



1. La Villafrance de Cologne, en Allemagne
2. Congrès des entreprises françaises à Cologne



© Villafrance (3)

DOMINIQUE CHERPIN

DIRIGEANT DE LA VILLAFRANCE

Etwa 250 000 Arbeitnehmer in Deutschland arbeiten in französischen Unternehmen. Und umgekehrt. Seit zwei Jahrzehnten hilft Dominique Cherpin deutschen und französischen Unternehmen dabei, ihre Chancen auf dem jeweiligen Nachbarmarkt zu nutzen. Das Interview mit ihm führte unsere Korrespondentin Krystelle Jambon.

mittel

Chaque année, de part et d'autre du Rhin, a lieu la journée de l'emploi franco-allemand. À la tête de son organisation : la Villafrance, un centre d'affaires privé qui aide à l'implantation des entreprises en France ou en Allemagne. Dominique Cherpin en est le cofondateur et le dirigeant depuis 2005. Il nous fait part de son analyse très percutante sur le monde de l'entreprise dans les deux pays.

Qu'est-ce qui motive une entreprise française à s'implanter en Allemagne ?

Généralement, une fois qu'elles ont fait le tour de leur marché national, les entreprises se tournent vers l'étranger. En termes de stabilité économique, l'Allemagne apparaît, pour beaucoup, comme une sorte d'Eldorado. Toutefois, il serait trop simple de penser que, puisque l'économie allemande se porte bien, les produits français se vendront facilement en Allemagne. Mon rôle consiste alors, non pas à freiner les entreprises mais à les mettre face à cette réalité. Pour exporter, une vraie stratégie bien pensée s'impose. Or, je constate que les entreprises allemandes prennent bien plus le temps que les françaises de réfléchir à leur implantation dans le pays voisin. Une fois leur décision prise, les sociétés allemandes se lancent et ne remettent plus leur stratégie en cause, même quand la réussite n'est pas immédiate. À l'inverse, les entreprises françaises se décident plus rapidement à venir en Allemagne. Cependant, si au bout d'une année le retour sur investissement n'est pas décisif, elles cessent tout aussi vite leur activité dans le pays.

Comment se portait le monde des affaires sous le couple Hollande-Merkel ?

Si les entrepreneurs français respectent bien évidemment la législation,

ils ont tendance à faire abstraction de la politique et sont de plus en plus à me confier : « La France va mal, mais nous, entreprises, fonctionnons bien. » J'assiste à une certaine déconnexion du monde du pouvoir et de celui de l'entreprise. Un aspect que je ne trouve pas en Allemagne. Là, gouvernement et entreprises semblent encore avancer dans la même direction.

Serait-ce parce que l'entrepreneur allemand se sent plus soutenu par son gouvernement ?

Non, l'entrepreneur allemand n'est pas dans cette logique. Il demande et attend tout simplement moins de l'État. Pour une entreprise allemande, exporter est un investissement au même titre qu'acheter une machine, régler la facture de son comptable ou de son avocat. Cela fait partie des frais. En France, on fait dépendre sa décision d'exporter des aides publiques et d'autres subventions que l'on pourra obtenir de la région ou de l'État.

Quel est le plus de l'entreprise allemande ?

La force de l'Allemagne réside dans la qualité de ses produits. Ce n'est pas la musique du spot publicitaire qui fait vendre la Mercedes ! On l'achète parce qu'elle marche bien. En France, on a tendance à s'attarder sur l'emballage, la communication, le sourire du vendeur... Tout sauf sur le produit en lui-même. Certains entrepreneurs français, intrigués, me demandent : « Comment est-ce que les Allemands y arrivent ? » Je leur réponds alors : « Vous n'achetez pas une Audi parce qu'elle est allemande mais parce que vous pensez que c'est une bonne voiture. »

Lors des salons français où nous accompagnons des sociétés allemandes, je le vois régulièrement en observant les deux concurrents l'un en face de l'autre. Côté français : les dix vendeurs

le dirigeant [dʁizjɑ̃]	der Leiter
de part et d'autre [dapartedotr] du Rhin	auf beiden Seiten des Rheins
l'implantation (f)	die Ansiedelung
percutant,e [pɛrkytɑ̃,ɑ̃t]	schlagend; hier: präzise
une fois que	wenn erst einmal
faire le tour de	sich eingehend beschäftigen mit
qn se porte bien	jhm geht es gut
freiner	bremsen
s'imposer	notwendig sein
se lancer	sich trauen
remettre en cause	infrage stellen
immédiat,e	unmittelbar
le retour sur investissement [ɛvestismɑ̃] (m)	die (Investitions) Rendite
décisif,ve	hier: überzeugend
cesser [sɛsɛ]	einstellen
comment se porte	wie geht es
le couple	das Paar
faire abstraction	außer Acht lassen
confier [kɔ̃fje]	anvertrauen
la déconnexion	die Abkopplung
au même titre que	genau wie
le comptable [kɔ̃tabl]	der Steuerberater
les frais [fʁɛ] (m/pl)	die Kosten
publicitaire	Werbe-
marcher bien	gut funktionieren
s'attarder	sich aufhalten
l'emballage [lɑ̃balaʒ] (m)	die Verpackung
intrigué,e	stutzig geworden
le salon	hier: der Autosalon
être tiré,e à quatre épingles	wie aus dem Ei gepellt sein
dernier cri	modern
penser à s'en éloigner	hier: nicht mehr daran glauben
persister [pɛrsistɛ]	fortbestehen
la valorisation	die Aufwertung
le savoir-faire	das Können
la valeur ajoutée	der Mehrwert
la formation	die Ausbildung
le système dual [sistɛmdʒal]	das duale Berufsbildungssystem

qui accueilleront le client seront tirés à quatre épingles, portant la cravate dernier cri. Côté allemand : les ingénieurs présents, peut-être moins bien habillés, seront prêts à démonter la machine en dix minutes. Des caricatures de la sorte, je pensais m'en éloigner, mais elles persistent. D'ailleurs, c'est plutôt intéressant. Il s'agit d'une autre approche de la vente, de la valorisation de son savoir-faire, de la valeur ajoutée apportée à son travail. Cela s'explique aussi par la formation et le système dual. C'est un tout.