

COCKPIT

CROISSANCE & INTERNATIONAL

Entretien croisé entre Jean Vaylet, président de Stratexio, et Christophe Descos, de Banque Populaire

DES RÉGIONS QUI VOIENT LOIN

5 portraits d'entrepreneurs internationaux. 5 focus d'experts sur les problématiques internationales

NEXT INTERNATIONAL

Zoom sur le dispositif d'accompagnement à l'international de Banque Populaire et ses partenaires

EN PERSPECTIVE

« Pas de succès à l'international sans l'implication de tous », Frédéric Rossi, Business France

CONNECTÉ AU-DELÀ DES FRONTIÈRES

Réussir à faire du véhicule connecté un marché d'avenir, par Mapping Control

ADDITIONNER LES FORCES
MULTIPLIER LES CHANCES





CONNECTÉ AU-DELÀ DES FRONTIÈRES

Innovation et international sont l'ADN de Mapping Control. Cette entreprise d'Aix-en-Provence créée en 2006 par Daniel Vassallucci a fait du véhicule connecté un marché d'avenir. En l'espace de six ans, elle a construit une offre plurielle combinant géolocalisation des véhicules et échange de données. Ses logiciels permettent de mesurer les comportements de conduite, d'enregistrer la consommation de carburant et les rejets de CO₂, d'estimer l'usure des pneus et des plaquettes de frein, mais aussi de localiser le véhicule en temps réel et de faciliter sa mise en relation avec une centrale. Ils favorisent également l'autopartage via la mutualisation des parcs entre plusieurs sociétés. Ses clients sont les gestionnaires de flottes d'entreprise et les loueurs préoccupés par le TCO (Total Cost of Ownership - coût global de possession), le Graal du métier pour ajuster au mieux la rentabilité ; mais aussi les sociétés d'autoroute voulant garder un contact permanent avec leurs dépanneurs ou les transporteurs soucieux de sécurité : localisation des chargements, détection des conduites à risque, prévention de la sinistralité.

UN DÉVELOPPEMENT EN MODE PUSH

Depuis 2012, l'entreprise qui compte 62 salariés a multiplié par 30 son chiffre d'affaires qui s'élève à 10 millions d'euros, dont 15 % à l'international. « Nous serons à 50 % d'ici trois ans, assure Daniel Vassallucci. Notre première expérience s'est faite en Espagne en 2014. Un de nos clients français avait des besoins spécifiques, ce qui nous a permis de mettre un pied dans ce marché où une place était à prendre. » Mapping Control ouvre alors une filiale qui emploie aujourd'hui cinq personnes. « Notre modèle économique est basé sur l'abonnement et la confiance, il fallait être sur place pour garantir la pérennité de l'offre à nos clients », souligne le dirigeant. Un an plus tard, l'entreprise franchit la Méditerranée pour s'installer au Maroc.

4 missions de prospection sont en cours chez Mapping Control pour choisir entre implantation et croissance externe.

SPÉCIALISTE DE LA GESTION DE FLOTTES DE VÉHICULES CONNECTÉS, **MAPPING CONTROL** PASSE À L'OFFENSIVE INTERNATIONALE EN CIBLANT DES PAYS AUX MARCHÉS PROMETTEURS.

« Nous avons recruté un Country Manager pour évaluer le marché, explique Daniel Vassallucci, et j'ai passé plus d'un mois sur place pour rencontrer les acteurs de l'écosystème. » Par chance, le plus gros assureur africain - le marocain Saham Assurance - cherchait un partenaire pour équiper les véhicules de ses clients. Mapping Control remporte l'appel d'offres. « Ce fut un véritable accélérateur pour la croissance de la filiale que nous venions de créer à Casablanca et qui compte désormais 14 salariés. » Cette réussite va nourrir un intérêt accru de la PME française pour le continent africain. Celle-ci ouvre une autre filiale à Abidjan (quatre collaborateurs) pour couvrir la Côte d'Ivoire et les pays voisins et passe d'un développement en mode *pull*, fait d'opportunités, à un mode *push*, plus stratégique. « Nous avons lancé des missions de prospection, en associant notamment Pramex International, pour scanner les marchés potentiels et évaluer la meilleure façon de s'implanter : par création de filiale, association avec un distributeur local ou rachat d'une entreprise », détaille Daniel Vassallucci. Quatre missions sont en cours en Pologne, en Allemagne, aux États-Unis et dans l'Alliance du Pacifique qui réunit le Mexique, la Colombie, le Chili et le Pérou. La PME aixoise veut désormais être moteur dans la recherche de business à l'étranger grâce à ses produits conçus en cinq langues (français, anglais, espagnol, allemand et polonais). Elle couvre le Bénélux avec des commerciaux depuis la France, projette de s'implanter au Canada à partir des États-Unis et pense à l'Asie en ciblant Singapour et le Vietnam. Mais sans doute pas avant 2018, car « il faut savoir prioriser ses cibles », affirme son fondateur qui aspire néanmoins à construire rapidement un groupe mondial.



Rendez-vous sur le site Cockpit et retrouvez les 3 conseils de Daniel Vassallucci pour gagner des marchés à l'international

« LA FUSION-ACQUISITION PERMET DE GAGNER DU TEMPS »

JÉRÔME DUPAS

Managing Director Corporate Finance
Pramex International

« S'implanter à l'international est une nécessité pour les entreprises. Le tout est de savoir s'il vaut mieux procéder par acquisition ou par création de filiale. Créer une filiale est la solution la moins onéreuse, mais nécessite ensuite de recruter, de développer le business. L'acquisition au contraire - à condition de ne pas se tromper de cible - permet de gagner plusieurs années : en rachetant une entreprise, on acquiert un management, des outils, une clientèle. Mais elle suppose aussi d'investir beaucoup d'argent : en cas d'erreur, les équilibres financiers de l'entreprise en France peuvent être compromis. C'est pourquoi une PME ne peut se lancer seule dans une telle aventure ; elle doit se faire accompagner par un partenaire qui connaît bien le pays et qui dispose de relais locaux. Les opérations de fusion-acquisition supposent un audit approfondi de la société convoitée sur le plan juridique, fiscal, comptable et sur celui des ressources humaines. Y aller seul, c'est prendre le risque de ne pas aboutir après avoir dépensé beaucoup d'argent ou pire, de faire une très mauvaise affaire. »