

Réussir en Russie : cinq conseils

La Russie est aujourd'hui de retour sur l'avant de la scène internationale et les médias illustrent à suffisance l'importance de ce partenaire dans le nouvel équilibre mondial. Toutefois, venir en Russie pour y réaliser des affaires ne s'improvise pas et une information correcte est indispensable à toute entreprise qui souhaiterait prospector une ou plusieurs régions de ce pays.

Si les Russes sont physiquement similaires aux Européens, ils en sont culturellement, historiquement, mentalement, commercialement et socialement différents. Ceci est facile à comprendre lorsqu'on contemple les 70 années du régime communiste et la masse géographique du pays (1/8 des terres émergées du globe réparties sur 10 fuseaux horaires). La superficie de la Russie est de 17.075.200 km², soit 560 fois la taille de la Belgique.

1. Allez-y !

On ne pilote pas des affaires en Russie au départ d'un fauteuil en Belgique. Le contact personnel est fondamental (le produit compte pour 50 % et le contact personnel pour les 50 autres % de la relation commerciale). La relation est «personnelle et directe» (entre les personnes), c'est-à-dire qu'une fois rentré en Belgique, il ne faut pas déléguer le suivi à une autre personne de l'entreprise ou croire qu'après un premier contact la relation pourra se maintenir via Internet.

2. Préparez bien votre voyage

Discours simples, objectifs clairs, propositions commerciales solides, produit compétitif (les Russes s'informent), prix préparés, documentation et courrier en russe, présence d'interprète (les Russes parlent russe), suivi actif et limitation du risque (prépaiements, lettres de crédit, mise à charge de l'acheteur du transport, du passage en douane, des certificats dans certains cas).

Pour une première prospection, la participation ou la visite de foires spécialisées reste la meilleure façon d'approcher le marché russe, puisqu'à ce moment de nombreux visiteurs ou exposants viennent des différentes parties de la Russie pour trouver des produits et contacts. La liste des foires en Russie est disponible sur www.exponet.ru («English» en haut à droite). Lors de ces foires, il faut prospector, discuter, être actif, aller voir les autres exposants, partager les expériences, etc.

3. Gardez vos critères de jugement et vos traditions d'affaires

Même si tout se fait différemment en Russie, n'employez pas cette différence comme une réponse à tout ce qui n'est pas clair pour vous. Souvenez-vous qu'une promesse ou une poignée de main ne remplace pas un contrat.

4. Prenez conseil auprès des administrations compétentes

Les arcanes administratifs en Russie sont un véritable labyrinthe. Même si les services de professionnels (avocats, audits, bureaux spécialisés) peuvent paraître chers, n'attendez pas d'être face aux difficultés pour recourir à leurs services.

Depuis 1993, les autorités russes ont rendu obligatoire, pour les produits importés, de se soumettre au contrôle de conformité aux standards et normes russes. Le certificat de conformité Gost R est indispensable pour dédouaner les marchandises, les commercialiser et avoir l'autorisation pour faire leur publicité (www.gost.ru).

5. Organisez-vous pour que la relation d'affaires repose sur vous

La recette pour un désastre commercial, c'est de se mettre en partenariat, de donner les pleins pouvoirs au partenaire russe et retourner en Belgique pour attendre l'arrivée des dividendes.

La Russie est le premier producteur mondial de gaz, le deuxième producteur pétrolier derrière l'Arabie Saoudite et un diamant sur quatre dans le monde provient de Russie. La Russie se développe et redevient un pays riche : on peut y trouver des marchés, être payé et assister à la naissance d'une classe de consommateurs exigeants. C'est toutefois un marché complexe, compétitif dans les grandes villes, et y faire des affaires demande du temps, de l'énergie, des moyens, des voyages et une véritable implication personnelle de l'entreprise exportatrice.

Ivan KORSAK - Conseiller économique et commercial AWEX, Ambassade de Belgique à Moscou