



PRÉSENTATION GÉNÉRALE DU MARCHÉ BRITANNIQUE





SOMMAIRE

1. Situation économique
2. Attractivité
3. Echanges commerciaux avec la France
4. Présence française au Royaume-Uni
5. Secteurs porteurs
6. Stratégies d'approche du marché
7. Quelques conseils
8. Contacts CCFGB





NE PAS CONFONDRE...

GRANDE-BRETAGNE =

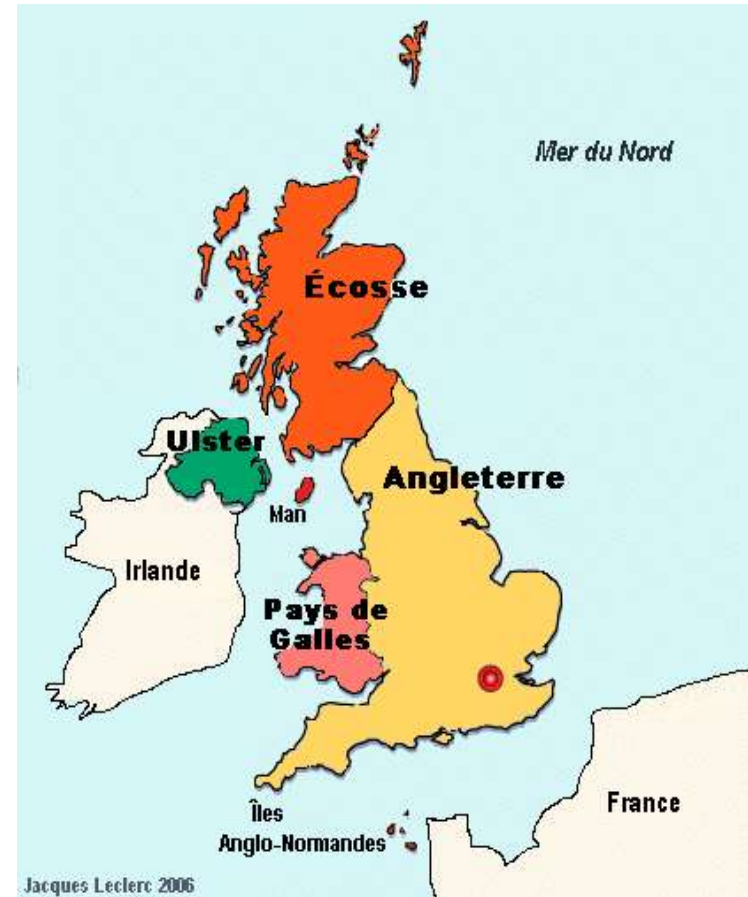
Angleterre (Londres, Birmingham, Liverpool, Sheffield, Leeds, Bristol, Manchester...): 50 m hab. - **81.5%**
+ **Écosse** (Edinbourg, Glasgow): 5,1 m hab - **4,2%**
+ **Pays de Galles** (Cardiff): 3 m hab. - **1,9%**

ROYAUME-UNI =

Grande-Bretagne
+ **Irlande du Nord** (Belfast): 1,7 m hab. - **1.8%**

Londres:

- 7,5 m hab
- 3m de ménages
- 1ere destination IDE en Europe
- 1ere place financière en Europe
- JO 2012 – 1,7mld de contrats
- Thames Valley: le plus grand projet de régénération en Europe



CHAMBRE DE COMMERCE
FRANÇAISE DE GRANDE-BRETAGNE

MEMBRE DE L'UCCIFE



1. SITUATION ECONOMIQUE – PRINCIPAUX INDICATEURS



	Royaume-Uni	France
Superficie	245 000 km ²	547 000 km ²
Population	62.3 millions	65 millions
Densité (nb hab/m2)	254	118
Ménages	25 millions	26 millions
PIB	2258 mds USD*	2555 Mds USD*
PIB par habitant	36 298 USD*	40 951 USD*
Croissance PIB	+1,7%* (Q4 -0,5%)	+1,5%* (+0,6% Q4)
Déficit commercial	- 50,3 Mds USD*	- 45,7 Mds USD*
Chômage	7,8 %	10 %
Esp. de vie	80	82
Urbanisation	90%	77,4%
+ 65 ans	16,5%	16,5%

* estimation 2010



CHAMBRE DE COMMERCE
FRANÇAISE DE GRANDE-BRETAGNE

Source: OCDE 2010 et ONS

MEMBRE DE L'UCCIFE





1. SITUATION ECONOMIQUE – PRINCIPAUX INDICATEURS

Part des principaux secteurs d'activités dans le PIB:

	Royaume-Uni	France
Agriculture	1,2%	2,2%
Industrie	23,8%	20,3%
Services	75%	77,4%

Taille des entreprises:

	Royaume-Uni	France
0-9 employés	75%	41%
10-49 employés	21%	53%
50-199 employés	5%	3%
200-999 employés	0,5%	1%
1000+ employés	0,1%	1%



1. SITUATION ECONOMIQUE – PERSPECTIVE POST-CRISE

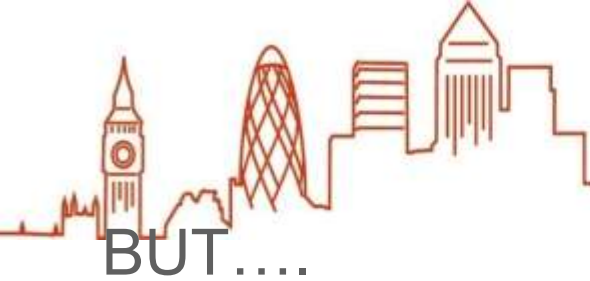


Des résultats encourageants sur les 3 premiers trimestres 2010 :

- **La croissance revient progressivement depuis début 2010:**
 - dans l'industrie et les services
 - dans la construction depuis Mars, pour la première fois depuis 2 ans
 - 1^{er} trimestre: PIB + 0,3%; 2^e trimestre: +1,1%; 3^e trimestre: +0,7%
- **Reprise progressive de l'embauche** depuis Mars dans le secteur privé
- Ménages encore très endettés (2 fois plus qu'en France) mais se sont à **remis à épargner**
- Augmentation continue des **exportations** depuis Septembre 2009 (ont profité de la dévaluation de la livre)
- Confirmation du **classement AAA** par agence de notation Moody fin Sept.
- **Londres:** a retrouvé une bonne croissance depuis déc.2009 et reste la **1ere place financière en Europe**



1. SITUATION ECONOMIQUE – PERSPECTIVE POST CRISE



- **Recul de la croissance au dernier trimestre** (-0,5%) – services (-0,5%) et construction (-3,3%)
- Ralentissement des exportations et de l'embauche depuis Aout
- Plan de rigueur budgétaire annoncé par le nouveau gouvernement en Octobre pour améliorer les finances de l'Etat (dette: 72% PIB; déficit: 11% PIB) et ramener déficit public a 1,1% PIB en 2015
 - réduction des dépenses publiques de £81Mds d'ici a 2015
 - hausse des impôts de £30Mds (dont la **TVA :20%** depuis 1/01/2011)
 - fonction publique: gel des salaires et 490 000 emplois en moins d'ici a 2015
- Hausse de **l'inflation (3,7%)**, des prix du fuel et des matières premières
→ Réduction du revenu disponible des ménages qui risque d'affecter la consommation en 2011 – **'Stagflation'?**



2. ATTRACTIVITE DU ROYAUME-UNI



- Pays qui reste **industriel** avec 23,8% du PIB (6^e au monde pour produits manufacturés) avec des industries à **haute valeur ajoutée** (pharmacie, biotech, aéronautique et électronique) et **forte position sur le marché international**
- **Un des leaders en matière d'innovation et R&D** – grâce à une collaboration étroite entre entreprises et universités
- **Facilité pour créer une entreprise et un environnement favorable aux affaires de façon générale** (5^e au niveau mondial- World Bank index)
- **Fiscalité attractive** – un des niveaux de taxes les plus bas d'Europe
- **Souplesse de la réglementation du travail et droit social**
- **Marché dérégulé et importance de l'outsourcing**
- **Excellentes infrastructures** – transport et communications
- **70 parcs scientifiques et centres d'innovation**, et de nombreux 'clusters'
- **Investissements étrangers:**
 - Londres: 1^{ere} destination en Europe depuis 3 ans
 - Royaume-Uni: 1^{ere} en Europe et 2^e au niveau mondial

Le Royaume-Uni reste la 6^e puissance mondiale et la 3^e puissance européenne et est classé 12^e au palmarès de la compétitivité mondiale du Forum Economique Mondial





3. ECHANGES COMMERCIAUX AVEC LA FRANCE

En 2009, le Royaume-Uni fut :

le **1er excédent commercial** de la France: 6,2 mds euros en 2009 (8,6 en 2008) : nos exportations se sont élevées à 24,3 mds€ et nos importations à 18,1 mds€

le **5e client** de la France (7,3% des exportations françaises) derrière l'Allemagne(24,2%), l'Italie (13,6%), l'Espagne (12,9%) et la Belgique (12,1%)

le **7e fournisseur** de la France (4,7% des importations françaises) derrière l'Allemagne (27,7%), la Belgique (13,9%), l'Italie (13,6%), Chine+HK , Etats-Unis, Espagne

Le Royaume-Uni est la 1^{ère} destination des investissements français à l'étranger.

Les IDE Français représentent 10% des stocks.

(Sources douanes françaises)



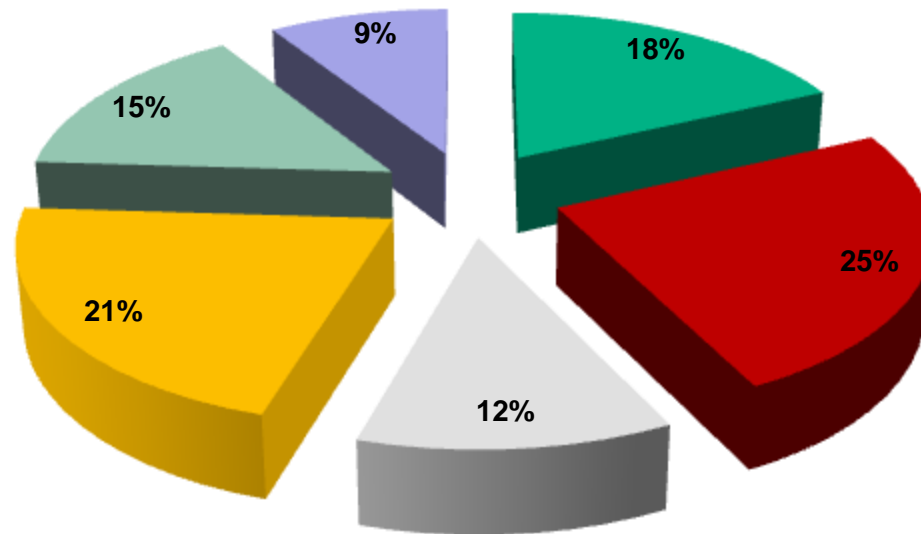
CHAMBRE DE COMMERCE
FRANÇAISE DE GRANDE-BRETAGNE

MEMBRE DE L'UCCIFE



3. ECHANGES COMMERCIAUX AVEC LA FRANCE

Exportations Françaises vers le Royaume-Uni en 2009 *



- Produits Agricoles et Alimentaires
- Biens de Consommation (Habillement Cuir, Produits de l'Edition, Pharma & Produits Chimiques)
- Industrie Automobile
- Biens d'Equipeement (Bateaux, Avions, Trains, Motos, Equipements Mécaniques & Electriques)
- Biens Intermediaires
- Produits Energétiques et Divers

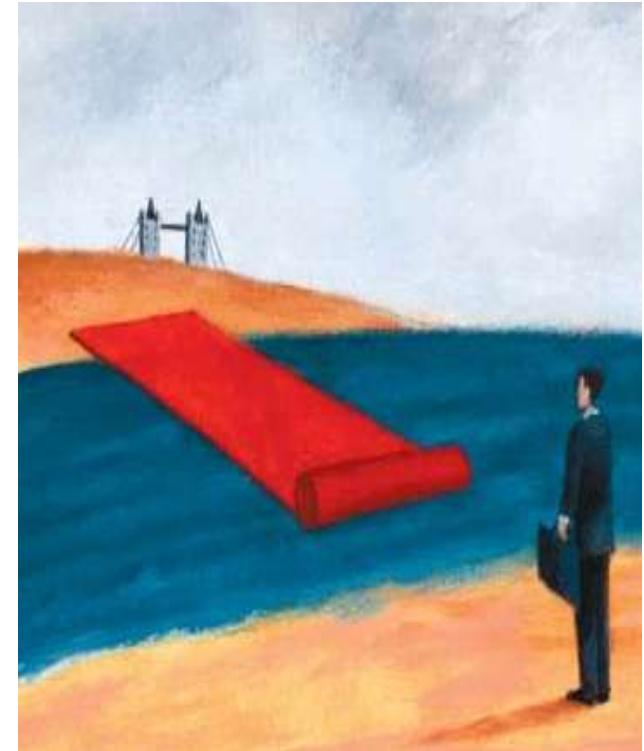
* Hors matériel militaire – sources Douanes Françaises



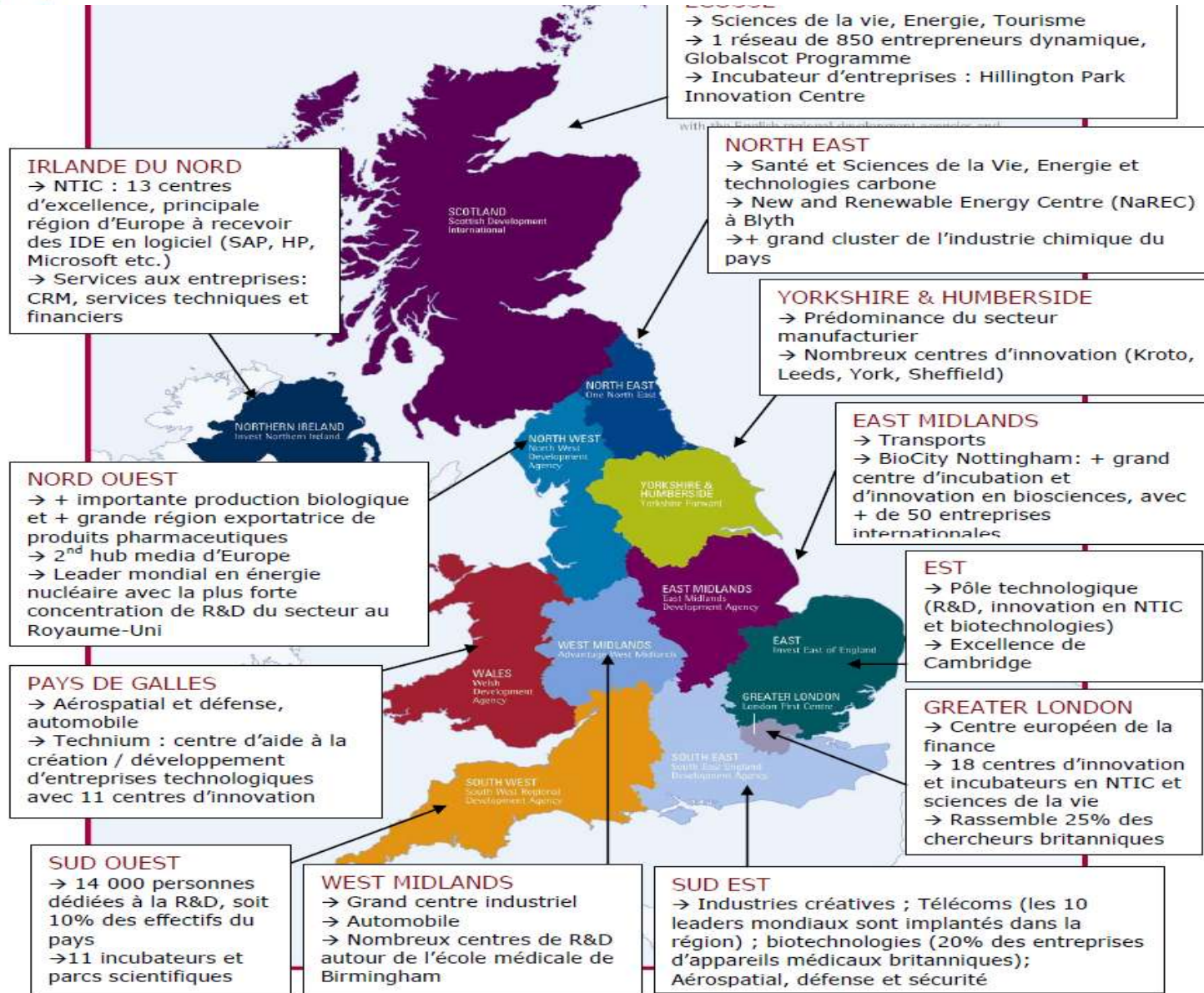
4. LA PRESENCE FRANCAISE AU ROYAUME-UNI

- **650 000** Français sont installés au Royaume-Uni:
 - **300 000** à Londres (7e ville Française!)
 - autres centres: Manchester et Birmingham
- **14,000 PME** françaises ont exporté au RU en 2009
- **2200** entreprises françaises ont une filiale au Royaume-Uni – 330 000 personnes

- **2300 entreprises britanniques** ont une filiale en France
- **500,000** Britanniques ont acheté une maison en France



5. SECTEURS PORTEURS - PRINCIPAUX POLES D'ACTIVITE





5. SECTEURS PORTEURS: L'AERONAUTIQUE

Le leader européen (23% du marché)

- £22mlds CA en 2010 (47,8% civil; 52,2% défense)
- 70% à l'export
- 2ème rang derrière les USA - 8% marché mondial
- 3 400 entreprises employant plus de 100 000 emplois directs et 275 000 indirects
- Effet crise en 2009 (-8,6% des ventes) après année exceptionnelle en 2007
- £3mlds investis en R&D
- Leader mondial dans la fabrication de composites de haute qualité
- Production de plus de 50% des ailes d'avions de gros porteurs
- Axes de développement: respect de l'environnement et réduction des nuisances sonores

Quelques grands comptes

Airbus UK

Rolls-Royce

Bombardier Aerospace

Smiths Aerospace

BAE Systems

Thales

GKN Aerospace

EADS

Clusters

East Midlands North West South East West Wales Scotland



CHAMBRE DE COMMERCE
FRANÇAISE DE GRANDE-BRETAGNE

MEMBRE DE L'UCCIFE





5. SECTEURS PORTEURS – L'AUTOMOBILE

Un secteur restructuré:

- Environ 1,8m de véhicules produits en 2008 (dont 1m de voitures et 120 000 véhicules commerciaux)
- 13ème producteur mondial, dont 75% sont exportés.
- 11% des exportations britanniques
- + de 40 constructeurs automobiles sur le marché, essentiellement des filiales de groupes étrangers (Nissan, Honda, Toyota, Land Rover...)
- Vitalité grâce à une profonde restructuration et spécialisation dans les équipements destinés à la motorisation (2000 entreprises, 800 000 salariés) et à l'ingénierie du design automobile

Quelques grands comptes:

Toyota	Nissan	Land Rover	BMW	Aston Martin	Bentley
Bristol	Caterham	Lotus	Jaguar	Rolls Royce	

Clusters East Midlands; North East; North West



CHAMBRE DE COMMERCE
FRANÇAISE DE GRANDE-BRETAGNE

MEMBRE DE L'UCCIFE



5. SECTEURS PORTEURS – LES TIC

Secteur le plus dynamique et le plus important du Royaume-Uni:

- £ 123mlds de CA en 2009 (10% PIB)
- Leader européen
- Emploie plus d'un million de personnes
- Force du RU dans ce secteur:
 - centre mondial pour l'innovation avec de nombreux partenariats entreprises-universités
 - ouverture des consommateurs à la nouveauté
 - investissements massifs des entreprises britanniques et étrangères
 - très bonne infrastructure (réseau haut-débit et WIFI, prix des télécommunications...)
- Secteur financier: 1er client des SSII
- Opportunités liées au programme d'informatisation des administrations
- Besoins en logiciels et en sécurité informatique pour JO 2012
- 1^{er} marché européen pour les logiciels; 2^{ème} marché européen de l'électronique; 3^{ème} marché mondial des jeux vidéo (2m personnes); 3^e producteur et consommateur de jeux informatiques après les Etats-Unis et le Japon

Clusters East; Greater London; Northern Ireland; South East





6. SECTEURS PORTEURS – SANTE ET BIOTECHNOLOGIE

Un des pays les plus attractifs au monde pour la pharmacie :

- £16mlds de CA
- 600 entreprises employant plus de 67,000 personnes
- 4^e rang mondial pour la pharmacie (12% du marché)
- L'un des trois premiers centres de recherche pharmaceutique mondiaux (à la pointe en thérapie génique, cellules souches, nouveaux médicaments travaux sur le génome) – 35% des essais cliniques ont lieu au Royaume-Uni
- 2 des 5 plus grands groupes pharmaceutiques mondiaux sont britanniques (GlaxoSmithKline et Astra Zeneca)
- Parmi les 20 médicaments les plus vendus au monde, 5 ont été développés au Royaume-Uni
- 10% des fonds de R&D mondiaux sont investis au Royaume-Uni
- Importance des génériques (90% des ventes sur ordonnances par le NHS)

Leader européen dans les Biotechnologies médicales

- £4,2mlds de CA (30% du marché européen)
- 2^e rang mondial derrière les Etats Unis
- 750 entreprises employant 24 000 people; 86% de ces entreprises impliquées dans la R&D

Clusters Cambridge, Oxford, Londres, Nord-Ouest et Ecosse





6. SECTEURS PORTEURS – ENERGIE NUCLEAIRE et RENOUEVELABLE

Energies renouvelables: un marché en croissance constante:

- Entre 22 et 28 mlds euros de CA
- Objectif de réduire émissions CO2 de 34% d'ici 2020 et de 80% d'ici 2050 par rapport au niveau de 1990
- Moins de 5% de la production d'électricité actuelle; objectif: 15% d'ici 2020
- Gros investissements dans l'éolien off-shore (leader en Europe du Nord)
- Opportunités dans le domaine des énergies marémotrices (40% de l'énergie renouvelable)
- Développement de la production d'électricité issue du traitement des déchets
- Energie solaire photovoltaïque augmente de 25% par an (capacité installée et production)

D'énormes besoins dans le nucléaire:

- Programme de relance annoncé par le gouvernement en 2008
- 19 réacteurs répartis sur 10 sites, dont 18 en fin de vie d'ici à 2023; 16% de la production actuelle d'électricité
- Marché de démantèlement du parc estimé à £56 mlds
- Déficit en compétences en terme de construction de centrales nucléaires
- Nouvelles centrales utiliseront des réacteurs de troisième génération (EPR)
- EDF Energy a racheté British Energy (seul opérateur nucléaire privé) en 2008 . Va construire les 4 premières nouvelles centrales
- 10 sites ont été retenus par le gouvernement





6. SECTEURS PORTEURS – L'AGROALIMENTAIRE

Un secteur qui a bien résisté à la crise

- £70 mlds de CA environ
- 8000 producteurs, 18 000 grossistes, 70 000 détaillants, plus de 2000 épiceries fines
- France: second client et 4e fournisseur (6,9% des importations britanniques)
- Ventes de produits alimentaires ont augmenté de 4,9% au 3^e trimestre 2010
- Produits frais: £7mlds (60% du marché européen)

Le plus grand marché alimentaire d'Europe

- 61 millions de consommateurs
- Tendances: produits de qualité, de niche (terroir et spécialités) et produits biologiques, plats préparés
- Prix: 1^{er} critère d'achat pour 30% des britanniques
- 9% du budget des ménages consacré à l'alimentation
- Beaucoup d'innovation dans le packaging
- Distribution : 70% ventes au détail (66,7% en GMS) et 30% en RHF
- Essor des ventes en ligne (surtout pour GMS)

GMS:

- Dominance des 'Big 4'(75% du marche): Tesco (30%), Asda, Sainsbury, Morrisson
- 49 % des produits sous marque distributeur (leader européen)
- Norme BRC essentielle





5. SECTEURS PORTEURS – LE MARCHÉ DU VIN

Royaume-Uni: 1er marché d'importation au monde

- **1er marché pour la France:** 28% des exportations françaises (malgré baisse de nos exportations en 2009)
- Ventes totales de vin ont baissé de 6% en 2009 (-12% pour les ventes de vins français; +20% pour les vins d'Afrique du Sud)
- Vins français **au 5e rang des vins les plus vendus** derrière les vins d'Australie, Californie, Italie et Afrique du Sud
- Consommation devrait atteindre **28 litres/an/habitant** en 2010
- 3,6% des dépenses des ménages
- Equilibre entre les blancs et les rouges (53%) et progression notable du rosé et des vins mousseux
- Importance accordée au cépage plutôt qu'au 'château' ou au 'domaine'

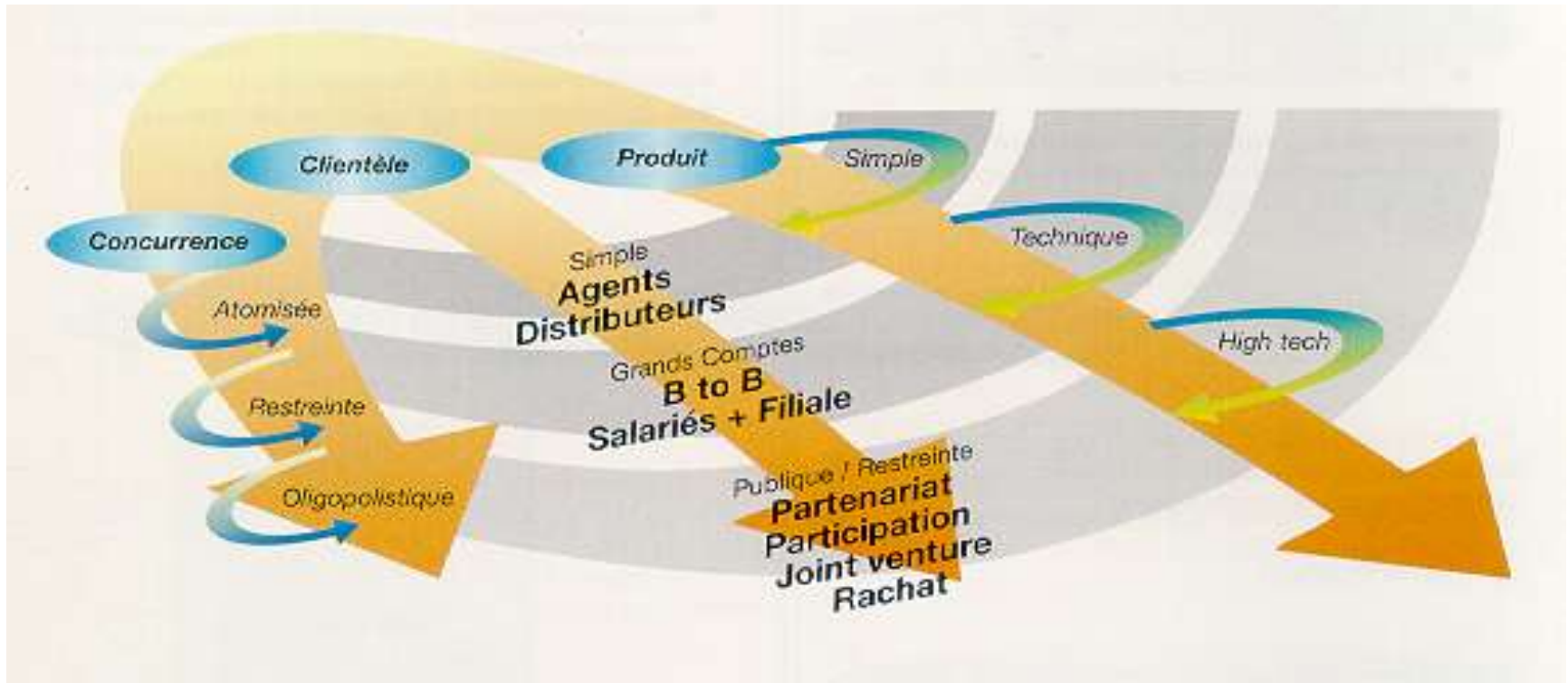
Distribution:

- 70% des ventes au détail; 30% en RHF (en progression)
- **70% des ventes de détail réalisées en GMS** (gammes de plus en plus large et de qualité): Tesco, Sainsbury, et toutes les autres chaînes. Waitrose et M&S le plus haut de gamme. Beaucoup de promotions
- Essor des **ventes en ligne:** en plus des supermarchés et magasins spécialisés, apparition d'opérateurs qui ne vendent que sur internet



6. STRATEGIES D'APPROCHE DU MARCHE

Se développer à l'étranger, quelle que soit la forme retenue, doit relever d'une démarche volontariste de l'entreprise, dans le prolongement d'une réflexion stratégique.



6. STRATEGIES D'APPROCHE DU MARCHÉ – VOIE INTERMEDIATEE



L'importateur, le distributeur, le grossiste

AVANTAGES

- ▶ Rapidité de démarrage
Un accès au marché sans actif commercial préalable
- ▶ Pas de frais de structure
Pas de force commerciale à embaucher et manager
- ▶ Simplicité de gestion
Un seul interlocuteur/compte à gérer
- ▶ Grande stabilité des ventes
Le distributeur est motivé par le risque d'inventus

INCONVENIENTS

- ▶ Marges élevées et mal maîtrisées
Le risque de produits qui ne « passent » plus en prix
- ▶ Pas d'accès direct au client
Pas de fichiers client et risque de perte du marché
Manque de remontées d'informations sur le marché
- ▶ Nombre de distributeurs potentiels peu élevés et rarement « libres »
Difficulté à faire référencer des produits
Risque de commercialisation de produits concurrents
- ▶ Marge de manœuvre commerciale réduite



6. STRATEGIES D'APPROCHE DU MARCHÉ – VOIE INTERMEDIATEE



L'agent

AVANTAGES

- ▶ Rapidité de démarrage
Un accès au marché sans actif commercial préalable
- ▶ Informations sur le marché
De part la transmission des bons de commande
- ▶ Transmission du portefeuille clients
Rachat du portefeuille clients en fin de contrat
- ▶ Simplicité de gestion
Un seul interlocuteur
- ▶ Commissionnement généralement plus faible qu'une marge distributeur

INCONVENIENTS

- ▶ Nombre d'agents très peu élevés, rarement « libres »
Et quand ils le sont, c'est pour développer leur portefeuille clients : risque de lenteur de démarrage
- ▶ Gestion des encaissements et suivi des paiements
Investissement temps
- ▶ Gestion des risques juridiques, commerciaux et financiers
Responsabilité des produits et des paiements
- ▶ Indemnités de/compensation en cas de rupture de contrat





6. STRATEGIES D'APPROCHE DU MARCHÉ - APPROCHE DIRECTE

Dans quels cas?

- les intermédiaires actuels ne donnent pas satisfaction
- le secteur d'activité rend nécessaire une approche en direct
- le marché final est concentré: du point de vue géographique ou du nombre des clients
- le niveau des prix et de la concurrence invitent à raccourcir les circuits d'accès au marché

AVANTAGES

- ▶ Pas de marge d'intermédiation
- ▶ Contrôle du portefeuille client
- ▶ Contact direct avec la clientèle : des informations de première main
- ▶ Préparation « en amont » d'une implantation

INCONVENIENTS

- ▶ Risque culturel
- ▶ Coûts de prospection élevés
- ▶ Nécessité d'investir dans la connaissance approfondie du marché
- ▶ Besoin d'une bonne organisation interne





6. STRATEGIES D'APPROCHE DU MARCHÉ – IMPLANTATION

Un choix en fonction de sa présence actuelle sur le marché britannique et de son projet de développement: VIE, salarié, bureau de vente, filiale...

AVANTAGES

- ▶ Nationalisation de la présence
Adresse, équipe locales
- ▶ Maîtrise de la stratégie commerciale
Contrôle de la prospection et de l'activité
- ▶ Connaissance et contrôle du marché
Contact direct avec les clients
- ▶ Environnement fiscal et juridique favorable
- ▶ Facturation et encaissement locaux

INCONVENIENTS

- ▶ Risques financiers plus élevés
Coûts de structure : immobilier, salaires, gestion
- ▶ Délai de mise en oeuvre
Recherche de locaux, recrutement...
- ▶ Nécessité d'un actif commercial préalable
- ▶ Problème de recrutement
Des profil parfois difficiles à trouver





7. QUELQUES CONSEILS

Les principales causes d' échec:

- **Manque connaissance intime du pays et de ses particularités**
Langue du pays, sa culture, ses pratiques commerciales, son environnement légal
- **Manque de préparation de sa stratégie**
Des budgets insuffisants : pas de business plan, manque de ressources humaines
Incapacité à respecter ses engagements : délais de livraison, volumes...
- **Manque de suivi régulier avec son partenaire commercial**
- **Offre produits/marché inadaptée**
Normes techniques (BRC), packaging, couleurs
Documentation et prix pas traduits
- **Niveau élevé de la concurrence et conservatisme**
- **Difficultés de communication/relationnelles avec son partenaire commercial**





7. QUELQUES CONSEILS

- **Bien connaître son marché**
Recherches documentaires
Visite de points de ventes, relevé de linéaires, se déplacer sur des salons
Quels sont les concurrents déjà présents
- **Maîtriser ses forces et faiblesses**
Le produit/service correspond-t-il à un marché ou segment de marché?
Mon produit/service est-il adapté au marché?
Logistique : puis-je fournir en quantité suffisante et de manière régulière?
- **Définir une stratégie d'approche du marché**
Savoir se faire conseiller
- **Bien contractualiser avec ses partenaires et ses clients**
Faire appel à un avocat pour valider ses contrats
- **Suivre ses partenaires et les motiver**
Marketing, promotions, présence sur salons, tastings
Politique de communication et publicités





7. QUELQUES CONSEILS

Pour réussir une réunion avec les Britanniques:

- **Préparer la réunion selon l'ordre du jour**
 - Envoyer des informations clés à l'avance
 - Préparer des chiffres précis (prix, volumes, délais de livraisons, etc.)
 - Etudier la concurrence
- **Arriver à l'heure**
 - Ni en avance, et surtout pas en retard!
- **Tenue de la réunion**
 - Rester pragmatique et savoir rester détendu, ne pas entrer dans l'émotionnel
 - Savoir écouter
 - Répondre clairement aux questions posées
 - Respecter l'horaire prévu ; pas de débordement
 - Savoir conclure : qui fait quoi
- **A l'issue de la réunion**
 - Remercier par écrit et reprendre les éléments de conclusion
 - Respecter ce que vous avez promis de faire





8. CONTACTS CCFGB

APPUI COMMERCIAL

Catherine Dujardin
cdujardin@ccfgeb.co.uk

APPUI A L'IMPLANTATION

Irene Engelhardt
iengelhardt@ccfgeb.co.uk





Chambre Française de Commerce en Grande-Bretagne

Services d'Appui aux Entreprises





QUI SOMMES-NOUS?

- Membre de l'UCCIFE – 114 chambres de commerce dans plus 75 pays, et le plus grand réseau privé d'entreprises françaises dans le monde
- La plus importante Chambre de Commerce étrangère au Royaume-Uni
- Une plateforme de « networking » au service de la communauté d'affaires franco-britannique – 600 membres
- Plus de 125 ans d'expérience
- Un organisme autofinancé et géré par un Conseil d'Administration de 12 membres (Présidents de Sanofi, Eurostar, EDF Energy, BNP Paribas, etc.)
- Une équipe multiculturelle de 30 personnes

MEMBRE DE L'UCCIFE



125 ans
years

CCFGB BOARD

Florence GOMEZ
Managing Director
6602

Hannah Meloul
PA to the MD / Corporate
Communications Executive
6648

BUSINESS CLUB ACTIVITIES		
Membership	Publications	PR & Events
Nadia A.Ziani Head of Membership Patrons account manager 6635	Nick Kochan Editor-in-Chief 6647	Cécilia Gonzalez PR & Events Manager 6641

BUSINESS SUPPORT SERVICES	
Finance & Administration	Business consultancy
Naser Nashaat Accounting & Business Support Manager 6605	Catherine Dujardin Business Development Manager 6626

Aude Reungoat
Membership
Coordinator
6636

David Lislet
Advertising & Sales
Coordinator
6651

Elsa Brêchotte
Events Project
Coordinator
6643

Irene Engelhardt
Accounting & Business
Support Coordinator
6606

Zalfa Chamoun
Project Manager
6628

Jonathan Rosen
PR Coordinator
6638

Prima Hevawitharane
Graphic Designer
6649

Laetitia Bochut
Accounting & Business
Support Assistant
6611

Aurélie L'Hostis
Project Manager
6629

Mariam Jatta
Assistant Accountant
6607

Julie Le Guen
Assistant Accountant
6608

Nicole Joyce
Communication Officer &
Publication Sales
6612

LE SERVICE “APPUI AUX ENTREPRISES”



- Une gamme de services complète et sur mesure pour assister les PME françaises
- Une expertise du marché britannique
- 300 PME accompagnées chaque année
- Participation à une trentaine de « Journées Pays » organisées par les CCI de France

FRANCE-UK EXPRESS : newsletter électronique envoyée chaque trimestre à plus de 3000 entreprises françaises



- Actualités du Royaume-Uni et des relations bilatérales France-GB
- Focus sur les secteurs clé du Royaume-Uni
- Focus sur les régions britanniques qui offrent des opportunités aux investisseurs étrangers
- Fiches pratiques sur les questions juridiques et fiscales au Royaume-Uni
- Témoignages d'entreprises

DÉCOUVERTE DU MARCHÉ BRITANNIQUE – pour une approche globale et concrète



Phase 1 : Etude de marché

- Description du marché à l'instant T
- Liste de contacts utiles
- Evaluation du nombre d'acteurs et sélection des 10 prospects les plus pertinents
- Conseils pratiques

Phase 2 : Déplacement sur Londres

- Présentation des points clé de l'étude de marché
- Rendez-vous avec 2 ou 3 opérateurs du secteur

Phase 3: suivi sur une période de 2 mois

- Coût : Phase 1 : 2000 €, Phases 1+2+3 : 3200 €
- Durée: 4 à 6 semaines (+ 2 mois de suivi)

DIAGNOSTIC MARCHÉ – auprès du consommateur final



- Questionnaire sur-mesure envoyé en ligne à un panel de consommateurs finaux afin de tester leur réaction par rapport au produit/service proposé
- Coût : 2000 €
- Durée : 5 semaines

APPROCHE TEST MARCHÉ – pour évaluer le potentiel de vos produits et l'opportunité d'une opération de prospection



- Ciblage et approche téléphonique masquée de prospects
- Rapport de synthèse (coordonnées et réponses des prospects)
- Diagnostic sur la faisabilité du projet de développement
- Coût : 2500-3000 €
- Durée: 6 à 8 semaines



PROSPECTER / SE DEVELOPPER

LISTE DE CONTACTS QUALIFIÉS



- Identification des contacts (prospects, distributeurs, grossistes, fournisseurs, associations professionnelles, etc.) correspondant à vos critères
- Validation des coordonnées et de l'activité de l'entreprise
- Identification d'un interlocuteur pertinent au sein de l'entreprise
- Coût : 150 euros pour 8-10 contacts (10 euros par contact supplémentaire)
- Durée : 1 semaine



PROSPECTER / SE DEVELOPPER

AIDE A LA RECHERCHE D'AGENTS/DISTRIBUTEURS – par annonce



- Aide à la rédaction de l'annonce en anglais
- Diffusion de l'annonce :
 - sur notre site internet
 - dans une section dédiée d' INFO Magazine
 - au réseau des chambres de commerce et des associations professionnelles britanniques les plus appropriées
 - Optionnel: 5-6 magazines spécialisés et/ou agences d'agents
- Coût : 750 € (+ coût de la diffusion de l'annonce dans les presses spécialisées si l'option est retenue)
- Durée : contrat de 6 mois



ORGANISATION D'UN PROGRAMME DE RENDEZ-VOUS SUR MESURE AVEC DES PROSPECTS (distributeurs, importateurs, agents, etc.)



- Ciblage, qualification et validation des contacts (~40)
- Prise de contact par email et par téléphone avec les prospects
- Organisation de rendez-vous individuels avec 4 à 6 prospects
- Rapport final et suggestions concrètes quant aux actions à poursuivre
- Coût : sur devis
- Durée: 8 à 12 semaines + suivi sur 2 mois

REPRESENTATION COMMERCIALE A TEMPS PARTAGÉ – Mise à disposition d'un Chef de Projet pour définir et animer l'action commerciale



- Elaboration d'un plan commercial de développement
- Actions de prospection en utilisant l'identité de la société
- Suivi des contacts commerciaux et des demandes de cotation jusqu'au référencement des produits/services
- Compte-rendus réguliers à l'entreprise
- Coût : sur devis
- Durée : 3 jours/mois minimum et pour 6 mois renouvelables



PROSPECTER / SE DEVELOPPER

HEBERGEMENT DE V.I.E. – pour fournir une structure d'accueil et un soutien à votre V.I.E.



- Une adresse au cœur de Londres
- Un bureau équipé avec ligne téléphonique et email personnalisés
- Accès à certains de nos supports logistiques (réception, service postal, salles de réunion, etc.)
- Conseils de la responsable du service Appui Commercial
- Adhésion à la CCFGB pendant la durée du contrat
- Coût : £900/mois +TVA



JOURNEE IMPLANTATION – pour s’informer et décider



- Organisation de rendez-vous individuels avec des conseillers et experts locaux (avocat, fiscaliste, auditeur, agence de recrutement, courtier en assurance, banque, agence de traduction, UKTI/agence régionale de développement, agence immobilière, etc.)
- Témoignage d’une entreprise française déjà implantée au R.U.
- Coût : 900 € (inclut un exemplaire du guide *Grande Bretagne : L’indispensable*)



BUREAU VIRTUEL – domiciliation et assistance administrative et logistique



- Mise en place d'une adresse postale au cœur de Londres à utiliser à des fins administratives et/ou commerciales
- Service de renvoi de courrier
- Accès à une salle de réunion équipée (1 j/mois)
- Adhésion à la CCFGB
- Coût : 2670 € par an
- Options:
 - Mise à disposition d'une ligne téléphonique redirigée vers le numéro de votre choix (280 € + coût des télécommunications)
 - Service de secrétariat et de permanence téléphonique (coût : 40 €/h)



RECUPERATION DE TVA – Pour vos frais au Royaume-Uni



- Prise en charge des procédures de recouvrement des frais de TVA concernant les dépenses engendrées dans le cadre de votre activité commerciale au RU (participation à des salons notamment).
- Coût : 10% du montant de TVA récupéré



REPRESENTATION FISCALE (CA > £70,000 sur le sol britannique)



- Enregistrement à la TVA britannique
- Conseils en matière de facturation
- Préparation des déclarations trimestrielles de TVA
- Domiciliation et adhésion à la CCFGB
- Coût : sur devis



GESTION DES SALAIRES – pour l’embauche de salarié au Royaume-Uni sans création de structure (statut d’employeur britannique non résident)



- Enregistrement auprès des impôts
- Calculs des salaires nets et émission des fiches de paie
- Déclarations sociales de fin d’année
- Mise en relation avec des juristes et des conseillers (contrat de travail de droit anglais, assurances complémentaires, etc.)
- Domiciliation et adhésion à la CCFGB
- Coût : sur devis



L'ASSISTANCE A LA CREATION DE FILIALE – pour la création d'une société britannique à responsabilité limitée (filiale de votre société française)



- Assistance à l'ouverture d'un compte bancaire
- Enregistrement à la TVA et au système des impôts
- Mise en relation avec les interlocuteurs adéquats pour:
 - l'immatriculation au registre du commerce britannique
 - les obligations envers les impôts et le registre du commerce
 - les questions de recrutement, d'assurance, etc.
 - la recherche de sites et l'accès aux subventions régionales
- Coût : sur devis



GESTION ADMINISTRATIVE ET COMPTABLE DE VOTRE FILIALE AU R.U. – pour une gestion conforme aux pratiques locales en vigueur



- Domiciliation de votre siège social
- Compatibilité aux normes britanniques
- Déclaration auprès des impôts
- Reporting mensuel ou trimestriel pour votre maison-mère aux normes françaises
- Assistance à la clôture des comptes
- Mise en relation avec des partenaires pour répondre à vos questions en matière fiscale, sociale ou juridique
- Obligation du « *Company Secretary* », formalités annuelles (optionnel)
- Coût : sur devis

AUTRES SERVICES



- Recherche d'investisseurs pour le compte de régions françaises ou britanniques
- Promotion de salons français et organisation de la venue de délégations britanniques sur ces salons
- Organisation logistique de voyages d'études et de dîners d'affaires
- Service de traduction de documents commerciaux
- Support de vente (télémarketing, cold calling)



SERVICES D'APPUI AUX ENTREPRISES BRITANNIQUES souhaitant prospecter ou s'implanter en France



- Réalisation de listes de contacts qualifiés
- Récupération de TVA en France
- Recherche d'agents/distributeurs par annonce
- Recherche de partenaires commerciaux et organisation de rendez-vous



AUTRES SERVICES

LOCATION DE SALLES DE REUNION EQUIPEES – pour vos rendez-vous d'affaires, interviews ou conférences



- A l'heure, à la ½ journée ou à la journée, de 9h à 17h
- Réception et service d'accueil
- Accès haut débit, en Wi-Fi
- Salle équipée de systèmes d'audio et vidéoconférence
- Ecrans plasma, rétroprojecteurs et tableaux
- Espace de 15 ou 45 m² modulable





LE BUSINESS CLUB

Une plateforme d'échange et de « networking » au service de la communauté d'affaires franco-britannique



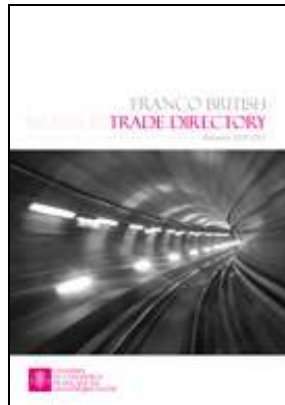
- 50 événements par an – plus de 3000 participants
- 600 membres, 75 membres patrons
- Clubs et forums (HR, Luxe, Interculturel, SME & Entrepreneur, etc.)





LES MEMBRES “PATRONS”

LES PUBLICATIONS



- INFO magazine
- L'Annuaire des Membres de la CCFGB
- Guides pratiques:
 - *Grande-Bretagne : L'indispensable*
 - *France: On the Move!*



CONTACTS

APPUI COMMERCIAL

Catherine Dujardin

cdujardin@ccfgeb.co.uk

T : +44(0)20 7092 6626

Aurélie L'Hostis

alhostis@ccfgeb.co.uk

T : +44(0)20 7092 6629

Zalfa Chamoun

zchamoun@ccfgeb.co.uk

T : +44(0)20 7092 6628

APPUI A L'IMPLANTATION

Irène Engelhardt

iengelhardt@ccfgeb.co.uk

T : +44(0)20 7092 6606

BUSINESS CLUB

Nadia Ziani

nziani@ccfgeb.co.uk

T : +44(0)20 7092 6635

EVENEMENTS

Cécilia Gonzalez

cgonzalez@ccfgeb.co.uk

T : +44(0)20 7092 6641