

TÉMOIGNAGE

 **FRAUDBUSTER**

Au Cambodge et au Myanmar, les contrats générés par les missions de prospection ont atteint 300 000 euros.

Depuis 2010, son entreprise FraudBuster lutte à grand renfort d'algorithmes contre les fraudes « bypass » des télécommunications internationales : Vincent Revol est un exportateur (hyper)actif qui porte sa solution de détection temps réel aux quatre coins de la planète. Après quelques réussites sur le continent africain, il raconte comment les destinations asiatiques explorées avec Business France ont apporté leur lot d'opportunités... et de nouveaux challenges.



Vincent REVOL
Directeur Général,
FRAUDBUSTER

**TEAM
FRANCE**
—EXPORT—

 **Région
île de France**

VINCENT REVOL, POURQUOI FAITES-VOUS 100% DE VOTRE CHIFFRE À L'EXPORT ?

Tout simplement parce que, pour des raisons économiques et réglementaires, le besoin originel adressé par FraudBuster, la fraude SIMbox¹, est plutôt répandu hors de France et d'Europe, principalement en Afrique, Asie et Amérique latine. C'est en allant au Kosovo auditer l'opérateur Vala en 2010 que Jérémy Vinant, notre fondateur, a découvert cette fraude et ses implications : de lourdes pertes générées pour les opérateurs sans possibilité de contrer a priori le préjudice. Il a eu alors l'idée de créer une solution de détection en temps réel et l'a proposée à Vala avec succès... FraudBuster était né à l'international !

¹ Opération de détournement d'un appel international en appel local pour réduire le tarif applicable.

DEPUIS, VOUS AVEZ MULTIPLIÉ LES MARCHÉS D'EXPORT : COMMENT LES AVEZ-VOUS CIBLÉS ?

Nous sommes sur un marché de niche (les opérateurs télécom victimes de fraude SIMbox) donc nous avons pu établir assez rapidement nos ciblage par destination, même si nous ignorions à l'époque (2010-2015) l'ampleur de la fraude : après trois ans passés à réunir six clients entre Madagascar, le Kosovo et la Tunisie, notre activité a explosé jusqu'à capter 80% du marché africain ! Après cela, nous avons choisi d'attaquer le marché asiatique et latino-américain, mais comme on ne voulait pas repartir sur une prospection longue, nous avons fait appel à Business France.

JUSTEMENT, EN QUOI L'AGENCE VOUS A-T-ELLE AIDÉS ?

En organisant des missions de prospection en Russie, au Cambodge, Laos, Vietnam et Myanmar, où nous soupçonnions l'existence de cette fraude : l'intervention de Business France a permis d'accélérer les rencontres et de décrocher des contrats, notamment au Cambodge et au Myanmar où les gains générés ont atteint 300 000 euros. En Asie, il est souvent difficile culturellement d'admettre l'existence de la fraude, sans compter les implications sociales de notre solution pour les équipes locales censées lutter contre celle-ci... L'aide de Business France a donc été précieuse pour accélérer et lever ces verrous commerciaux. Au-delà de cette aide, nous collaborons également chaque année sur le Mobile World Congress où nous exposons notre solution sous Pavillon France.

QUELLE ORGANISATION AVEZ-VOUS MISE EN PLACE POUR GÉRER CETTE DIMENSION INTERNATIONALE ?

Notre service s'appuie sur une solution standard, nous n'avons donc pas eu à l'adapter : il nous suffit de préconfigurer notre plateforme en France et de fournir un mode opératoire simple à nos clients pour qu'ils réalisent eux-mêmes le déploiement local. Cependant, même s'il y a beaucoup de choses que nous pouvons faire à distance, nous avons embauché des commerciaux pour nous seconder car le rythme de deux semaines de déplacements par mois commençait à nous éreinter, Jérémy et moi. Nous avons à présent un responsable commercial qui développe l'Afrique et le Moyen-Orient depuis notre siège, secondé par un commercial au Mexique et un autre au Sri Lanka : cela facilite la proximité, notamment culturelle avec le client.

QUEL ENSEIGNEMENT GARDEZ-VOUS DE CES ANNÉES D'EXPORT ?

Que l'international réclame un véritable investissement en temps et en préparation : quand on fait un voyage de plusieurs heures sans connexion internet, il faut que cela en vaille la peine et qu'on soit efficace une fois sur place. Donc : adapter sa communication aux prospects, mais aussi se libérer de la logistique en faisant appel aux bons interlocuteurs. Là-dessus, avec Business France, c'était souvent les bonnes recommandations d'hôtels, des lieux de RDV clients appropriés et bien sûr des réunions montées avec les bons contacts... un service qui fait vraiment gagner du temps.

Portée par Business France, les Chambres de Commerce et d'Industrie, et Bpifrance, Team France Export concentre les meilleures solutions du public et du privé pour faciliter et accélérer votre développement à l'international. À chaque étape de votre projet export, vous bénéficiez des leviers adaptés à votre stratégie, à vos ambitions et à vos moyens.