

l'Asie des incertitudes aux opportunités

Sensy SA

Sensy SA est une société créée en 1985 et implantée à Charleroi. Elle est spécialisée dans la fabrication de capteurs de force et pesage, élément central de tout système de pesage, de dosage et sécurité des engins de levage et ponts-roulants. La société développe et fabrique des capteurs, limiteurs de charge et couplemètres de 1 kg à 3.000 tonnes, pour tous les domaines d'activités, passant du domaine médical, industriel, automobile au spatial, ..., il s'agit de haute technologie dans un marché de niche.

Pas importer, mais exporter

Depuis plus de 20 ans, Sensy exporte vers l'Asie et particulièrement la Chine où elle réalise près de 10 % de son chiffre d'affaires (4.500.000 euros). L'aventure ne fut pas toujours heureuse mais la capacité d'innovation de la société, son organisation interne, sa flexibilité et les relations nouées par Serge Sendrowicz en Chine en font, aujourd'hui une réussite.

Toujours une longueur d'avance

Sensy produit des éléments clés pour les biens d'équipement que la Chine exporte, éléments que ces derniers ne sont pas capables de produire avec la qualité requise tant en terme de précision que de fiabilité. Les chinois peuvent copier mais tant que le savoir-faire et les méthodologies restent la maîtrise de Serge Sendrowicz et son équipe, la société aura toujours une longueur d'avance.

Évaluer le potentiel et le risque

Le potentiel de développement de la Chine (tant interne qu'à l'exportation) en fait un marché attractif pour Sensy même si un des défis de tous les jours consiste à lever les barrières à l'entrée. La culture, la loyauté relative, la difficulté de la langue et de la communication en général, le rapport de force (entreprise jusqu'à 100 fois plus grande que Sensy) et le choix du bon interlocuteur font que la réussite des affaires est à la hauteur du risque pris dans un pays que Serge Sendrowicz qualifie de Far West du business.



Serge Sendrowicz,
Sensy

La Chapellerie Herman

Implantée en province du Luxembourg et active dans le monde du Headware depuis près de 140 ans, la Chapellerie Herman s'intéresse également de très près au marché asiatique. Des canaux d'achat traditionnels ont mené la Chapellerie Herman à faire appel aux manufactures asiatiques en général et chinoises en particulier ; mais d'autres pays comme le Népal, l'Inde et le Pakistan fournissent également des produits tels que les bonnets de laine ou les carrés de soie.

Du marché de l'importation vers le marché

Un phénomène important s'impose cependant petit à petit : de marché fournisseur, le marché asiatique se transforme petit à petit en marché client. Ce sont là les effets bénéfiques de la mondialisation explique Alexandre Herman. Aujourd'hui, une même casquette ou un même chapeau seront portés à New York, Paris, Tokyo ou à Shanghai.

Vieillesse de la population japonaise

De retour d'une mission économique conduite par SAR le prince Philippe au Japon, la Chapellerie Herman est sur le point de finaliser un contrat de distribution avec l'un des deux gros acteurs du marché Headware au Japon. La griffe 'Herman' sera donc bientôt en bonne place dans les boutiques de Tokyo, Osaka,

Kioto ou encore Kobe. Ce marché représente un énorme potentiel pour nous car il s'agit d'un marché homogène de 150 millions d'habitants, avec une population vieillissante et possédant un fort pouvoir d'achat, exactement notre cœur de cible.

De plus les japonais sont extrêmement friands de produits européens.

Made in Europe

Les créateurs européens, et belges en particulier ont vraiment la cote là-bas. C'est encore plus vrai en Chine où nous allons ouvrir avant la fin de l'année notre premier 'flagship store Herman'. En effet, ce qui en Europe est parfois déconsidéré 'Designed in Europe' mais ... 'Made in China' devient sur le marché chinois un argument gagnant avec effet de levier (la fierté d'acheter un produit européen est décuplée par la fierté que ce produit soit fait par des travailleurs du pays). Ce premier magasin servira de laboratoire car d'autres ouvertures sont d'ores et déjà prévues à court terme grâce à une joint-venture entre la Chapellerie Herman et un partenaire chinois.

Ces marchés qui, hier encore, semblaient inaccessibles sont aujourd'hui à portée de nos pme et nous offrent l'occasion de nous positionner sur des marchés certes différents de nos marchés domestiques mais potentiellement énormes.



Alexandre Herman,
La Chapellerie Herman