



# Etats-Unis : les clés d'accès au 1<sup>er</sup> marché de la santé

Petit-déjeuner Medic@Ips – 23 mai 2019



**GREX INTERNATIONAL**  
CCI GRENOBLE

En partenariat avec



GreX International est membre de



[WWW.GREX.FR](http://WWW.GREX.FR)

## Team France Export

### Refonte du dispositif d'appui public à l'international qui simplifie l'export aux entreprises...

- **Des membres fondateurs** (Business France, CCI, BPI France, Région AURA, Agence Régionale) et des partenaires (CCIFI, OSCI, Fédérations professionnelles, CCE, MEDEF, CPME...)
- Une **interface de proximité** avec des Conseillers CCI animant des portefeuilles de PME par filière d'activité (GREX pour l'Isère)
- Un **parcours d'accompagnement progressif et simplifié**
- Des **correspondants uniques à l'étranger**



## Les clés d'accès au marché américain

1. **Bâtir une stratégie et une vision à long terme**
2. **Ne pas sous-estimer le budget nécessaire**
3. **Prendre en compte les différences culturelles**







*« Nous, les Américains, adorons les Français. Vous êtes des gens brillants, intelligents, cultivés, raffinés, vous avez les meilleurs chercheurs au monde, les techniciens les plus brillants, et en plus vous n'êtes pas des concurrents. »*

Serge Soudoplatoff (73),  
cofondateur de Highdeal, fondateur et président d'Almatropie





Un marché attractif dont le moteur est l'innovation

Un marché mature et concurrentiel...

...qui n'est pas homogène

Distances / décalage horaire

Pas un, DES consommateurs

Des différences culturelles marquées



## 1. Bâtir une stratégie à long terme

- tenir compte des spécificités liées à l'environnement des affaires,
- adapter son offre (sens du service...),
- se faire aider (partenaires / experts),
- travailler son réseau (KOL...),



➤ s'implanter ???



## 2. Ne pas sous-estimer le budget nécessaire

- coûts de prospection élevés,

- coûts cachés :

- barrières non tarifaires (normes et certifications, PI, RC, coûts logistiques...)
- coûts des experts (risque juridique), etc.



ROI long

Le budget nécessaire est souvent sous-estimé



## Quelques dispositifs sur lesquels s'appuyer...

- Assurance prospection de BPI France Export (AP)
- Prestations d'appui proposées dans le cadre de la TFE (appui réglementaire, à la prospection, VIE, *soft landing...*)

[Programme régional Go Export (AURA)]

[Aide au Recrutement d'un cadre export (AURA)]





## 3. Prendre en compte les différences culturelles



Français	Américains
Etre	Faire (action)
Diplômes / expertise	Expérience
Pourquoi (rationalisme) / théorie	Comment (pragmatisme) / pratique
Capacité à manier des notions complexes	Capacité à simplifier (K.I.S.S.)
Distance / formalisme	Empathie / moindre formalisme
Verre à moitié vide (défaitisme)	Verre à moitié plein (optimisme/enthousiasme)



## Adapter sa communication/son comportement

- *Time is money* (pas de retard, respect des délais, être efficace, être facilement joignable...)
- Aller droit au but (être clair, direct, s'appuyer sur des statistiques, données fiables...)  
« Sell the problem you solve, not the product »
- Se montrer toujours agréable et positif (*small talk*, pas de critique négative, ne pas interrompre...)



Piège du moindre formalisme / de l'enthousiasme



**“By failing to prepare,  
you are preparing to fail.”**

Benjamin Franklin



Catherine ANDRE

Conseiller en développement international / référent « santé »

Tél. +33 (0)4 76 28 28 32 – catherine.andre@grex.fr



**GREX INTERNATIONAL**  
CCI GRENOBLE

GreX International est membre de



[WWW.GREX.FR](http://WWW.GREX.FR)

