



**XPAND
GROUP**

DÉVELOPPEMENT D'AFFAIRES INTERNATIONALES

S'implanter aux USA

La culture d'affaires

NOTRE EXPÉRIENCE



Notre expérience

- Développement des affaires aux USA depuis 2007,
- The good, the bad, the ugly... and the good again,
- Collaborateurs à New York, Caroline du Nord et Miami,



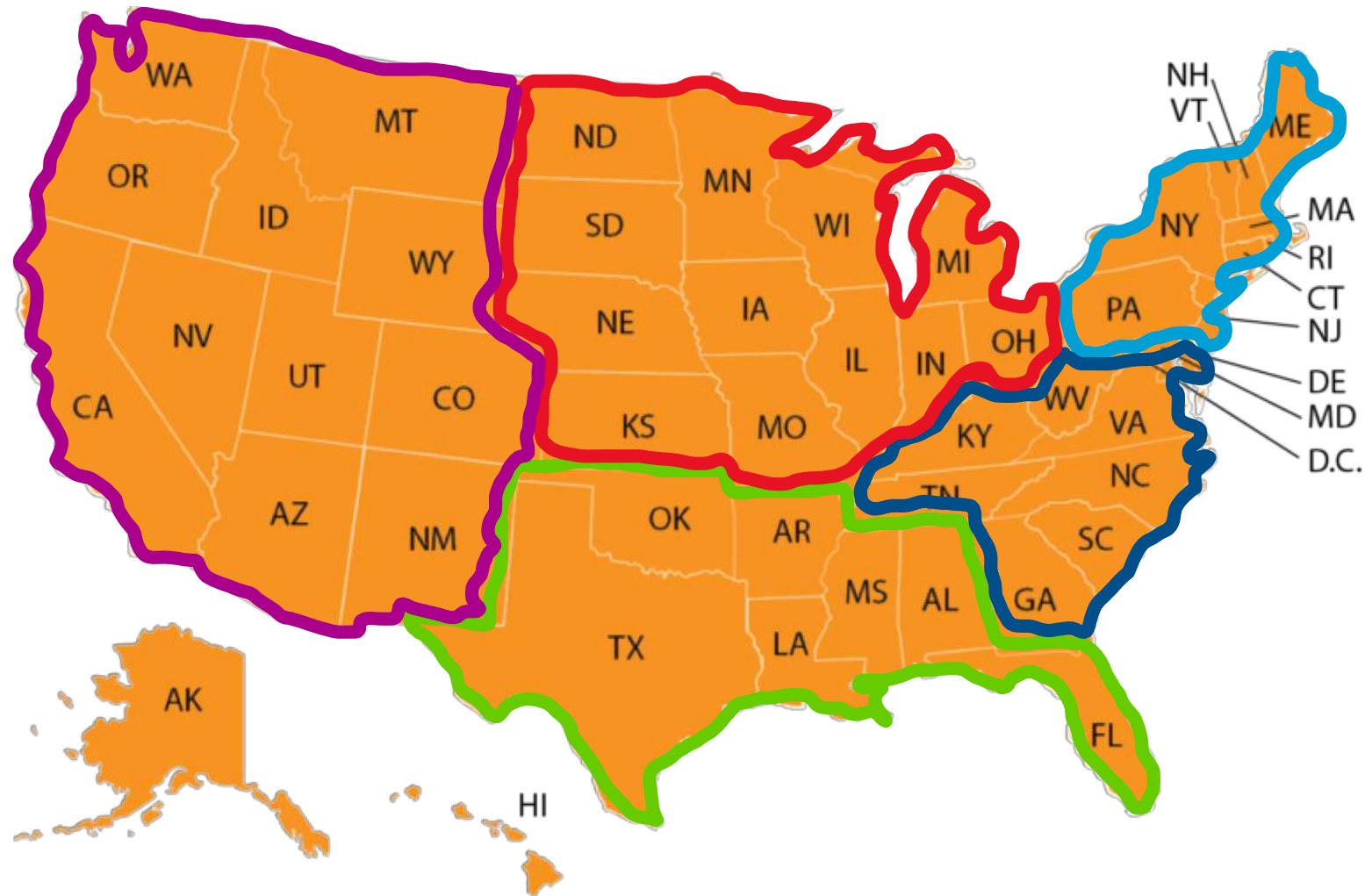
Quelques-uns de nos clients français



LES MARCHÉS RÉGIONAUX



Les marchés régionaux

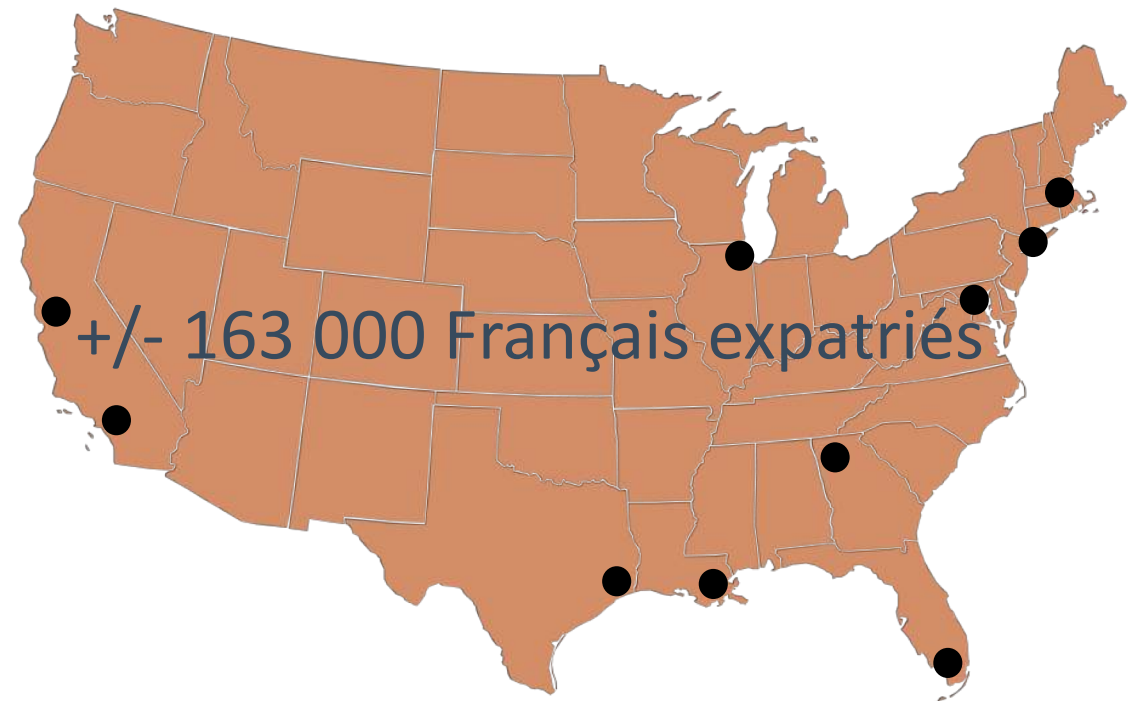


QUELLE CLIENTÈLE CIBLER ?



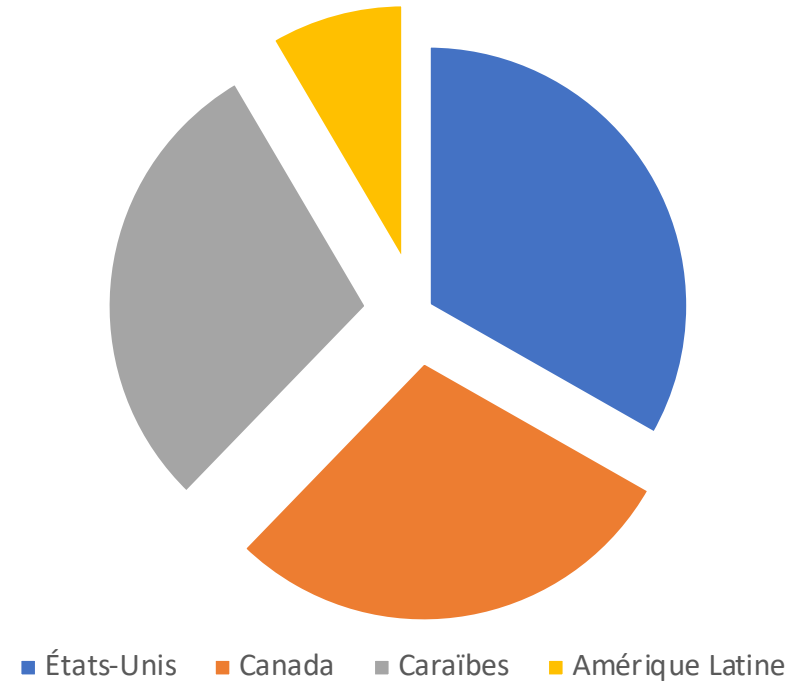
Les diasporas françaises

- En 2017,
 - New York: +/- 35 000
 - Los Angeles: +/- 30 500
 - San Francisco: +/- 25 500
 - Washington: +/- 15 000
 - Chicago: +/- 12 000
 - Miami: +/- 12 000
 - Houston: +/- 11 000
 - Boston: +/- 9 000
 - Atlanta: +/- 7 000
 - Nouvelles-Orléans: +/- 1 000



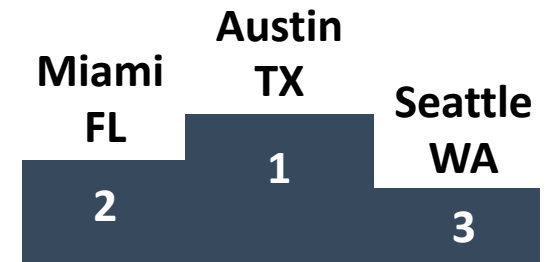
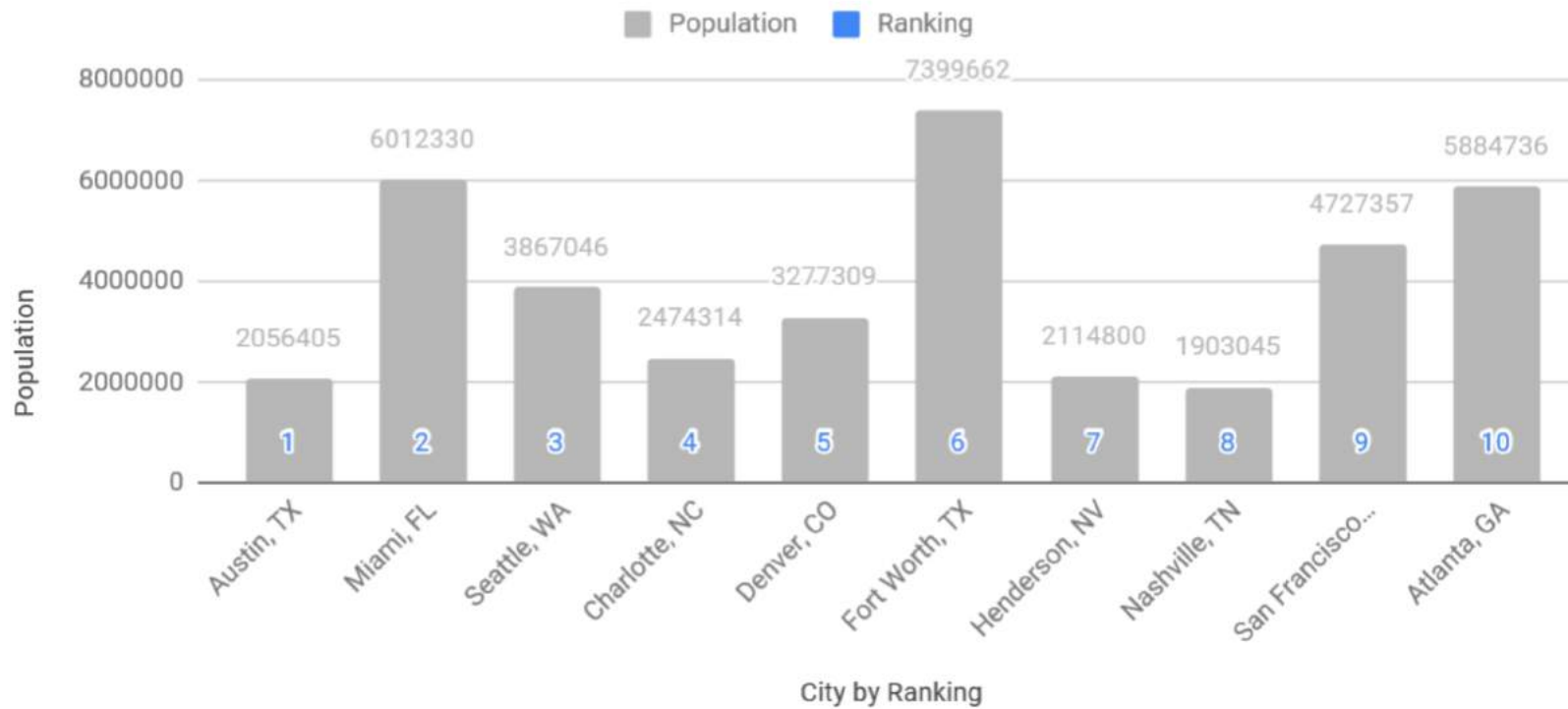
La francophonie des Amériques, c'est:

- 33 millions de francophones;
 - 2,8 millions en Amérique latine
 - 9,6 millions au Canada
 - 9,7 millions dans les Caraïbes
 - **11 millions aux États-Unis**



Sortir des classiques

Fastest Growing Large Cities USA



LA CULTURE D'AFFAIRES



Le climat d'affaires

- Les leçons apprises,
- Le « *Old Boys Club* » (OBC),
- 2019 : « *Old Non-Genders Club* ».



Ce que l'américain recherche

- Recherche d'éléments différenciateurs,
- Secteurs porteurs pour les sociétés étrangères:
 - Art de la table,
 - Ingénierie /aéronautique,
 - Secteur esthétique/pharmaceutique,
 - Technologies propres,
 - TIC,
 - Luxe (Artisans).



Se positionner

- Démontrer une bonne compréhension du marché,
- Rendre les interventions crédibles dans un objectif de positionnement,
- Adapter l'offre au marché,
- Offrir une présence locale (respecter le régionalisme).



Matériel Marketing - le stricte minimum

- Fiches techniques,
- Site web « short & sweet »,
 - Transactionnel
- Réseaux sociaux,
- Catalogues électroniques,



Le modèle d'affaire

- Minimum : **Bureau virtuel**,
- Meilleur des scénarios :
 - **Filiale américaine**
 - **Partenariat**
 - **Acquisition**
- Choisir sa structure légale/fiscale.



Conclusions

- Marché intéressant,
- Beaucoup d'opportunités dans les secteurs à haute valeur ajoutée,
- Le succès passe par un engagement et des actions concrètes et récurrentes,
- La stratégie doit permettre de:
 - Démontrer de l'intérêt à une offre locale,
 - Développer rapidement un réseau,
 - Assurer un suivi et une présence.





**XPAND
GROUP**

DÉVELOPPEMENT D'AFFAIRES INTERNATIONALES

MERCI!
