



invest-export.brussels 



Mise à jour : Novembre 2015

Royaume-Uni

Secteurs à haut potentiel Approche du marché Recommandations

Attaché économique et commercial
François DE VRIJE

Contacts:

francois@brusselstrade.co.uk

london@brusselsinvestexport.com

www.brusselstrade.co.uk

00 44 20 7235 8949



Secteurs à haut potentiel

Produits de luxe et mode

Londres est l'une des principales capitales du monde de la mode et du luxe. S'y faire une place est compliqué et si l'on se place comme produit de luxe ou de mode haut-de-gamme, il faut pouvoir le prouver et présenter de solides références pour être crédible.

Environnement

Le Royaume-Uni n'est pas connu pour son avant-gardisme en matière d'environnement. Beaucoup de choses restent encore à faire et des opportunités existent pour nos sociétés, tant en ce qui concerne les produits innovants ou les services de qualité. Cependant il faudra se frotter à la concurrence de certains pays fort présents sur ce marché tels que l'Espagne, l'Autriche, l'Allemagne, le Danemark, etc.

Construction et transport

Le secteur britannique de la construction se porte plutôt bien. La construction résidentielle est le principal moteur du secteur avec un besoin constant de nouveaux logements, principalement à Londres et dans le Sud-Est de l'Angleterre.

De nouveaux projets d'infrastructures devraient également voir le jour dans le secteur des transports, notamment en ce qui concerne le développement des lignes ferroviaires à grande vitesse, des aéroports et des gares.

Industrie chimique & pharmaceutique et biotechnologies

Il s'agit d'un secteur vaste et disparate où de grandes sociétés établies côtoient de petites start-up. Au niveau géographique également, divers pôles existent. Les demandes doivent s'étudier au cas par cas, du fait de cette diversité de domaines, géographique et de taille des acteurs. Des possibilités de partenariat devraient cependant exister.

Alimentation

Le marché alimentaire britannique est très vaste et diversifié, mais parfois saturé dans certains domaines. Il est très compliqué de s'y faire une place et des efforts en marketing devront être réalisés. La crise a un effet important dans ce domaine car il s'agit d'un des domaines où les ménages peuvent contrôler leurs dépenses en comparant les produits et les vendeurs.

Santé

Le secteur public de la santé devrait subir une réforme profonde. De nouvelles mesures sont prises pour réorganiser le NHS, l'un des plus grands employeurs du pays, pour réduire les coûts et améliorer le rendement. Certains acteurs privés devraient voir leur importance augmenter, ce qui pourrait résulter en opportunités d'affaires pour nos sociétés. Cependant, le flou persiste encore et toujours sur les mesures exactes et les rumeurs vont bon train. Plus de clarté sera nécessaire pour étudier à fond ce qui se passera dans un futur proche pour ce domaine.

Produits de consommation

Le secteur de la vente au détail au Royaume-Uni a fort évolué lors de ces dernières années. La crise a affecté de nombreuses enseignes mais les habitudes des consommateurs ont quant à elles également évolué. Les achats en ligne ne cessent d'augmenter obligeant les sociétés à revoir leur stratégie. Cela ayant pour conséquence la fermeture de beaucoup de magasins. Il n'en reste que la vente au détail représente un tiers des dépenses des ménages. Il s'agit donc d'un secteur fort important mais où les marges bénéficiaires sont de plus en plus difficiles à maintenir, tant pour les sociétés de vente au détail que pour leurs fournisseurs.

ICT

Ce secteur est de par sa nature en évolution constante. Le public britannique est toujours avide de nouveautés technologiques et de nombreuses opportunités existent pour de produits novateurs et de bonne qualité. Le secteur des technologies internet et des communications mobiles, avec la montée en force des « smartphones » offrent une multitude de nouvelles opportunités.

Approche du marché

En appliquant de nombreuses réformes, parfois douloureuses, le Royaume-Uni a réussi à sortir de la crise et à relancer son économie. Les indicateurs sont plutôt positifs quant à la croissance et au chômage, mais d'autres problèmes persistent, notamment en matière d'exportation et de production industrielle, les objectifs du gouvernement n'ayant pas été atteints dans ces domaines. Le secteur financier semble s'être stabilisé mais le manque de financement pour les PME reste un problème majeur.

Le marché britannique, de par sa taille et son importance, représente un important marché d'opportunités pour nos sociétés. Il existe une demande dans tous les domaines, mais la concurrence est forte et se faire une place sur le marché ne se fait pas facilement. Un effort en temps et en moyens est nécessaire pour toute société souhaitant pénétrer le marché britannique, et ce, quel que soit le secteur. Les variations de la livre par rapport à l'euro peuvent jouer soit en faveur soit en défaveur de nos exportateurs. Ceci est à prendre en compte lors de la conclusion de contrats.

Le Royaume-Uni est un très grand marché d'environ 64 millions d'habitants, dont la population est principalement urbaine. Le pouvoir d'achat est assez élevé, notamment dans les villes principales. Il s'agit donc d'un marché proche, de grande taille, ayant une population avec un bon pouvoir d'achat. Le Royaume-Uni est l'une des principales économies mondiales et en tant que telle, une puissance économique où il est parfois difficile de trouver ses marques de par le grand nombre de concurrents déjà installés sur le marché, concurrents aussi bien locaux qu'étrangers. Des efforts doivent dès lors être réalisés de manière continue par les sociétés souhaitant se faire une place sur le marché, tant en matière de marketing que de networking. Le marché britannique est un marché dynamique, à main d'œuvre flexible et se positionne comme la première place financière européenne.

Il existe, et ce dans tous les domaines, une présence massive de concurrents britanniques qui ont bien souvent l'avantage de pouvoir jouer la carte « britannique » auprès des clients potentiels, mais aussi de nombreux concurrents internationaux auxquels il faudra se frotter pour obtenir une part de marché.

Recommandations

Le Royaume-Uni est relativement proche de la Belgique et il est donc assez facile de s'y rendre pour rencontrer ses clients ou partenaires potentiels. Il y a plusieurs connections aériennes entre le Royaume-Uni et la Belgique et les vols sont d'une durée inférieure à 2 heures. L'Eurostar est également un moyen fort pratique de se rendre au Royaume-Uni. Une dizaine de trains circulent quotidiennement entre Londres et Bruxelles dans les deux directions, et le trajet est de moins de deux heures. En réservant suffisamment à l'avance, tant le train que l'avion sont accessibles quant au prix du billet. En s'organisant bien, il est même possible de faire l'aller-retour dans la journée et d'avoir deux ou trois rendez-vous. Le contact direct avec vos partenaires ou clients potentiels n'est pas à sous-estimer. Se déplacer et venir voir ce qui se fait dans son secteur, quels sont les concurrents, rencontrer les partenaires potentiels, montrer sa présence régulière sur le marché sont autant d'éléments qui peuvent vous aider à le percer.

En ce qui concerne leur personnalité, les britanniques sont en général assez traditionnels et tout changement prend un certain temps. Les britanniques n'aiment en général pas prendre de risques et leur vue est plus souvent à court-terme qu'à long-terme.

Les britanniques sont très fiers de leur identité, de leur culture et de leur histoire et il faut bien l'admettre ont bien souvent un certain complexe de supériorité par rapport aux autres pays européens. Il faut par ailleurs faire une certaine différence entre le terme « britannique » et « anglais ». Si les écossais sont bien britanniques par exemple, il ne faut surtout pas les appeler « anglais » ! Il faut également mieux éviter de parler de politique ou de religion avec vos partenaires commerciaux.

La langue principale au Royaume-Uni est l'anglais. Certaines langues régionales sont encore parlées, mais de façon assez marginale. Il est dès lors indispensable de bien maîtriser l'anglais pour faire des affaires au Royaume-Uni. Sans être capable d'effectuer une présentation professionnelle de sa société et de ses produits ou services en anglais et ensuite mener une négociation, il ne sert à rien de perdre son temps à prospecter ce marché.

Les britanniques sont en général assez formels et traditionnels en ce qui concerne les relations d'affaires tant concernant la façon de s'habiller que la communication, la hiérarchie, etc. La politesse est une valeur extrêmement importante et ceci est à prendre en compte lors de réunion d'affaires. Le sens de l'humour est aussi apprécié. La ponctualité est de mise lors des rendez-vous.

En ce qui concerne la communication, il est indispensable de maîtriser l'anglais et d'avoir ses brochures et son site internet dans un anglais impeccable. Il est important de donner une image professionnelle dès le premier contact, que cela soit par écrit ou lors d'une rencontre. Les britanniques sont en général plutôt subtiles et indirects dans leur manière de communiquer. Une communication trop directe pourrait être assimilée à de la grossièreté. Il est donc toujours préférable d'être formel et pas trop direct.

Lorsque vous présentez vos produits ou services, essayez de capter l'attention de votre interlocuteur en essayant de vous différencier de vos concurrents par l'un ou l'autre critère. Toute « success story » serait un plus.

Lorsque vous travaillez avec un intermédiaire, évitez dans la mesure du possible de lui donner immédiatement l'exclusivité. Essayez plutôt de vous accorder sur une période d'essai suite à laquelle, en cas de satisfaction mutuelle, vous pourriez éventuellement attribuer l'exclusivité.

Il est important d'investir dans les contacts directs avec vos partenaires. N'hésitez pas à les visiter au moins une fois par an et à les inviter à venir vous visiter.

Lorsque vous effectuez une prospection auprès de partenaires ou clients potentiels, n'hésitez à faire le premier pas et à prendre les initiatives. Si vous envoyez de l'information par courrier ou par e-mail, n'hésitez pas à suivre avec un appel téléphonique. Il faut également vous habituer au style indirect et subtil de votre interlocuteur britannique. S'il vous répond « interesting », cela ne veut pas forcément dire qu'il est intéressé à acheter votre produit ou service !

Lors de la conclusion d'une vente, n'oubliez pas que la monnaie locale est la livre sterling et que son cours peut varier tant à la hausse qu'à la baisse.