



## Les écoles de langue Inlingua au Japon Potasser selon l'approche helvétique!



«Jusqu'ici, nous avons eu de très bonnes expériences avec l'Osec.»

Peter König, Head of Business Services, Inlingua

**Le réseau Inlingua, dont le siège est à Berne, souhaite intensifier sa présence au Japon. Pour ce faire, il a une fois de plus sollicité l'aide de l'Osec.**



Réputée en Suisse pour être «l'école de langue rigoureuse», Inlingua compte plus de 300 centres dans le monde. Les écoles sont habilitées à utiliser la méthode d'apprentissage payante Inlingua dans la zone géographique qui leur est réservée. Une part sociale et des frais de licence annuels font partie des conditions d'adhésion au réseau. Le Service Center à Berne se charge de coordonner l'expansion de ce réseau d'actionnaires. Jusqu'à présent, l'Europe et la côte est des Etats-Unis ont été les principaux marchés. Inlingua souhaite maintenant se développer en Asie, où elle est déjà présente en Thaïlande, en Inde, en Indonésie et, dans une moindre mesure, au Japon. La société souhaite étendre son influence sur ce marché en octroyant de nouvelles licences. «Notre collaboration avec l'Osec pour la République tchèque, la Pologne, l'Australie et la Chine a été fructueuse; voilà pourquoi nous nous adressons à nouveau au Business Network Switzerland», explique Peter König, Head of Business Services. Dans un premier temps, Inlingua a donc chargé le Swiss Business Hub Japan (SBH), par l'intermédiaire de l'Osec, de réaliser une étude, qui a révélé que le marché était dominé à 98% par quatre grandes enseignes et que la seule option était de convaincre les écoles de changer de réseau. Le hub a ensuite contacté des partenaires potentiels et organisé des rencontres l'automne dernier. «Un collaborateur du SBH s'est rendu sur le terrain et m'a épaulé lors des rendez-vous», rapporte M. König. Les mois à venir montreront si les discussions ont porté leurs fruits. M. König sait que la marque Inlingua est encore méconnue en Asie et qu'il faudra du temps pour gagner la confiance des Japonais.

«Le marché de l'enseignement des langues au Japon est saturé. A nous de convaincre les écoles en place de changer d'enseigne.»

Peter König, Head of Business Services, Inlingua

Février 2007