



## **Rapport d'expérience: Sensibilité culturelle comme élément clé de la réussite commerciale**

CHEVRIER WATCH DISTRIBUTION, Bienne ([www.chevrier-watch.com](http://www.chevrier-watch.com))

### **Situation de départ / Défi abordé**

Jean-François Chèvre, propriétaire de Chevrier Watch Distribution, a lancé son affaire après avoir constaté le manque de sociétés de services et d'accompagnement à disposition des PME de l'Arc jurassien – Watch Valley - dans leurs relations avec les pays asiatiques, en général, et du Moyen-Orient, en particulier. Il a donc comblé une lacune dans le marché, voire dans la région.

Le but principal de l'entreprise est de fournir assistance et conseils à l'export aux PME/PMI (producteurs, distributeurs) de l'Arc jurassien, en particulier: adaptation de l'offre, produit, communication, etc. afin d'être concurrentielles.

Chevrier Watch travaille sur mandat - s'il s'agit de lancer une nouvelle affaire - ou sur commission dans le cas d'une affaire existante, parfois en combinant les deux systèmes. La forme du mandat est préférée lorsqu'il est nécessaire d'effectuer des voyages, recherches, expositions, etc.

L'entreprise couvre principalement deux régions géographiques distinctes mais complémentaires:

- 1) tout le Moyen-Orient
- 2) le Sud-Est asiatique (Hongkong, Singapour, Indonésie, Malaisie et Thaïlande)

L'entreprise est implantée à Bienne, pont linguistique, culturel et économique entre la Suisse romande et la Suisse alémanique. Chevrier Watch Distribution (CWD) agit de la même façon comme pont ou relais entre les mentalités européennes et asiatiques.

Après plus de 20 ans de management passés au service d'entreprises suisses dans l'horlogerie, la bijouterie et l'industrie, en particulier dans le marketing et la gestion de PME/PMI, Jean-François Chevrier a décidé en 2003 de lancer sa propre entreprise.

### **Etapas principales du projet international**

En avril 2003, Chevrier Watch Distribution a débuté avec des mandats de trois marques horlogères suisses dont le positionnement était différent mais complémentaire, sans distribution sur les marchés orientaux.

Autres mandats et activités exercés par la suite : recherches pour changements de distributeurs, développement de produit et communication adaptés au marché, expositions, séminaires, production, etc.

Recherche sur une ancienne marque horlogère tombée dans l'oubli, réécriture de son histoire et concept de relance, recherche de participations financières, etc.

Autres projets dans des domaines tels que les accessoires de luxe de marques européennes (stylos, articles en cuir, etc.) et la lunetterie (principale entreprise suisse de la branche).



### **Défis spécifiques / Problèmes particuliers rencontrés**

Selon Jean-François Chèvre, le grand défi est de faire comprendre aux partenaires suisses les spécificités de la mentalité, de la culture et des traditions orientales. La compréhension de ces usages est un facteur clé de réussite commerciale dans ces régions. Il met donc l'accent sur l'adaptation de la communication afin d'éviter les problèmes liés à la culture ou à la religion.

En guise d'exemple, on citera le besoin d'adapter un logo d'entreprise ou une marque au nouveau marché visé, arabe ou chinois. Il s'agit là principalement d'éliminer les objets ou images qui peuvent choquer certaines religions ou provoquer d'autres associations qu'en Occident (par ex. femmes, églises, animaux, couleurs, etc.).  
Traduction de textes (communiqués de presse, publicité, etc.).

Dans l'approche de partenaires potentiels, il faut rendre le client attentif au fait que le facteur temps est très important: Il faut parfois compter jusqu'à cinq visites chez un partenaire potentiel sur place pour créer un climat de confiance qui permettra de développer une relation d'affaires fructueuse. Chevrier Watch réussit parfois à réduire ce nombre de visites à trois grâce à ses excellentes connaissances et relations.

Voici un exemple très concret qui montre que les différences de mentalités peuvent présenter des obstacles à l'augmentation du chiffre d'affaires:

Chevrier Watch avait lancé une nouvelle marque pour un client, mais celle-ci avait passablement de mal à avoir du succès. Chevrier Watch avait bien prévenu son client de l'importance de l'emballage mais celui-ci n'avait pas voulu en tenir compte, étant sûr que « ce qui est excellent pour l'Europe doit l'être aussi dans les autres pays ». Après un certain temps d'hésitation et de négociations, le client a été d'accord de faire un essai et a proposé un emballage plus luxueux. Immédiatement la marque a pu améliorer son image et augmenter ses ventes .

Il arrive aussi très souvent que le client soit prêt à acheter le produit et qu'au stade final de la négociation, il demande à voir l'emballage-cadeau. Si celui-ci ne lui convient pas ou qu'il n'est pas assez luxueux, il refusera de l'acheter.

C'est pour cette raison que Chevrier Watch Distribution propose également tout un assortiment d'emballages cadeaux spéciaux qui permettent d'inclure plusieurs produits (montre, stylo, article en cuir, porte-clefs, etc.)

### **Éléments clés de la réussite / Points particulièrement positifs du projet**

La plus-value apportée par Chevrier Watch à ses clients réside dans sa longue expérience des marchés en question et donc dans un savoir-faire que ne détiennent pas forcément les entreprises qui aimeraient développer des relations commerciales en Asie et au Moyen-Orient. Etant pour ainsi dire « à moitié suisse et à moitié oriental », Jean-François Chèvre réussit à jeter des ponts pour ses clients.

Sa compréhension des deux mentalités, son réseau de relations locales et de correspondants, ses compétences dans le secteur, et ses visites régulières dans les pays couverts permettent aux clients de s'assurer une base solide et compétente, de réduire leurs risques et d'utiliser leurs ressources d'une manière optimale.

Dans les marchés en question, le label suisse fait toujours de l'effet. Les valeurs traditionnellement suisses présentent toujours un certain avantage, comme la discipline, le



comportement éthique et la confiance qui régissent en général le déroulement des affaires (livraison complète, respect des délais, etc.)

Le facteur temps est également d'une grande importance et ne saurait être sous-estimé pour la réussite d'une affaire: il faut prendre du temps. On ne peut pas réaliser de bonnes affaires dans ces marchés en mettant ses clients potentiels sous pression. D'autre part, il faut être plus rapide que les concurrents, pas seulement suisses. Ceci ne veut pas dire qu'il faut brûler certains étapes de la négociation, mais qu'il faut respecter les engagements pris.

La meilleure signature d'un contrat dans ces marchés est une longue poignée de main!

### **Durée du projet / Perspectives**

En général, la société travaille sur mandats à court terme (3 mois) ou à moyen terme (3 ans), tout dépend de l'objectif à atteindre.. M. Chèvre fonctionne également comme expert pour des Hautes Ecoles Spécialisées.

### **Portrait d'entreprise**

Chevrier Watch Distribution est une entreprise indépendante spécialisée dans le management et l'accompagnement de projets dans l'horlogerie, la bijouterie, les accessoires, la lunetterie et la cosmétique. Services de A à Z : produit, production, outsourcing, marketing, distribution, etc. Recherche et sélection de partenaires et de personnel.

### **Contact**

Chevrier Watch Distribution; Jean-François Chèvre  
Rue de la Gare 48, 2502 Bienne  
Tél. +41 32 323 14 41 / Fax +41 32 323 14 42  
e-mail : [info@chevrier-watch.com](mailto:info@chevrier-watch.com); Internet: [www.chevrier-watch.com](http://www.chevrier-watch.com).

Date / Auteur: 31.01.05 / Jean-François Chèvre / CWD

Osec Business Network Switzerland publie régulièrement sur son site [www.osec.ch](http://www.osec.ch) des exemples de cas concrets d'activité internationale d'entreprises de Suisse et du Liechtenstein. Souhaitez-vous également nous faire part de votre expérience?

Contact: Urs Leimbacher: [uleimbacher@osec.ch](mailto:uleimbacher@osec.ch)

Contact pour l'Asie: A. F. Rechsteiner: [afrechsteiner@osec.ch](mailto:afrechsteiner@osec.ch)