

TÉMOIGNAGE

WORLDCAST
GROUP

Les Pavillons France sur la zone Middle-East ont permis de générer pas loin d'un million d'euros de CA.

La volonté des dirigeants de bouger les lignes et d'y réfléchir en impliquant toute l'entreprise : c'est le point de départ du développement international de cette PME du Sud-Ouest, devenue n°1 en Europe sur le marché des émetteurs en radio FM. Worldcast Group, composé de l'entreprise d'origine Worldcast Systems et depuis 2017 de la startup Connect, est fournisseur de solutions innovantes pour le secteur du média et des objets connectés industriels, avec une très forte expertise dans le domaine de la diffusion radio et télévision depuis 30 ans.



Christophe POULAIN
Co-Président,
WORLDCAST GROUP

TEAM
FRANCE
EXPORT



RÉGION
Nouvelle-
Aquitaine

L'EXPORT, C'ÉTAIT VOTRE STRATÉGIE DE DÉPART ?

Au départ, l'export était anecdotique. Mais en 1998, nous devions booster la croissance et deux options s'offraient à nous : soit rester sur le marché français en diversifiant les produits pour adresser d'autres secteurs d'activités, soit conserver l'expertise d'origine et partir à l'international. C'est cette deuxième option qui a permis au groupe, 20 ans après, d'être présent sur environ 100 pays et de faire 85% de son chiffre d'affaires à l'export.

CETTE MONTÉE EN PUISSANCE A-T-ELLE DEMANDÉE DES EFFORTS PARTICULIERS ?

Oui, aller à l'international demande du temps et des ressources. Nous avons d'abord tout mis en œuvre pour sécuriser nos marges sur le marché domestique. De gros investissements ont été décidés, notamment la formation à l'anglais à tous les étages et sur un temps long. Evidemment, nous avons commencé à prospector les marchés en Europe, pays après pays... Et puis nous avons été curieux ! Une visite sur un salon américain nous a permis de prendre conscience de nos atouts face aux concurrents américains et de créer une filiale dans la foulée. Pour trouver les distributeurs locaux, nous avons privilégié la présence sur les salons spécialisés, avec l'aide de Business France.

CETTE ENVIE ET CETTE CURIOSITÉ ONT-ELLES PROVOQUÉ DES RÉSULTATS INATTENDUS ?

Tout à fait ! L'arrivée aux Etats-Unis en 2003 et dans la foulée une très belle commande a participé de façon significative au décollage de l'activité sur ce marché. Et plus récemment le plus gros contrat dans l'histoire de l'entreprise, signé avec un client allemand et face à un concurrent allemand : donc pas de complexe avec l'Allemagne ! Grâce à ce projet gagné, nous sommes N°1 en Europe sur le marché des émetteurs en radio FM.

L'international, ça transforme l'entreprise et c'est une belle aventure !

L'ACCOMPAGNEMENT PUBLIC A PU JOUER SON RÔLE DE BOOSTER DANS VOTRE RÉUSSITE ?

Nous avons bénéficié d'un grand soutien de la région Nouvelle Aquitaine, du Conseil Régional, de Business France sur les Pavillons France et le V.I.E. et plus récemment nous avons rejoint le programme Excellence de la BPI. Il ne faut pas rester isolé, mais aller chercher des conseils dans les clubs d'entrepreneurs, échanger avec des entreprises d'autres domaines d'activités.

UN EXEMPLE DE RETOUR SUR INVESTISSEMENT ?

Notre exposition sur le Pavillon France au salon CABSAT de Dubaï : en trois jours nous rencontrons une centaine de contacts de toute la zone Middle East. Organiser des visites dans chaque pays pour les rencontrer serait évidemment beaucoup plus coûteux et nécessiterait au moins 6 mois. Le CA sur la zone est proche du million d'euros sur les 5, 6 dernières années. Les frais engagés sont donc largement amortis.