

/ Se développer rapidement et efficacement à l'international : Innov'ia et ses filiales, leader du marché européen de la formulation et de la fabrication sur-mesure d'ingrédients fonctionnels innovants, partage avec les PME et ETI cinq enseignements clés

Lorsqu'une équipe d'ingénieurs a créé Innov'ia en 1990, l'objectif principal était d'accompagner les entreprises agroalimentaires dans le développement de nouveaux ingrédients sous forme de poudre. Mais en 30 ans d'existence, Innov'ia a su élargir sa gamme de solutions multi technologiques comme la granulation, l'agglomération et la micro-encapsulation, et s'investir dans de nouveaux secteurs tels que l'agroalimentaire, l'alimentation infantile, la cosmétique pharmacie et les produits de santé ou encore la protection des cultures et le biocontrôle. Cela a commencé à attirer une nouvelle catégorie de clients, donnant ainsi à Innov'ia la confiance nécessaire pour entamer un nouveau parcours de développement : l'internationalisation de l'entreprise, avec l'appui du Crédit Agricole.



INNOV'IA

- / **Siège Social** : La Rochelle, France
- / **Employés** : 350
- / **Chiffre d'affaires** : 40 millions d'euros
- / **Expertise** : Formulation d'ingrédients et industrialisation
- / **Clients** : 650
- / **Sites** : 7 sites de production + 1 centre de R&I
- / **Investissement dans l'expansion industrielle et international** : 70 millions d'euros en 10 ans



« Il y a quelques années, nous avons remarqué un changement de la demande : de plus en plus de grandes multinationales faisaient appel à nos services », déclare Maria Wiltz, Directrice Marketing & Commercial d'Innov'ia et de ses filiales Capsulae, Inodry, Innocaps, Innov'ia 3i.

« Nous avons été surpris car nous sommes une entreprise de taille moyenne basée uniquement en France. Si ces clients d'envergure, avec des filiales dans le monde entier, nous contactent pour les aider, c'est que nous devons disposer d'une expertise et d'une proposition de valeur répondant parfaitement aux besoins de ces clients.

Innov'ia et ses filiales ont commencé à explorer les possibilités d'un développement à l'international. « Nous voulions savoir quel pouvait être notre potentiel international et quels autres prospects pouvaient s'intéresser à nos produits », explique Maria Wiltz.

« Nous avons commencé à demander à nos clients ayant des filiales à l'étranger s'ils pouvaient nous suivre dans cette démarche et presque tous ont manifesté leur intérêt car ils recherchaient des partenaires locaux ayant notre niveau d'expertise. C'était un bon début, mais il nous restait encore un défi de taille à surmonter : savoir quel(s) marché(s) viser ? En tant qu'experts dans un domaine très pointu, à savoir la formulation et le développement industriel de nouveaux ingrédients et solutions innovantes sur-mesure, nous savions que pour réussir, nous devons faire appel à des experts du développement international, et c'est ainsi que nous avons fait appel à ALTIOS et au Crédit Agricole. »

La practice ALTIOS Stratégie accompagne aujourd'hui Innov'ia et ses filiales dans les différentes étapes clés à franchir pour structurer leur parcours d'internationalisation. Cela a commencé pour nous par un audit interne de toutes les sociétés d'Innov'ia, réalisé pour aider l'entreprise à se préparer et à optimiser son fonctionnement interne, avant même d'entreprendre et consolider des actions à l'international. Pour se faire une idée plus précise des actions opérationnelles à mener en Europe de l'Ouest et dans les autres pays visés par le Groupe, un plan d'action international a été élaboré, allant jusqu'à envisager une opération de croissance externe. Le plan d'action devait par exemple déterminer la manière de sélectionner les pays sur lesquels Innov'ia allait se concentrer et définir la stratégie associée de mise sur le marché.

ALTIOS Stratégie a mis en place une démarche collaborative avec Innov'ia et ses filiales afin de structurer leur internationalisation et embarquer l'entreprise et ses équipes vers une stratégie centrée client offrant une proposition de valeur différenciante.

« Travailler avec Altios nous a aidé à structurer notre parcours d'expansion internationale, à prendre la bonne décision au bon moment afin de réussir à atteindre nos objectifs », déclare Maria Wiltz. « Nous apprenons chaque jour de nos expériences. »

Au cours de la dernière décennie, la vitesse de développement des start-up innovantes a également renforcé la présence d'Innov'ia et ses filiales en élargissant l'expertise Formulation à de nouvelles applications : aliments pour bébés, cosmétiques, pharma, chimie verte, produits techniques, ainsi que l'alimentation humaine et animale.

La Directrice Commercial et Marketing d'Innov'ia partage avec les entreprises de taille moyenne cinq enseignements clés à connaître pour bien démarrer son développement international :

1. « Faites vos recherches »

Pour réussir votre développement international, vous devez savoir quels sont les différents marchés que votre entreprise peut cibler et quels seront les éventuels obstacles. L'étude de marché est donc une première étape essentielle pour définir les marchés sur lesquels votre entreprise pourrait se développer.

« Pour Innov'ia et ses filiales, nous cherchons d'abord à déterminer s'il y a des besoins au niveau de notre expertise en formulation d'ingrédients innovants et de notre savoir-faire industriel avant même de commencer à envisager un pays », précise Maria Wiltz. « Nous effectuons des études de marché et des enquêtes au cœur de notre secteur d'activité pour déterminer les besoins existants, puis nous faisons nos choix à partir de la proposition de valeur que nous pouvons apporter aux clients sur ce marché. Si nous concluons qu'à ce moment-là, nous ne pouvons pas apporter de valeur ajoutée à ce marché, nous faisons de cette expérience une occasion d'améliorer nos services ou de mieux nous préparer pour la prochaine étape. Notre objectif final est d'offrir une solution qui réponde aux besoins client. Qu'il s'agisse d'un service ou d'un produit, c'est seulement en ayant une image très claire de ces besoins et de leur valeur ajoutée pour le client, que nous pourrions déterminer précisément nos actions. »

2. « Définissez des objectifs réalistes »

Les objectifs que vous vous fixez pour votre développement international doivent correspondre au potentiel du marché qui vous intéresse, à son accessibilité et aux capacités de votre entreprise.

« L'un des objectifs d'Innov'ia et ses filiales était d'accéder au marché chinois, mais sur la base de nos études de marché, nous avons conclu que nous n'étions pas encore prêts pour cette étape. Il serait plus réaliste pour nous d'entrer sur le marché après 2024. Même si nous y voyons un grand potentiel, entrer en Chine est difficile et en tant qu'entreprise, nous ne sommes actuellement pas assez matures pour cela », explique Maria Wiltz. Par ailleurs, ce n'est pas notre priorité pour le moment. Nous souhaitons d'abord consolider notre position en Europe, puisque nous y lançons deux nouveaux sites de production.

3. « Laissez la demande vous guider dans le choix de votre localisation »

Même si certains marchés semblent très attrayants sur le papier, en raison de leurs taux de croissance élevés et de leur niveau de consommation important, ils peuvent tout à fait ne pas correspondre au produit ou au service proposés par les importateurs. Il est donc important que vous examiniez bien l'écosystème du pays avant de décider de l'ajouter à vos options de développement. Vous devez examiner qui sont les clients potentiels sur le marché, s'il y a une concurrence féroce, qui sont le/les partenaire(s) potentiel(s), par exemple une association professionnelle avec laquelle collaborer.

« La demande pour nos services et notre potentiel clients sont des facteurs décisifs lorsque nous souhaitons nous développer sur un marché spécifique », explique la Directrice Commercial et Marketing d'Innov'ia. « Il est très tentant de vouloir être présent sur un marché considéré à fort potentiel ou parce qu'on y voit des concurrents s'y installer, mais cela ne veut pas dire qu'il faille emboîter le pas. Il est préférable de développer votre entreprise sur des marchés où il existe déjà un intérêt ou de la demande pour votre produit/service, au lieu d'avoir à construire en partant de zéro.

4. « Embarquez l'ensemble de votre équipe sur le projet »

L'internationalisation demande un engagement de l'ensemble de l'entreprise, pas seulement des personnes de l'équipe qui travaillera sur le projet d'expansion. « Impliquez vos actionnaires et votre équipe dans le pourquoi, le où et le comment du plan de développement, afin que chacun se sente pleinement investi dans l'objectif commun à atteindre.

Si votre équipe ne fait pas partie de votre plan, cela affectera votre succès à long terme », explique Maria Wiltz. « Nos employés sont la pierre angulaire de notre entreprise. Ce n'est pas la direction, mais nos équipes qui livrent le produit final à nos clients. Ainsi, s'ils ne comprennent pas quel objectif l'entreprise essaie d'atteindre et pourquoi il est important pour nous de nous développer, ils pourraient ne pas fournir le meilleur effort possible. Faire participer tout le monde et faire en sorte que chacun se sente important est un élément clé pour réussir l'internationalisation de votre entreprise.

5. « Ne pas être pas trop prudent, oser sauter le pas »

« Nous vivons dans un monde en développement rapide », déclare la Directrice du Commercial & Marketing d'Innov'ia. « En tant qu'entreprise, vous pouvez choisir l'une des deux stratégies suivantes : être prudent et vous adapter à ces changements ou devancer la foule et oser bâtir votre entreprise sur les éléments vous différenciant de la concurrence. Tant que vous vous assurez de modifier vos propositions en prenant soin de les adapter aux besoins ou aux attentes du client et tant qu'il existe une demande, vous n'avez pas à douter que cela fonctionne.

Faire le grand saut peut vraiment stimuler la croissance de votre entreprise, du moins si vous avez préparé cette étape bien à l'avance. Sans la bonne stratégie, le bon timing, le bon budget et la définition d'objectifs réalistes, la réussite de votre projet de développement pourrait demander un travail conséquent. Mettez de côté la part d'essais et les sources d'erreurs grâce à l'accompagnement d'un partenaire ayant le bon savoir-faire pour vous aider à démarrer efficacement.

Travailler avec Altios

Le développement à l'international est une opportunité majeure pour de nombreuses entreprises disposant d'une offre produits différenciante et compétitive, à la recherche de relais de croissance significatifs et structurants.

Parce que la connaissance approfondie des marchés doit être la base de toute stratégie, et parce que la réflexion doit précéder l'action, notamment à l'international où les erreurs sont coûteuses, ALTIOS sécurise et valorise les projets des entreprises dans leur développement international.

Contactez Altios pour discuter de la façon dont nous pouvons vous aider à réussir votre croissance internationale.