ILS L'ONT FAIT

RÉUSSITES FRANÇAISES

30 PARCOURS D'ÉCO-ENTREPRISES À L'INTERNATIONAL

ENVIRONNEMENT - ÉNERGIE 2018

ADEME
Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie

Les ÉCO-ENTREPRISES de France

Ce document est édité par l'ADEME

ADEME
20, avenue du Grésillé
BP 90406 | 49004 Angers Cedex 01

Coordination des fiches projets : Enviropea

Rédaction : Enviropea, l'ADEME

Conception graphique : Agence Archibald & Abraham

Crédit photos : Fotolia, Shutterstock, © Penet Yves (ONF), © M. Wendling (PNR Vosges du Nord) et © Jacques LE GOFF/ADEME

Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite selon le Code de la propriété intellectuelle (Art L 122-4) et constitue une contrefaçon réprimée par le Code pénal. Seules sont autorisées (Art L 122-5) les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective, ainsi que les analyses et courtes citations justifiées par le caractère critique, pédagogique ou d'information de l'œuvre à laquelle elles sont incorporées, sous réserve, toutefois, du respect des dispositions des articles L 122-10 à L 122-12 du même Code, relatives à la reproduction par reprographie.

AVANT PROPOS

© Jean Chiscano

Forte d'un tissu industriel dynamique et de pôles de recherche reconnus, la France possède des atouts indéniables pour occuper une bonne place sur les marchés internationaux de la croissance verte, en plein essor depuis plus de 20 ans.

Notre pays se place d'ailleurs, depuis quelques années, au 4ème rang des exportateurs mondiaux de produits et de services pour l'environnement.

Alors que la lutte contre le changement climatique est l'enjeu phare de notre siècle, les entreprises ont un rôle crucial à jouer, à travers leur capacité à concevoir et à mettre en œuvre des produits et des services qui nous permettront de relever les défis climatiques tout en préservant les ressources et en créant de l'activité économique. **L'ADEME est à leurs côté pour les aider à saisir les opportunités qu'ouvre la transition bas carbone.**

Pour les éco-entreprises innovantes, le développement à l'export permet de trouver de nouveaux relais de croissance. À travers plusieurs dispositifs de soutien (des appels à projets de recherche, les programmes d'Investissements d'Avenir, le programme ETV de vérification de la performance des éco-technologies…), l'ADEME appuie le développement et la commercialisation de technologies qui ont un fort potentiel à l'export.

Depuis 2010, plus de 745 projets ont bénéficié d'un soutien financier dans le cadre des investissements d'avenir qui ont notamment permis à certaines entreprises de créer de nouveaux produits et services dont les marchés internationaux sont des débouchés à forte croissance.

Avec le Club ADEME International et ses 140 membres actifs, l'ADEME dispose d'un outil unique d'échange avec les entreprises. Le dialogue privé-public que le Club entretient avec l'ADEME est un gage de réussite à l'international. Preuve en est, les membres du Club ADEME International ont vu leur chiffre d'affaires à l'export augmenter en moyenne de 20% entre 2016 et 2017.

Avec le PEXE, nous avons souhaité, à travers cette brochure, mettre en lumière 30 parcours d'éco-entreprises françaises afin de partager ces retours d'expériences. La diversité des profils d'entreprises et des projets développés à l'international démontre le potentiel considérable des technologies bas carbone à l'export.

Bref, les éco-entreprises ont tout à gagner à se lancer sur ces marchés !

Arnaud Leroy
Président de l'ADEME

OBJECTIFS DE LA BROCHURE

Cette brochure a pour but de valoriser les parcours de 30 éco-entreprises françaises à l'international, de vous faire profiter de leurs retours d'expériences et de vous donner un contact direct avec les acteurs spécialisés de la filière qui vont pouvoir vous accompagner dans une démarche d'internationalisation.

La trentaine d'entreprises présentées ont été sélectionnés parmi d'autres réussites françaises en tenant compte d'une représentation des différents territoires, des différents secteurs d'activité, des différents métiers et de différents niveaux de maturité à l'export.

Elles abordent ainsi 6 grandes thématiques : Economie circulaire & recyclage ; Energies renouvelables & de récupération ; Gestion durable de l'eau ; Efficacité énergétique & stockage ; Mer, Littoral & biodiversité ; Air & Sites et sols pollués.

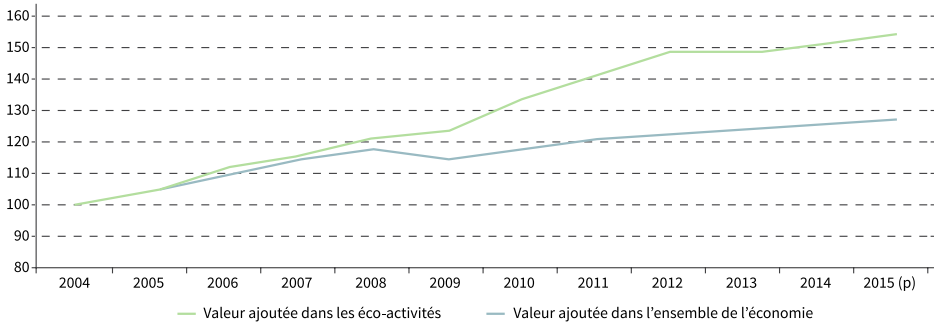
Les problématiques pour le développement de son entreprise sont décuplées par rapport à son marché domestique lorsqu'il s'agit d'adresser un marché à l'international. Il est nécessaire de bien connaitre le terrain, le tissu productif, les spécificités culturelles du monde des affaires localement, mais également de sécuriser les opérations sur le plan contractuel, légal, fiscal, financier. A cela s'ajoute la complexité d'appréhender les dispositifs de soutien à l'export français dans leur diversité, de déterminer une stratégie de déploiement adaptée.

La présentation des entreprises et de leur présence à l'international est complétée par des retours d'expériences et des conseils pour les entrepreneurs. Partir à l'international, quand on est une PME, c'est très concret dans l'impact au quotidien. Pour mieux l'appréhender nous avons fait le choix de mettre en avant des parcours. Il s'agit de susciter l'envie, tout en faisant prendre conscience de l'exigence de la démarche.

Par ailleurs, toutes les entreprises témoignent que le chemin le plus court vers l'export et qui a le plus de chance de mener au succès est l'intégration dans l'écosystème. C'est pourquoi vous trouverez le contact direct des référents international des clusters et pôles de compétitivité énergie / environnement.

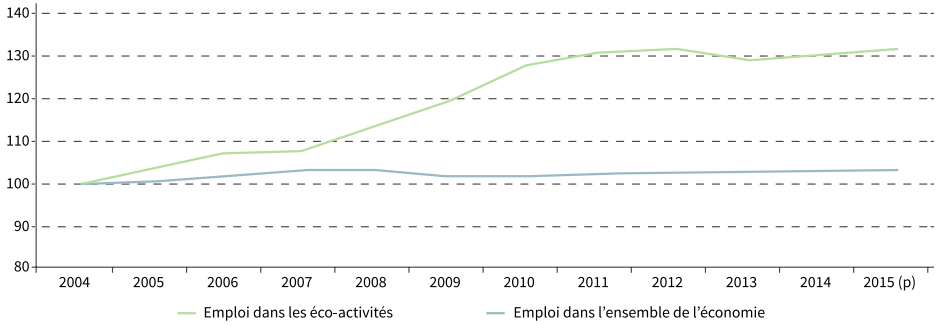
Les marchés des éco-activités connaissent une croissance rapide et le dynamisme des éco-entreprises françaises est reconnu. Une partie importante de l'avenir de la filière se situe aujourd'hui dans sa capacité d'internationalisation. C'est dans ce contexte que s'inscrit cette brochure.

Évolution de la valeur ajoutée dans les éco-activités entre 2004 et 2015
En indice base 100 en 2004



(p) : données provisoires.
Sources : *SOeS ; Insee ; EAP ; Esane ; Comptes Nationaux base 2010 ; Ademe*

Évolution de l'emploi dans les éco-activités entre 2004 et 2015
En indice base 100 en 2004



(p) : données provisoires.
Sources : *SOeS ; Insee ; EAP ; Esane ; Comptes Nationaux base 2010 ; Ademe*

SOMMAIRE

• INTRODUCTION

• ACCOMPAGNEMENTS
- Club Ademe international..... page 10
- Les réseaux d'éco-entreprises..... page 12
- Business France : Energie / Environnement..... page 20

• ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET RECYCLAGE
- Arras Maxei..... page 22
- Green Creative..... page 24
- Hantsch..... page 26
- Morphosis..... page 28
- MTB..... page 30
- Pellenc ST..... page 32

• ÉNERGIES RENOUVELABLES ET DE RÉCUPÉRATION
- Aqylon..... page 34
- Armorgreen..... page 36
- Atoll Energy ..... page 38
- Ciel & Terre..... page 40
- Cornis..... page 42
- Cryo Pur..... page 44
- Enertime..... page 46
- Ideol..... page 48
- Libre Energie..... page 50
- Reuniwatt..... page 52

• GESTION DURABLE DE L'EAU
- Aquassay..... page 54
- Hydreka..... page 56
- NKE Instrumentation..... page 58
- Tecksub..... page 60

• EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE ET STOCKAGE
- AC Energies..... page 62
- Base..... page 64
- Nanomakers..... page 66
- Pragma Industries..... page 68

• MER LITTORAL & BIODIVERSITÉ
- Acri HE..... page 70
- Créocéan..... page 72
- Ecocean ..... page 74

• AIR, SITES ET SOLS POLLUÉS
- Environnement SA..... page 76
- Ixsane..... page 78
- Verteego..... page 80

SE FAIRE ACCOMPAGNER

Montée en compétence, compréhension des particularités du monde des affaires sur un marché cible, identification de la demande et de partenaires, singularisation par des offres intégrées, sont autant de problématiques auxquelles les entreprises se retrouvent confrontées quand elles veulent partir à l'international. Un des facteurs clés identifié pour relever ces défis consiste à se regrouper et à se coordonner pour à la fois réduire les risques inhérents à la conquête de marchés à l'export et multiplier les opportunités d'affaires.

Les clusters et réseaux font profiter les éco-entreprises de leur expérience. L'objectif principal est simple : il s'agit d'atteindre, par le regroupement, une taille critique suffisante pour développer pleinement son activité. De la mutualisation de l'information à la veille, de la diffusion des appels d'offres à l'animation d'un club international ou l'accompagnement vers les bons dispositifs d'aides, les réseaux d'éco-entreprises

permettent de mettre en relation les différents acteurs et notamment les entreprises avec les acteurs français de l'export. Ils vont également vous permettre de rencontrer des entrepreneurs qui sont déjà présents à l'international. Leur retour d'expérience peut vous être très précieux.

Vous trouverez ici les principaux contacts export de la filière énergie environnement avec un contact direct vers le bon interlocuteur.

CLUB ADEME INTERNATIONAL

SOUTENIR LE DÉVELOPPEMENT À L'INTERNATIONAL DES ÉCO- INNOVATIONS FRANÇAISES

Présentation

Créé en 1997 à l'initiative de l'ADEME et parrainé par les ministères en charge de l'Écologie, de l'Industrie et du Commerce extérieur, le Club ADEME International rassemble plus d'une centaine d'éco- entreprises françaises innovantes, actives sur le marché mondial du développement durable.

Ce réseau piloté par l'ADEME, a pour objectif de soutenir les éco-entreprises françaises dans le développement, en consortium, de projets innovants à l'international. Il permet de promouvoir à l'international une offre française intégrée dans les éco-technologies.

Le Club ADEME International soutient ses adhérents en leur proposant :
• une coopération publique/privée renforcée, en partenariat avec l'ADEME
• une mise en réseau avec des entreprises exportatrices pour favoriser les échanges de bonnes pratiques et initier des offres collective
• la mobilisation des adhérents sur les programmes et appels d'offre européens et internationaux
• la valorisation des bonnes pratiques des adhérents (lettre du Club ADEME International, «Catalogue export», site Internet du Club...)
• l'organisation de rencontres avec des délégations étrangères et la participation à des évènements nationaux et internationaux... Les entreprises du Club ADEME International exercent leurs activités dans les domaines de l'ingénierie, des équipements, de la formation, de la commercialisation et de la distribution de produits et services permettant de répondre aux défis environnementaux et climatiques. Parmi ces entreprises, on compte une quinzaine de leaders européens et mondiaux sur leurs secteurs d'activité.

Le chiffre d'affaires international des entreprises du Club a été en moyenne multiplié par 2 entre 2008 et 2012.

ADEME
Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie
Club ADEME International

LE DÉVELOPPEMENT D'OFFRES INTÉGRÉES À L'EXPORT

La collaboration en réseau, le partage d'expériences ainsi qu'une meilleure association des savoir-faire publics et privés permettent la réalisation chaque année de nombreuses opérations vitrines ou de démonstration.

Parmi ces bonnes pratiques, plusieurs «offres intégrées» à l'export ont en particulier été développées grâce au Club ADEME International, par exemple :

• Dans le secteur de la qualité de l'air : Aria Technologies travaille d'ores et déjà en étroit partenariat avec Leosphere et Météo France International en Asie du sud-est, sur la consti- tution d'une offre intégrée sur la qualité de l'air.

• Le consortium UMO (Union de Maîtrise d'Oeuvre) regroupe 6 éco-entreprises françaises actives sur le marché de la ville durable en Chine (BURGEAP, METEODYN, IRIS Conseil, TERAO, TISSEYRE & ASSOCIES et AOA). Ce groupement de six entreprises a pour vocation de développer une approche globale et pluridisciplinaire de maîtrise d'œuvre pour apporter des solutions concrètes à toutes les échelles du projet ; du bâtiment vert aux éco-quartiers et aux éco-cités.

• L'association sous forme de joint-venture des sociétés françaises Bérim, Altereo et le Groupe Merlin avec la société Archetype (200 employés, basée au Vietnam et dirigée par des Français) pour attaquer de manière groupée les marchés environnementaux d'Asie du Sud Est.

Pour en savoir plus :

www.clubinternational. ademe.fr

Contacts :

olivier.chazal@ademe.fr

LES RÉSEAUX D'ÉCO-ENTREPRISES

BRETAGNE ECO-ENTREPRISES

Secteurs : Tout secteur

Activité : Synergie de compétences en environnement apportant des solutions multi-spécialisées aux entreprises et aux collectivités.

Pays/zones cibles : Europe, Maghreb, Asie

Contact : Loïc EVAIN,
Secrétaire Général
contact@bretagne-eco-entreprises.fr

Pôle de compétitivité CAPENERGIES

Secteurs : Efficacité énergétique, Energies renouvelables, smart grids, hydrogène

Activité : Capenergies a pour ambition de devenir un pôle de référence en matière d'énergies bas-carbones en Europe et sur le pourtour méditerranéen et développe un réseau international, qui constitue pour ses membres une source privilégiée pour l'identification d'opportunités et de partenaires à l'étranger.

Pays/zones cibles : Europe (notamment Allemagne, Espagne, Italie), Sud de la Méditerranée, Singapour, Inde

Contact : Paul LUCCHESE,
Directeur Adjoint
paul.lucchese@capenergies.fr

CD2E

Secteurs : Air, Déchets/ Recyclage, Eau, Efficacité énergétique, ENR, Sites et sols pollués

Activité : Le cd2e, pôle d'excellence régional sur les éco-activités, à rayonnement international, accompagne les entreprises, acteurs de l'environnement et les filières économiques de la Région Hauts-de-France vers l'éco-transition, en apportant des solutions concrètes aux défis d'aujourd'hui.

Pays/zones cibles : Europe, Afrique du Nord, Amérique du Nord (ex. Québec), Amérique du Sud (ex. Brésil)

Contact : Carlos PEREIRA,
Relations Internationales
c.pereira@cd2e.com

Club des éco-activités de Grand Paris Sud

Secteurs : Tout secteur

Activité : Le Club des éco-activités de Grand Paris Sud accompagne les entreprises de la filière dans leur développement, en s'appuyant notamment sur des équipements structurants du territoire : une Eco-pépinière d'entreprises et le parc d'activités de l'Ecopôle.

Pays/zones cibles : Île-de-France / Agglomération Grand Paris Sud

Contact : Baptiste Lang,
Chargé de mission développement filière éco-activités
b.lang@grandparissud.fr

CCI ESSONNE

Secteurs : Tout secteur

Activité : Que vous démarriez un nouveau projet à l'international, que vous souhaitiez valider votre choix de marché, bâtir un plan d'action, calculer votre budget, former vos collaborateurs ou identifier les aides disponibles, la CCI Essonne vous accompagne dans votre développement à l'international.

Pays/zones cibles : Toutes zones

Contact : Antoine Marc PICHOIR, Conseiller Développement International am.pichoir@essonne.cci.fr

CCI Région Paris Ile-de-France

Secteurs : Tout secteur

Activité : La CCI Paris IDF accompagne les entreprises de la filière dans toutes les étapes de leur projet à l'international: information sur le potentiel d'un marché, aides financières, réglementation, recherche de partenaires, implantation à l'étranger, formations... Elle est membre de l'Entreprise Europe Network.

Pays/zones cibles : Toutes zones

Contact : Delphine BONZON, Responsable filière éco-activités et développement durable
dbonzon@cci-paris-idf.fr

CLUSTER GREEN

Secteurs : Tout secteur

Activité : Le cluster GREEN organise tous les deux ans le « Forum Régional des Eco-Entreprises » à La Réunion, dans le but de promouvoir l'activité et le savoir-faire des acteurs régionaux dans la zone OI.

Pays/zones cibles : Zone Océan Indien

Contact : Christiane ALBERT, Responsable
calbert@clustergreen.re

DURAPOLE

Secteurs : Energie renouvelable, Efficacité Energétique, Métrologie EAU&AIR

Activité : Durapole développe des projets alliant les compétences de ces membres pour les marchés de la ville durable avec le soutien d'opérateur comme Business France pour l'export.

Pays/zones cibles : Asie, Afrique, Europe

Contact : Fabien IMBAULT,
Trésorier
fabien.imbault@evolutionenergie.com

LES RÉSEAUX D'ÉCO-ENTREPRISES

ÉA ÉCO-ENTREPRISES

Secteurs : Tout secteur

Activité : Grâce à son approche multi-filières unique en région, Éa positionne les éco-entreprises comme acteurs de l'économie circulaire. Le Pôle Aqua-Valley, Éa éco-entreprises, DREAM et HYDREOS ont créé la marque France Water Team, afin d'accompagner à l'export les entreprises du secteur de l'eau.

Pays/zones cibles : Algérie, Allemagne, Bolivie, Chine, Colombie, Côte D'Ivoire, Equateur, Italie, Maroc, Mexique, Pays-Bas, USA, Vietnam

Contact : Sandy ARGOUD,
Chargée de mission international
sandy.argoud@ea-ecoentreprises.com

FEDEREC

Secteurs : Recyclage - Ressource

Activité : La Fédération Professionnelle des Entreprises du recyclage, structurée en 12 filières et 8 syndicats régionaux, fédère 1300 établissements adhérents, de la TPE au grand groupe dont l'activité consiste en la collecte, le tri, la valorisation matière des déchets industriels et ménagers ou le négoce/courtage de matières premières de recyclage.

Pays/zones cibles : France

Contact : Accueil@federec.org

INCUBATEUR GREEN TECH VERTE

Secteurs : Tout secteur

Activité : A travers l'initiative Greentech verte, le Ministère de l'Environnement soutient l'émergence de technologies vertes en faveur de la transition écologique.

Pays/zones cibles : France

Contact : Matthieu Humbersot,
Responsable
Matthieu.humbersot@development-durable.gouv.fr

LE VIVANT ET LA VILLE

Secteurs : Chimie verte, Déchets/ Recyclage, Eau, Infrastructure, Sites et sols pollués

Activité : Grappe d'entreprises qui partagent leurs expertises pour développer des innovations autour du vivant et de l'écologie urbaine.

Pays/zones cibles : France, Europe, International

Contact : Dauphin Agnès,
Animatrice de la grappe d'entreprises
contact@levivantetlaville.com

FIMEA

Secteurs : Pollution atmosphérique et qualité de l'air

Activité : La Fédération interprofessionnelle des métiers de l'environnement atmosphérique (Fimea) est une association qui structure et fédère l'industrie de la qualité de l'air en France. Elle regroupe 50 PME expertes en pollution atmosphérique et/ou qualité de l'air intérieur qui constituent le réservoir de solutions

Pays/zones cibles : Maroc, Tunisie, Chine, Allemagne, Brésil, Québec, E.A.U, Madagascar

Contact : à l'international (si possible)
fimea@fimea.fr

GIMÉLEC

Secteurs : Ecomobilité, Efficacité énergétique, Energies renouvelables, Infrastructures

Activité : Le Gimélec rassemble 180 entreprises qui fournissent des solutions de gestion de l'énergie et d'automatisation des procédés pour les marchés de l'énergie, du bâtiment et des data centers, de l'industrie et des infrastructures. Il représente 67 000 collaborateurs en France, avec un chiffre d'affaires de 13 milliards d'Euros.

Pays/zones cibles : Monde

Contact : gimelec@gimelec.fr

AQUAVALLEY – FRANCE WATER TEAM

Secteur : Eau

Activité : La marque de référence à l'international Export des entreprises du secteur de l'eau.

Pays/zones cibles : Monde

Contact : Emilie FILLOL
international@aqua-valley.com

PÔLE MER MÉDITERRANÉE

Secteurs : Energies renouvelables, littoral et mer

Activité : Pôle de compétitivité qui a pour ambition de développer l'économie maritime et littorale sur le bassin Méditerranéen, en Europe et dans le Monde. (410 membres)

Pays/zones cibles : Pays riverains de la Méditerranée. Asie du Sud Est. Australie. Etats Unis. Argentine. Amérique du Nord. Brésil. Japon

Contact : Eve RAYMOND,
Directrice Développement International
raymond@polemermediterranee.com

LES RÉSEAUX D'ÉCO-ENTREPRISES

RCUBE.ORG

Secteurs : Réemploi / Recyclage

Activité : La Fédération RCube.org rassemble l'ensemble des professionnels du réemploi et de la réutilisation. RCube collabore avec toutes les parties prenantes pour permettre une législation propice au développement du marché économique du réemploi et des bonnes pratiques.

Pays/zones cibles : France et Europe
Contact Renaud Attal, Président contact@rcube.org

SYNDICAT DES ÉNERGIES RENOUVELABLES

Secteur : Energies renouvelables
Activité Le SER est maître d'œuvre de l'Ambition Export Enr, groupe de travail interministériel (MEF, MTES, MEAE)) visant à définir la stratégie export du secteur. Le SER accompagne ses adhérents sur les marchés internationaux à fort potentiel.

Pays/zones cibles : Afrique, ASEA, Moyen-Orient, Amérique du Sud, Etats insulaires en développement

Contact : Cyril CARABOT,
Secrétaire Général et Responsable relations internationales
Cyril.carabot@enr.fr

UPGE

Secteurs : Génie écologique et biodiversité

Activité : L'Union professionnelle du génie écologique est la fédération des entreprises du génie écologique. Elle œuvre à la structuration de la filière et au développement du marché du génie écologique en France et à l'international.

Pays/zones cibles : Chine, Afrique, Méditerranée orientale, Amérique du Sud

Contact : contact@genie-ecologique.fr

CRESCENDO French Tech Hautes-Pyrénées

Secteurs : Eau et assainissement, Economie circulaire, Efficacité énergétique, Energies renouvelables, Mobilité, Valorisation industrielle des déchets

Activité : Un Ecosystème « Booster de startups – Créateur d'emplois et Accélérateur d'idées ». Nous créons du lien entre les acteurs locaux de la Transition Energétique à partir, notamment, d'une offre de services simple, pragmatique et efficace.

Pays/zones cibles : Espagne, Mexique

Contact : CAZAJOUS Jean-François,
Référent thématique de la French Tech H-P
jfc@hautespyreneesfrenchtech.com

PÔLE DE COMPÉTITIVITÉ TEAM²

Secteurs : Déchets / Recyclage, Sites et sols pollués, Infrastructure

Activité : Accompagner l'innovation du recyclage des métaux stratégiques, minéraux, composites, textiles. Développer les équipementiers et ingénieries.

Pays/zones cibles : Europe, Afrique du Nord et Amérique du Nord

Contact : Gratienne GOORDEN, Assistante de Direction
g.goorden@team2.fr

TRIMATEC

Secteurs : Déchets/recyclage, Chimie verte, Eau, Sites et sols pollués

Activité : Le pôle de compétitivité Trimatec favorise le développement économique des entreprises par l'innovation dans les procédés industriels propres et sobres. Il fédère un réseau de 170 membres, actifs notamment en valorisation de la biomasse; dépollution, recyclage; ultra-propreté et sécurité des procédés industriels.

Pays/zones cibles : Allemagne, Belgique, Canada, Méditerranée (partenariats)

Contact : Béatrice Ruiz,
Chargée de mission International et Partenariats
Beatrice.ruiz@pole-trimatec.fr

ATLANSUN

Secteurs : Energies renouvelables Solaire

Activité : Atlansun est le cluster regroupant l'ensemble des acteurs de la filière solaire du Grand Ouest. Nous accompagnons les entreprises à l'international en facilitant leur intégration avec les structures d'accompagnement existantes.

Pays/zones cibles : France

Contact : Simon DUCASSE,
Délégué général
simon@atlansun.fr

BIOGAZ VALLÉE®

Secteurs : Déchets/ Recyclage, Eau, Energies renouvelables

Activité : Réseau qui mobilise les facteurs de réussite et accélère les opportunités de croissance des professionnels de la méthanisation.

Pays/zones cibles : Ouvert à toutes les opportunités à l'international, nous travaillons actuellement avec Taïwan et l'Amérique du Sud.

Contact : Grégory LANNOU,
Directeur de Biogaz Vallée®
g.lannou@biogazvallee.com

LES RÉSEAUX D'ÉCO-ENTREPRISES

PÔLE DE COMPÉTITIVITÉ AXELERA

Secteurs : Air, Chimie Verte, Déchets/ Recyclage/ eau/ efficacité énergétique/ sites et sols pollués

Activité : AXELERA soutient le développement commercial export de ses entreprises adhérentes en organisant des missions à l'étranger, en soutenant des événements filière à vocation internationale et en nouant des relations avec des clusters européens, pour faciliter la recherche de partenaires.

Pays/zones cibles : Europe (particulièrement Suisse et Belgique), Afrique du Nord (Algérie, Maroc), Amérique (Canada, USA), Asie (Chine)

Contact : Sophie MAZET,
Chargée des missions internationales
sophie.mazet@axelera.org

AQUITAINE CROISSANCE VERTE

Secteurs : Tout secteur

Activité : Aquitaine Croissance Verte regroupe les entrepreneurs innovants des filières vertes en Nouvelle-Aquitaine. L'association représente et valorise de véritables savoir-faire néo-aquitains aux niveaux régional, national et international, en partenariat avec l'association UrbAquitaine notamment.

Pays/zones cibles : France

Contact : Sophie GARIN,
Animatrice et chargée de projet
sgarin@aquitainecroissanceverte.com

BUSINESS FRANCE SERVICE ENERGIE / ENVIRONNEMENT

Présentation

Opérateur public national au service de l'internationalisation de l'économie française, Business France valorise et promeut l'attractivité de l'offre de la France, de ses entreprises et de ses territoires. Forte de son réseau de spécialistes sectoriels, l'agence est au plus près des acheteurs étrangers dans plus de 70 pays.

Business France et plus spécifiquement le service Energie/environnement accompagne les entreprises des filières de l'énergie (énergies renouvelables, électricité & smartgrids), et des filières de l'environnement (eau, air, déchets) et de la ville durable dans leur développement à l'international.

Chaque année, plus d'une soixantaine d'évènements organisés par le service Energie/environnement de Business France en collaboration avec ses partenaires de l'export permettent à ces filières, porteuses d'une offre innovante et couvrant une large chaîne de valeur, d'aller conquérir de nouveaux marchés à l'international mais aussi de se maintenir sur leurs marchés historiques.

En participant à ces événements, les entreprises réunies sous la bannière «France» profitent d'une meilleure visibilité auprès des acteurs locaux et optimisent leur déplacement en rencontrant en un seul et même endroit leurs futurs partenaires.

Elles bénéficient d'un accompagnement logistique grâce à une organisation clé en main mais aussi des services du réseau de Business France dans le monde pour préparer leur prospection (information marché), communiquer sur leur présence (relations presse), assurer après l'événement un suivi des premiers contacts établis avec les importateurs.

En outre, Business France vous :

- Propose une approche sur mesure adaptée à votre projet export, à vos ambitions et à vos budgets.

- Aide à sélectionner des marchés pertinents, à rencontrer les bons interlocuteurs locaux pour développer vos courants d'affaires.

- Permet de renforcer vos équipes sur le terrain avec des jeunes talents motivés, les Volontaires Internationaux en Entreprise (V.I.E).

Suivez-nous sur les réseaux sociaux :

Twitter :
@BF_GreenExport
@BF_Energie

Groupes LinkedIn :
-Business France Environnement
-Business France Energie

Contact éco-entreprises :

sandrine.henry@businessfrance.fr

ARRAS MAXEI HAUTS-DE-FRANCE

Recyclage -Conception et fabrication d'équipements de traitement

Présentation

Arras Maxei, fondée en 1898, est spécialisée dans la conception et la fabrication d'équipements de production et d'outillages pour l'industrie.

Elle développe des produits destinés à la fabrication et à la maintenance de moteurs et de transformateurs électriques de fortes puissances (étuves spécifiques, des installations d'imprégnation). L'entreprise de Monchy le Preux, à côté d'Arras, est connue dans le domaine du recyclage notamment pour ses machines de traitement et de régénération d'huile diélectrique.

Elle dispose en interne des moyens d'étude et de production pour fabriquer de A à Z une machine répondant à un besoin spécifique.

L'entreprise est présente dans plus de 100 pays sur les 5 continents, notamment en Allemagne, Algérie, Maroc, Arabie Saoudite, Colombie, Vietnam et aux Etats-Unis.

ARRAS-MAXEI MAXEI Group
Le partenaire de votre développement

« Il faut cibler un premier pays et ne pas hésiter à s'appuyer sur les différentes structures d'accompagnement existantes et sur son réseau.»

Retour d'expérience

Nos produits sont sur un marché de niche qui reste assez limité sur le seul territoire français. L'ouverture à l'international est donc indispensable pour développer notre chiffre d'affaires.

La société a été pionnière en développant ses premiers systèmes de traitement et de recyclage d'huile dans les années 1930. Elle s'est donc très rapidement tournée vers l'international afin de commercialiser ces nouveaux produits répondant à un besoin mondial.

Aujourd'hui l'entreprise est structurée pour vendre et entretenir ses produits partout dans le monde. Nous basons notre stratégie à l'International sur le développement d'un réseau d'agents apporteurs d'affaires piloté par nos commerciaux itinérants. De fait, **notre marché évolue vers des produits plus haut de gamme très personnalisés. Notre politique SAV dont le chiffre d'affaires a triplé en 8 ans** fait partie intégrante de cette stratégie car elle permet de fidéliser les clients en nous différentiant de nos concurrents.

Pour la partie marketing, nous avons rejoint récemment un groupement d'industriels internationaux qui commercialisent des produits complémentaires sur nos mêmes marchés. Cela permet, par exemple, de réduire nos coûts de participation à des salons internationaux. La société s'est dotée d'un service export bien structuré sur la partie commerciale proprement dite mais aussi sur l'administration des ventes qui porte sur la sécurisation des paiements, la gestion des contrats et les aspects logistiques.

http://www.maxei.fr

Fiche d'identité :

- Année de création : 1898
- CA 2016 : 10 256 k€
- Effectif : 70
- % CA à l'international : 57%

Réseaux :

- cd2e
- Team2
- Mecanov'

Dispositifs export mobilisés

- **Business France :** Missions de prospection
- **BPI / Coface :** Assurance prospection export, préfinancement export, contre garantie cautions export

Conseils

Il est déjà primordial de bien choisir le produit ou le service à exporter en analysant ses atouts mais aussi ses faiblesses par rapport aux produits concurrents. Il faut également choisir le mode de commercialisation le mieux adapté (agents commerciaux, filiales).

Il faut cibler un premier pays et ne pas hésiter à s'appuyer sur les différentes structures d'accompagnement existantes et sur son réseau.

Il ne faut surtout **pas négliger tous les aspects liés à l'administration des ventes** surtout pour de grosses affaires (incoterm, Crédoc, couverture de change, ligne de cautions, etc.)
Une fois que toutes ces nouvelles contraintes sont bien maitrisées, il est alors beaucoup plus facile d'attaquer une nouvelle zone géographique en tenant compte de ses spécificités culturelles.

Contacts :

Olivier Hutin
Président
olivier.hutin@maxei.fr

GREEN CREATIVE ÎLE-DE-FRANCE

Traitement et collecte des déchets

Présentation

Green CREATIVE conçoit, fabrique et commercialise des solutions innovantes pour optimiser le traitement et la collecte des déchets.

L'entreprise développe deux gammes de produits :

- R3D3, un poubelle intelligente et connectée dédiée aux emballages boisson qui compacte et trie automatiquement les canettes, gobelets et bouteilles en plastique.

- FLEXIDRY, un déconditionneur de biodéchets qui sépare la fraction organique des emballages et permet de transformer les déchets alimentaires (rebuts de production, invendus, restes de restauration collective) en ressources.
L'entreprise est présente en France, Suisse et Pologne sur le marché de la méthanisation, du compostage et de la valorisation de biodéchets. En Suisse et en France pour la poubelle intelligente positionnée dans les universités, les lieux publics et tertiaires.

Green CREATIVE assemble l'ensemble de ses machines dans son usine basée à Sucy-en-Brie (94).

Green CREATIVE
Recycler, c'est simple.

> « L'international est une très belle expérience humaine et surtout elle vous permet de vous structurer et de vous professionnaliser bien plus vite que si vous restez en France.»

Retour d'expérience

Le marché français n'est pas assez important dans notre domaine pour permettre la croissance que nous souhaitons. De plus, les problématiques que nous traitons avec nos machines sont présentes à l'international.
On peut voir que toutes les PME françaises qui réussissent bien sont tournées à minima à 30% à l'export. Nous sommes convaincus que la réussite de Green CREATIVE passera par l'international. Très tôt dans notre développement nous nous sommes ouvert à la Suisse (1ère machine en 2016 – 3ème référence sur FLEXIDRY). A partir de cette installation, nous avons, avec l'aide de notre client, bâti un partenariat avec une société de maintenance qui travaillait sur son site de méthanisation. Ils ont par la suite pris la distribution de nos machines.

Ensuite, en 2016, nous avons commencé à investiguer en Pologne pour trouver un partenaire. Nous avons déposé un publireportage sur le site d'Actu Environnement et cela nous a permis de rencontrer des acteurs de différents secteurs et notamment nos distributeurs actuels. Nous avons cette année installé une machine avec eux chez un grand groupe du déchet en Pologne.

Notre stratégie est basée sur le long terme. En effet, nous misons sur des partenariats avec des sociétés locales à taille humaine avec une forte dominance de service et de maintenance. L'implantation sur notre marché et la force de frappe commerciale viennent juste derrière en termes de priorité.

Dispositifs export mobilisés

- **Cautionnement COFACE**
- **Business France**
- **Dispositif régional :** Pm'up

Conseils

Il est important d'avoir une première référence dans son pays pour ensuite aller à l'international et d'avoir des sites clients à pouvoir présenter. Ensuite, l'enjeu est de trouver le premier client comme dans son propre pays.
L'international est une très belle expérience humaine et surtout elle vous permet de vous **structurer** et de vous **professionnaliser** bien **plus vite que si vous restez en France.**

Les principaux défis à relever sont **le temps et les démarches douanières** quelques fois complexes et sur des activités de maintenance des fois bloquantes.
Partir à l'international demande une meilleure organisation et professionnalisation sur la partie process sur différents domaines : la maintenance, la structuration commerciale, etc.

Fiche d'identité :

- Année de création : 2010
- CA 2016 : 1.2 M€
- Effectif : 24
- % CA à l'international : 30%

Réseaux :

- Biogaz Vallée
- Club ADEME international

www.green-creative.com

Contacts :

Lucile Noury
Présidente
lucile.noury@green-creative.com

HANTSCH GRAND EST

Traitement des déchets organiques par compostage

Présentation

HANTSCH est reconnu depuis le début des années 1990 comme le spécialiste des solutions pour le traitement des déchets organiques par compostage.

Implantée à Marlenheim près de Strasbourg, HANTSCH a mis en service plus de 600 machines sur plus de 350 unités de compostage dont 97 en conception réalisation par aération pilotée. Aujourd'hui, l'entreprise se positionne sur une offre de solutions techniques clés en main dans les domaines du compostage, de la biomasse, de la méthanisation, des CSR et DIB tout en continuant à innover dans l'ingénierie du compostage.

L'entreprise est présente en Pologne, Roumanie, République Tchèque, Algérie et au Maroc.

« Pour pérenniser sa présence, il faut trouver localement des partenaires fiables et écouter le marché et ses évolutions.»

Retour d'expérience

Nous possédons une compétence et un produit qui correspond à une demande de marché.

Il y a depuis 5 ans, des études de marché sur les différents pays européens. Les marchés ont été identifiés suite à nos déplacements sur place, auprès des organismes et des collectivités locales.

Le choix a été fait de démarrer sur la Pologne par rapport à l'état d'avancement de la législation sur le traitement des déchets.

Une structure et des ressources en interne ont dû être dédiées : bureau d'études, suivi de travaux, direction etc.

Pour la Pologne il a été fait le choix de la création d'une filiale. Pour les autres marchés plutôt la recherche de partenaires locaux.

Nous avons par exemple réalisé en conception de site :

En Pologne :
A Lubawka – Traitement et stabilisation avant enfouissement d'ordures ménagères
A Jarocin – Traitement, stabilisation et valorisation des digestat issus de méthanisation.

En République Tchèque :
A Kostalov – Stabilisation et valorisation par compostage d'ordures ménagères et de déchets verts

Dispositifs export mobilisés

- Aides régionales (notamment organisation des salons, de RDV en B2B, de missions de découverte)
- Business France : prospection, études de marché, conseils

Conseils

Pour un primo-exportateur, en tout premier lieu, il faut une excellente compréhension du marché. Il est nécessaire de mettre en place un réseau d'accompagnement externe, tant financier qu'administratif. Enfin, il faut être patient.

Pour pérenniser sa présence il est nécessaire de **trouver localement des partenaires fiables et d'être très attentif et écouter le marché et ses évolutions.** Enfin il faut une **bonne circulation de l'information.**

Les principales difficultés rencontrées ont trait au **manque de législation ou de réglementation adaptée** et à la **mise en place de partenaires fiables sur place.**

Fiche d'identité :

- Année de création : 1967
- CA 2016 : 22 000 K€
- Effectif : 40 (dont 4 à l'international)
- 1 filiale BIOKOMPO en Pologne

Réseaux :

- European Composting Network
- Club Ademe international

Contacts :

marketing@hantsch.fr

www.hantsch.fr

MORPHOSIS NORMANDIE

Recyclage - Affinage de métaux fins issus des déchets électriques et électroniques

Présentation

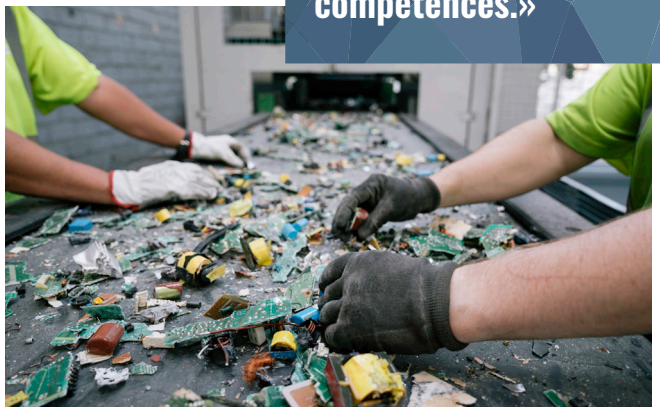
Morphosis a été créée en 2008. L'entreprise est spécialisée dans l'affinage de métaux fins issus des déchets électriques et électroniques (DEEE).

Le métier de la société Morphosis, basée au Havre, est de faire des déchets, fractions, rebuts de production ou équipements en fin d'usage, de la matière à nouveau réutilisable pour la fabrication de nouveaux produits ou équipements.

Morphosis se place en bout de chaîne du processus de recyclage. Elle affine le métal à un niveau de pureté de 99,99 %.

Les métaux, sont extraits de déchets d'équipements électriques et électroniques ou de rebuts de production industrielle. Ces derniers, affinés à une très haute pureté par des traitements mécaniques, thermiques, électrochimiques et chimiques, sont revenus à ces mêmes entreprises qui les intègrent de nouveau dans leur process de production.
L'entreprise est présente au Japon, en Arabie saoudite, Liban, Espagne, Benelux, Allemagne, Pologne Maroc, Tunisie, Egypte, Bénin, Niger, Madagascar, Cameroun, Congo, Sénégal, Côte d'Ivoire, Burkina-Faso.

« Nous avons une stratégie de développement sur l'Afrique de l'Ouest, où nous nous appuyons sur des partenaires locaux et le développement de transferts de compétences.»



Retour d'expérience

Nous avons développé un réseau de partenaires collecteurs, démanteleurs, à l'origine en Europe, Moyen Orient et Maghreb.

Nous nous appuyons sur des partenaires locaux sur le pré-traitement des DEEE, sur la collecte et le regroupement.

Nous nous sommes lancés à l'international pour **répondre à la forte demande de la part de nos clients, grands groupes, en matière de logistique et de recyclage, dans le respect des normes environnementales** (notamment Orange, Nokia et Millicom). Grâce à ces demandes, on a étudié les **spécificités de chaque pays en termes de réglementation et d'export.**

Aujourd'hui, nous avons une **stratégie de développement sur l'Afrique de l'Ouest, où nous nous appuyons sur des partenaires locaux**, le développement de transfert de compétences et la création d'emplois.

Nous importons aujourd'hui plus de 500 tonnes par an de fractions électroniques sur notre site havrais permettant de recruter du personnel en production, logistique et en développement.

Dispositifs export mobilisés

- Business France : embauche de VIE pour le développement commercial / missions de prospection / journées thématiques Pays
- AD Normandie

Conseils

Nous avons une stratégie de développement sur l'Afrique de l'Ouest, où nous nous appuyons sur des partenaires locaux et le développement de transfert de compétences. Il est plus facile d'attaquer une nouvelle zone géographique en tenant compte de ses spécificités culturelles.

Fiche d'identité :

- Année de création : 2008
- CA 2016 : 7,9 m€
- Effectif : 45 (dont 10 à l'international)
- 2 bureaux Madrid / Milan

Réseaux :

- Club ADEME international

https://www.morphosis.fr/

Contacts :

Mélanie Bedel
Chargé de développement EMEA
melanie.bedel@morphosis.fr

MTB AUVERGNE RHÔNE-ALPES

Recyclage - Gestion des déchets industriels

Présentation

Créé il y a 36 ans, MTB, acteur mondial de référence dans la gestion des déchets industriels, concentre son activité autour de trois axes : le recyclage, la fabrication d'équipements et l'ingénierie.

- Le recyclage et la valorisation des déchets complexes et métaux non-ferreux. L'entreprise, située sur un site de recyclage majeur en Europe de 80 000m2 à Trept près de Bourgoin-Jallieu exploite 5 lignes de recyclage qui couvrent le traitement de tous types de déchets non ferreux. 40 000T de déchets sont traités chaque année par MTB.

- La conception et la fabrication de machines de recyclage. L'entreprise conçoit, développe, usine et fabrique en interne des machines ou des unités complètes pesant jusqu'à 800 tonnes. Ce sont aujourd'hui 2 000 machines qui sont déployées sur 50 pays. 80% du marché US du traitement de câbles est équipé en matériel de traitement produits par MTB.

- La conception et l'installation d'usines clefs en main.
La division Engineering de l'entreprise se concentre sur la production d'usines complètes livrées clé en main. MTB est présent dans le monde entier. Leurs marchés principaux sont l'Europe et l'Amérique du Nord.

Fiche d'identité :

- Année de création : 1981
- CA 2016 : 50 000 K€
- Effectif : 150
- % CA à l'international : 90%

Réseaux :

- Team 2
- Axelera
- French Fab

MTB RECYCLING MANUFACTURING ENGINEERING
- More Than Business -

> « Il faut anticiper sur les délais d'amorçage du marché visé car un à deux ans peuvent être nécessaires avant de concrétiser une première affaire.»

Retour d'expérience

Nous sommes nés dans un secteur d'activité de taille plutôt modeste pour le marché des déchets (les déchets câbles ne représentent qu'environ 100kT/ an en France).

Ayant fait le choix d'opérer nous-même notre centre de recyclage de câbles, il devenait difficile d'être à la fois fournisseurs de solutions de traitement de câbles à des recycleurs et dans le même temps premier concurrent de nos clients sur les gisements de déchets. Dès les premières années de son existence MTB s'est tourné vers l'export pour vendre les premières machines conçues. **Dans un premier temps, les pays cibles étaient les pays limitrophes de la France.**

Avec les années, en participant à de nombreux salons internationaux de recyclage, nous avons petit à petit renforcé notre image de fabricant de solutions fiables et performantes pour le recyclage des déchets. **Cela nous a permis de poursuivre nos développements techniques sur notre site français, tout en profitant de cette implantation de recycleur pour effectuer nos démonstrations clients et promouvoir ainsi l'un de nos arguments principaux : la démonstration par l'exemple.**

En dehors de l'action directe de nos équipes commerciales dans les différents pays, nous privilégeons les **partenariats avec des entreprises locales ou des agents qui vont mettre en avant nos solutions de traitement.**
Sur le marché Nord-Américain nous avons noué un partenariat plus poussé puisque nous avons implanté des machines MTB dans un test center directement chez notre agent ainsi qu'un stock de pièces détachées pour améliorer notre réactivité.

Ce modèle de diffusion via des agents nous a conduit à organiser notre équipe commerciale par zone commerciale.

www.mtb-recycling.fr

Dispositifs export mobilisés

- **Business France :** actions de prospection études de marché / missions communes accompagnement de délégations officielles
- **Région Auvergne Rhône-Alpes :** Missions Aide à l'innovation
- **Coface** pour les activités commerciales
- **3 FASEP** études en collaboration avec des universités françaises et de grands groupes industriels.

Conseils

Nous identifions nos marchés par des échanges directs avec les clients à l'occasion des grands salons mondiaux qui nous permettent d'identifier les pays cibles et surtout les secteurs dynamiques. La barrière de la langue ne doit pas être une barrière car l'anglais est vraiment la langue universelle pour les échanges. Il est tout de même important d'avoir des personnes parlant également la langue de pays ciblés pour faciliter les échanges et surtout la compréhension plus fine de certains aspects techniques et surtout juridiques. Le point primordial est le contact direct entre nos équipes et les prospects : il ne faut pas hésiter à se déplacer chez le client pour bien comprendre son besoin et ses problématiques.

Pour un marché similaire à celui de MTB le plus important est d'identifier un agent local confirmé et déjà compétant dans le secteur d'activité recherché. La formation, l'implication et l'accompagnement de son agent sont les clefs du succès sur le long terme. L'aspect trésorerie n'est pas à négliger. Il faut anticiper sur les délais d'amorçage du marché visé car un à deux ans peuvent être nécessaire avant de concrétiser une première affaire.

Le plus gros obstacle reste les difficultés autour des montages financiers à mettre en place par nos clients et leurs impacts sur notre contrat de vente. Les échéanciers d'acomptes sont parfois complexes à négocier.

Contacts :

David Ravet
Directeur du Développement & Partenariats
d.ravet@mtb.fr

PELLENC ST PACA

Recyclage - équipements de tri optique pour le traitement des déchets et l'industrie du recyclage

Présentation

Pellenc ST conçoit, produit et commercialise des équipements de tri optique pour le traitement des déchets et l'industrie du recyclage.

Basée sur des technologies brevetées «Made in France», l'entreprise réinvestit tous les ans plus de 10% de son chiffre d'affaires dans la R&D.

Pellenc ST a installé plus de 1 400 machines à travers le monde et a mis en place un réseau de techniciens spécialement dédié afin d'optimiser les lignes de tri de ses clients.

Ses machines sont installées dans plus de 40 pays. Pellenc ST possède 2 filiales principales, l'une aux Etats-Unis et l'autre au Japon. La société dispose également de bureaux commerciaux dans plusieurs pays parmi lesquels le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Espagne, l'Italie, la Pologne, la Turquie, le Brésil et le Canada.

PELLENC ST
WE CAN SORT IT

« Bien discerner si le marché est suffisamment mâture pour accepter nos technologies.»

Retour d'expérience

Nous sommes partis à l'international pour 2 raisons principales :
- Alimenter la croissance en s'implantant dans des pays à fort développement
- Acquérir et/ou accroître notre savoir-faire sur de nouveaux territoires et de nouvelles applications

Dès son année de création, Pellenc ST a vendu des machines en Italie. En 2003, les ventes à l'international représentent déjà plus de 50% de son chiffre d'affaires.

En termes de stratégie, nous avons mis en place des partenariats avec nos grands-comptes présents en France mais aussi à l'étranger. Cela se concrétise le plus souvent par des accords cadres.

Par ailleurs, nous utilisons régulièrement les services de Business France pour évaluer le potentiel des pays sur lesquels nous envisageons de nous développer..

Enfin, nous participons à des délégations à l'étranger et rencontrons régulièrement les ambassadeurs afin de connaître la maturité et les besoins de leurs marchés.

Sur le plan de l'organisation interne, pour accompagner notre internationalisation, nous avons redéployé nos effectifs commerciaux et techniques afin de les réaffecter par zones géographiques. Nous avons également dû nous doter de nouvelles compétences et recruter des employés étrangers/ polyglottes et/ou aux profils internationaux.
Nous disposons aujourd'hui de 5 filiales dont Pellenc ST Japon et Pellenc ST America (2010) Royaume-Uni, Espagne, Italie (2011) ainsi qu'un bureau de représentation au Canada : 2014 et des domiciliations en Pologne et en Allemagne.

Nous avons notamment fourni Petstar à Mexico sur la plus grande usine au monde de régénération de bouteilles PET ou Ambiente, à San Vitaliano en Italie pour le plus grand centre de tri européen de collecte sélective.

www.pellencst.com

Dispositifs export mobilisés

- Business France
- Région : financement Centre de Tests et de Formation - vitrine industrielle française au rayonnement international.

Conseils

Il est nécessaire de connaître la réalité du marché et les particularité locales (pour nous consignes de tri, législation…) notamment en se rapprochant des acteurs locaux.

Nous sommes par exemple adhérents de plusieurs syndicats et associations professionnelles aux Etats-Unis et en Europe, particulièrement dans le domaine de la régénération plastique (Plastic recyclers Europe, APR, Petcore…). A travers leur conférences et réunions annuelles, ces regroupements nous ont permis de mieux comprendre les réalités du marché et de nous faire connaître de futurs clients potentiels.

Nous faisons également partie du pôle Optitec qui nous a apporté une expertise dans la filière optique reconnue au niveau international.

Pour les métiers comme les nôtres il est impératif de fournir un service après-vente local et de proximité (personnel qui parle la langue, proche géographiquement de ses clients).

Fiche d'identité :

- Année de création : 2001
- CA 2016 : 29 M€
- Effectif : 142 (Dont 24 à l'international)
- CA à l'international : 15M€
- 5 filiales dont :
Pellenc ST Japan, Tokyo
Pellenc ST America, CharlotteVille NC

Réseaux :

- Team2
- Club ADEME international
- Optitec

Contacts :

Florence Champ
Responsable Marketing & Communication
f.champ@pellencst.com

AQYLON ÎLE-DE-FRANCE

Conception, fabrication et exploitation de turbomachines à cycle ORC

Présentation

AQYLON conçoit, fabrique et assure l'exploitation de turbomachines à cycle ORC (Organic Rankine Cycle) d'une puissance allant jusqu'à 10 MWe. Les deux applications principales, avec ou sans cogénération, sont l'efficacité énergétique (récupération de chaleur fatale) et la production d'énergie renouvelable.

AQYLON, entreprise innovante, positionne son offre sur trois niveaux :

• Un développement totalement automatisé, sur la base de la suite logicielle développée en interne ;

• Une conception de la turbine propriétaire et du contrôle commande, protégée par des brevets ;

• Une approche « assembleur », AQYLON offrant au client la totalité de la solution (en l'espèce, pour la biomasse, le couple chaudière/ORC).

L'entreprise est présente au Mexique, Nicaragua, Chili, Maroc, Kenya, Indonésie, Philippines et en Malaisie

« Notre internationalisation a entraîné un effort important de développement et de structuration de l'équipe commerciale.»

ATM-3000H

Fiche d'identité :

- Année de création : 2009
- CA 2016 : 490 459 €
- Effectif : 21 (dont 3 à l'international)
- 2 bureaux Indonésie et USA
- 1 filiale au Maroc

Réseaux :

- Durapole
- Club ADEME international

Retour d'expérience

Trois raisons nous ont fait nous tourner vers l'international :

• Besoins d'électrification des régions visés :
Nos systèmes sont idéals pour la production délocalisée dans des régions difficilement accessibles et dépendantes de moteurs diesels pour leur besoin en électricité.

• Prix de l'électricité :
Le prix de l'électricité est trop bas en France pour que nos applications biomasse soient intéressantes pour des clients potentiels.

• Disponibilité et prix de la biomasse :
Dans les régions que nous visons, il y a une manne colossale de résidus d'agricultures qui ne sont pas valorisés (prix biomasse très faible). Les utiliser offre deux perspectives intéressantes : 1) développement économique local 2) coût faible de combustible pour notre installation.

Aqylon a identifié les principaux marchés porteurs : Afrique Sub-saharienne, Amérique latine, et Asie du Sud-Est en lien avec une des principales applications de nos produits (centrale électrique biomasse)
Nous avons ensuite, grâce notamment à des aides de la région Ile de France et de Bpifrance, ouvert une filiale à Casablanca pour toucher l'Afrique et deux bureaux (Miami et Jakarta) afin de toucher les deux autres marchés identifiés précédemment.

Les stratégies que nous avons mis en place lors de notre internationalisation sont les suivantes :

• Mise en place d'une filiale (AZOLIS) à Casablanca afin de pouvoir rayonner sur l'Afrique du Nord et l'Afrique Sub-Saharienne.
• Détachement de notre COO et emploi d'un VIE chez AZOLIS
• Mise en place d'un réseau local d'agents pour une identification rapide et simple de projets potentiels.
• Ouverture d'un bureau à Miami (VIE) et d'un à Jakarta (VIE) afin de rayonner sur les deux autres cibles géographiques
• Mise en place d'un réseau local d'agents (Amérique Latine et Asie du Sud Est) pour les mêmes raisons qu'en Afrique.
• Mise en place de partenariat avec des acteurs industriels locaux (chaudiéristes, entreprises de génie civil, …)

Cette internationalisation a entraîné un effort important de développement et de structuration de l'équipe commerciale d'AQYLON.

www.aqylon.com

Dispositifs export mobilisés

- **Business France :** Prospection / VIE
- **FASEP** (Nicaragua),
- **Crédit Acheteur** (Chili),
- **PM'UP, COFACE, PROPARCO** (Kenya),
- **A3P**

Conseils

Les deux conseils principaux que nous donnerions sont :

1. Bien préparer son projet d'export, bien connaitre le marché cible et essayer de monter des partenariats locaux.
2. Utiliser au maximum l'ensemble des outils mis à la disposition des entrepreneurs Français par l'état et les collectivités locales (PM'UP de la région Ile de France, Business France, Bpifrance à travers l'A3P, l'avance prospection et les différents types de crédit et de garanties faisant partie de leur offre.)

Les principaux obstacles et difficultés que nous avons rencontrés sont :

• L'obtention de contrats sans référence locale (d'où l'intérêt de monter des partenariats locaux)
• Le risque de change (volatilité des monnaies locale par rapport à l'euro)
Les risques politiques (changement de gouvernement impromptu, annulation d'élections, changement brusque de politique tarifaire, …)

Contacts :

Romain Heck
romain.heck@aqylon.com

ARMORGREEN Legendre Energie BRETAGNE

Producteur indépendant d'énergie dans le domaine du solaire photovoltaïque

Présentation

Legendre Energie / Amorgreen est un producteur indépendant d'énergie dans le domaine du solaire photovoltaïque de forte puissance également spécialiste de l'autoconsommation solaire.

Legendre Energie et sa filiale Armorgreen se sont fortement développés à l'international, en Algérie, Tunisie, Mali, Burkina Faso, Niger, Bénin et d'autres pays du continent africain.

Legendre Energie se développe suivant deux axes :

- Producteur Indépendant d'Energie : développeur et exploitant de grandes centrales solaires photovoltaïques au sol de 5 à 50MWc connectées aux réseaux nationaux d'énergie. Legendre Energie se positionne comme concessionnaire de centrales de production d'énergie dont les uniques acheteurs sont les États.

- Concepteur,installateurdecentralessolairesphotovoltaïques au sol et en toiture pour de l'autoconsommation, avec et sans stockage, avec et sans hybridation. **Legendre Energie s'adresse à des gros consommateurs d'énergie en les accompagnants dans leur mutation énergétique.**

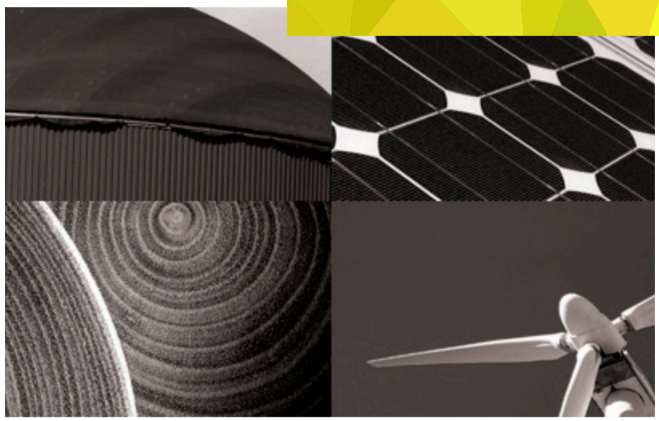
« Attention au temps nécessaire à une implantation durable. C'est très long.»

Fiche d'identité :

- Année de création : 2007
- Nombre de salariés : 30
- 1 filiale en Algérie

Réseaux :

- Durapole



Retour d'expérience

Legendre Energie et sa filiale Armorgreen se sont fortement développées en France dans le solaire malgré un moratoire en 2010 sur le solaire photovoltaïque qui a provoqué la disparition de la grande majorité des acteurs dans le domaine.

Le solaire photovoltaïque se développant très fortement à l'international, les besoins énergétiques se faisant sentir dans beaucoup de pays bénéficiant d'un fort taux d'ensoleillement, la compétitivité avérée de l'énergie solaire par rapport aux énergies conventionnelles, la stagnation du développement du solaire en France durant les dernières années et le besoin de trouver des relais de croissance, ont naturellement amené Legendre Energie à se développer à l'international.

Finalement, Legendre Energie a fait le choix de l'Afrique pour plusieurs raisons :

• Les besoins en énergie
• Les forts taux d'ensoleillement
• De nouvelles politiques privilégiant le développement du solaire
• Un positionnement possible de pionnier
• Une proximité géographique
• Une histoire et une langue partagée

http://www.armorgreen.fr

Dispositifs export mobilisés

- Garantie Coface
- Crédit fournisseur à l'export de Bpifrance Export
- Banque Africaine de Développement

Conseils

Les besoins de financement dans le développement sont très élevés, soyez prévoyants.

Attention au temps nécessaire à une implantation durable. C'est très long. Les principaux défis à relever :

1 - L'identification de partenaires locaux fiables.
2 - La complexité dans le mode de fonctionnement des différents pays pratiqués
3 - La corruption
4 - Les modalités de financement du solaire

Contacts :

Frederic Autret
Directeur International
autret.frederic@armorgreen.fr

ATOLL ENERGY PACA

Transformation de la chaleur fatale

Présentation

Atoll Energy, implantée à Aix-en-Provence, conçoit et installe des architectures énergétiques de récupération de la chaleur perdue sur la production d'électricité afin de la valoriser pour produire conjointement de l'eau chaude sanitaire, du froid pour la climatisation, de l'eau douce et/ou de la vapeur.

Atoll Energy intervient :
- Auprès de clients tertiaires (hôtels, hôpitaux, centres commerciaux, etc.) alimentés en électricité par leurs propres groupes de production ;
- Auprès de compagnies d'électricité, sur les centrales thermiques par exemple ;
- Auprès d'acteurs industriels avec des process générant de chaleur.

Atoll Energy maximise le rendement sur énergie primaire et permet de réaliser 35% d'économies d'énergie.
Leurs solutions sont dimensionnées à la suite de campagnes de mesures permettant d'établir les profils de consommation énergétique des clients et sont réalisées à partir d'outils et de logiciels propriétaires.
Atoll Energy est présente en Afrique, dans l'océan Indien et en Asie.

ATOLLENERGY
Tailored Efficiency

« Il est nécessaire d'investir du temps localement.»

Fiche d'identité :

- Année de création : 2010
- Effectif : 5
- % CA à l'international : 100%

Réseaux :

- Capenergies
- Club ADEME international

Retour d'expérience

Nous nous sommes tournés vers l'international pour adresser des niches commerciales particulières. C'est une démarche entreprise dès la création de l'entreprise.

Nous avons basé notre stratégie sur la mise en place de consortium et de partenariats avec des entreprises locales.

L'identification de nos marchés cibles c'est fait par l'intermédiaire de nos réseaux professionnels et personnels.
Nous avons par exemple réalisé pour le Club Méditerranée Maldives la récupération de chaleur sur la climatisation pour délivrer de l'eau chaude, ou pour la Public Utilities Corporation Seychelles la récupération de chaleur sur moteurs de la centrale électrique pour fournir de la climatisation ou pour la Commission de l'Energie des Seychelles une campagne de mesure sur la consommation de froid dans la capitale

Les coûts de l'export nécessitent d'intervenir sur des affaires de plus grande importance.

www.atollenergy.com

Dispositifs export mobilisés

- **FASEP innovation verte**
- **Bpifrance :** Prospection / salons
- **Paca Investissement**

Conseils

Il faut bien estimer le temps nécessaire aux démarches locales diverses, chercher à se faire corroborer les informations, sortir des cercles expatriés.

Pour pérenniser sa présence sur un marché il faut réellement investir du temps localement.

Contacts :

Elena Barbizet
Dirigeante
contact@atollenergy.com

CIEL & TERRE HAUTS-DE-FRANCE

Solaire photovoltaïque flottant

Présentation

Fondée en 2006, Ciel & Terre compte parmi les spécialistes du secteur photovoltaïque. D'abord développeurs de grandes centrales au sol et en toiture en France, l'entreprise a fait le choix en 2011 d'orienter son activité à l'international dans un domaine novateur : le solaire flottant avec la technologie Hydrelio®.

Aujourd'hui, leur corps de métier est la commercialisation complétée par des services d'ingénierie ainsi que des solutions de financement, de prestations de construction et de conseil, pour accompagner leurs clients dans l'implémentation de leur technologie. 85 MWc sont installés avec l'Hydrelio® et Ciel et Terre prévoie d'atteindre 200 MWc début 2018. L'entreprise de Sainghin-en-Mélantois à côté de Lille, a notamment réalisé à Yamakura Dam la plus grande installation flottante au Japon d'une capacité de 13.7 MWc permettant d'alimenter plus de 4 700 foyers. L'entreprise est pionnière sur le marché du solaire flottant et aujourd'hui leader mondial sur ce segment.

L'entreprise est installée au Japon, en Chine, à Taiwan, en Malaisie, aux USA, au Brésil et au Royaume-Uni et présente à l'international via un réseau d'agents et de distributeurs sur les 5 continents.

Fiche d'identité :

- Année de création : 2006
- CA 2016 : 27 M€
- Effectif : 78 (Dont 49 à l'international)
- % CA à l'international : 100 %
- 2 filiales et 4 JV

Réseaux :

- Capénergies

« La France n'est pas forcément une priorité, tout dépend de l'offre que l'on propose.»

Retour d'expérience

Le marché national ne concordait pas avec notre offre. En 2013, nous avons fait le pari d'investir sur le Japon dans l'objectif de créer un marché avec une technologie novatrice. Grâce à des conditions financières et topographiques favorables, un produit répondant aux besoins locaux et une approche commerciale adéquate, nous y avons réalisé en 4 ans plus de 50 centrales (soit l'équivalent de 65 MWc). Nous nous sommes ensuite étendus à d'autres marchés : Angleterre et Chine en 2015, Brésil, U.S.A et Taiwan en 2016, et récemment nous avons ouvert un bureau de représentation sur la Malaisie pour le territoire ASEAN et Océanie. **Nous sommes également présents dans une quinzaine de pays grâce à nos partenaires.**

Nous avons étudié les pays où le flottant s'avère être une alternative et correspondre aux besoins à travers la création de filiales, joint-venture (50-50), mais aussi de licences. Notre stratégie est d'être présent sur place dès lors que nous ciblons un marché, à la fois par l'ouverture d'un bureau, mais également par l'ouverture d'une ligne de fabrication. En effet, nous recherchons à minimiser notre empreinte carbone, optimiser les coûts de transports et promouvoir l'emploi local. Nos équipes sont mobiles et nous essayons autant que possible de couvrir les besoins localement en apportant des ressources suffisantes.

En parallèle, nous développons un réseau de partenaires avec des entreprises locales ayant déjà estimé le potentiel. Le but étant d'étendre notre solution le plus largement possible, tout en faisant de la qualité et en respectant notre image d'entreprise éco-responsable.

En faisant le choix de garder notre siège en France, nous avons conservé nos ressources techniques, mais avons dû aussi les exporter en créant nos filiales et joint-ventures, afin d'assurer un service de qualité. **Aujourd'hui, nos services sont transnationaux, nos équipes mobiles pour la formation et l'échange, et nous recrutons localement.**

www.cieletterre.net

Dispositifs export mobilisés

- **Les garanties export BPI** via le prêt croissance et le prêt export.
- **Business France** VIE / prospection / études de marché
- **CCEF** accompagnement sur l'Asie sud-est.
- **Soutien régional** à l'embauche de VIE

Conseils

Être stratège et opportuniste.
Stratège, en ciblant les pays où son innovation prend sens avec des avantages concurrentiels forts. **Opportuniste, en osant et mettant les chances de son côté.** Nous sommes partis au Japon sans savoir si cela allait être un succès, cela s'est avéré et nous continuons d'avancer et d'apprendre.

Être pionnier, se faire une place, recruter localement. La difficulté in fine est de réaliser une unité culturelle entre les différents pays et trouver des partenaires de longue durée. Nous y sommes parvenus et croyons fortement à la pérennisation de nos relations basées sur la confiance. **La plus grande difficulté est de faire face à une demande universelle abondante tout en ayant une démarche stratégique, et ainsi faire face à la concurrence et à la copie, défendre nos brevets, afin de garder une place de leader à travers le monde, dans un marché en forte croissance.**

Il est important de considérer le marché comme global et non plus différencier le marché national et international. La France n'est pas forcément une priorité, tout dépend de l'offre que l'on propose. Il faut trouver la meilleure adéquation entre l'offre de produit(s) et service(s) et les attentes du marché. De plus, le coût de l'export n'est pas si élevé qu'on le croit. **Pour fonctionner, il faut s'assurer d'avoir un réel avantage compétitif et de privilégier avant tout l'innovation et ce continuellement.**

Contacts :

contact@cieletterre.net

CORNIS ÎLE-DE-FRANCE

Inspection de pales d'éoliennes

Présentation

Cornis est le leader mondial des solutions d'inspection de pales d'éoliennes et de gestion des données associées. Leurs solutions permettent d'inspecter rapidement, de manière standardisée et sans mise en danger des techniciens les pales d'éoliennes.

Créée en 2011 et basée à Paris, l'entreprise a des clients dans plus de 20 pays sur 4 continents.

Plus de 5 000 éoliennes ont été inspectées avec leurs solutions pour des clients de toutes tailles : des acteurs mondiaux comme EDF EN, Engie, General Electric ou MHI Vestas jusqu'aux petites sociétés de service locales de moins de 10 personnes.

L'entreprise a notamment inspecté plus de 30% des éoliennes offshore installées dans le monde. Ses principaux marchés sont le Danemark, le Royaume-Uni, la France et les Etats-Unis.

cornis Blade Inspection & Data Management

« Répondre deux fois plus vite aux emails et demandes venant de l'étranger.»

Fiche d'identité :

- Année de création : 2011
- CA 2016 : 1,4M€
- Effectif : 11 (dont 1 aux Etats-unis)
- % CA à l'international : 80%
- 1 filliale

Réseaux :

- Durapole
- FEE
- SER

Retour d'expérience

En tant que fournisseur de technologie, il était assez naturel pour Cornis de proposer ses solutions à l'ensemble des acteurs quel que soit leur pays d'origine. Cela est également lié à l'industrie éolienne qui est particulièrement mondialisée avec un fort ancrage en Scandinavie et aux Etats-Unis.
Par ailleurs, nous avons très rapidement travaillé avec de grands acteurs implantés mondialement. Ils nous ont donc poussé à exporter nos solutions. La taille relativement restreinte du marché français a également été un moteur.
2014 : premiers pas au Royaume-Uni, en Allemagne, au Danemark, en Grèce, en Pologne, en Suède et aux Etats-Unis
2015 : expansion en Croatie, Canada, Belgique, Espagne, Italie
2016 : premier pas en Amérique du sud via l'Uruguay
Fin 2016 : l'export représente 80% du CA de Cornis et nous comptons un réseau de partenaires et sous-traitants sur 3 continents 2017 : plus de 20 pays conquis dont l'Inde pour notre premier projet sur le sol asiatique Septembre 2017 : installation d'un bureau à Chicago.

En termes de stratégie nous nous sommes positionnés sur deux plans :

Vente directe : En se positionnant comme un fournisseur de technologie plutôt que comme un prestataire de service, Cornis est en mesure d'échanger avec l'ensemble des acteurs de la chaine de valeur éolienne, qu'ils soient constructeurs d'éoliennes, propriétaires de parcs, exploitants ou prestataires de services.

Vente indirecte ou B2B2B : Notre positionnement très technologique rassure également les prestataires de service locaux qui nous voyaient initialement comme des concurrents.
Une fois formés à nos systèmes terrains, ils proposent des services d'inspection Cornis à leurs clients finaux : exploitants, constructeurs. **Ainsi nos clients prestataires de services deviennent nos ambassadeurs de vente indirecte à l'export.** Nous avons également choisi de très tôt former nos clients à l'utilisation de nos solutions. Cela permet de les rendre autonomes mais surtout d'avoir un réseau de sous-traitants et d'ambassadeurs dans un grand nombre de pays (plus de 20 maintenant).

Nous sommes très fiers de représenter l'esprit d'initiative et l'excellence technologique française à l'international.
Nous sommes très heureux d'avoir créé plus de 10 emplois en France principalement grâce à l'export : la société est basée en France, sa masse salariale est entièrement en France alors que moins de 20% de son CA est en France.

www.cornis.fr

Dispositifs export mobilisés

- Business France : VIE / Accompagnement lors de missions à l'étranger.

Conseils

Privilégier les rencontres physiques, notamment via les salons professionnels pour comprendre :
*** qui fait quoi**
*** quels sont les besoins**
*** comment les acteurs réagissent face à votre offre**

Ne pas hésiter à solliciter d'autres sociétés qui vendent déjà sur place dans le même secteur (mais qui ne cherchent pas à être votre représentant). Les représentants ou Joint-Venture viendront dans un second temps si c'est la bonne solution pour le marché cible.

Adhérant de Durapole (cluster d'entreprise cleantech Ile-de-France) cela nous permet de nous appuyer et de nous conseiller mutuellement lorsque l'on exporte ou pour d'autres questions.

Adhérant FEE et SER : Cela nous permet d'avoir une bonne vision des acteurs éoliens français et un retour de leurs expériences à l'étranger.

Pour pérénisser sa présence il est nécessaire de mettre en avant les références locales.

Chercher à trouver des alliés sur place : vente en B2B2C ou B2B2B ou représentant ou filiale.
Faire le ou les salons phares du secteur dans le pays (en tant que simple visiteur ou en tant qu'exposant).

Si besoin établir une présence physique.

Contacts :

Thibault Gouache
CEO
thibault.gouache@cornis.fr - 06 84 00 55 72

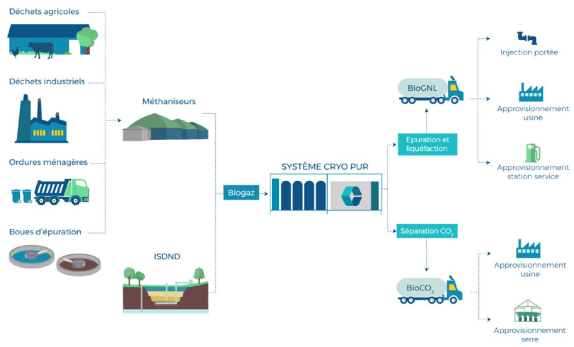
CRYO PUR ÎLE-DE-FRANCE

Purification du biogaz, et liquéfaction du biométhane et du bioCO2

Présentation

Cryo Pur est un équipementier spécialiste de la séparation cryogénique et de la liquéfaction des gaz contenant du méthane. Dans le secteur du biogaz et des gaz de décharge, les équipements Cryo Pur permettent au sein d'un procédé intégré la purification du biogaz, et la liquéfaction du biométhane et du bioCO2.

L'entreprise, implantée à Palaiseau prospecte actuellement au Royaume-Uni, Italie, Pays-Bas, Suède, Norvège, Finlande, Allemagne, Nouvelle- Zélande et Brésil.



Fiche d'identité :

- Année de création : 2015
- CA 2017 : 2,4 M€
- Effectif : 28 (dont 2 à l'international)
- % CA à l'international : 100%

Réseaux :

- Biogaz Vallée

Cryo Pur
From waste to fuel

« Avoir recours à un agent peut faciliter l'obtention de la première commande.»

Retour d'expérience

Le cadre réglementaire français n'étant pas favorable à la spécialité de Cryo Pur (production de Bio-GNL carburant), Cryo Pur a naturellement prospecté à l'international, essentiellement en Europe.

La technologie Cryo Pur répond à des besoins que l'on retrouve dans tous les pays (production de carburant renouvelable et absence de réseaux de gaz naturel en particulier dans les zones agricoles). La technologie Cryo Pur étant particulièrement innovante, ses premiers clients ont un profil de pionnier qui en l'espèce a été plus facile de trouver au Royaume-Uni.

La réglementation française qui impose que le biométhane soit injecté dans les réseaux alors que dans d'autres pays il est possible de l'utiliser directement comme carburant est une barrière au développement de Cryo Pur sur son marché domestique.

Suite à la démonstration industrielle de la technologie Cryo Pur en partenariat avec SUEZ dans le cadre du projet BioGNVal (aidé par le Programme Investissement d'Avenir), Cryo Pur a trouvé son premier client au Royaume-Uni, en Irlande du Nord : **Projet Greenville Energy : première unité industrielle de production de Bio-GNL à partir de biogaz agricole au monde (mise en service en novembre 2017).**

www.cryopur.com

Dispositifs export mobilisés

- **BPI France** Assurance Export
- **Aide régionale** programme PM'UP

Conseils

Cryo Pur s'est faite connaître des clients potentiels par les moyens suivants :
participations à des conférences et salons spécialisés, recrutement de business développeurs dédiés aux marchés les plus porteurs, contractualisation avec des agents locaux, développement de la notoriété (site web, presse, vidéo), adhésion à des organisations professionnelles. **Nous nous sommes dotés d'une documentation commerciale et juridique en anglais.**

Il faut instaurer une relation de confiance avec son client. Se concentrer sur les marchés les plus porteurs, développer un réseau local de partenaires.
A noter, avoir recours à un agent peut faciliter l'obtention de la première commande.

Attention aux risques liés aux variations du taux de change.

Contacts :

Simon Clodic
Directeur Commercial
simon.clodic@cryopur.com

ENERTIME ÎLE-DE-FRANCE

Machines à Cycle Organique de Rankine pour l'efficacité énergétique industrielle

Présentation

Créée en 2008, Enertime conçoit, développe et met en œuvre des machines à Cycle Organique de Rankine (ORC) pour l'efficacité énergétique industrielle et la production décentralisée d'énergie renouvelable. Les machines ORC permettent de transformer de la chaleur en électricité.

ENERTIME est l'un des trois principaux acteurs mondiaux maîtrisant entièrement cette technologie de machines de forte puissance (1 MW et plus). Enertime développe également des technologies de Pompe à Chaleur de forte puissance pour la production de chaleur renouvelable ainsi que des turbomachines et machines thermodynamiques spéciales pour le gaz naturel.

Basée en Ile-de-France, Enertime est présent en Chine et en Ukraine.

« Embauchez des jeunes multiculturels !»

Fiche d'identité :

- Année de création : 2008
- CA 2016 : 4 M€
- Effectif : 27
- % CA à l'international : 62%

Réseaux :

- Club ADEME international
- Axelera

Retour d'expérience

Nous nous sommes tournés vers l'international en raison des blocages du marché français.
En termes de stratégie nous montons des partenariats avec des entreprises locales afin de pénétrer les marchés que nous adressons.
Nous avons également embauché des jeunes ingénieurs multiculturels.

Historique de notre internationalisation :

- Janvier 2014 : Embauche stagiaire chinois
- Mai 2015 : Premier contrat en Chine
- Septembre 2015 : second contrat en Chine
- Novembre 2016 : Premier contrat en Ukraine

Nous avons par exemple livré un projet clés en main de valorisation de la chaleur perdue en électricité dans une aciérie du N°1 de l'acier chinois Baosteel à Shanghai avec un ORC de 3,5 MW, ou l'installation d'un ORC en cogénération biomasse de 1,6 MW pour le réseau de chaleur de Kamenetz-Podolsk en Ukraine.

www.enertime.com

Dispositifs export mobilisés

- Fasep
- Business France

Conseils

Nos principaux conseils sont :

- Evitez le tourisme industriel !
- Créez un site internet en anglais qui soit attractif
- Embauchez des jeunes multiculturels
- Trouvez des partenaires locaux avec accès privilégié au marché

Contacts :

Fabien Michel
Directeur Commercial
fabien.michel@enertime.com

IDEOL PACA

Fondations flottantes pour l'éolien en mer

Présentation

La société Ideol, basée à La Ciotat, a été fondée en 2010 avec l'objectif de développer des fondations flottantes pour l'éolien en mer. L'entreprise a conçu une fondation flottante pour l'éolien en mer reposant sur le concept breveté « Damping Pool », compatible avec l'ensemble des éoliennes présentes sur le marché.

Cette solution a été développée dès l'origine pour optimiser les retombées économiques locales et réduire les coûts sur l'ensemble du cycle de vie, de la construction à l'exploitation et le démantèlement. Elle permet le développement de projets éoliens en mer sans contrainte de profondeur ou de sols, à la recherche des sites bénéficiant des meilleurs gisements de vents. A l'absence d'impact visuel loin des côtes, s'ajoute ainsi l'opportunité d'accroître la production de chaque éolienne et donc de réduire le coût final de l'énergie produite.

Les équipes d'Ideol travaillent actuellement sur plusieurs projets à travers le monde dont Floatgen, première éolienne en mer en France inaugurée le 13 Octobre 2017, la construction de sa première référence au Japon dont l'installation est prévue en 2018, la première ferme éolienne flottante de Méditerranée (EolMed) ou encore un pipeline de plusieurs GW de projets commerciaux au Royaume-Uni et en Irlande. **Ideol se place ainsi en position de leader sur ce marché international et en pleine croissance. Ses premiers contrats commerciaux ont été signés à l'export (Japon) et son chiffre d'affaires était jusqu'à l'été 2017 réalisé exclusivement à l'international.**

> « L'export doit être une volonté stratégique et nécessite d'avoir les moyens de ses ambitions.»

Fiche d'identité :

- Année de création : 2010
- CA 2016 : 3,5 M€
- Effectif : 47
- % CA à l'international : 100%
- 2 bureaux locaux au Japon et en Allemagne

Réseaux :

- Pôle Mer Méditerranée
- Cluster Maritime Français

Retour d'expérience

L'éolien flottant (et l'éolien offshore en général) est un marché à vocation internationale. Ideol s'est donc structuré d'emblée pour se positionner à l'export (anglais comme langue documentaire, bilinguisme des équipes, siège multinational et multiculturel, etc.) Qui plus est, le rythme de développement de l'éolien offshore français étant notoirement lent et le marché étant sommes toutes restreint, Ideol a dû se tourner immédiatement là où le marché était plus dynamique.
Le Japon a très rapidement été identifié comme marché à fort potentiel et fait l'objet d'une priorisation au sein des équipes d'Ideol. Il faut noter que l'éolien flottant représente un enjeu ultra-stratégique pour ce pays et que ce marché est fermé aux entreprises et technologies étrangères lorsqu' il s'agit d'enjeux stratégiques et en particulier dans le domaine des infrastructures énergétiques.

Une fois notre technologie validée (proof of concept) et brevetée à l'international, il a été décidé d'intégrer un Directeur commercial et marketing expérimenté et à forte dominante internationale, chargé de mettre en place et d'exécuter une stratégie de développement de notre start-up sans a priori ni limitations géographiques, si ce n'est le potentiel d'un marché, où qu'il soit.

Le marché de l'éolien flottant est un marché de niche qui se développera progressivement et à échelle commerciale à partir de 2023/2025. La stratégie a essentillement été la suivante :
1) Identifier les pays / zones propices (cadre règlementaire existant ou en cours de développement, politique énergétique, bathymétrie et ressources venteuses, motivation acteurs clés, etc.)
2) Identifier puis éduquer les acteurs clés : développeurs de projets d'éoliennes en mer, énergéticiens, pouvoirs publics nationaux et locaux, acteurs académiques, etc.) sur le potentiel - voire l'imminence - de ce marché et bien entendu la pertinence et le mérite technologique de notre solution brevetée
3) Identification de partenaires de premier plan capables de construire notre solution localement et d'appuyer nos efforts de prescription auprès des décisionnaires locaux 4) Adaptation de notre mode de fonctionnement et de collaboration en fonction de la maturité des marchés locaux, de la VA technique et relationnelle de nos partenaires et/ou de nos cibles
5) Identification permanente d'opportunités en terme de développement de CA rentable et durable ; se positionner en qualité d'acteur incontournable.

Conseils

L'export n'est pas une question d'opportunisme ni de solution d'urgence ou de repli lorsque le marché domestique s'effondre ; l'export doit être une volonté stratégique et nécessite d'avoir les moyens de ses ambitions.

www.ideol-offshore.com

Dispositifs export mobilisés

- Aides régionales
- Business France

On n'a qu'une seule occasion de faire une bonne première impression : l'export ne s'improvise pas car on fait face à une concurrence mondiale souvent bien mieux préparée que soi. Il n'y a pas de place pour l'approximation, l'amateurisme, la nonchalance. En termes de RH, il vaut mieux recruter de l'expérience que « bricoler » avec de l'inexpérience. Le développement international nécessite déjà suffisamment de temps pour en perdre avec des ressources pas opérationnelles immédiatement.
Il faut oublier l'idée qu'il faut d'abord faire ses preuves sur son marché domestique avant de se lancer à l'export : il faut aller là où sont ses marchés.
Il faut adapter ses produits, son business model, sa culture d'entreprise, son mode de fonctionnement, ses process, etc. aux attentes des marchés locaux et non pas essayer d'imposer une recette qui marche en France. Flexibilité, adaptabilité, humilité doivent être et rester des maîtres mots.
L'export se pilote et ne se subit pas ! Ne pas perdre de vue que la distance entre le siège et ses filiales, ses clients ou ses distributeurs nécessitent une plus grande proximité et un plus grand suivi.

A noter :
1) Protection adéquate de la propriété intellectuelle
2) Critères de recrutement adaptés (réelle maitrise de l'anglais entre autre)
3) Bilinguisme - voire anglicisation unique - de nos process et de nos documents techniques, commerciaux et marketing
4) Certification ISO 9001
5) Mise en place de process et d'équipement adaptés aux échanges internationaux (politique de déplacements, visioconférence, etc.)

Accélération de l'intégration de talents étrangers au sein du siège français.

Contacts :

Bruno Geschier
Directeur commercial et marketing
bruno.geschier@ideol-offshore.com

LIBRE ENERGIE PAYS DE LA LOIRE

Installations solaires photovoltaïques

Présentation

Libre Energie, implantée à Bouguenais à côté de Nantes, accompagne particuliers, entreprises et collectivités de l'étude à la réalisation de solutions d'énergies renouvelables en France et à l'étranger.

Fin 2016, Libre Energie a réalisé plus de 1000 installations solaires photovoltaïques en France et à l'étranger.

L'entreprise a développé et fabrique le Générateur Autonome Solaire – KW3 commercialisé principalement en Afrique, au Moyen-Orient, en Asie et en Amérique du Sud.

Ce produit entend répondre aux besoins d'autonomie énergétique en France et à l'étranger sous la forme d'un générateur autonome solaire de puissance livré « clé en main » et permettant l'alimentation électrique d'un site isolé ou d'un site mobile (Camp militaire, relais télécom, village...)

LIBRE ENERGIE

« Innover en permanence afin de conserver une avance technologique.»

Retour d'expérience

Suite au retournement de marché du solaire photovoltaïque en France fin 2010, Libre Energie a vu comme seul axe de développement l'innovation et l'export. Etant donné que plus d'un milliard de personnes dans le monde n'a pas accès à l'électricité, nous avons souhaité créer un générateur autonome solaire qui soit aussi simple à utiliser qu'un groupe électrogène classique mais sans bruit, sans pollution, sans carburant.

Nous avons fait le tour des grands salons internationaux (Intersolar Munich, Middle East Electricity Dubaï,...) afin de présenter notre produit et recruter des distributeurs locaux. Nous vendons nos produits au travers d'un réseau de distributeurs et partenaires locaux qui connaissent le business local et assure également la maintenance de niveau 1 de nos générateurs.

Pour accompagner l'internationalisation en termes d'organisation interne : embauche d'une responsable export, recrutement de collaborateurs bilingues, formation du personnel administratif sur les règles de douanes et de transport international.

Exemples :
- Electrification d'un hôpital aux Comores
- Electrification de relais télécom au Gabon et au Cameroun
- Installation de solutions photovoltaïques (Ombrières de parking, générateur KW3,..) au siège de la SABER/ABREC au Togo qui assure
la promotion des énergies renouvelables en Afrique de l'Ouest.

www.libre-energie.com

Dispositifs export mobilisés

- **FRAC** pour études de marchés Afrique
- **Business France**
- **Init export ou Prim export** pour exposer sur des salons internationaux

Conseils

- Avoir beaucoup de patience et de persévérance Le temps de mise sur le marché estimé sera multiplié par 2 (Il faut donc prévoir les ressources financières en conséquence)
- Ne pas avoir de préjugés
- Innover en permanence afin de conserver une avance technologique
- Développer et entretenir son réseau de partenaires et distributeurs
- Etre en empathie forte avec ses clients et prospects
- Etre solide financièrement et être vigilant sur les conditions de paiement

Nous sommes membres de 2 réseaux. Cela nous a permis de faire des offres communes à l'export avec les membres de ces 2 réseaux et de mutualiser des approches commerciales vers certains clients.

Fiche d'identité :

- Année de création : 2007
- CA 2016 : 2,5 M€
- Effectif : 12 (dont 3 à l'international)
- % CA à l'international : 38%

Réseaux :

- Atlansun
- World Trade center Nantes

Contacts :

Frédéric CHEREAU
Directeur Associé
fchereau@libre-energie.com

REUNIWATT LA REUNION

Services de mesure et de prévision de la ressource solaire

Présentation

Reuniwatt développe des solutions innovantes pour permettre l'insertion massive et sécurisée de l'énergie solaire dans le mix énergétique.

En particulier, Reuniwatt commercialise des services de mesure et de prévision de la ressource solaire, destinés aux professionnels de l'énergie renouvelable : développeurs de projets, exploitants, professionnels de la maintenance, gestionnaires de réseaux, agrégateurs, ou encore traders d'énergie. Ces services prennent la forme d'abonnements en Software as a Service.

Reuniwatt développe également plusieurs produits de mesure : un imageur sol breveté pour améliorer la prévision infra-horaire ainsi qu'un capteur connecté et autonome en énergie pour récolter des données d'irradiance fiables.

France (métropole et DOM TOM), Allemagne, Italie, Royaume-Uni, Etats-Unis, Inde, Chine, Maurice, Madagascar.

« N'hésitez pas à faire un appel aux cellules de soutien à l'export.»

Retour d'expérience

Historique :

- Création de Reuniwatt à La Réunion en 2009
- Création du bureau mauricien en 2011
- Création du bureau australien en 2014

En termes de stratégie nous procédons à du démarchage direct d'entreprises locales. Nous avons recruté des VIE pour soutenir la création de nos structures implantées directement à l'international. Par exemple nous avons trouvé comme débouchés :

- Un trader d'énergie en Allemagne

- Un exploitant des site isolés en Australie

- Un offreur de solution numérique intégrée pour aller sur la Chine en B2B2B

Dispositifs export mobilisés

- Business France : VIE, prospection, études de marché, base de données
- PROAO
- CCEF
- BPIFrance, ADEME, PIA, H2020
- Région : aide à l'embauche de VIE et coaching pour dépôt de projet H2020.

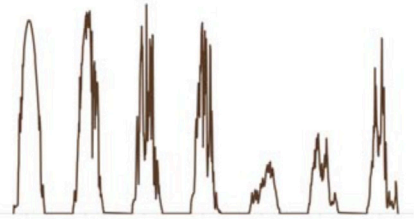
Conseils

- Avant de vous lancer à l'international, faites-en sorte de vous poser les bonnes questions (mes produits/ services correspondent-ils aux marchés ciblés ? mes moyens sont-ils suffisants pour réussir à l'export ? etc)

- N'hésitez pas à faire appel aux cellules de soutien à l'export (Business France, CCI, agences de développement, Conseillers du commerce extérieur de la France...)

- Demandez conseil à votre réseau

- Construisez un réseau local fort



Fiche d'identité :

- Année de création : 2009
- Effectif : 19

Réseaux :

- Durapole
- Systematic
- S2E2

www.reuniwatt.com

Contacts :

Marion Lafuma
Responsable Marketing
marion.lafuma@reuniwatt.com

AQUASSAY NOUVELLE AQUITAINE

Performance industrielle et environnementale.

Présentation

Créée en 2015 et implantée à Limoges, Aquassay fournit des solutions de performance industrielle et environnementale pour l'usine connectée avec une spécialisation sur la gestion de l'eau et une diversification vers les autres utilités d'un site industriel ou commercial (énergie, vapeur, gaz, ...).

Le métier initial d'Aquassay est de réaliser des interventions de « diagnostic et solutions » sur sites industriels. Il s'agit de « scanner » l'ensemble du parcours de l'eau d'une usine avec un réseau de mesure communicant en temps réel en différents points de l'usine. Cette cartographie, quantitative et qualitative, permet d'identifier et de quantifier tous les points d'amélioration et de risques et préconiser ensuite des plans d'action pour réduire les consommations, augmenter la productivité des usages de l'eau et réduire les rejets (en volume, charge polluante, toxicité, etc.)

Cela permet, sur un modèle d'abonnement, de transformer un site classique en usine connectée, disposant, en temps réel, de suivis fonctionnels et d'analyses de performance de ses installations. L'entreprise déploie son offre en Belgique, en Suisse, en Egypte, en Algérie, aux E.-A.-U.

AQUASSAY
DATA DRIVEN WATER EFFICIENCY

« Il faut prévoir plus de temps, d'énergie et de moyens que prévu...»

Retour d'expérience

Le marché de la transition hydrique, et de manière plus générale, celui de la transition environnementale, est un enjeu et un marché mondial.

Notre avance, conceptuelle et technologique, est confirmée par nos clients (grands groupe internationaux) et partenaires.

Nous ambitionnons donc logiquement un déploiement mondial, à la fois parce que c'est le positionnement de nos clients (il faut suivre leurs sites répartis sur la planète) mais aussi parce que c'est une importante opportunité de développement.

Il est à noter que dans le cas de notre modèle économique (comparable à celui des entreprises Internet), un tel déploiement renforce la position sur le marché.

2016 : signature d'un accord commercial (intégrateur) avec BWT, groupe autrichien, pour le déploiement de notre offre en Europe (cible : 2000 clients industriels et 10.000 installations à connecter).

2016 : participation au salon Americana (support : Business France).

2016 : participation à une délégation en Tunisie (organisateur : HYDREOS).

2017 : sollicitation pour des collaborations en Chine.

2017 : opération de démonstration en Egypte et en Suisse.

2017 : signature d'un accord commercial (intégrateur) avec ICE engineering, entreprise française, pour le déploiement de notre offre au Moyen-Orient.

2017 : discussion et opération de démonstration en cours avec d'autres acteurs (industriels utilisateurs et intégrateurs) pour un déploiement mondial.

Notre stratégie est de signer des accords commerciaux avec des industriels intégrateurs et des industriels utilisateurs (grands groupes), en l'adaptant aux objectifs techniques et commerciaux de chacun d'entre eux.

www.aquassay.com

Dispositifs export mobilisés

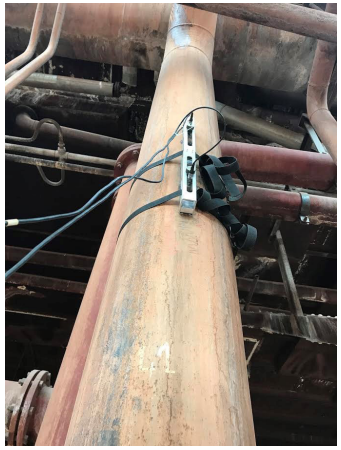
- **Aides régionales**
- **Business France :** Prospection / analyse de marché

Conseils

Dans notre cas (start up) il faut démultiplier les accords avec des partenaires locaux, déjà en contact avec les clients (rapidité de commercialisation) et ne pas essayer de faire seul. Ce qui permet de se concentrer sur l'enjeu central : l'évolution de la technologie.

Notre action reste actuellement restreinte par la taille de l'entreprise (moyens humains et financiers).

Une nouvelle augmentation de capital est en préparation, pour continuer à accélérer sur le développement technologique et commercial.



Fiche d'identité :

- Année de création : 2015
- CA 2016 : 812 k€
- Effectif : 21
- % CA à l'international : 6%

Réseaux :

- Hydreos
- Pôle Environnement Limousin
- Alpha RL
- Club ADEME international

Contacts :

Jean-Emmanuel Gilbert
Directeur commercial
jem.gilbert@aquassay.com

HYDREKA AUVERGNE RHÔNE ALPES

Instrumentations autonomes pour la gestion des ressources en eau

Présentation

Hydreka, implantée à Limonest à côté de Lyon ambitionne d'être un des leaders et experts mondiaux des solutions en instrumentation autonomes, innovantes et communicantes pour une meilleure gestion des ressources en eau. De la conception à l'exploitation jusqu'à la maintenance des appareils, Hydreka est notamment connu pour ses débimètres et ses progiciels pour les exploitants de réseaux.

La société articule son activité autour de 3 métiers :

• **Conception** (solutions exclusives et innovantes / Métrologie permanente et temporaire)

• **Location** Gamme large de solutions expertes (eau & environnement) Métrologie temporaire et autonome

• **Distribution** Gamme sélectionnée auprès de nos partenaires

La société déploie son offre sur le continent américain (notamment USA, Canada, Argentine, Brésil), au Moyen Orient, en Afrique et en Asie (notamment Indonésie, Malaisie, Singapour, Chine...)

HYDREKA
www.hydreka.com

« Se concentrer sur une cible à la fois et ne pas se disperser.»

Retour d'expérience

Dans un premier temps, le développement à l'international s'est mis en place par des business d'opportunités via les leaders français de l'eau (sociétés fermières privées type Véolia, Suez & Saur) et à travers des bureaux d'études français. Le marché français arrivant à maturité, le business d'opportunité à l'export nous a conduit à structurer, stabiliser puis développer notre action à l'international.

Puis, nous avons mis en place un réseau de distributeurs (plus de 40 à ce jour répartis sur les 5 continents).

Notre stratégie combine un partenariat local via notre réseau de distributeurs et notre partenariat historique avec les grands groupes français.

En termes d'organisation interne :

- Création d'un service commercial export & un service logistique

- Recrutement de personnes bilingues / formations internes

- Augmentation de la capacité de production (immo, ressources humaines...)

Dispositifs export mobilisés

- FASEP à travers nos clients
- Business France : Prospection
– Accompagnement évènementiel

Conseils

- Se concentrer sur une cible à la fois et ne pas se disperser

- Bien choisir son partenaire local (essentiel à long terme)

Les principaux défis à relever :
- Différences culturelles
- Langue
- Adaptabilité de l'offre par rapport aux normes locales

Fiche d'identité :

- Année de création : 1988
- CA 2016 : 10.6 k€
- Effectif : 45
- % CA à l'international : 43%

Réseaux :

- Axelera

www.hydreka.com

Contacts :

Pascal Devynck
Directeur commercial & marketing
pdevynck@hydreka.fr

NKE INSTRUMENTATION BRETAGNE

Instruments de mesure électronique de la qualité de l'eau

Présentation

NKE Instrumentation, implantée à Hennebont à côté de Lorient, développe, fabrique et commercialise des instruments pour la mesure et la surveillance des eaux marines et des milieux aquatiques (Mesure en subsurface et profond jusqu'à 4 000 mètres).

NKE Instrumentation fournit :

• Des enregistreurs autonomes pour la surveillance des paramètres (Pression, Température, Salinité, Oxygène Dissous, Turbidité...) ; la surveillance du milieu (Envasement, Flux Thermique, Corrosion Atmosphérique...) ; l'analyse du comportement des systèmes immergés (Force, Accélération, Inclinaison, Corrosion...) ; le contrôle des pêches (Temps de mordage, Position navire, Temps immersion de chalut...)

• Des systèmes automatisés : Surveillance des eaux, des estuaires ; Bouées instrumentées, acoustiques ; Profileurs de tous de types.
L'entreprise déploie son offre notamment en Chine, au Japon, en Inde, en Allemagne, en Italie , en Espagne...

« Disposer de solides ressources financières car il faut investir sur 3 ans avant de récolter.»

Retour d'expérience

L'entreprise s'est orientée vers l'international pour pouvoir adresser ce marché d'ultra niche et ainsi amortir à une large échelle leur effort important de R & D.

En termes de méthode NKE instrumentation, qui fait réaliser une étude de marché systématiquement avant de se confronter à un nouveau marché, a mis en place un réseau de 17 agences/distributeurs.
La participation à des salons internationaux constitue également un axe de développement commercial export fort.
Sur le plan de la stratégie, l'adaptation technique de ses produits aux usages des pays où elle exporte est mis en avant.

L'entreprise, qui s'enorgueillit de l'aide scientifique reçue de l'Ifremer sur des symposiums, identifie de nombreux clients dans des congrès.
Malgré l'échec d'implantation durable d'une filiale à 100 % au Brésil, l'entreprise poursuit son développement international. Il est à noter qu'elle a par exemple réussi à ce que la marque d'un de ses produits soit désormais citée dans des appels d'offre en Chine.

http://www.nke.fr

Dispositifs export mobilisés

- Aide régionale Bretagne VIE
Garanties clients Coface
- Business France : Prospection / accompagnements salons

Fiche d'identité :

- Année de création : 2012
- CA 2016 : 7 417 K€
- Effectif : 29
- % CA à l'international : 53%

Réseaux :

- Pôle MER Bretagne Atlantique
- Club ADEME international

Contacts :

Jean-Claude Le Bleis
Président
jclebleis@nke.fr

TECHSUB HAUTS-DE-FRANCE

Dépollution des eaux

Présentation

TECH SUB est le pionnier de la plongée industrielle en France. La société de St Laurent Blangy près d'Arras propose aux industriels des services de travaux sous-marins pour la maintenance des stations d'épuration.

Elle permet notamment de remettre leurs installations en conformité sans vidange des effluents dans le milieu naturel, ni arrêt de leurs process. L'entreprise a développé des solutions pour restaurer les plans d'eau souffrant d'eutrophisation, sous la marque AQUAGO, parmi lesquelles les aérateurs solaires SUNGO qui dépolluent l'eau sans aucune source d'énergie extérieure.

TECH SUB est présente sur les marchés des Emirats Arabes Unis, d'Australie, du Vietnam, du Gabon, du Congo, du Maroc, des USA et de Chine.

> « Au travers de clusters, on s'associe à d'autres entreprises françaises ou étrangères afin de nouer des liens et mutualiser les actions.»

Retour d'expérience

À partir de 2006 TECH SUB a commencé à prospecter et à répondre à des appels d'offres à l'étranger. En 2010, l'entreprise s'implante à Abu Dhabi et au Québec, en joint-venture, tout en continuant une prospection soutenue principalement en Asie et en Afrique.

Profitant d'une offre de services et de produits variés, elle s'appuie sur un réseau de partenaires locaux, et sur des clients français actifs à l'international.
TECH SUB a très tôt misé sur les partenariats : notamment au travers de clusters, elle s'associe à d'autres entreprises françaises ou étrangères afin de nouer des liens et mutualiser les actions.

D'abord parce ce que nous avions des demandes de clients étrangers et voulions pouvoir leur répondre. Ensuite par envie et curiosité de découvrir d'autre marchés et d'autres façons de faire les affaires. Enfin par prise de conscience que pour certaines de nos activités, le potentiel à l'international était considérable.

Cela nous a imposé de nous former : langues, logistique, juridique. Nous réalisons des chantiers à l'export, donc nous avons dû également sélectionner et former des salariés capables de piloter les opérations sur place.

Dans un premier temps au travers d'une veille internet : lorsque nous avions des demandes de certaines zones en particulier ; ensuite par des études de marché. Nous avons par exemple réalisé l'aération par aérateur solaire de la station d'épuration de Koo Wee Rup, Etat de Victoria - Australie.

http://www.aquago.fr

Fiche d'identité :

- Année de création : 1995
- CA 2016 : 5,3M€
- Effectif : 46

Réseaux :

- CD2E
- Pôle nucléaire de Bourgogne

Dispositifs export mobilisés

- Aide régionale soutien VIE
- Assurance export
-Business France : prospection/ études de marché/ salons internationaux/ VIE

Conseils

Il faut rechercher des partenaires locaux et des conseils d'entrepreneurs connaissant bien le pays cible.

Disposer de supports commerciaux dans la langue du pays.

S'armer de patience et de persévérance. Rester en veille sur les marchés qui ne sont pas encore murs et intégrer des réseaux (clusters, clubs d'exportateurs, experts).

Il faut également, pour pérenniser sa présence créer des liens durables avec ses clients et ses partenaires locaux. Etre réactif aux demandes et ne pas hésiter à adapter son offre, le contexte concurrentiel à l'export peut être intense. Il est nécessaire de travailler avec des juristes et des experts sur les aspects juridiques et financiers, notamment la sécurisation des contrats et des paiements.

Les défis à relever :
- Gérer des appels d'offres locaux sur les pays sur lesquels on n'est pas réellement implantés.
- Le délai pour l'aboutissement des projets.
- Les risques paiement.

Contacts :

Hélène Szulc
Directrice
helene.szulc@techsub.com

AC Energies HAUTS-DE-FRANCE

Etudes techniques sur l'efficacité énergétique

Présentation

A l'origine bureau d'études techniques sur l'efficacité énergétique des installations de gaz neutres et d'air comprimé en industrie, l'entreprise de Mons-en-Pévèle, à côté de Lens, a poursuivi son développement et sa diversification vers l'expertise-conseil et la formation pour le management de l'énergie, tant en France qu'à l'export.

Ce développement export principalement à destination des pays francophones l'a conduit à compléter son offre de service par des missions techniques d'accompagnement et de mises en relation d'éco- entreprises françaises avec leurs homologues du Québec. A partir de leur expertise technique des flux et de leur pratique des réseaux éco-industriels, leurs actions consistent à favoriser les synergies et la rencontre des besoins et solutions technico-économiques entre les différents acteurs, ceci dans une logique et une démarche d'écologie industrielle qui vise à boucler les flux d'énergie et de matière et à nouer des nouveaux partenariats.

L'entreprise réalise ses prestation en Belgique, au Canada, au Maroc et en Tunisie.

> « Il faut entretenir des relations créées à l'export avec d'autres entreprises francaises.»

Retour d'expérience

Pour compenser une baisse de l'activité industrielle en France l'entreprise s'est tournée vers l'international. AC Energie a réalisé ses premières prestations en Belgique, le pays frontalier, à partir de 1995, prolongées par la suite par les premières missions au Maroc dans les années 2000, au Canada en 2007 et en Tunisie à Partir de 2011.

L'entreprise est notamment, missionnée par la Région, à l'origine d'une entente signée entre le Technocentre en écologie industrielle , le Centre de transfert technologique en écologie industrielle du Québec et le cluster régional CD2E, basé à Loos-en-Gohelle.
En termes de stratégie, AC Energie s'est appuyée sur des missions techniques pour les organismes français, étrangers et internationaux (AFD, Banque Mondiale, ANME Tunisie par exemple) en répondant à des AO et sur des prestations d'études techniques pour les filiales de groupes français.

Pour l'expertise - conseil il n'existe pas de difficultés matérielle à partir à l'international. Les défis sont d'ordre relationnel et réglementaire. Une accroche locale est nécessaire que ce soit sous forme de sous-traitance ou de partenariat.

Fiche d'identité :

- CA 2016 : 130 K€
- Effectif : 2
- %CA export : 20%

Réseaux :

- CD2E
- Club ADEME international

www.acenergie.fr

Dispositifs export mobilisés

- **Bpifrance Export :** Assurance prospection
- **Aides régionales**
- **Business France**

Conseils

Pour une éco-entreprise qui se lance à l'international il est nécessaire de se faire accompagner par Business France et le club ADEME international pour les premiers pas.

Ensuite l'enjeu est de trouver des partenaires locaux qui assurent un relais de présence. Il est important également de prospecter les connexions internationales de vos clients français.

Pour pérenniser sa présence il est impératif de bâtir un réseau relationnel et d'affaires dans la durée. La confiance est un élément incontournable. Il est précieux d'entretenir des relations créées à l'export avec d'autres entreprises françaises.

Contacts :

Pascal Dumoulin
Dirigeant
pascal.dumoulin@acenergie.fr

BASE NOUVELLE AQUITAINE

Panneaux solaires thermovoltaïques

Présentation

Spécialisée dans les énergies solaires, BASE est une PME girondine, fondée en 2009.

La société est connue pour avoir mis au point Cogen'Air, le premier panneau solaire thermovoltaïque, capable de produire simultanément électricité et chaleur.

Elle possède également une expertise dans l'autonomie énergétique et commercialise une gamme de solutions non raccordées au réseau.

Base possède un savoir-faire reconnu dans **l'électrification de petites applications mobiles ou implantées loin du réseau électrique. Base conçoit, dimensionne et met en œuvre des systèmes solaires ou éoliens autonomes permettant de répondre à un besoin d'utilisation d'électricité là où le réseau électrique n'est pas disponible.**

BASE
NOS SOLUTIONS SOLAIRES, VOTRE TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

> « Profiter d'être le premier pour prendre des parts de marché significatives.»

Retour d'expérience

L'entreprise veut profiter d'être pionnière sur le marché pour prendre des parts de marché significatives à l'international. Par ailleurs, le fait qu'il y ait moins de contraintes réglementaires à l'installation de leur innovation dans d'autres pays est également un driver.

Ouverture vers l'international à partir de 2017. Dans le cadre d'une levée de fonds, l'entreprise prévoit le recrutement d'un directeur export en 2018.

Plusieurs stratégies sont mises en place :

- Partenariats avec groupes internationaux pour adresser certains marchés spécifiques (le groupe emmène leur technologie dans ses valises)
- Partenariat avec partenaire local (Maroc) pour la commercialisation de leur innovation.

Mission de ciblage marché avec la CCI Bordeaux.

Cogen'Air Solaire Thermovoltaïque®

Dispositifs export mobilisés

- CCI Bordeaux (ciblage marché dans le cadre d'un pass export)

Conseils

- Connaître le marché local et ses contraintes
- Rencontrer des partenaires locaux motivés pour commercialiser
- Utiliser l'anglais et bien appréhender les contraintes de commercialisation à l'export de ses solutions (logistique, règlementation...)

Fiche d'identité :

- Année de création : 2009
- CA 2016 : 1 150 K€
- Effectif : 15

Réseaux :

- Club ADEME International
- Aquitaine Croissance verte
- Pôle Creahd

www.base-innovation.com

Contacts :

Luc Milbergue
Directeur Général
luc.milbergue@base-innovation.com

NANOMAKERS ÎLE-DE-FRANCE

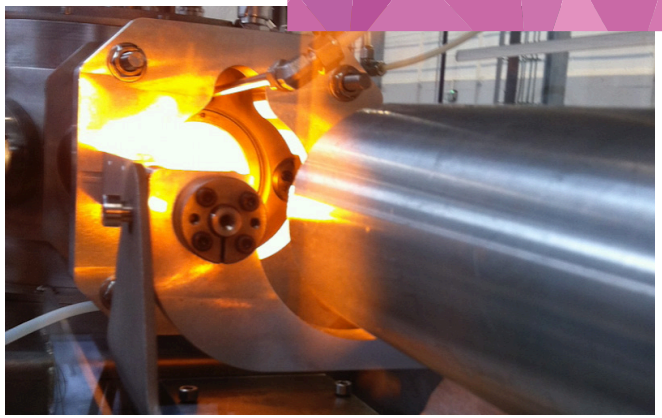
Production des nanopoudres pour composants des batteries Li-ion

Présentation

Implantée à Rambouillet, Nanomakers conçoit, produit et commercialise des nano poudres de composites de silicium brevetées qui améliorent de manière disruptive de nombreux matériaux : d'un côté, des élastomères, des métaux, des poudres pour la fabrication additive et d'un autre côté des composants pour le doublement de la capacité des batteries Li-ion.

Grâce à sa technologie d'origine développée au CEA, Nanomakers fournit ses nano-poudres à 80% du marché mondial de la batterie pour développer des batteries Li-ion hautes performances. Son nano-silicium permettra de doubler l'autonomie des batteries Li-ion à l'horizon 2018/19. Nanomakers a été fondée en 2010, la première unité de production industrielle a été installée en 2012. L'entreprise a été lauréate du Concours Mondial d'Innovation en 2014 et 2015, et elle entre maintenant dans une nouvelle étape de son développement technique et industriel pour faire face à une demande multiple et anticipée comme très forte.
Elle vend également ses nano-poudres en quantités industrielles à tous les acteurs mondiaux des joints pour la production de semi-conducteurs.
Plus de 99% de produits sont vendus hors Europe (Japon, USA et Corée du sud), avec un CA qui double chaque année. Le pôle R&D de l'entreprise travaille également sur de nouvelles applications, de nouveaux débouchés comme la fabrication additive.

> « Les pôles nous permettent d'échanger des informations sur la tendance des marchés, les nouvelles technologies et la diversification des applications et de contacter des grands groupes.»



Retour d'expérience

Dans notre secteur (matériaux avancés), les meilleurs sont au Japon.
Nos produits intéressent de nombreux industriels internationaux qui sont prêts à s'investir dans des projets de R&D et d'innovation pour trouver des nouveaux matériaux.
Conséquence : nos 3 premiers clients (récurrence et volumes industriels) sont aux USA, au Japon, et en Grande-Bretagne.

Cela implique des adaptations à l'international comme :
- gérer les expéditions à l'international en suivant les différentes règles d'emballage ;
- éditer des documents en anglais ou en langue du pays (Devis, TDS, MSDS, étiquettes etc...).

En 2007, sur l'impulsion de marques d'intérêt émanant d'industriels internationaux, le projet d'essaimage Nanomakers est né.
En 2010, la SA Nanomakers est créée et signe son premier contrat de fourniture d'échantillons de nano poudres avec un industriel japonais dans le secteur de semi- conducteurs. Et la même année, la filiale Nanomakers Japan voit le jour.
En 2012, la première ligne de production industrielle est mise en service à Rambouillet avec une capacité de 10 tonnes par an. La même année, Nanomakers a déposé le brevet du SiΩC dédié aux applications batteries et le contrat de distribution avec Mitsui Busan Electronics est signé.
En 2014, premier contrat commercial avec un producteur mondial de joints pour les semi-conducteurs est signé (USA).
En 2015, Nanomakers livre des échantillons aux nouveaux clients, leaders mondiaux de batteries Lithium-ion (Japon, Corée) et son chiffre d'affaires est multiplié par 1,8.
En 2017, pour répondre à la demande croissante des clients, Nanomakers investit pour développer sa capacité de production à Rambouillet et travaille à un projet de JV au Japon.

Mots-clés : #Partenariats entreprises locales, #identification et contacts acteurs-clés, #projets dans clusters européens.

www.nanomakers.fr

Fiche d'identité :

- Année de création : 2010
- CA 2016 : 1,2 M€
- Effectif : 10
- % CA à l'international : +99%
- 1 filiale au Japon

Réseaux :

- Durapole,
- Mov'eo,
- ASTech
- Materalia
- Pôle européen de la Céramique
- Elastopôle

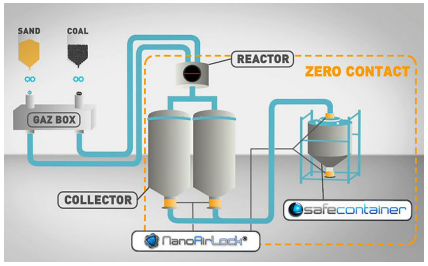
Dispositifs export mobilisés

- **Coface** (USA & Japon)
- **Commission Européenne** (H2020, EIT Raw Materials)
- **Business France**
- **CCEF**

Conseils

Les pôles nous permettent d'échanger des informations sur la tendance des marchés, les nouvelles technologies et la diversification des applications et de contacter des grands groupes pour monter ensemble des projets collaboratifs.
Il faut oser et ne pas hésiter à s'appuyer sur l'image de la France dans les greentech.

Les défis à relever :
- La barrière des langues et la différence de culture (en termes de business) sont à dépasser, surtout en Asie.
- Les négociations sur les termes de vente et les spécifications sont à traiter délicatement.
- Les échanges avec les agents locaux ou les distributeurs ne sont pas toujours faciles.



Contacts :

Jean-François Perrin
PDG
jfperrin@nanomakers.fr

PRAGMA INDUSTRIES NOUVELLE-AQUITAINE

Pile à combustible compacte

Présentation

Pragma Industries est le spécialiste français de la pile à combustible compacte.
L'entreprise implantée à Biarritz regroupe une équipe pluridisciplinaire d'ingénieurs en mécanique, électrotechnique, mécatronique...

Leur savoir-faire va de la conception à l'intégration de systèmes pile à combustible pour répondre aux besoins d'alimentation électrique d'applications nomades.

Leurs marchés cœur de cible :
La petite mobilité avec leur vélo à assistance électrique à hydrogène Alpha Bike H2.
Le monde militaire avec leur générateur Teya et sa version déclinée pour le secteur de la sécurité civile ou le loisir (camping-car, plaisance). Tous les marchés d'applications d'alimentation hors-réseaux (capteurs, outillage électroportatif, ...).

L'entreprise déploie son offre en Europe, en Asie, en Amérique du Nord et du Sud.

« Démarrer une action export suppose de s'engager à la mener sur la durée.»

Retour d'expérience

L'international a été notre premier marché, car il n'existait aucun marché en France. Nos premiers produits étaient des produits dédiés au monde de la recherche et de l'enseignement. Le marché français était trop étroit pour générer du revenu. A une époque de notre développement, nous faisions plus de 60 à 70% de notre CA à l'étranger (UE comprise).

Pragma Industries a participé à de nombreux salons et congrès à l'étranger. Ces évènements nous ont offert une très bonne visibilité. Nous avons également été appelés à participer à des programmes de recherche européens.

Ces deux axes nous ont offert une très bonne visibilité internationale soutenue par notre présence web et un bon référencement. Dans notre activité, il y a peu d'acteurs dans le monde, ce qui facilite les choses.

Travail en coordination avec le syndicat professionnel de l'écosystème hydrogène (l'AFHYPAC) et ses différents membres. Travail en réseau avec les acteurs du territoire (Région, Associations locales directement liées à l'export ou à notre métier) auquel nous appartenons pour bénéficier des aides mises en place et d'une mutualisation de moyen.

L'internationalisation implique :
Une grande mobilité pour la participation à des salons ou congrès. Une grande réactivité suite aux demandes de prix ou de renseignements venant de notre site web. Un site web en anglais bien référencé. Savoir cibler et trouver aussi de bons agents locaux. Majeur, quand on n'a pas la capacité d'ouvrir une représentation. **Les produits doivent être irréprochables en termes de qualité. Ils doivent aussi se positionner sur des niches sur lesquelles il n'y a pas de concurrence.**

www.pragma-industries.com

Fiche d'identité :

- Année de création : 2004
- CA 2016 : 280 K€
- Effectif : 5
- % CA à l'international : 80%

Réseaux :

- Aquitaine Croissance verte
- Cluster Énergie Nouvelle Aquitaine

Dispositifs export mobilisés

- CCEF (ciblage des entreprises qui constituent le cœur de cible du marché à prospecter).
- Aides régionales (salons à l'étranger).

Conseils

Il faut être solide financièrement. Savoir positionner ses produits vis-à-vis des prospects. Bien connaitre le marché, territoire par territoire. Privilégier les marchés export de proximité afin de ne pas engager trop de budgets déplacements.

Être conscient que l'export paie sur la durée.
Donc démarrer une action export suppose de s'engager à la mener sur la durée. Dédier un interlocuteur référent. Se prémunir des risques d'impayés. Disposer d'un catalogue préétabli au moins en langue anglaise (idéalement en espagnol pour certaines zones hispaniques) avec des fiches produites. Pour le Japon, toujours disposer d'un catalogue en Japonais (anglais déconseillé).

Un site web en anglais avec de l'achat de mots clés par zone de langues. Se rapprocher de Business France qui peut donner des conseils très utiles sur le tissu économique du territoire visé et les us et coutumes à respecter. Identifier les acteurs clés du marché et les évènements de type salons incontournables auxquels participer pour amorcer une connaissance terrain. Cette dernière action est indispensable.

Avoir un moral indéfectiblement optimiste.
Aimer se déplacer et ne pas avoir peur d'aller au contact des pays ciblés. C'est la meilleure manière de sentir le pays sur lequel, on veut s'implanter.

Défis à relever :
- L'éloignement.
- Ne pas avoir d'agent local est un vrai frein.
- L'absence d'un cash-flow.
- Si l'on n'est pas capable de disposer d'une trésorerie pour lancer les productions avant les règlements. Il faut, alors, être capable de se faire payer à la commande.

Contacts :

Responsable commercial
chris.bruniau@pragma-industries.com

ACRI HE BRETAGNE

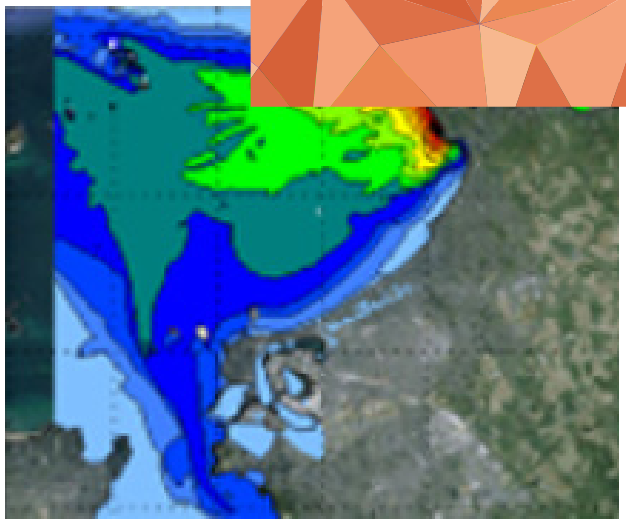
Bureau d'études environnemental spécialisé en télédétection spatiale

Présentation

ACRI HE, implanté à Brest, est un bureau d'études environnemental spécialisé en télédétection spatiale, modélisation océanique et côtière, analyses de données, sédimentologie, bathymétrie, courantologie, campagnes de mesures, développements informatiques appliqués.

Leurs services consistent notamment à cartographier en 3D la morphologie des fonds immergés et de la bande côtière, à déterminer les épaisseurs de sédiments, la densité des fonds comme la profondeur du fond dur, les interfaces de crème de vase, ou à mesurer l'intensité et la direction des courants.
ACRI HE réalise des études pour la recherche d'eau pour la consommation humaine, des ouvrages de captage à la gestion prévisionnelle des ressources, la protection dynamique contre les pollutions et les procédures de périmètres de protection.
ACRI-HE est un expert auprès des agences spatiales et un partenaire des instituts de R&D.
L'entreprise réalise ses prestations notamment en Irlande, en Italie, au Congo, au Maroc et au Royaume Uni.

> « Avoir des contacts locaux, une capacité de financement ou une couverture financière pour risque.»



Retour d'expérience

ACRI HE s'est tourné vers l'international pour adresser le marché ouvert et croissant des pays en voie de développement qui voient émerger des obligations de réduction des pollutions et d'application de réglementations environnementales.

La société a par exemple réalisé la modélisation hydro sédimentaire du littoral de Foum El Oued (Maroc) afin de caractériser les aléas de risque de submersion et d'érosion, une levée bathymétrique et topographique sur le fleuve Congo à Brazzaville, ou une étude de l'impact du changement climatique sur les récifs coralliens et l'état de la mangrove, à partir d'images satellites très haute résolution et pour la zone des iles Tonga.

Historique de l'internationalisation :

- Création d'une filiale au Maroc en 2006 (par ACRI ST)
- Opération de contrats avec des banques de développement en 2015
- Identification des marchés cibles
- Réponse à des appels d'offres internationaux

Stratégies mises en place :

Approches complémentaires de création de consortium et de présence locale.

Principales difficultés rencontrées :

Coût des démarches commerciales locales Difficulté de se faire payer par l'administration (marché public).

www.acri-he.fr

Dispositifs export mobilisés

- Appels d'offres Internationaux

Conseils

Deux conseils principaux :

- Avoir des contacts locaux
- Avoir une capacité de financement ou une couverture financière pour risque

Fiche d'identité :

- Année de création : 2014
- CA 2016 : 1 154 k€
- Effectif : 13.5 ETP
- % CA à l'international : 232K€
- 1 filiale au Maroc

Réseaux :

- Aqua Valley
- Pôle mer Bretagne Atlantique
- Pole mer Méditerranée
- Pôle In space

Contacts :

Antoine Mangin
Directeur Scientifique
Antoine.mangin@acri-he.fr

CRÉOCÉAN NOUVELLE AQUITAINE

Gestion intégrée et durable des zones littorales et marines

Présentation

CREOCEAN, implanté à la Rochelle, propose une offre globale de services tournée vers la protection, le développement et l'aménagement des zones littorales et marines dans un souci d'une gestion intégrée et durable.

Ses capacités d'expertise ont notamment trait à la géologie, la géophysique, l'hydrodynamique, la sédimentologie, la biologie et l'écologie, et la gestion des données.

L'entreprise se singularise par sa capacité à traiter de manière intégrée tous les aspects de l'océanographie depuis les premières étapes de la conception d'un projet jusqu'à sa réalisation.

En dehors de la France et des DOM-TOM, Créocéan a réalisé des études sur 67 pays étrangers. Les principaux pays en termes de CA : Qatar, Yémen, Aruba, Mexique, Gabon, Côte d'Ivoire, Maroc.

creocean
Environnement & océanographie

« L'international nous permet de développer fortement notre CA et notre rentabilité.»

Retour d'expérience

Depuis sa création en 1980, Créocéan conseille des clients à l'international dans le cadre de leurs projets liés aux environnements côtiers et hauturiers. Créocéan a ainsi réalisé de nombreuses études d'acquisition et de traitement de données (océanographiques, bathymétriques, cartographies d'habitats et de sensibilité), des études d'états initiaux et d'impacts, des analyses liées à l'environnement en général (études et restauration de la biodiversité par exemple), ainsi que des plans et schémas d'aménagement.

Premiers contrats d'expertises dans le Golfe Arabo-persique pour des compagnies pétrolières en 1999.
Mi 2003 : portage TOTAL VIE.
Novembre 2003 : inauguration du bureau CREOCEAN QATAR.
En juin 2006, 3ème VIE qui a été embauché.

Stratégie mise en place :
- Renforcer les bases fortes : le Moyen- Orient et le Qatar où nous sommes implantés.
- Fonctionnement par éléments déclencheurs dans d'autres zones : Asie et Indonésie,
- Brésil, Afrique de l'Ouest
- Stratégie Groupe KERAN auquel nous appartenons ;
- Suivre la société TOTAL : des projets actuels dans multi-pays.

Petite équipe commerciale internationale de 4 personnes ayant une forte expérience à l'export.

Impact organisationnels :
- Formation en langues de certains chefs de projets amenés à se déplacer mais aussi de personnes sédentaires
- Création d'une équipe chargée du développement international avec réunions régulières
- Mise en place d'une stratégie spécifique à l'international
- Recrutement de plusieurs VIE

www.creocean.fr

Fiche d'identité :

- Année de création : 1980
- Effectif : 67
- CA 2016 : 5,5 M€
- %CA à l'international : 33%
- 1 enregistrement au cadastre du Brésil
- 1 agence au Qatar et 1 en Indonésie.
- 2 Etablissements secondaires à fiscalité locale (Tahiti et Nouméa)
- 1 filiale à la Réunion

Réseaux :

- Pôles Mer Bretagne Atlantique
- Pôle Mer Méditerranée
- Cluster Maritime Français

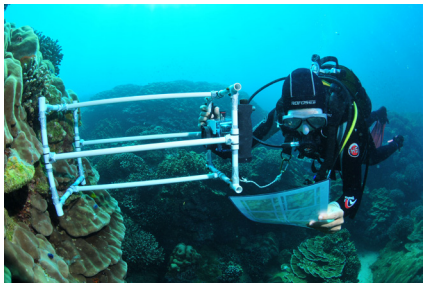
Dispositifs export mobilisés

- **FASEP**
- **Aides à l'emploi des VIE (Région)**
- **Assurance Prospection Bpifrance Export**
- **Business France prospection**
- **CCEF**

Conseils

1. Bien étudier ses marchés cibles en amont 2. Maîtriser au moins l'anglais
3. Avoir une équipe prête et compétente pour développer l'export
4. Ne pas hésiter à solliciter les aides publiques (Région, CCI, Business France...) 5. Participer aux missions de prospection (CCI, Business France...)

Pour pérenniser sa présence :
- Développer des partenariats avec des sociétés/bureaux d'études implantés dans les pays cibles
- Créer des agences voire des filiales
- Diversifier sa clientèle et ses offres dans chacun des pays



Contacts :

Eric Dutrieux
Directeur Général Délégué à l'International
+33 (0)5 46 41 13 13

ECOCEAN OCCITANIE

Restauration écologique en milieu marin

Présentation

Ecocean a développé 2 solutions distinctes complémentaires :
• BioRestore® : procédé complet de capture & culture de post-larves de poissons et de repeuplement marin sur des habitats d'émancipation,
• Biohut® : gamme d'habitats artificiels offrant le gîte et le couvert aux jeunes poissons afin d'augmenter leur taux de survie et ainsi redonner la fonction de nurserie à des zones endommagées par l'Homme (ex : ports).

Créée en 2003, ECOCEAN a pour vocation la valorisation durable de la ressource marine et la conservation de la biodiversité des écosystèmes marins. Son savoir-faire unique, la PCC (Post-larval Capture and Culture) autrement dit la capture et l'élevage de post-larves de poissons, a d'abord été développé en Polynésie Française, puis commercialisé dans des pays tropicaux (Philippines, Madagascar, Hawaï etc). En 2007, l'entreprise de Montpellier poursuit son développement en orientant son activité sur la mise en place de solutions de restauration écologique en milieu marin et plus récemment en eau douce. Ecocean, qui emploie à ce jour 11 personnes, est désormais reconnue comme leader européen de son domaine. Ecocean réalise des prestation en Corée du sud, aux USA (Baltimore), aux Pays-Bas (Rotterdam), au Maroc (Nador) et au Danemark (Helsingor).

ecocean
Raised to be wild

« Le primo exportateur devra en priorité s'appuyer sur des compétences locales.»

Fiche d'identité :

- Année de création : 2003
- Effectif : 11
- CA 2016 : 1,1 K€

Réseaux :

- Aqua-Valley
- Pôle mer Méditerranée
- UPGE

Retour d'expérience

De 2003 à 2008 : 95% d'activité à l'international = capture, élevage et commercialisation de poissons tropicaux pour le marché de l'aquariologie, vente de matériel de pêche & diagnostic.
2009 : transition des activités vers le marché de restauration écologique.
De 2009 à 2015 : développement et validation scientifique des nouveaux produits Ecocean en France.
2013-2015 : VIE basé à Baltimore, USA. Etude de marché, prospection, recherche de partenariat et soumission de projets.
2016-2017 : VIE basé à La Haye, Pays-Bas. Etude de marché, prospection et montage de projets dans les Pays du Nord de l'Europe. Dans les premières années de notre activité à l'international nous travaillions sur des financements institutionnels (AFD, NOAA, World Bank) avec des structures locales.
Puis, pour commercialiser nos solutions de restauration écologique à l'export, nous avons :

- mis en place 2 contrats VIE successifs pour prospecter les USA (suite à la catastrophe Deep Water Horizon) puis l'Europe du Nord (même réglementation maritime qu'en France); - recruté un agent commercial indépendant à Séoul (Corée) qui prospecte pour nous ce marché difficile d'accès (1ère vente en 2016);
- participé à des projets structurants portés par des grands groupes, à leur demande (en cours de soumission). En effet, nous avons pris conscience que nos produits peuvent être des éléments différenciants pour un grand groupe dans une réponse à appel d'offres ;
- intégré l'UPGE (Union Professionnelle du Génie Ecologique) et son cluster LifeSys ;
- participé à des journées ciblées export comme « 1 ambassadeur, 1 entrepreneur » organisée par le ministère des affaires étrangères en 2017.

Nous pouvons également nous appuyer sur un réseau de relations développé depuis presque 15 ans (expertises et projets menés dans plus de 30 pays depuis 14 ans).
Ces dernières années, notre développement à l'international s'est surtout effectué au gré des opportunités et des rencontres. En Europe, les directives européennes tendent à favoriser nos solutions et les pays d'Europe du Nord ont une sensibilité accrue pour l'environnement. Pour cela, cette zone est prioritaire dans notre démarche commerciale.
Le Moyen-Orient, zone où la biodiversité marine est très dégradée, fera l'objet d'une prospection accrue dans les mois qui viennent. Enfin, l'Australie et le Canada sont également des pays cibles.

www.ecocean.fr

Dispositifs export mobilisés

- Assurance Prospection : Bpifrance Export
- Business France : VIE

Jusqu'à présent, ce développement s'est appuyé sur le personnel de l'entreprise, embauché pour sa polyvalence. Le PDG s'est impliqué personnellement en effectuant ces dernières années de nombreuses missions à l'étranger (Jordanie, USA, Mexique, Corée, Espagne, Pays-Bas, Dubaï, Oman...). En 2018, pour accélérer notre processus d'internationalisation, nous allons embaucher un directeur commercial export pour étoffer notre équipe commerciale.

Conseils

- Le primo exportateur devra en priorité s'appuyer sur des compétences locales, il est toujours plus efficace de produire et de travailler avec un entourage local pour développer son activité.
Faire une étude de marché ciblée, pour vérifier l'adéquation offre/besoin, identifier les projets structurants dans chaque pays visé.
- Ne pas toujours compter sur les aides et mécanismes publics de type BPI. Il existe d'autres formes de financement (ex : crowdfunding)
- Gérer sa propriété industrielle en fonction des zones visées
- Innover en permanence (la gamme d'Ecocean s'enrichit de 1 à 2 nouveaux produits par an) pour réduire les chances d'être copiés
- Avoir validé scientifiquement ses solutions au préalable
Ecocean a débuté son activité principalement à l'international, du fait de son activité initiale (la PCC). En 2009, nous avons orienté une partie de notre activité sur la restauration écologique et nous avons participé à la création de cette filière. Il nous a fallu 5 ans de projets de recherche et développement en France pour valider nos solutions, en mettant de côté notre croissance à l'export (tout en conservant une petite part de notre CA à l'international et en maintenant un effort de prospection). Forts des résultats obtenus, nous pouvons désormais afficher des ambitions internationales (objectif : 15% du CA en 2020).

Contacts :

Gilles Lecaillon
Président l'International
gilles.lecaillon@ecocean.fr

ENVIRONNEMENT SA ÎLE-DE-FRANCE

Instruments de mesure en continu des polluants

Présentation

L'entreprise de Poissy est leader sur le marché des systèmes de surveillance de l'environnement, de suivi des émissions industrielles et des solutions de surveillance pour l'optimisation des procédés. Le Groupe Environnement S.A s'assure une croissance continue depuis sa création en 1978 en s'appuyant sur sa politique d'innovation, des filiales implantées à l'étranger et sur un réseau de distribution couvrant plus de 60 pays.

Environnement SA fabrique, conçoit et commercialise des instruments de mesure en continu et solutions :

• Réseaux de surveillance de la qualité de l'air : analyseurs de référence (gaz, particules...), laboratoires mobiles, fixes et systèmes clé-en-mains. Réseaux autonomes de capteurs.

• Systèmes de mesure en continu des procédés industriels et des émissions industrielles (Dioxines, Mercure, Poussières, gaz - HCl, SO2, NO, NO2, NOx, N2O, CO, CO2, CH4, HC, NH3, HF, H2S, TRS, O2, H2O, Température, Débit de gaz et solides, Pression, etc.).

• Systèmes d'acquisition, traitement et reporting de données.

• Analyseurs pour la mesure en continu de la qualité des eaux ; stations d'alerte.

• Systèmes de mesure des gaz moteur.

• Systèmes de surveillance des radionucléides.

Environnement SA est notamment à l'origine de la mise en place du réseau national de surveillance de la qualité de l'air en Inde (CPCB).

Environnement S.A

« Ne pas hésiter à se faire accompagner.»

Fiche d'identité :

- Année de création : 1978
- Effectif : 450
- CA 2016 : 76,6 M€
- %CA à l'international : +76%
- 8 filiales à l'étranger

Réseaux :

- Club ADEME international
- Fimea
- Gimelec

Retour d'expérience

L'export a démarré dès 1987 avec la vente en Tunisie du premier laboratoire mobile de mesure de la qualité de l'air. Il matérialise le concept du « clés en main » qui allait permettre à Environnement S.A de connaître un développement très rapide à l'international.

Dans la décennie suivante, la société contribue à la création des réseaux de surveillance de la pollution en Corée, Chine ou Brésil des pays candidats à l'adhésion à la Communauté Européenne. Il en est de même du contrôle des émissions notamment ceux de l'industrie pétrolière qui en Asie du Sud-Est ont donné lieu à la signature d'importants contrats. **Aujourd'hui quelques 35 000 de nos instruments de mesure équipent les réseaux de surveillance de la qualité de l'air des principales villes dans le monde :** Mexico, Istanbul, Lisbonne, Barcelone, Séoul, La Mecque, Delhi, Moscow, Paris, Budapest, Bombay, Tunis, Dubaï, Bangkok, San Petersburg, Bamako, Pékin, Chongqing...

Afin d'être au plus près du marché chinois, américain, indien, etc. Environnement S.A a implanté des filiales dans chacun de ces pays. Si l'export représente désormais plus de 70 % des ventes, la société le doit aussi à la diversité et à l'opérationnalité des partenariats sur lesquels elle peut s'appuyer. Qu'il s'agisse d'organismes publics (ADEME, laboratoires publics et universitaires), de grands groupes français ou étrangers qui sont des clients référents (le Certam, Véolia, Novergie, ALSTOM, MHI, CETREL, EON...). D'autres partenariats passés avec le Laboratoire de Physique et Chimie de l'Environnement et de l'Espace d'Orléans et le CNES, avec une Université Américaine couvrent le domaine technique. Enfin Environnement S.A a toujours été impliquée très en amont en apportant son expertise à des groupes de travail nationaux et internationaux (AFNOR, CEN, ISO), ce qui lui permet non seulement de satisfaire aux exigences réglementaires, mais aussi de bénéficier des indispensables certifications et homologations dans la plupart des pays du monde.

En ligne avec le profil des décideurs du secteur, Environnement S.A pour sa communication utilise essentiellement les salons professionnels (avec le concours de Business France & du Club Ademe International) et l'intervention dans les grandes conférences internationales.

L'internationalisation de l'entreprise a demandé des investissements conséquents et constants :

- en R&D, certification et homologation de ses solutions de mesure
- la prospection à l'étranger nécessite de nombreux déplacements et entraîne des coûts non négligeables
- une politique de recrutement et de formation continue, y compris l'apprentissage de la langue étrangère pour s'adjuger des ressources humaines très compétentes. **Il s'agit non seulement de disposer de collaborateurs compétents et mobiles mais aussi les fidéliser et assurer leur sécurité à l'étranger.**

www.environnement-sa.com

Dispositifs export mobilisés

- **FASEP**
- **RPE**
- **Aides régionale**
- **Business France :** prospection

Conseils

• Ne pas hésiter à se faire accompagner par des organismes publics ou privés qui offrent aux entreprises des formations, des conseils et solutions d'aide au développement à l'international (aides financières, prospection à l'étranger, exportation, implantation...). Mais également, rassembler un maximum d'informations avant de prendre la décision de s'implanter à l'étranger :

• Se renseigner sur le pays visé : situation politique et économique, spécificités culturelles, habitudes de consommation, conditions d'accès, pratique des affaires, commerce extérieur...

• S'informer sur la règlementation en vigueur : cadre juridique, fiscalité, accords internationaux, procédures douanières...

• Définir clairement sa stratégie commerciale et de marketing & construire un business plan détaillé et crédible

Pour pérenniser sa présence :

• Avoir une capacité à s'adapter en permanence et adapter son offre au marché ; innover ; prendre du recul et se (re) mettre en question régulièrement

• Se donner les moyens de ses ambitions mais s'assurer de la maîtrise de ses dépenses

• Se diversifier pour optimiser le couple risque/profitabilité

• Ne pas mettre tous les œufs dans le même panier : limiter ou anticiper les risques, bien choisir les partenaires auxquels faire appel, les compétences à mobiliser...

• Bien gérer les ressources et compétences internes et externes (partenaires locaux, distributeurs, etc.); renforcer leurs compétences par des formations régulières.

Contacts :

Pompilia Sopco
Manager Marketing et Communication Groupe
p.sopco@environnement-sa.com

IXSANE HAUTS-DE-FRANCE

Société d'ingénierie dans le domaine de l'ingénierie urbaine et environnementale

Présentation

Ixsane est une société d'ingénierie et de transfert technologique dans le domaine de l'ingénierie urbaine et environnementale.

L'entreprise implantée dans le Nord joue l'interface entre le monde académique et le monde économique. Elle réalise des études d'ingénieries, monte et réalise des projets de recherche collaboratifs avec des unités de recherches académiques nationales et internationales, des industriels et des collectivités.
Situé sur le Parc Scientifique Européen de la Haute Borne à Villeneuve d'Ascq elle a été lauréate du prix éco- innovation du cd2e en 2015 pour «Socratic», un système innovant de régulation automatique des ouvrages de contrôle des écoulements et de maîtrise des rejets d'eaux pluviales non traités, en temps réel.

Ixsane intervient dans trois grands domaines :
- Sites et Sols Pollués
- Territoire, Energies Renouvelables et Environnement - Eau & Assainissement

« Donner une autre dimension à notre développement.»

Retour d'expérience

L'entreprise a décidé de s'internationaliser pour donner une autre dimension à son développement.
Pour innover il faut collaborer avec des sociétés à l'international qui ont beaucoup de moyens et des structures adaptées.
Les entreprises qui innovent comme ixsane ont intérêt à exporter leur savoir-faire pour accélérer sa reconnaissance et son développement et par conséquent son chiffre d'affaires. La société s'est appuyée sur la mise en place de consortium et sur la mise en place de partenariats avec des entreprises locales.

Notre étude de marché pour identifier le besoin du pays là où on veut exporter ne pas chercher à « vendre » tout notre savoir faire pour un seul pays s'adapter à la demande de client et surtout pour les marchés de niches

En ingénierie, Ixsane intervient sur le marché Allemand.
En recherche et innovation, Ixsane intervient sur les marchés : allemand, belge, polonais et espagnol.

Les marchés ont été choisis après étude de marché pour identifier le besoin du pays là où on veut exporter en gardant à l'esprit de ne pas chercher à « vendre » tout notre savoir-faire pour un seul pays et privilégier de s'adapter à la demande client, surtout pour les marchés de niches.

www.ixsane.com

Fiche d'identité :

- Année de création : 2008
- CA 2016 : 1 240 K€
- Effectif : 18

Réseaux :

- CD2e
- TEAM2
- MATIKEM

Dispositifs export mobilisés

- Aides régionales
- Business France

Conseils

- Se mettre en relation avec les adhérents des clusters et pôles de compétitivité

- Consolider l'équipe par plusieurs compétences confirmées dans son domaine d'activités

- Avoir des bonnes références locales

- Avoir une équipe compétente capable de répondre aux attentes du client

- Faire réaliser un diagnostic export par la CCI

Contacts :

Sami Lallahem
Président
03 20 59 89 77

VERTEEGO ÎLE-DE-FRANCE

Editeur de plateforme logicielle de data management

Présentation

Verteego est l'éditeur d'une plateforme logicielle de data management. Dotée de capacités de reporting (analyse descriptive des données existantes) et de machine learning (analyse prédictive de ce que seront les données de demain), la plateforme Verteego permet aux entreprises d'objectiver leurs métriques de performance ou d'extraire de leurs données des prescriptions d'amélioration de leur efficacité opérationnelle.

Par exemple :
- Andrade Gutierrez : Verteego a fourni pendant 3 ans le réceptacle de l'ensemble des données environnementales de la construction et de l'exploitation des stades pour la Coupe du Monde 2014 au Brésil.
- Danone Trading BV : l'entreprise opère un support et des outils digitaux dédiés à la comptabilité environnementale de Danone Trading BV, située aux Pays-Bas.

Verteego travaille avec des ETI innovantes et des grands comptes internationaux notamment dans le domaine de l'efficacité énergétique et le reporting environnemental.

L'entreprise réalise ses prestations aux Pays-Bas, en Allemagne, au Brésil, en Chine, en Espagne, en Suisse, en Argentine, au Mexique et aux Etats-Unis.

verteego

> « Pays par pays, l'objectif est de trouver les bons partenaires.»

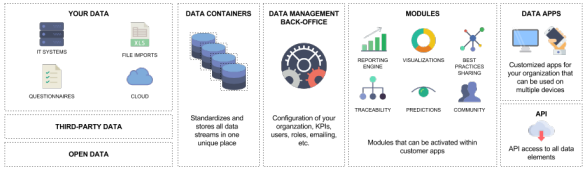
Retour d'expérience

Verteego fut construite avec l'idée que le seul marché français ne suffirait pas à amortir les investissements colossaux qu'un éditeur de logiciels doit aujourd'hui mettre sur la table pour opérer pour le compte de ses clients des systèmes d'information innovants dans le cloud.

A partir de là, l'international est dans nos gènes. Même si ce n'est pas toujours facile, nous repartons à l'export à chaque fois que l'opportunité se présente.

La stratégie est de ne pas mener trop de fronts à la fois. C'est suffisamment compliqué pour ne pas trop se démultiplier. Ensuite, nous avons appris, et par exemple nous nous concentrons aujourd'hui sur le proche export et sur l'Union Européenne car les longs voyages sont usants ; donc nous avons confié à des partenaires locaux la mainmise sur le grand export. Après, pays par pays, l'objectif est de trouver les bons partenaires, qu'ils soient consultants, fournisseurs ou clients.

En termes d'organisation interne nous avons mis un filtre important dans le recrutement : l'anglais, à l'oral mais aussi et surtout à l'écrit est désormais un prérequis. Et aussi des formations régulières sur l'interculturalité et nos différences.



www.verteego.com

Dispositifs export mobilisés

- Business France
- Assurance prospection Bpifrance Export
- Aide régionale Innov'up Croissance

Conseils

Écouter son intuition en matière de relations humaines !

Ne pas courir trop de lièvres à la fois.

Ne pas sacrifier son business local pour exporter à tout prix.

S'appuyer sur des compétences locales sur tous les marchés ciblés.

Mixer proche et grand export en priorisant les marchés friands d'innovation.

Il faut aimer passer du temps dans les avions, car même si les clients savent très bien que vous êtes européen et français, ils apprécient que vous veniez les visiter et réalisent que vous leur accordez une importance aussi grande que vos clients nationaux.

Fiche d'identité :

- Année de création : 2008
- % CA à l'international : 20%
- Effectif : 25
- 1 fililale au Brésil

Réseaux :

- Durapole
- Club ADEME international

Contacts :

Jérémy Fain
Président
jeremy.fain@verteego.com

RÉFÉRENCES

Liens utiles à destination des éco-entreprises

Agenda export 2018
https://ecoentreprises-france.fr/international/
agenda- export-2018- environnement-energie/

Actualité export environnement
http://export.businessfrance.fr/environnement/actualite-export.html

Actualité export Enr
http://export.businessfrance.fr/electricite-energies- renouvelables- nucleaire/
actualite.html

Financements export nationaux
https://ecoentreprises-france.fr/international/ financement- de-lexport- 2016/
http://www.bpifrance.fr/Qui-sommes- nous/Nos-metiers/ International2/
International

Assurance export
http://www.bpifrance.fr/Qui-sommes- nous/Nos-metiers/ International2/
Assurance- Export

Information, accompagnement, formalités :
Portail CCI international
http://www.cci.fr/web/international

L'ADEME EN BREF

L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (ADEME) participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable. Elle met ses capacités d'expertise et de conseil à disposition des entreprises, des collectivités locales, des pouvoirs publics et du grand public, afin de leur permettre de progresser dans leur démarche environnementale.

L'Agence aide en outre au financement de projets, de la recherche à la mise en œuvre et ce, dans les domaines suivants : la gestion des déchets, la préservation des sols, l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables, la qualité de l'air et la lutte contre le bruit.

L'ADEME est un établissement public sous la tutelle conjointe du ministère de l'Environnement, de l'Énergie et de la Mer et du ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche.

LES COLLECTIONS
DE L'ADEME

ILS L'ONT FAIT

L'ADEME catalyseur : Les acteurs témoignent de leurs expériences et partagent leur savoir-faire.

EXPERTISES

L'ADEME expert : Elle rend compte des résultats de recherches, études et réalisations collectives menées sous son regard.

FAITS ET CHIFFRES

L'ADEME référent : Elle fournit des analyses objectives à partir d'indicateurs chiffrés régulièrement mis à jour.

CLÉS POUR AGIR

L'ADEME facilitateur : Elle élabore des guides pratiques pour aider les acteurs à mettre en œuvre leurs projets de façon méthodique et/ou en conformité avec la réglementation.

HORIZONS

L'ADEME tournée vers l'avenir : Elle propose une vision prospective et réaliste des enjeux de la transition énergétique et écologique, pour un futur désirable à construire ensemble.

ILS L'ONT FAIT

RÉUSSITES FRANÇAISES 30 PARCOURS D'ÉCO-ENTREPRISES À L'INTERNATIONAL

Cette brochure a pour but de valoriser les parcours de 30 éco-entreprises françaises à l'international, de vous faire profiter de leurs retours d'expériences et de vous donner un contact direct avec les acteurs spécialisés de la filière qui vont pouvoir vous accompagner dans une démarche d'internationalisation.

La trentaine d'entreprises présentées a été sélectionnée parmi d'autres réussites françaises en tenant compte d'une représentation des différents territoires, des différents secteurs d'activité, des différents métiers et de différents niveaux de maturité à l'export.

Elles abordent ainsi 6 grandes thématiques :

Economie circulaire & recyclage ;
Energies renouvelables & de récupération ;
Gestion durable de l'eau ;
Efficacité énergétique & stockage ;
Mer, Littoral & biodiversité ;
Air & Sites et sols pollués.

ADEME
Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie

Les ÉCO-ENTREPRISES de France