



sur le vif

Nul n'est prophète en son pays

Ilse Joostens (Belgique)

Quand j'étais adolescente, un de mes passe-temps favoris consistait à construire des amplis audio et autres trucs disco typiques de l'époque. L'occasion pour moi de découvrir les alimentations et instruments de mesure traditionnels. Un chemin somme toute classique. Bien des années plus tard, devenue travailleuse indépendante, je décidai de sortir des sentiers battus et de me concentrer sur des produits de niche à composants vintage, comme les horloges à tubes Nixie (par ailleurs toujours aussi populaires). L'offre était assez limitée et uniquement couverte par quelques revendeurs étrangers. L'occasion pour moi de conquérir le marché belge. Sauf que, comme je le réaliserais plus tard, il n'existait tout simplement pas de marché belge pour ce genre de produits. C'est ainsi que je me suis retrouvé à la tête d'une micro-multinationale belge ayant des clients partout dans le monde, sauf en Belgique.

On attrape plus de mouches avec du miel qu'avec du vinaigre

Parce que la technologie y jouait un rôle central, j'adorais la bande dessinée flamande *Piet Pienter en Bert Bibber*. Son auteur, Jozef Van Hove, alias Pom, connaissait son sujet puisqu'il avait été ingénieur chez le fabricant *Blaupunkt* durant la Seconde Guerre mondiale. Si je me souviens bien, c'est dans cette BD qu'il fait dire à un de ses personnages : « On attrape plus de mouches avec du miel qu'avec du vinaigre. » Comprenez : il est possible de réussir dans un pays étranger pour peu que l'on fasse montre d'un minimum de politesse, d'une attitude professionnelle et d'honnêteté.

En 2012, notre gamme de produits à technologie vintage était bien étoffée et nous figurions parmi les premiers à proposer des boîtiers et des cartes d'extension pour le nano-ordinateur Raspberry Pi. Notre site web était disponible en néerlandais et en anglais, et nos produits pouvaient être achetés depuis notre propre boutique en ligne ou depuis eBay. Pourtant, malgré cela, aucune commande venant de Belgique... Garder à jour un site bilingue représente un travail considérable, aussi avons-nous décidé un jour de n'en garder que l'anglais. Depuis, nous avons vendu nos produits dans plus de 25 pays, certains aussi éloignés que l'Australie, le Japon et Hong Kong. Ces ventes nous ont aussi permis de nouer diverses collaborations et liens d'ami-

tié. Pour ce qui est de la Belgique, l'histoire est hélas tout autre. Nous n'y comptons qu'une vingtaine de clients, principalement des connaissances et de la famille. Pire, toute coopération avec les Belges semble impossible. Pourquoi ? Nous n'avons trouvé aucune réelle explication. Est-ce dû au retard que la Belgique a pris dans de nombreux domaines par rapport à ses voisins ? Les Belges pensent-ils que leurs produits sont moins bons ou plus chers que ceux de l'étranger ? Ont-ils peur de l'inconnu ? Sont-ils envieux ? Technophobes ? Qui sait. Notez que je ne suis pas la seule à me plaindre. Un célèbre chocolatier belge, fournisseur de la Cour royale, a évoqué ce phénomène dans le quotidien *De Tijd* [1]. Le fait est que depuis que nous collaborons avec Elektor, nos produits ont comme par magie trouvé le chemin menant des Pays-Bas à la Belgique. La réaction de surprise d'un de nos rares clients belges vis-à-vis de notre activité est à cet égard typique : il trouvait fascinant que nous concevions des cartes d'extension et des boîtiers pour le Raspberry Pi, mais il ne comprenait pas qu'une entreprise ait eu l'idée de le faire en Belgique. C'était si contraire à sa vision des choses qu'il nous suggéra de déménager à l'étranger pour favoriser notre déploiement.

L'effet pôle Sud

Chaque client est précieux, et qu'il habite Tombouctou ou la maison d'à côté ne devrait en principe faire aucune différence. Cette vision idyllique oublie la réalité, à savoir les services postaux, les douanes et la rigidité de l'administration fiscale. Chez nous les tarifs postaux s'envolent dès qu'une frontière est franchie. Envoyer un petit colis à quelques kilomètres de nos frontières revient presque aussi cher que de l'envoyer aux États-Unis. Les clients sont attentifs aux frais d'envoi, et pour lutter contre la concurrence nous n'avons souvent d'autre choix que de prendre en charge une partie de ces frais – au détri-



Photo : Jeremy Walter, Shutterstock.

ment de notre marge bénéficiaire. Les expéditions hors de l'Europe sont aussi synonymes de formalités douanières, comme le notoire formulaire CN23 et la « facture commerciale ». Même s'il y a pire en matière de complexité administrative (quoique la liste des codes TARIC me frise parfois bien des neurones), toutes ces formalités prennent du temps, un temps que je préférerais occuper à d'autres tâches. Ajoutez à ces tracasseries le refus de l'administration fiscale de prendre en compte nos appels téléphoniques passés à l'international en dehors des heures de bureau. La raison ? Ce ne seraient pas des appels professionnels. Oh mon Dieu, ces gens-là ont-ils déjà franchi un fuseau horaire ?

En Antarctique, où comme en Belgique il n'existe aucun marché local, tout doit être acheté et vendu à l'étranger. C'est ce qu'on appelle l'effet Pôle Sud. Évitez ce genre d'endroit pour le bien de votre business. Oubliez aussi le pôle Nord, il est en train de fondre et de toute façon vous n'y survivriez pas. Ici, la situation n'est pas encore si grave. ❏

220198-04 – VF : Hervé Moreau

Des questions, des commentaires ?

Contactez Elektor (redaction@elektor.fr).

LIEN

[1] Article « Proud Mary » : www.tijd.be/cultuur/gastronomie/Proud-Mary/9491697