

TÉMOIGNAGE



L'accompagnement initial de Business France en Libye nous a permis d'atteindre un CA entre 3,5 et 4 M € en 2 ans.

Son groupe LDFS est désormais un incontournable de la climatisation et de la réfrigération en Afrique du Nord et de l'Ouest. Georges Sapet a construit la force de son entreprise sur trente années de déploiement à l'export qui l'ont vu tour à tour s'implanter en Algérie, en Libye et au Sénégal. De passage à Marseille entre deux avions, il revient sur son parcours et son goût pour l'international : « L'export c'est notre identité ».



Georges SAPET

Président,
GRUPE LDFS



L'AVENTURE INTERNATIONALE, C'ÉTAIT UNE ÉVIDENCE DÈS

LA CRÉATION DE LDFS ?

En fait, la question pourrait être posée à l'envers car c'est l'international qui a amené la création du groupe. À l'origine, il existait plusieurs entités de distribution de matériel qui intervenaient en Algérie : l'entité FACT pour distribuer la marque Carrier et l'entité ICE pour la marque CIAT. C'est en 1992 que nous avons décidé d'effectuer des acquisitions et de créer une holding commune à toutes ces sociétés (par rachat de l'entreprise par ses salariés) : le groupe LDFS... et c'est vraiment à ce moment que nous nous sommes penchés sur un déploiement plus large à l'international, avec la création de filiales en Libye (bureau de liaison) et d'une filiale à Alger (1997) : nous avons été une des cinq premières sociétés à capitaux étrangers à nous implanter en Algérie.

JUSTEMENT, QUELLES ONT ÉTÉ LES DESTINATIONS CIBLÉES

ET POURQUOI ?

Notre expertise, c'est l'Afrique du Nord et l'Afrique de l'Ouest car c'est là que se situe notre courant d'affaires historique de distributeur. Il faut ensuite distinguer les pays où nous réalisons des ventes par distribution (Mali, Mauritanie, Burkina Faso, par exemple) et les pays où nous avons développé une implantation avec services : Algérie (1997), Libye (1989), Sénégal (2015) et Tunisie (1995).

POURQUOI AVOIR CHOISI LE MODÈLE DE L'IMPLANTATION

POUR CES PAYS ?

Essentiellement pour nous rapprocher de nos clients et apporter le service adéquat : pour moi, une implantation est gagnante à partir du moment où l'on peut se développer sur les services. D'autre part, chaque pays d'implantation a son histoire : en Libye, le contexte de l'embargo sur les produits américains a joué un rôle, tandis qu'au Sénégal, c'est l'histoire personnelle d'un des employés de l'entreprise (initialement en V.I.E) qui nous a amenés à considérer une implantation à Dakar où nous effectuons déjà un chiffre d'affaires substantiel.

AVEZ-VOUS BÉNÉFICIÉ D'UN ACCOMPAGNEMENT SUR

CES IMPLANTATIONS ?

Oui, nous avons particulièrement apprécié l'appui de Bpifrance pour financer notre besoin en fonds de roulement sur la filiale sénégalaise : leur aide s'est élevée à 150 000 euros. En termes de prospection, c'est Business France qui nous a accompagnés en Libye, et nous avons aussi bénéficié de l'aide d'un V.I.E ingénieur thermique à Tripoli qui a été intégré au sein de l'entreprise après ses deux années de volontariat. En Algérie, nous avons participé à des événements générateurs de contacts dans le milieu de l'agriculture. A chaque fois, nous avons pu constater à quel point les portes s'ouvraient plus facilement par cette entremise, notamment auprès des pouvoirs publics.

QUE VOUS ONT APPORTÉ CES IMPLANTATIONS ?

Une augmentation réelle de chiffre d'affaires. Sur le Sénégal, on réalise désormais 2,45 Millions d'€ en 2019, tandis que la Libye nous a apporté entre 3,5 et 4 millions d'€. L'impact de l'export a été mesurable y compris pour notre maison mère ICE Marseille : après l'implantation au Sénégal, notre CA a augmenté de 50 %.

AVEZ-VOUS DÛ VOUS ADAPTER À L'EXPORT,

VOUS STRUCTURER AUTREMENT ?

Pas vraiment car l'export correspond à notre identité donc nous avons grandi avec lui. Aujourd'hui, nous avons trois filiales et plusieurs bureaux commerciaux (à Oran et Sétif en Algérie) ; c'est une organisation qui nous permet de développer notre connaissance du client, une proximité, et de rendre le service le plus adapté possible.