

Cosmétiques et Concorde ou le succès discret de Capalex...

Quand vous passez devant les rayons cosmétiques des Galeries Lafayette ou d'autres magasins similaires en France, pensez à l'entreprise du Nord Est qui a aidé à créer cette image chic, associée aux grandes marques françaises. De même, si vous avez les moyens de voyager dans le Concorde nouvellement réaménagé, et qui vient de reprendre ses vols transatlantiques, pensez à cette même entreprise, qui a également participé à la réalisation de ce symbol de la coopération franco-anglaise.

Capalex a une histoire discrète mais couronnée de succès... Depuis le milieu des années 80, l'entreprise s'est efforcée de développer ses relations commerciales avec la France et a abouti à des résultats intéressants.

Extractrice d'aluminium fondée en 1979, l'entreprise travaille à partir de sa base rurale de Cumbria. Au cours des 20 dernières années, Capalex a grandi et a diversifié ses équipements et ses produits pour devenir une entreprise de composants aluminium de haute qualité, fournissant différents secteurs comprenant magasins, expositions, fournitures de bureau, composants aéronautiques et spatiaux, composants pour le secteur automobile ainsi qu'une série d'autres applications incluant un prototype et un service de design pour les produits en développement.

Mais tout n'a pas toujours été rose pour l'entreprise, qui a eu à faire face à de nombreux obstacles, qui l'ont aidée par la suite à mieux appréhender ce marché très spécial... Contrairement aux autres consommateurs européens (allemands, hollandais, scandinaves ou espagnols) qui commercent généralement dans la "langue commerciale internationale" (autrement dit l'anglais), Capalex a découvert que parler français était nécessaire pour n'importe quelle entreprise désirant étendre son marché en France - mais d'ailleurs, les anglais n'exigent-ils pas la même chose? - En réponse à cela, Capalex a adopté une approche plurilingue pour travailler avec la France: les documents de l'entreprise ainsi que son Website sont traduits en français, et les employés sont capables de répondre au téléphone en français.

L'attention au détail et à l'exactitude exigée par les consommateurs français doivent également être prises en compte. Mais si, grâce à sa qualité haute précision et au

nombre signifiant d'entreprises qui approuvent ses produits (Ex: l'Autorité de l'Aviation Civile), Capalex a été bien placée pour adapter ses rigoureux standards de qualité à ceux demandés par les consommateurs français ; pour les entreprises moins prudentes, ceci peut s'avérer être une surprise...

Le refus des consommateurs français de commercer dans une autre monnaie que le Franc Français est également quelque chose à quoi Capalex a été confrontée. Pour travailler avec l'Hexagone, Capalex ne laisse rien au hasard pour pousser le consommateur à acheter ses produits. C'est pourquoi, depuis de longues années, l'entreprise a toujours coté ses produits pour la France en Francs et offert à ses clients la possibilité de payer par chèques ou, s'ils le préféraient, par transferts bancaires électroniques - un effort qui a prouvé sa popularité, surtout avec les PME / PMI -.

Le but de Capalex était de commercer avec une entreprise française aussi facilement qu'avec une entreprise anglaise. Les consommateurs français apprécient tout particulièrement le fait que, bien que Cumbria soit situé à plusieurs centaines de kilomètres de la France, Capalex offre une flexibilité et une réponse qui sont souvent meilleures que celles d'entreprises locales. Et le fait que Capalex travaille depuis plus de 15 ans avec la France rassure aussi les consommateurs, qui hésitent parfois à faire appel à des fournisseurs étrangers.

Mais bien que Capalex soit fier de son succès, il reste encore pour l'entreprise quelques aspects qui relèvent du challenge. La fidélité des consommateurs par exemple est déterminante pour les entreprises françaises. Cependant, si Capalex apprécie tout particulièrement cela avec ses clients actuels, cela signifie aussi qu'il est plus difficile, pour elle, de gagner de nouveaux marchés et de s'étendre dans d'autres secteurs ... Ceci est particulièrement vrai pour l'automobile: en Angleterre, Capalex vend de nombreux composants pour des modèles haut de gamme tels que Jaguar, Morgan Sports Car ou la nouvelle Mini de Rover, alors qu'en France, l'entreprise a encore beaucoup d'efforts à faire pour pénétrer ce marché (objectif de Capalex pour le futur).

Ayant récemment appris l'existence du French Business Council, l'entreprise regrette de n'avoir entendu parler de cette organisation quelques années auparavant. En effet, elle a dû faire face à de nombreuses difficultés, et avoir le conseil et l'expérience de français lui aurait sans aucun doute facilité la tâche. Mais maintenant que l'opportunité se présente, Capalex compte bien ne pas laisser passer sa chance et profiter pleinement de l'expertise de l'organisation...