

Carrières

Globe-trotteurs de la vente

Mi-baroudeurs, mi-businessmen, les commerciaux en mission dans des pays difficiles cumulent énergie, humilité et nerfs d'acier. Portrait de quatre de ces pionniers, qui livrent leurs conseils pour aborder ces marchés si particuliers ● **Isabelle Hennebelle**

Emirats arabes unis

Dominique Andreani,
33 ans
«Un showroom pour princesses»

A Dubaï, les gratte-ciel ultramodernes et le désert se côtoient sous le soleil de plomb. Ce contraste, Dominique Andreani, consultante d'International Development (ID), ne s'en lasse pas, même après cinq ans d'affaires avec les Emirats arabes unis. A chaque mission, cette jeune femme blonde glisse dans sa valise non pas un voile, mais des tailleurs stricts. «Travailler ici en tant que femme n'est pas un problème, contrairement à mes craintes initiales», assure-t-elle.

Dominique s'est spécialisée dans la décoration haut de gamme. Elle vend, pour le compte de PME françaises, à des architectes et décorateurs locaux (aux Emirats, ce sont surtout des femmes) chargés de parer de somptueux palais.



Dominique Andreani, consultante d'International Development.

Mobilier composé de pièces uniques, accessoires en verre, arts de la table...

«Le luxe français séduit, le pouvoir d'achat des clients est élevé et mes compatriotes sont encore peu présents sur place : voilà ce qui m'a attirée ici», confie Dominique. Un obstacle majeur, cependant : il lui est impossible de connaître le client final. Emirs et princesses ne se mêlent pas à la population locale, encore moins aux étrangers. «Pour contourner l'obstacle, je pense m'installer sur place et ouvrir un showroom où j'inviterai les princesses», explique-t-elle.

Pour cette Française fixée à Montpellier, les Emirats

ont nécessité un long apprentissage et beaucoup de patience. Au début, thé et dattes fourrées à peine échangés, Dominique «attaquait» très vite sur les affaires. «Quelle preuve d'impolitesse ! reconnaît-elle aujourd'hui. J'ai sans doute raté des contrats à cause de cela.» Depuis, elle a appris à bavarder des heures avec ses clientes sans broncher. Autre leçon tirée de l'expérience : ne jamais laisser de céderom de présentation au premier prospect venu. L'Asie n'est pas loin, et les risques de copie sont réels.

Percer dans les Emirats prend du temps. Jusqu'à présent, Dominique Andreani a perçu quelques

commissions sur les contrats décrochés, mais pas assez pour en vivre. Heureusement, la jeune femme a plusieurs casquettes. Elle est aussi salariée de groupements de PME à l'export, qu'elle a elle-même créés. De quoi sécuriser sa situation de consultante indépendante. ●

Ses conseils

→ **Malgré l'opulence des pays du Golfe, le marchandage est la règle. Il faut donc adapter ses tarifs en conséquence.**

→ **Le recours au portage, qui permet de bénéficier de l'ombrelle d'un grand groupe, peut être une solution pour percer dans les Emirats (voir le site www.partenariat-france.org).** ●●●