'affaires et de l'expérience à l'étranger. (*Annexe 3 : Matrice 2x2 et Annexe 4 : Matrice diversité et spécifications dimensionnantes*)

#### **Gestion de projet**

Nous avons réalisé dès les premiers appels, que nous ne disposions pas d'un projet suffisamment défini à mettre en avant et qu'une simple connexion d'offre et de demande n'était pas suffisante pour attirer une PME sur un marché si lointain. Nous ne parvenions pas à attirer les entreprises n'ayant aucune expérience à l'étranger.

#### 4.1.2. PREMIER DEFI: ASSEMBLER DES SAVOIR-FAIRE DIFFERENTS

Dans un premier temps, nous avons réfléchi à un projet qui relierait toutes les entreprises intéressées lors du démarchage téléphonique. Nous avons ainsi voulu trouver une thématique qui correspondrait à des entreprises aux savoir-faire différents. Nous avons pensé à l'installation d'une centrale de tri de déchets car nous supposions que chaque entreprise intéressée pourrait apporter ses compétences dans ce projet. Cependant, après quelques recherches, nous nous sommes rendu compte que le Vietnam ne possédait pas encore de structure adaptée et que leurs besoins actuels ne se trouvaient pas sur ce marché-là.

#### **Gestion de projet**

Nous nous sommes rendu compte qu'il était important de ne pas se lancer trop tôt dans l'action et la concrétisation d'un projet. C'est notre volonté de vouloir de suite contacter les entreprises et leur trouver un marché qui nous a empêché de prendre conscience de la complexité et donc des opportunités de notre sujet.

#### 4.1.3. DEUXIEME DEFI : SATISFAIRE LES ATTENTES DE L'USTH

Nous avons été surpris d'apprendre lors de notre premier entretien Skype avec Alexandre Radjesvarane, directeur de la recherche, que l'USTH recherchait avant tout des formations professionnalisantes de niveau BTS/DUT pour ses élèves. De ce besoin nous est venue l'idée d'inclure les professeurs de l'École des Mines d'Albi-Carmaux dans notre projet. Puis, M. Radjesvarane nous a appris que les secteurs de l'énergie et des processus industriels n'étaient pas leur priorité. Il nous a conseillé de nous orienter vers les biotechnologies (pharmacologie, agroalimentaire et médical) et le traitement des eaux. En ce qui concerne l'énergie, il nous a précisé qu'il souhaitait principalement développer les « Smart Grid »<sup>4</sup>.

## 4.2. REPRECISION DE LA PROBLEMATIQUE : COMMENT S'Y PRENDRE POUR QUE LA GRAPPE S'IMPLANTE SUR LE MARCHÉ VIETNAMIEN ?

### 4.2.1. RAISONS DE LA REORIENTATION DE LA MISSION VERS L'ELABORATION D'UNE STRATEGIE D'IMPLANTATION SUR LE MARCHÉ VIETNAMIEN

Au vu de ces difficultés et avec l'accord de nos commanditaires, nous avons revu nos objectifs. Nous avons ainsi décidé de nous orienter vers l'élaboration d'une stratégie pour que les PME françaises s'insèrent aisément sur le marché vietnamien. Nous avons mis de côté la nécessité de trouver quatre entreprises pour former la grappe.

Nous nous sommes alors lancés dans la conception d'un modèle innovant d'insertion des PME françaises sur le marché vietnamien, notre objectif étant d'avoir une stratégie solide à présenter aux PME intéressées par l'international.

#### **Gestion de projet**

Nous avons décidé de recommencer à zéro en plaçant le concept d'innovation au cœur de la réflexion, ce que nous n'avions pas assez fait auparavant.

Après avoir organisé des brainstormings ainsi qu'une rencontre avec nos commanditaires et plusieurs conversations Skype avec l'USTH, nous avons recentré l'objectif de notre réflexion comme étant l'élaboration d'un modèle d'implantation d'une grappe d'entreprises au Vietnam.

### 4.2.2. NOUVELLES PISTES

Les journées de Design Thinking et les nombreux Points Equipe nous ont permis d'élaborer notre stratégie. Cela a abouti à deux concepts que nous avons fusionnés par la suite car ceux-ci étaient indissociables (*Annexe 5 : Fiche-concept et Annexe 6 : Schéma global du modèle*). Nous nous sommes basés sur les besoins de toutes les parties prenantes pour les construire, à savoir les besoins des PME françaises, des entreprises vietnamiennes, de l'USTH, et de l'École des Mines d'Albi-Carmaux afin que chacun y trouve son intérêt (*Annexe 7 : Cartographie des partis prenantes du projet*).

---

<sup>4</sup> Smart Grid : Réseau de distribution d'électricité dit "intelligent" visant à intégrer les énergies renouvelables sur le réseau électrique national.

## 5. ELABORATION D'UNE STRATEGIE D'IMPLANTATION SUR LE MARCHE VIETNAMIEN

Maintenant que la problématique est bien définie, nous pouvons élaborer une proposition stratégique pour que les PME françaises s'insèrent au mieux sur le marché vietnamien. Nous décidons alors de donner une place majeure à l'USTH dans notre démarche dans l'optique de favoriser la création de **réseau** et un **ancrage** local. De plus, le fait d'impliquer les étudiants vietnamiens s'insérerait totalement dans la dimension **humaine** et **sociale** que nous souhaitons insuffler au projet.

### 5.1. CREATION D'UNE JUNIOR ENTREPRISE ET ORGANISATION DE FORMATIONS SOUS DIVERSES FORMES

#### 5.1.1. GENESE DE L'IDEE DE LA CREATION DE LA JUNIOR ENTREPRISE

Au Vietnam, la majorité des étudiants sont salariés dans le but de payer leurs études. Cependant, ce sont des emplois à temps partiel faiblement rémunérés (100 à 150\$ par mois) sans lien avec leurs études. Ceci n'est pas valorisant pour eux et leur prend beaucoup de temps. En parallèle, nous cherchions un moyen d'**ancrer** et de créer un **réseau** pour les entreprises de la grappe.

C'est de là qu'est venue l'idée de créer une Junior Entreprise, qui fournirait des missions mieux rémunérées aux étudiants dans leur domaine de compétence et créerait des liens avec les entreprises françaises qui souhaiteraient participer aux missions. Celle-ci devrait être légalement créée courant février 2017.

#### 5.1.2. GENESE DE L'IDEE DES SEMINAIRES FORMATIFS ET TRAVAUX PRATIQUES

L'idée de formations vient de la forte demande en ouvriers qualifiés au Vietnam. Le pays a besoin de formations de type BTS/DUT pour mettre en œuvre les technologies sur son territoire.

Ainsi, il nous est apparu pertinent de passer par la formation pour atteindre le marché vietnamien avec une dynamique sociale. Ces formations seraient sous forme de travaux pratiques et de séminaires formatifs.

#### **Gestion de projet**

Pour en savoir plus sur les besoins de l'USTH, nous avons effectué des conversations Skype à plusieurs reprises avec Mr Radjesvarane, directeur de la recherche à l'USTH. Ces conversations Skype étaient aussi un bon moyen de confronter nos idées avec la réalité du terrain.

### 5.2. BENEFICES DE L'ALLIANCE DE LA JUNIOR ENTREPRISE ET DES FORMATIONS

Les formations et la Junior Entreprise sont deux moyens différents d'atteindre le même but pour les PME françaises : se créer un **réseau concret et durable**, comprendre la **culture vietnamienne et les besoins du marché** et enfin s'**ancrer durablement** sur le territoire. Ces deux concepts sont viables par eux-mêmes mais l'alliance des deux, double les possibilités de se faire connaître et de s'exporter au Vietnam.

De plus, la combinaison des deux peut présenter un autre intérêt. Imaginons qu'une entreprise vietnamienne soit intéressée par le savoir-faire d'une PME française de la grappe. L'entreprise vietnamienne peut commander une mission à la JE avec cette PME afin d'entamer une collaboration concrète. Le schéma ci-dessous (*Illustration*) résume le concept formé à partir de la Junior Entreprise et des formations.

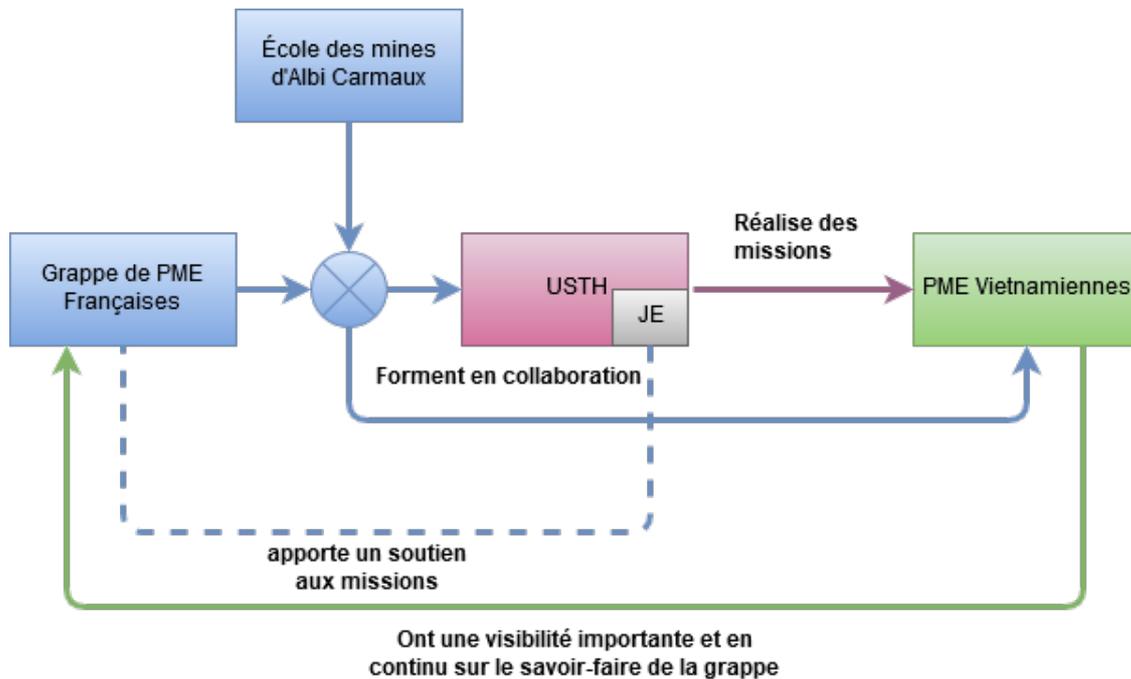


Illustration 1 : Schéma de la première partie de notre stratégie

### 5.3. FONCTIONNEMENT ET OBJECTIFS DE LA JUNIOR ENTREPRISE ET DES FORMATIONS

#### 5.3.1. FONCTIONNEMENT DE LA JUNIOR ENTREPRISE

Tout d'abord, qu'est-ce qu'une Junior Entreprise ? C'est une association à but non lucratif implantée dans les écoles et les universités. Elle a pour but de mettre au service des entreprises le savoir-faire des étudiants autour de missions pédagogiques lui permettant de mettre en application ses connaissances théoriques.

En raison du contexte législatif au Vietnam, la Junior Entreprise sera légèrement différente des Junior Entreprises habituelles. En effet, les étudiants seront fortement encadrés par leurs professeurs lors de la création puis de façon progressive, ils deviendront de plus en plus autonomes.

Les missions confiées aux élèves entreront dans leur cursus universitaire sous forme de crédits qui leur permettront de valider des unités d'enseignements dont le sujet sera lié au projet. En effet, si dans une mission l'élève doit créer une base de données, il pourra valider cet enseignement uniquement avec la mission tout cela dans le but de les impliquer d'autant plus dans ce projet. Ce sera un premier moyen pour eux de rentrer en contact avec des entreprises.

Il n'est pas possible d'évaluer avec certitude les rentrées d'argent qu'engendrera la JE au début de son activité. Ainsi, nous avons pensé à ne pas distribuer 100% des gains des missions aux étudiants dans le but de constituer un fonds de sécurité pour rémunérer les étudiants certains mois où il y aurait une baisse d'activité. Cela pourrait amener les étudiants à s'impliquer davantage dans la JE car ils disposeront d'une rentrée d'argent régulière.

Les domaines d'expertise de la Junior Entreprise seront vastes. En effet, en plus des missions classiques confiées par les entreprises vietnamiennes, la Junior Entreprise a pour but d'apporter plus de compétences:

- Une formation professionnelle : il existe une demande très forte en bac+2, du baccalauréat professionnel aux BTS. Les ouvriers manquent de connaissances

techniques. C'est pourquoi les élèves seront envoyés pour les former en échange de rémunérations des entreprises.

- Une expertise : la JE pourrait aussi répondre en collaboration avec leurs professeurs aux appels d'offre des différents ministères vietnamiens, surtout sur les secteurs de pointe où il y a très peu d'experts.
- Une aide au support élève de l'USTH: production de photocopiés, sous-traitance car il n'y a pas assez de ressources humaines sur place.
- Une location de matériel sous tutelle des élèves ou des professeurs: utilisation des plateformes d'équipement de l'USTH pour de petites missions.

### 5.3.2. OBJECTIFS DE LA JUNIOR ENTREPRISE

L'objectif de la Junior Entreprise pour notre grappe est de faciliter l'insertion des PME françaises dans la **culture vietnamienne**, de commencer à créer un **réseau** en rencontrant des entreprises vietnamiennes et en leur montrant les savoir-faire de leurs entreprises ainsi que de les **ancrer** sur place avec une **présence constante**.

Pour cela, nous proposons aux entreprises françaises d'apporter leur aide sur les missions des étudiants dans les entreprises vietnamiennes. De plus, elles répondent aux appels d'offre du gouvernement, en partenariat avec la JE. Le gouvernement représente en effet, un client important car il possède une forte volonté de développer son pays.

### 5.3.3. DEROULEMENT DES SEMINAIRES FORMATIFS ET DES TRAVAUX PRATIQUES

Les formations seront proposées sous deux formes.

Une partie théorique (magistrale) sera dispensée par des membres de la grappe s'ils en ont la formation et/ou par des professeurs de l'École des Mines d'Albi-Carmaux. On les appelle des séminaires formatifs: ils ne durent pas plus d'une journée.

Une autre partie sera sous forme de travaux pratiques encadrés qui porteront sur différentes technologies. Ceux-ci pourront être dispensés par tous les employés des PME membres de la grappe.

Le fait de faire partie de la grappe réduira les coûts de déplacement car ils pourront se répartir les séminaires (*Annexe 8 : Tableau des coûts*) et même s'y rendre ensemble si un besoin de complémentarité se fait sentir.

#### **Gestion de projet**

Nous avons rencontré M. Barna et M. Lours de l'École des Mines afin de voir si des professeurs de l'école pouvaient répondre aux besoins en formation de l'USTH. Ils nous ont appris que l'USTH et l'École des Mines d'Albi-Carmaux étaient déjà en contact. Un professeur s'y rend régulièrement pour donner des cours. Notre concept est donc faisable

### 5.3.4. OBJECTIFS DES SEMINAIRES FORMATIFS ET DES TRAVAUX PRATIQUES

Ces formations ont deux objectifs principaux:

- Approcher les entreprises vietnamiennes qui viennent se former lors de ces séminaires. L'USTH propose d'organiser avec la collaboration de la grappe des forums où les PME françaises pourront présenter leurs savoir-faire plus en détail.
- Apporter une formation pédagogique aux étudiants vietnamiens en accord avec les besoins de l'USTH qui accueille et soutient toutes les initiatives de la grappe au Vietnam.

## 6. LE MODELE REPOND AUX BESOINS DES PME FRANÇAISES

### 6.1. UN PROJET CONCRET POUR INTEGRER LA GRAPPE

Nos commanditaires nous ont fourni un large choix d'entreprises à contacter. Cependant, lors des démarchages d'entreprises, les premiers obstacles sont apparus. Dans un premier temps, le fait de s'introduire comme "étudiants" rendait les entreprises réticentes face au projet. Au-delà de ce point, le projet était surtout trop vague, l'idée étant seulement à ce stade de créer une grappe d'entreprises pour s'implanter sur le marché vietnamien avec l'aide de l'USTH, sans plus de détail. Les entreprises étaient donc réticentes et nous n'avons eu que peu de réponses positives.

Nous avons recommencé le démarchage une fois la stratégie élaborée. Les résultats ont alors été à la hauteur de nos attentes : trois PME ont décidé de prendre part à l'aventure. (*Annexe 9 : Autorisation d'utilisation des logos d'entreprise et participation au projet*)

### 6.2. DES EXEMPLES DE SUCCESS STORY

Si les entreprises ne voient pas que le modèle fonctionne, qu'il est rentable et que les PME de la grappe se développent bien, alors elles n'oseront pas se lancer dans le projet. Pour leur donner envie de s'investir, nous avons prévu d'organiser des afterworks qui permettraient aux entreprises bien intégrées sur le marché du Vietnam d'exposer leur expérience et les apports d'une telle démarche vers l'export.

### 6.3. FAIRE DU BENEFICE SANS PERDRE DE TEMPS

#### 6.3.1. AMELIORER SON CHIFFRE D'AFFAIRE

Le modèle que nous avons conçu permet de contenter ce besoin sans difficulté. En effet, appartenir à la grappe, c'est donner de son expertise et de son temps aux PME membres. C'est aussi recevoir les compétences des autres membres et obtenir de l'aide sur certains projets dans lesquels son domaine d'activité n'est pas adapté. Cette **mutualisation** des compétences est un atout majeur dans ce modèle. La grappe est une force pour un chef d'entreprise qui souhaite développer sa PME de par la présence qu'elle offre à l'étranger. Cela permet à l'entreprise de **diversifier** ses activités, de **se dynamiser** et donc d'**améliorer son chiffre d'affaire**.

#### 6.3.2. S'INVESTIR SANS SACRIFIER SON TEMPS

Étant donné que la grappe est formée, ses membres connaissent le marché vietnamien. Ils savent vers qui se tourner pour trouver des projets prometteurs et surtout, ils apprennent à s'adapter à la culture vietnamienne. Le contact avec les membres de la grappe lui permet de gérer les projets et de maintenir ses nouvelles relations avec le Vietnam sans avoir à faire des recherches approfondies sur ce pays. Tous ces éléments représentent un gain de temps pour les PME.

## 7. UNE PROPOSITION DE VALEUR VIABLE

### 7.1. UN MODELE SOCIAL ET HUMAIN

La stratégie d'implémentation que nous offrons aux entreprises françaises qui veulent s'exporter se base sur une stratégie innovante qui met l'**humain** et les **relations sociales** au centre de celle-ci.

En effet, l'idée d'offrir dans un premier lieu un savoir faire et une expérience sous forme de cours et de formations permet aux PME françaises une première approche et une connaissance de la demande et du marché tout en offrant aux étudiants vietnamiens et aux entreprises vietnamiennes des savoir-faire et de la technicité.

Les deux parties y trouvent donc leur compte en prenant le minimum de risques pour un maximum de résultats.

Le deuxième volet de cette proposition stratégique est la formation d'une grappe d'entreprises qui s'exportent ensemble chacune dans leur domaine. Nous ne sommes pas dans la vision d'entreprises adversaires mais plutôt d'une cohésion entre elles pour aboutir à une expérience réussie à l'export.

La stratégie globale n'est donc pas d'attaquer un marché mais de s'y implémenter en **nouant des relations sociales** que ce soit entre les PME françaises de la grappe mais également entre les étudiants et les entreprises vietnamiennes.

### 7.2. DES ACTIONS POUR PERENNISER LE PROJET

#### 7.2.1. DES PROFESSEURS DE L'ECOLE DES MINES EN APPUI

Afin d'apporter un vrai socle éducatif pour le projet notamment concernant les formations à l'USTH nous avons pris contact avec des enseignants de l'école.

M. Barna, directeur des relations internationales, et M. Lours, responsable des relations avec l'Asie, nous ont appris que l'école possède un partenariat avec l'USTH et qu'un groupe de 12 enseignants se relaient pour assurer des cours au sein de l'université.

Pour notre projet, une collaboration avec les enseignements de l'école a été évoquée. L'enseignant pourrait accompagner une PME française : l'un pourrait dispenser des cours théoriques pendant que l'autre viendrait illustrer le tout par des applications concrètes en relation avec son domaine d'activité.

#### 7.2.2. UN PACK CULTUREL POUR LES PME ENTRANTES

Nous avons pensé élaborer un pack culturel qui pourrait être exposé pendant les afterworks. Les PME entrantes seraient ainsi initiées à la culture vietnamienne. Celui-ci comprendrait notamment une sensibilisation sur la politique du pays, le rôle de l'État dans la gérance des entreprises et dans leur rapport avec les entreprises étrangères mais également sur les rapports sociaux au sein des entreprises.

Ce pack culturel aborderait également les codes de conduite en société mais également des informations sur le coût de la vie, les habitudes culinaires et autres.

### 7.3. DES MOYENS DE COMMUNICATION PERCUTANTS

#### 7.3.1. UN SITE INTERNET POUR PROMOUVOIR LE PROJET

Nous avons débuté la construction du site “VN Initiative” (Vietnam Initiative : <http://vninitiative.my-free.website/> ) qui est un site aux objectifs multiples. Dans un premier temps, il promeut la force de la grappe auprès des entreprises françaises. C’est en quelque sorte, une **vitrine de la réussite**. Il met également en avant les formations effectuées à l’USTH par des professionnels français ainsi que les dates des séminaires formatifs. Enfin, il permet aux entreprises vietnamiennes de soumettre leurs projets à la JE et aux étudiants vietnamiens d’y postuler en ligne directement.

#### 7.3.2. DES AFTERWORKS POUR RENFORCER LA GRAPPE

Nous avons également pensé organiser des afterworks en France. Ceux ci se feraient avec les membres de la grappe et les nouvelles PME qui souhaiteraient en savoir plus et notamment adhérer.

Ces afterworks permettraient donc d’agrandir la grappe mais également de vraiment faire naître cet esprit de cohésion entre les entreprises.

### 7.4. DES PARTENAIRES-CLES INDISPENSABLES

#### 7.4.1. SIREA : UNE ENTREPRISE MODELE

SIREA participe déjà à de nombreux colloques et salons dans certains pays d’Afrique tel que le Burkina Faso mais également en Asie avec sa participation en octobre dernier au Ho Chi Minh-Ville au Vietnam pour un colloque sur l’électricité au sein de l’USTH.

Elle a maintenant pour ambition de pouvoir pérenniser sa présence en Vietnam car elle n’a pour l’instant qu’un certain nombre de contacts.

#### **Gestion de projet**

Nous nous sommes déplacés à Castres pour visiter les locaux de SIREA. Bien que notre sujet ne soit pas tourné spécialement vers un produit de l’entreprise, cette visite nous a permis de nous familiariser avec les activités de l’entreprise mais aussi de mieux connaître nos commanditaires, ce qui est essentiel dans un projet sur le long terme qui demande de la confiance.

L’aide et le support d’autres entreprises qui font face aux mêmes difficultés seraient un vrai atout pour l’aider à obtenir des contrats et pérenniser sa présence sur place. Cela permettrait même plus tard de réitérer l’expérience dans d’autres pays notamment au Bénin où elle possède déjà des contacts via l’Ecole Supérieure des Métiers des Énergies Renouvelables.

#### 7.4.2. CCI DU TARN : UN ATOUT DE CREDIBILITE

La Chambre de Commerce et d’Industrie du Tarn est au service des entreprises tarnaises pour les accompagner dans leurs projets et notamment dans leurs démarches à l’export.

La participation active à ce projet de la CCI du Tarn via le soutien de Claude LE GLOAHEC permet de donner un réel atout de crédibilité vis-à-vis des PME françaises intéressées par le projet.

Cela nous a également permis d’avoir accès aux annuaires des entreprises du Tarn et de pouvoir les contacter directement.

## 7.5. UN PROJET RENTABLE A LONG-TERME

### 7.5.1. LE COMPTE DE RESULTAT PREVISIONNEL SUR 3 ANS

Pour ce qui est des dépenses annuelles, les PME devront se partager certains frais : les formations, la mise à jour et l'hébergement du site WEB, la rémunération du VIE, le remboursement de l'assurance-crédit Coface (expliqué plus en détail dans le paragraphe 7.5.2) et l'organisation des afterworks en France. La totalité de ces coûts s'élèverait à environ 50 000-55 000€ chaque année, soit environ 16 000-18 000 euros par PME en considérant une grappe de 3 entreprises.

Quant aux produits, ils incluent le CA<sup>5</sup> prévisionnel, le financement à 50% du V.I.E. et le financement à 30% des dépenses par la Coface.

Les estimations de CA sont très approximatives et n'incluent pas ceux de SIREA. Nous avons fait la prévision selon deux hypothèses :

- **Cas optimiste** : CA prévisionnel de 0€ par entreprise en 2018, 10 000€ par entreprise en 2019 et 50 000€ par entreprise en 2020
- **Cas pessimiste** : CA prévisionnel de 0€ par entreprise en 2018, 4 000€ par entreprise en 2019 et 8 000€ par entreprise en 2020.

Pour faire ces estimations, nous nous sommes basés sur le CA de SIREA au Vietnam. Les quatre premières années, de 2012 à 2016, ne lui ont rien apporté en terme de CA. Néanmoins, pour 2017, il sera d'au moins 100 000€. Nous imaginons que la prise de contact déjà effectuée par M. Bouteille sur place, la Junior Entreprise et les formations accéléreront l'arrivée des contrats pour la grappe, d'où nos estimations.

Ainsi, les bénéfices dans le cas optimiste apparaîtraient en 2019 et seraient d'environ 6 100€ puis 91 000€ en 2020. Dans le cas pessimiste, les bénéfices apparaîtraient en 2020 avec un montant d'environ 1000€.

Le détail de calcul des charges, produits et résultat est présent en *annexes 8 et 10*.

### 7.5.2. DES SUBVENTIONS POUR DIMINUER LES FRAIS D'INVESTISSEMENT

Des subventions à l'échelle régionale ainsi que diverses aides financières existent pour aider les PME à s'ouvrir à l'international. La loi NOTRe<sup>6</sup> a supprimé les aides à l'échelle départementale et pourrait entraîner des modifications dans les subventions au cours de l'année 2017.

Nous avons pris en compte l'**assurance-crédit Coface**<sup>7</sup> et la **prise en charge V.I.E** dans le calcul de notre compte de résultat prévisionnel. Les autres aides financières sont expliquées en annexe 11.

L'assurance-crédit est délivrée par la Coface, elle est une garantie pour l'entreprise en cas d'échec commercial. Elle prend en charge 30% du budget annuel alloué au développement export. En cas de réussite commerciale, l'entreprise a 5 ans pour rembourser la somme prêtée majorée de 4% du montant des affaires gagnées par l'entreprise. Dans le cas optimiste, nous avons émis l'hypothèse que la grappe obtiendrait des contrats dès 2019, entraînant un remboursement à partir de 2020. Pour être éligible l'entreprise doit réaliser un CA inférieur à 500 millions d'euros.

Ensuite, la région Midi Pyrénées et Business France financent 50% de la rémunération d'un V.I.E. La démarche en grappe pourrait également permettre de soulever d'autres fonds de la part de la région Midi-Pyrénées.

---

<sup>5</sup> CA : Chiffre d'Affaire

<sup>6</sup> Loi NOTRe : Nouvelle Organisation Territoriale de la République, cette loi réformant l'organisation territoriale, promulguée en août 2015 confie de nouvelles compétences aux régions.

<sup>7</sup> Coface : Compagnie Française d'Assurance pour le Commerce Extérieur, c'est une société d'assurance-crédit

## 8. LA SUITE DU PROJET: CONCRETISATION ET LANCEMENT DU MODELE

Portés par notre implication et notre attachement à ce projet ainsi que par la détermination de nos commanditaires, nous avons décidé de **poursuivre la mise en place** du modèle après la fin de la période de MIA. En effet, nous allons organiser des événements pour la promotion de notre modèle innovant. D'autres actions, à plus long terme (que nous n'aurons pas l'opportunité de mener), sont également planifiées et décrites dans cette partie.

### 8.1. RESULTAT DU DEMARCHAGE : UN MODELE QUI PLAIT AUX PME

Trois des entreprises recontactées en janvier ont démontré un grand intérêt pour celui-ci : **Benne SA, BeProject et AGV Mécatronique**. Ils ont signé une charte dans laquelle ils s'engagent à s'impliquer dans les premières étapes du projet et nous permettent d'utiliser leur nom à des fins de promotion du projet (*Annexe 9 : Autorisation d'utilisation des logos d'entreprise et participation au projet*). Pour les convaincre, nous avons utilisé une brochure d'explication comme moyen de communication (*Annexe 12 : Brochure explicative adressée aux PME françaises*).

### 8.2. MISE A JOUR DU SITE WEB

Tout d'abord, il va être important d'actualiser notre site web "**VN Initiative**". Le contenu est en effet susceptible de changer avec l'ajout de rubriques présentant les PME adhérentes à la grappe, leurs témoignages et retours d'expérience, les types de formations dispensées mais aussi les annonces des missions proposées par la JE. Plus le contenu du site sera riche et précis, plus d'autres entreprises seront susceptibles d'intégrer la grappe.

Nous pourrions nous occuper de la mise à jour du site au cours des quelques mois suivant la fin de la MIA, mais à terme, ce sera aux entreprises adhérentes à la grappe de compléter son contenu. Pour cela, elles pourront désigner une personne en particulier (webmaster ou V.I.E. par exemple), ou définir à tour de rôle une personne responsable du site pour une période donnée dans chaque entreprise.

Nous souhaiterions également qu'à terme, le site soit entièrement traduit en **anglais**, voire en **vietnamien**, afin de faciliter la **compréhension** des articles pour tous les acteurs. Cette mission serait confiée au VIE franco-vietnamien.

### 8.3. ORGANISATION DU PREMIER AFTERWORK : COHESION DE LA GRAPPE

Les contacts téléphoniques ne sont pas le meilleur moyen pour convaincre des entreprises de nous suivre dans l'aventure du Vietnam. Selon nous, rien ne vaut un véritable événement, comme un **afterwork**, où les dirigeants de PME pourraient échanger, découvrir le projet et poser leurs questions (notamment à SIREA qui peut témoigner de sa réussite au Vietnam).

Avec l'aide de nos commanditaires, nous avons identifié les caractéristiques de ce premier événement :

- Via son carnet d'adresses, la CCI inviterait un grand nombre de PME Tarnaises à l'événement (qui se déroulerait en mars-avril 2017). Nous allons également nous rapprocher du "**Club Asie**", un regroupement d'entreprises de la région toulousaine établies (ou souhaitant s'établir) en Asie.

- La CCI dispose de locaux adaptés à l'organisation d'événements de ce genre.
- Afin d'encourager les PME à se déplacer, nous devons encore imaginer un **concept "fort"** pour notre afterwork, par exemple inviter une personnalité connue pour son expérience en Asie. En effet, la thématique "Vietnam" étant très précise, nous pensons orienter l'événement vers l'**Asie** puis faire un focus sur le pays lors de la présentation de notre modèle.

Si, à l'issue de ce premier afterwork, des PME décident d'intégrer la grappe, elles seront accompagnées (notamment par SIREA) pour lancer les premières phases du projet : mise en contact avec l'USTH, présentation de la JE, familiarisation avec les formations pouvant être apportées.

D'autres afterworks du même type seront régulièrement organisés à long terme. Ils auront pour but de recruter de nouvelles entreprises dans la grappe en apportant les témoignages des PME ayant déjà expérimenté notre modèle.

#### 8.4. EMBAUCHER UN V.I.E.<sup>8</sup>

Afin d'aider à pérenniser le projet, l'embauche d'un V.I.E. a été discutée. Celui-ci serait idéalement un franco-vietnamien, mutualisé par toutes les entreprises de la grappe. Un VIE franco-vietnamien serait un atout majeur pour s'affranchir de la **barrière culturelle**. Il pourrait, au début de sa mission, passer quelques semaines dans les PME françaises de la grappe pour s'imprégner de leur organisation et de leurs besoins. Les PME membres pourront donner des missions au V.I.E. qui leur permettrait de garder un contact local avec les entreprises vietnamiennes qu'ils auront pu rencontrer lors de leur séjour sur place.

Il réaliserait également de nombreuses missions annexes mais indispensables telles que :

- Organisation des séminaires formatifs à l'USTH et des afterworks après les séminaires
- Aide à la JE
- Mise à jour et traduction du site internet
- Organisation du séjour des professionnels français à Hanoi (hébergement, transport...)

L'embauche de ce V.I.E. n'est cependant à considérer qu'à partir de 2018 en attendant la consolidation de la grappe et les premiers contacts au Vietnam.

#### 8.5. CONTRIBUER AU DEMARRAGE DE LA JE

Le concept de la Junior Entreprise est nouveau à l'USTH, et les étudiants vietnamiens ne sont pas familiarisés avec ce genre de structure; il va être nécessaire d'implémenter correctement l'association dès ses débuts au sein de l'USTH pour éviter la perte de motivation et l'abandon du projet.

Au-delà de l'aide qui pourra être apportée par le V.I.E. à la JE, nous avons imaginé une collaboration entre la JE de l'USTH et celle de l'École des Mines d'Albi, **Pro'Pulse**. Cette dernière possède une structure organisée et obtient régulièrement des missions de la part d'entreprises locales. Ainsi, elle pourrait partager son expérience avec les étudiants de l'USTH désireux de se lancer dans la gestion de la JE et leur expliquer comment **structurer** leur association.

Pour cela, les étudiants de chaque école pourraient simplement réaliser des Skype et/ou échanger par mail.

---

<sup>8</sup> V.I.E. : Volontariat International en Entreprise

## 9. UNE PROPOSITION COMPLETE ET EFFICACE POUR DONNER AUX PME FRANÇAISES LE NECESSAIRE POUR REUSSIR

Voici notre Business Model Canvas qui résume les éléments détaillés dans les parties précédentes.

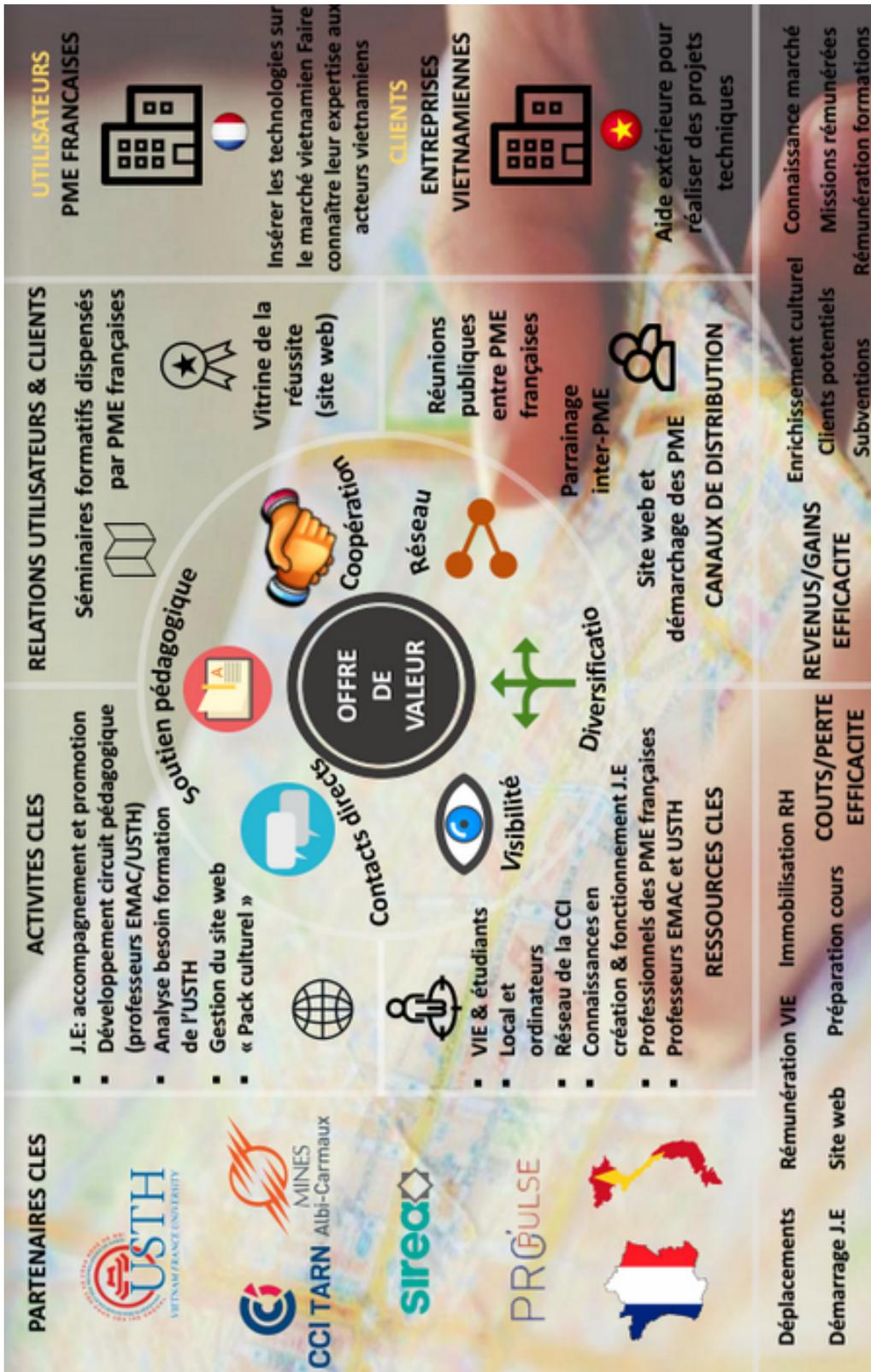


Illustration 2 : Business Model Canvas

## 10. CONCLUSION

Cette mission Innov'Action aura été très enrichissante pour nous. Jusqu'à présent, nous n'avions jamais eu l'opportunité de travailler sur un projet d'une telle ampleur. Notre travail en équipe a néanmoins très bien fonctionné. La diversité de nos parcours scolaires fût enrichissante en termes de vision du projet et chacun a su faire bénéficier aux autres de ses compétences et qualités.

Ce projet nous a beaucoup apporté sur les plans humain et social. Nous avons eu la chance de pouvoir collaborer et communiquer avec des vietnamiens à l'USTH. Nous avons ainsi pu découvrir en partie la culture vietnamienne. De plus, les PME françaises que nous avons contactées nous ont gentiment accordé de leur temps, nous permettant ainsi de tester la pertinence de notre modèle.

Le bon déroulement de la mission est notamment dû à la bonne entente avec nos commanditaires qui ont toujours été là pour répondre à nos questions ou nous réorienter lorsque nous étions dans l'impasse.

## BIBLIOGRAPHIE

- CCI TARN, *Panorama des aides aux entreprises et des accompagnements de la CCI*, 15/04/2016.

Valeur ajoutée : Ce diaporama nous a renseignés de manière précise, sur les subventions que pouvaient demander les PME françaises.

- Bureau Business France de Hanoï, (consulté pour la première fois le 15/10/2016), *Fiche pays Vietnam*. Adresse URL : <http://export.businessfrance.fr/viet-nam/001B1604293A+fiche-pays-vietnam-2016.html>

Valeur ajoutée : Ce document PDF nous a apporté des connaissances sur le marché vietnamien en général : les investissements, les secteurs porteurs, le contexte politique, l'environnement des affaires...

- Bruno Askenazi, « Vietnam : des opportunités pour les PME et les start-up françaises », *Les Echos*, 11/04/2013, (Page consultée le 11/11/2016). Adresse URL : <https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/internationaliser-exporter/10028229-vietnam-des-opportunites-pour-les-pme-et-les-start-up-francaises-25777.php>

Valeur ajoutée : Cet article des Echos nous a appris les objectifs du gouvernement français quant à l'implantation de PME françaises au Vietnam en 2013.

- AILLERET (François), *6 clés pour l'innovation, la recherche et la compétitivité*, Chapitre 1, 2009, 37 pages. Adresse URL: <http://excerpts.numilog.com/books/9782124652068.pdf>

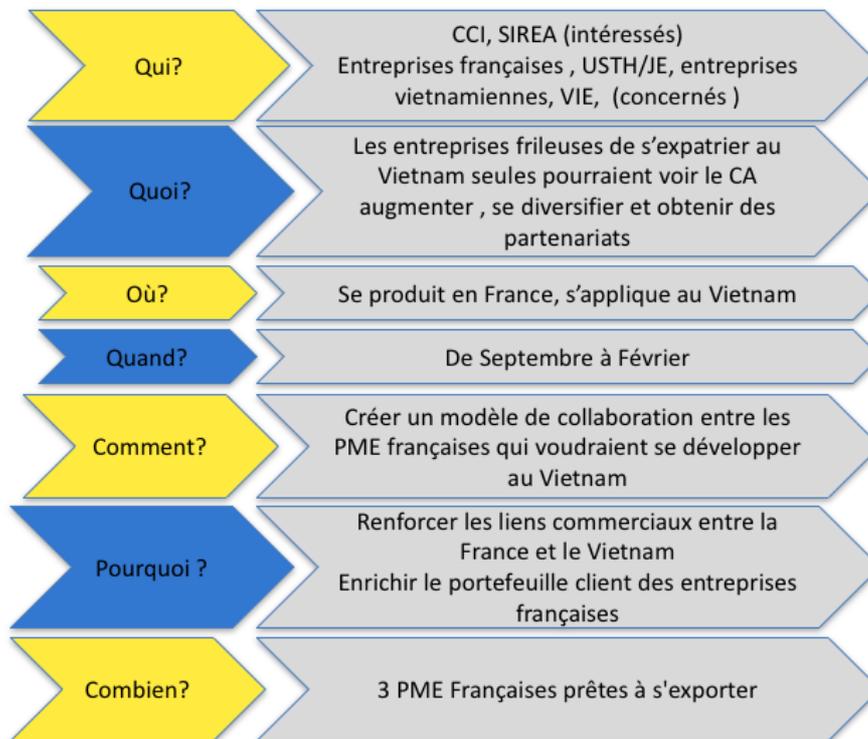
Valeur ajoutée : Nous avons étudié ce chapitre pour les lectures croisées. Il nous a rappelé les éléments essentiels à prendre en compte dans l'innovation, à savoir la confiance, le décloisonnement, la créativité, l'audace, la valorisation et l'identité.

## TABLE DES ILLUSTRATIONS

Illustration 1 : Schéma de la première partie de notre stratégie.....	p10
Illustration 2: Business Model Canvas.....	p19

## ANNEXES

### Annexe 1 : QQQQPC



### Annexe 2 : Questionnaire Enquête qualitative

Bonjour, nous sommes un groupe de 7 élèves-ingénieurs de l'Ecole des Mines d'Albi. Dans le cadre d'un projet d'innovation initié par la CCI Tarn et une entreprise tarnaise, nous souhaiterions créer un noyau de PME des secteurs de l'énergie et des processus industriels désirant s'insérer sur le marché vietnamien.

Nous vous contactons car votre profil correspond au type d'entreprises susceptibles d'adhérer au projet.

Les questions suivantes nous permettront de faire un bilan des attentes des entreprises françaises. Si vous êtes intéressés par notre projet, nous pourrions entamer une collaboration avec l'USTH (Université des Sciences et des Technologies de Hanoi) qui est notre contact privilégié au Vietnam, et la CCI Tarn.

#### *Présentation de l'entreprise*

Nom de l'entreprise:

Nom du dirigeant

Nom de l'interlocuteur:

Domaines d'activités:

Nombre d'employés:

Chiffre d'affaires:

-Avez-vous des filiales à l'étranger ? Si oui, où sont-elles ?

-Avez-vous déjà collaboré avec des entreprises étrangères sur des projets ? Si oui, quel type de projets?

-Exportez-vous vos produits/services? Si oui lesquels?

-Si vous avez répondu non aux trois questions précédentes, seriez-vous intéressés par une ouverture de votre entreprise à l'internationale ?

-Si vous ne l'êtes pas, pourquoi ?

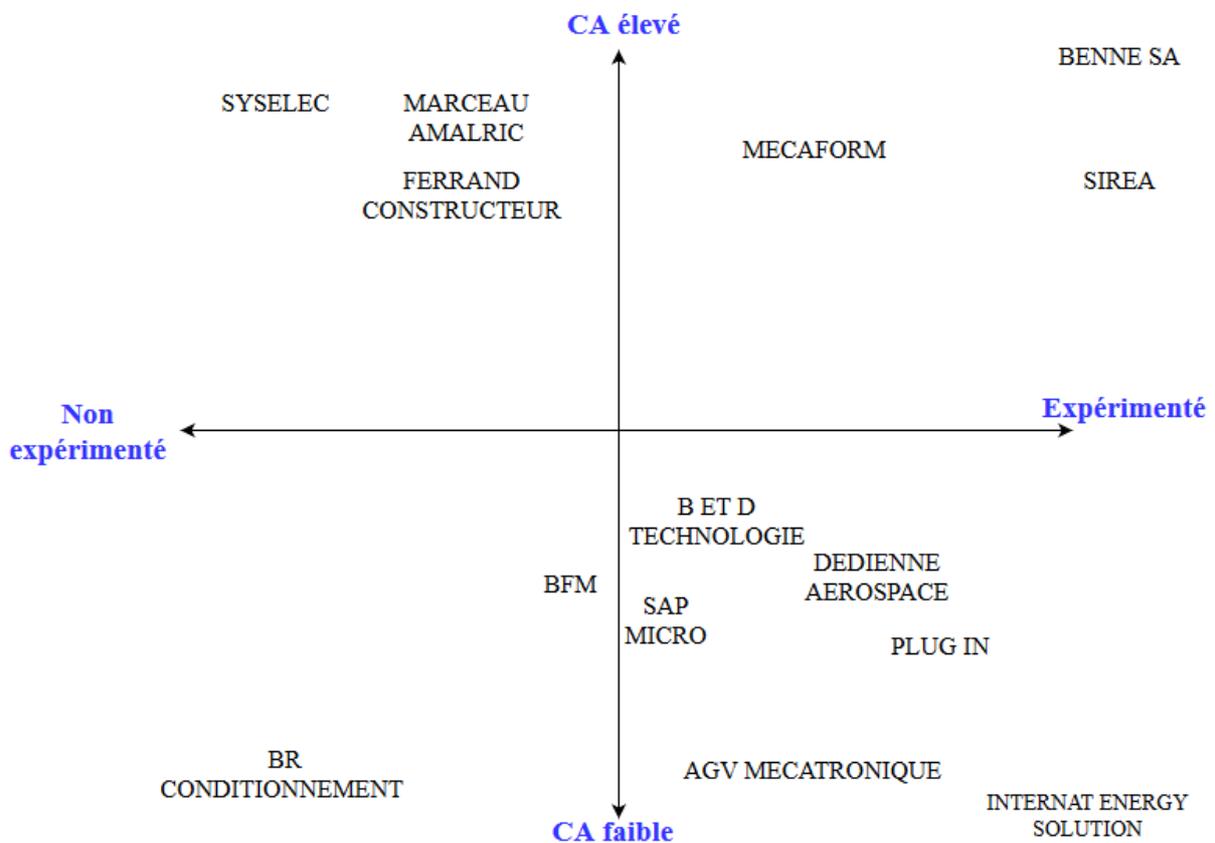
-Si vous souhaitez vous ouvrir à l'international, voudriez-vous plutôt ouvrir une filiale, exporter vos produits ou participer à un projet collaboratif?

-Si vous êtes intéressé par la diversification à l'international, avez-vous dès maintenant les ressources nécessaires ? (ressources financières, humaines et culturelles)

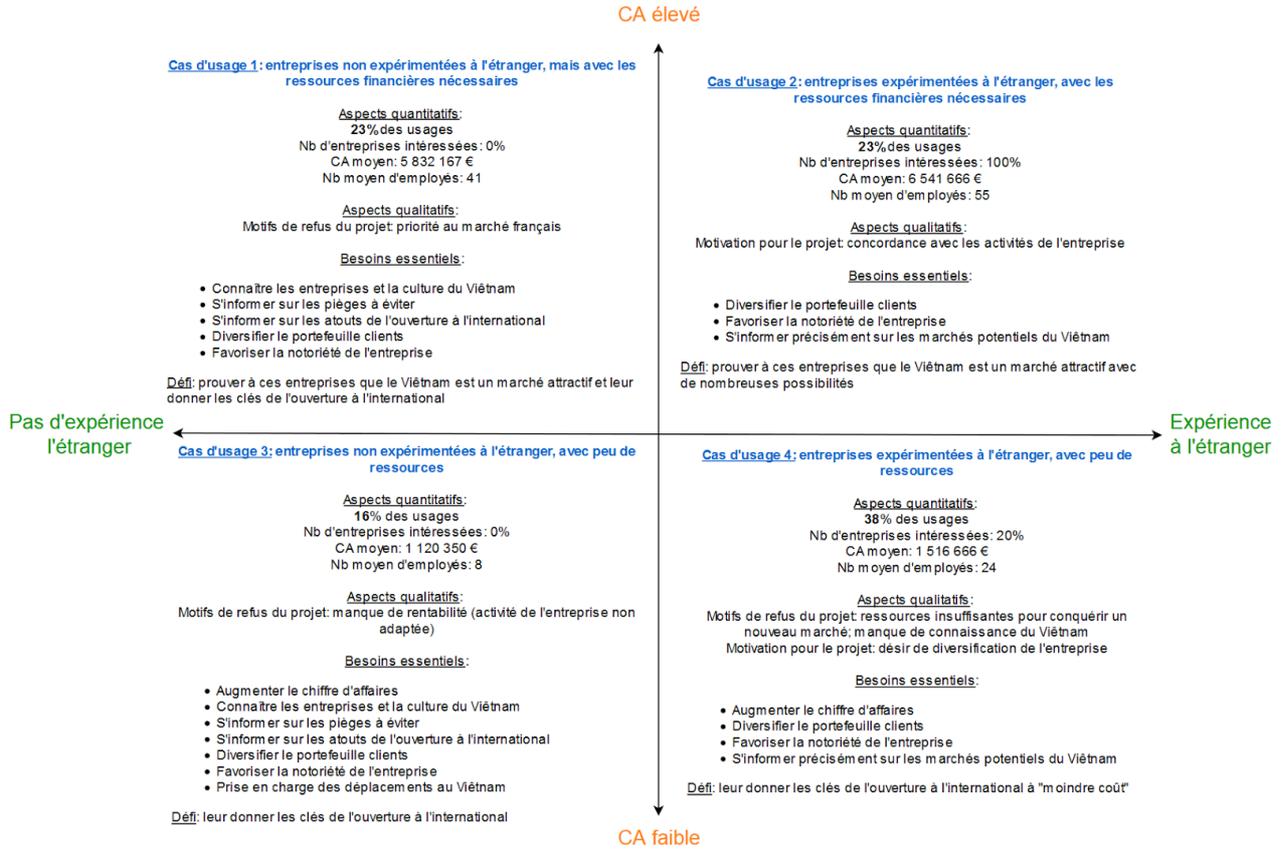
-Le Vietnam serait-il pour vous une cible pour vous développer?

-Quelles sont vos motivations pour vous développer à l'international ?

### Annexe 3 : Matrice 2x2



## Annexe 4 : Matrice diversité et spécifications dimensionnantes



## Annexe 5 : Fiche-concept

Fiche concept

**Groupe :M2G8**

**DEFI :** Offrir un espace de coopération entre les PME françaises pour les faire bénéficier d'un réseau local et des opportunités du marché vietnamien tout en limitant les risques. Démontrer le savoir-faire des PME françaises à travers des formations.

**NOM DU CONCEPT**

**DESCRIPTION ECRITE ET VISUELLE**

**RESULTAT QUALITATIF :** Une collaboration aux bénéfices mutuels

**ET QUANTITATIF :**

bénéfices forts

moyens

faibles

**BENEFICIAIRES**

Junior entreprise & séminaires formatifs. Un pivot vers le développement sur le marché vietnamien et une visibilité locale

Une fois la JE crée elle ira à la recherche de missions auprès du marché vietnamien. En ressortira une analyse des besoins au VIN. Pour réaliser leur mission les PME viendront en appui aux étudiants. Ainsi les PME profiteront par la suite des contacts avec le marché vietnamien et d'une meilleure connaissance de la demande.

Les PME françaises avec l'appui de TEMAC élaboreront des formations à l'attention de PME et d'étudiants vietnamiens. Ce processus permet de répondre à la très forte demande en formations BTS présente au Vietnam.

**SCENARIO D'USAGE: pour décrire les relations et interactions avec les clients/utilisateurs**

**Situation Initiale :**  
La grappe répond aux besoins en formation et assiste les missions de la JE.

Les PME françaises ont compris les enjeux du marché vietnamien et elles ont exposé leur offre.

Elle élabore une formation à l'attention des étudiants vietnamiens.

Les PME vietnamiennes ont amélioré leur technicité : une collaboration franco-vietnamienne est possible

Les étudiants vietnamiens forment à leur tour des ouvriers vietnamiens.

En parallèle, elle organise des séminaires formatifs à l'IUSTH pour les PME et les étudiants vietnamiens.

**FREINS ET POINTS D'ATTENTION**

**Freins :**

- Barrière culturelle
- Ressources financières faibles des PME vietnamiennes.
- Nouveauté : manque de confiance dans le projet
- Disponibilité des entreprises

**Points d'attention :**

- Missions régulières
- Répartition des rémunérations entre étudiants et PME françaises
- Bonne analyse des besoins en formation
- Bon démarrage des entreprises vietnamiennes afin qu'elles soient présentes

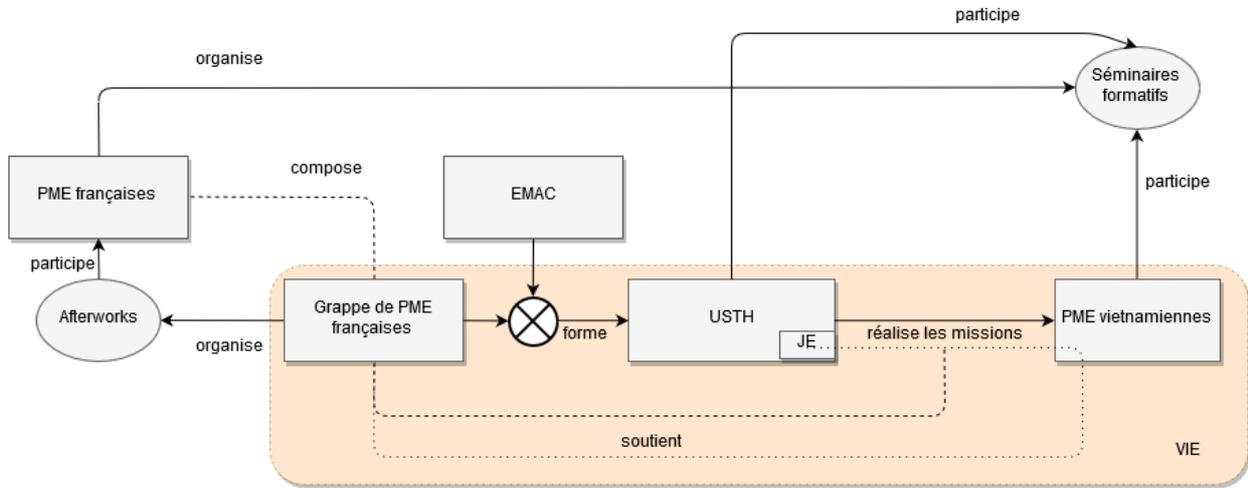
**Falsabilité court terme**

court terme

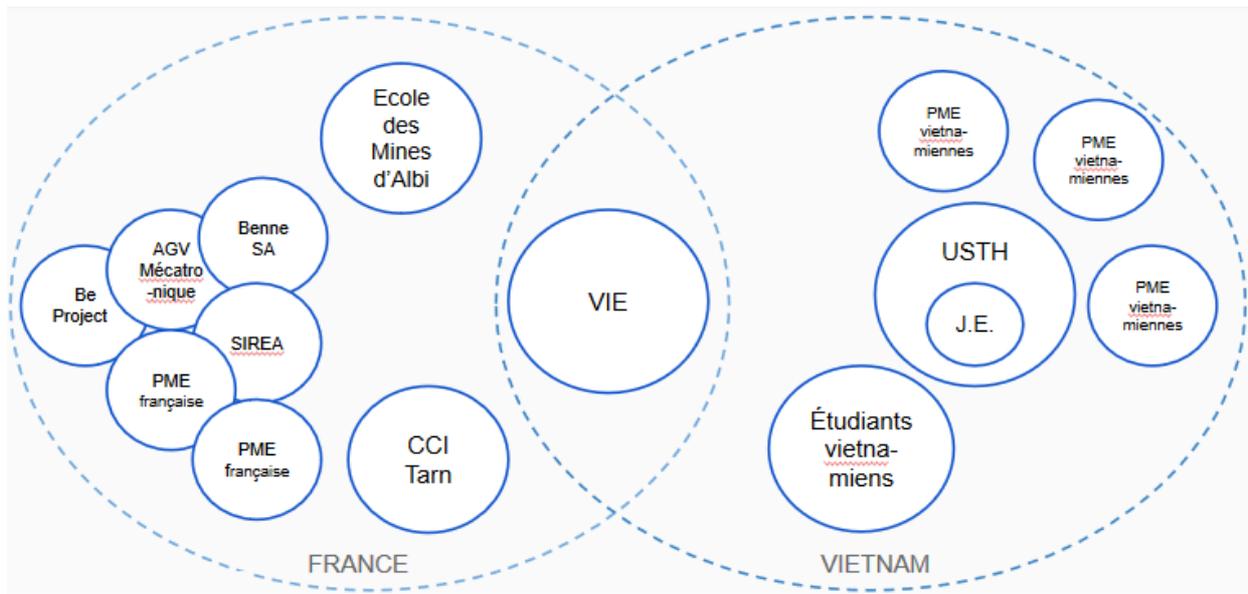
moyen terme

long terme

### Annexe 6 : Schéma global du modèle



### Annexe 7 : Cartographie des parties prenantes du projet



**Annexe 8 : Tableau des coûts**

<b>Coût de la formation</b>			
<i>Un employé d'une PME dispense 4 jours de cours de Travaux pratiques, il intervient sur une journée de séminaire et deux jours de week-end au Vietnam lui sont accordés.</i>			
	Nombre	Coût à l'unité (€)	Prix (€)
Nuit d'hôtel	7	100	700
Repas	21	10	210
Avion	1	850	850
Rémunération USTH	1	70	70
<b>TOTAL</b>			<b>1690</b>

<b>Coût annuel en considérant que les PME se rendent à l'USTH 6 fois par an.</b>		
	Coût unitaire	Coût annuel
Coût	1690	10140
<b>TOTAL</b>		<b>10140</b>

<b>Coût de la Junior Entreprise</b>	
<i>L'USTH possédant déjà du matériel informatique et des locaux, les coûts de la JE sont nuls.</i>	

<b>Coût de la gestion du Site WEB</b>			
	Coût annuel n (€)	Coût annuel n+1 (€)	Coût annuel n+2 (€)
Mise à jour et hébergement	3000	1000	1000
Rédaction des articles	500	500	500
<b>TOTAL</b>	<b>3500</b>	<b>1500</b>	<b>1500</b>

<b>Coût Afterwork PME françaises</b>			
<i>Les locaux sont prêtés par la CCI Tarn. La communication est prise en charge par la CCI Tarn également. Deux afterworks/an</i>			
	Nombre de participants	Prix unitaire (€)	Prix (€)
Buffet	30	15	450
<b>TOTAL</b>			<b>900</b>

*En conviant 2 personnes par entreprise contactée*

<b>Coût d'un VIE</b>	
	Coût annuel (€)
VIE	<b>40000</b>

<b>Coût total</b>			
	Année 1	Année 2	Année 3
Coût total annuel	<b>54540</b>	52540	52540

<b>Subvention VIE, prise en charge de 50% par la région</b>	
Somme prise en charge	<b>20000</b>

<b>Subvention COFACE, finance 30% investissements si réussite commerciale</b>			
	Année 1	Année 2	Année 3
Somme prise en charge	<b>10362</b>	<b>9762</b>	<b>9762</b>

## Annexe 9 : Autorisation d'utilisation des logos d'entreprise et participation au projet

- AGV Mécatronique



### AUTORISATION DE DIFFUSION

Je soussigné(e), Colin Vaisse

Agissant en qualité de Gérant

Autorise l'utilisation de mon nom, du nom de mon entreprise et de son logo pouvant apparaître sur différents supports en relation avec le projet « Passeport pour l'Asie ».

Par la présente, j'acte également ma motivation à prendre part au projet « Passeport pour l'Asie ».

Fait à Albi, le 20 janvier 2017

Signature



AGV Mécatronique EURL  
Plateau Saint-Antoine - Bât. 6  
4, rue Jean Le Rond d'Alembert  
81000 ALBI

- BeProject



### AUTORISATION DE DIFFUSION

Je soussigné(e), Mathieu Auclair

Agissant en qualité de président de l'entreprise BeProject.

Autorise l'utilisation de mon nom, du nom de mon entreprise et de son logo pouvant apparaître sur différents supports en relation avec le projet « Passeport pour l'Asie ».

Par la présente, j'acte également ma motivation à prendre part au projet « Passeport pour l'Asie ».

Fait à Mazamet, le 25/01/2017.

Signature

Mathieu Auclair

Dirigeant - Directeur de projets  
[www.beproject.fr](http://www.beproject.fr) - 05 81 79 10 20 - 06 95 20 55 41  
17 avenue Albert Rouvière - 81200 Mazamet

- Benne SA



### AUTORISATION DE DIFFUSION

Je soussigné(e), ..... Thibault BENNE .....

Agissant en qualité de ..... BENNE SA .....

Autorise l'utilisation de mon nom, du nom de mon entreprise et de son logo pouvant apparaître sur différents supports en relation avec le projet « Passeport pour Asie ».

Par la présente, j'acte également ma motivation à prendre part au projet « Passeport pour l'Asie ».

Fait à ..... Castres ....., le ..... 30/01/2016 .....

Signature

**BENNE S.A.**  
1, Rue Jean Foucault - ZI de Mélou  
81100 CASTRES  
Tél.: 05 63 82 80 00 - Fax 05 63 35 96 10

- SIREA



### AUTORISATION DE DIFFUSION

Je soussigné(e), ..... Bruno Bouteille .....

Agissant en qualité de ..... Gérant .....

Autorise l'utilisation de mon nom, du nom de mon entreprise et de son logo pouvant apparaître sur différents supports en relation avec le projet « Passeport pour Asie ».

Par la présente, j'acte également ma motivation à prendre part au projet « Passeport pour l'Asie ».

Fait à ..... CASTRES ....., le ..... 30 Janvier 2017 .....

Signature



**SIREA**  
Société Ingénierie Réalisations  
Electriques Automatismes  
69 rue de l'Industrie - 81100 CASTRES  
Tél. 05.63.72.93.92 - Fax 05.63.72.93.19  
SIRET : 398 618 140 00022 - APE 7112B

## Annexe 10 : Tableau des dépenses, produits et résultats annuels

### Cas optimiste

Dépenses annuelles			
	2018	2019	2020
Formations PME	10 140 €	10 140 €	10 140 €
Junior Entreprise	- €	- €	- €
Afterworks France	900 €	900 €	900 €
Site WEB	3 500 €	1 500 €	1 500 €
V.I.E	40 000 €	40 000 €	40 000 €
Remboursement COFACE 4%	- €	- €	2 192 €
<b>TOTAL</b>	<b>54 540 €</b>	<b>52 540 €</b>	<b>54 732 €</b>

Remboursement sur 5 ans, début du remboursement  
l'année d'après + 4% du CA prévisionnel,  
seulement lorsque résultat >0

PRODUITS			
	2018	2019	2020
Prise en charge VIE 50%	20 000 €	20 000 €	20 000 €
Prise en charge COFACE 30%	10 362 €	9 762 €	10 420 €
Prévision CA	- €	30 000 €	150 000 €
<b>TOTAL</b>	<b>30 362 €</b>	<b>59 762 €</b>	<b>180 420 €</b>

Prévision CA de 10000€ par entreprise en 2019 et  
50000€ en 2020, hors SIREA

Résultats annuels			
	2 018 €	2 019 €	2 020 €
Résultats annuels avant IS	- 24 178 €	7 222 €	125 687 €
Résultats annuels	- 24 178 €	6 139 €	91 072 €

### Cas pessimiste

Dépenses annuelles			
	2018	2019	2020
Formations PME	10 140 €	10 140 €	10 140 €
Junior Entreprise	- €	- €	- €
Afterworks France	900 €	900 €	900 €
Site WEB	3 500 €	1 500 €	1 500 €
V.I.E	40 000 €	40 000 €	40 000 €
Remboursement COFACE 4%	- €	- €	- €
<b>TOTAL</b>	<b>54 540 €</b>	<b>52 540 €</b>	<b>52 540 €</b>

Remboursement sur 5 ans, début du remboursement  
l'année d'après + 4% du CA prévisionnel  
seulement lorsque résultat >0

PRODUITS			
	2018	2019	2020
Prise en charge VIE 50%	20 000 €	20 000 €	20 000 €
Prise en charge COFACE 30%	10 362 €	9 762 €	9 762 €
Prévision CA	- €	12 000 €	24 000 €
<b>TOTAL</b>	<b>30 362 €</b>	<b>41 762 €</b>	<b>53 762 €</b>

Prévision CA de 4000€ par entreprise en 2019 et  
8000€ en 2020, hors SIREA

Résultats annuels			
	2018	2019	2020
Résultats annuels avant IS	- 24 178 €	- 10 778 €	1 222 €
Résultats annuels	- 24 178 €	- 10 778 €	1 039 €

## Annexe 11 : Complément sur les aides financières

Mis à part l'assurance-crédit Coface, il existe d'autres avantages tels que le **crédit d'import-export, le contrat d'appui export** ou encore le **prêt pour l'export**.

Le crédit d'import-export vise à favoriser la prospection commerciale. Il couvre les dépenses de prospection (frais de déplacement, frais liés à des salons, frais de V.I.E.) jusqu'à 50% des dépenses avec plafond à 40 000€. Cela s'adresse aux PME des secteurs industrie et services aux entreprises, suite à un recrutement export ou recours V.I.E.

Le contrat d'appui export financé par la région, lui, vise à soutenir les projets de développement à l'international. Il couvre les honoraires des prestations externes, de conseils juridiques, de frais de salon... Les entreprises éligibles sont les entreprises disposant d'un CA supérieur à 750000€ avec un seuil d'investissement supérieur à 10000€ pour une durée maximale de 24 mois et un taux de subvention maximal de 50% plafonné à 750000€.

Enfin, les prêts pour l'export sont proposés aux PME par la BPI<sup>9</sup> France. Ils permettent aux entreprises de développer leurs activités à l'étranger. Ils visent à couvrir des dépenses immatérielles (étude de marché, personnel, salons...).

Les aides aux entreprises sont donc nombreuses même si elles ne peuvent pas forcément se cumuler. De plus, le responsable du service Appui aux entreprises de la CCI Tarn nous a expliqué que la démarche en grappe pourrait permettre de soulever d'autres fonds de la part de la région Midi-Pyrénées.

Même si notre modèle demande un investissement au départ, les aides financières réduisent la somme à investir par les PME de la grappe au cours des premières années.

## Annexe 12 : Brochure explicative adressée aux PME françaises

**VN Initiative**

### UN PASSEPORT VERS L'ASIE POUR VOTRE ENTREPRISE

Vous êtes une PME motivée pour diversifier vos activités à l'étranger mais vous ne savez pas par où commencer ?

Nous vous proposons un modèle alternatif qui vous permettrait de vous implanter de manière durable sur un marché prometteur : le **Vietnam**.

### NOTRE STRATEGIE

Le principe est simple. Vous adhérez à une grappe d'entreprises avec laquelle vous **mutualisez** vos compétences et vos ressources. Vous participez à des projets locaux vous permettant de créer votre **réseau**. Grâce à l'appui de partenaires privilégiés, vous assurez un **ancrage** au Vietnam.

## LES CLES DE VOTRE SUCCES

### MUTUALISATION

Richesse de savoir-faire pour répondre à des projets complexes et variés.  
Diminution des risques financiers.  
Partage d'expérience.

### RESEAU

Junior Entreprise.  
Séminaires formatifs à l'USTH\*.  
Club franco-vietnamien d'entreprises.

### ANCRAGE

Volontariat International en Entreprise (VIE).  
USTH.

\*USTH = Université des Sciences et des Technologies de Hanoi.

### SUCCESS STORY

“ Se développer à l'export sans aide ni assistance extérieure constitue un risque majeur pour une PME. Avec ce modèle innovant, nous bénéficions en toute circonstance d'un accompagnement dynamique et sécurisant. Les services qu'il nous a apportés restent le facteur clé de notre réussite au Vietnam. ”

**BRUNO BOUTEILLE**  
GERANT DE SIREA

<sup>9</sup> BPI : Banque Publique d'Investissement