

Nos clients

Vekoma



Attachez vos ceintures ! Ou comment livrer des montagnes russes en toute sécurité dans le monde entier

Vekoma est l'un des leaders mondiaux du secteur des grandes et petites attractions. Plus de 370 personnes, dont 150 ingénieurs, designers et techniciens, conçoivent et construisent chaque jour des attractions de la plus haute qualité à Vlodrop, dans le Limbourg. Les montagnes russes de Vekoma sont désormais disponibles dans le monde entier. De l'Alaska à l'Australie ! En visitant le parc d'attractions Efteling, vous ne pouvez pas manquer de monter à bord du Python ou de rentrer dans la Villa Volta. Les montagnes russes de Vekoma attirent également un grand nombre de visiteurs dans le gigantesque parc d'attractions Energylandia en Pologne. Elles y ont attiré près de deux millions de visiteurs en quatre ans. Entre 2016 et 2020, Vekoma a vendu dix montagnes russes à ce parc.

La réalisation d'une montagne russe, avec tout le travail technique que cela implique, est un gros projet. Une petite attraction peut être prête en 6 mois, mais dans le cas d'une grande montagne russe, ce processus peut prendre un à deux ans. En moyenne, Vekoma livre 20 montagnes russes par an, dont de nombreuses à des clients étrangers. La construction de montagnes russes est donc un processus long et coûteux. Comment Vekoma limite-t-elle les risques liés à des missions de cette envergure et à faire des affaires à l'étranger ? Nous en avons discuté avec Peter van Bilsen, directeur des ventes et du marketing.

Vekoma et le commerce international

« Notre objectif est depuis longtemps le marché international. Nous avons de nombreux clients existants, avec lesquels nous entretenons des relations depuis des décennies, par exemple. Environ 70 à 80 % de nos clients sont des clients réguliers. C'est très positif, mais nous faisons également de notre mieux pour dénicher de nouveaux clients. »

« Chez Vekoma, nous sommes proactifs face au marché. Chaque mois, nous visitons un client à l'étranger. D'une part, nous avons une approche active du marché : nous assistons régulièrement à des salons et nous participons à des appels d'offres. D'autre part, grâce à la notoriété de notre marque, nous recevons également beaucoup de demandes. »

Contrôles lors d'une nouvelle coopération

Précisément parce que cela implique souvent de longs voyages, Vekoma essaie d'estimer les risques à l'avance. En concluant un nouveau partenariat, Vekoma cherche d'abord ce qu'elle peut trouver sur l'entreprise. Le client a-t-il l'air fiable ?

« Lorsque nous rendons visite à un client, nous remplissons toujours une liste de contrôle et prêtons attention à un certain nombre d'éléments spécifiques. Dans quel pays se trouve le client ? S'agit-il d'un client existant ou d'un nouveau client ? Depuis combien de temps le parc d'attractions existe-t-il ? Quelles sont les parties prenantes derrière l'entreprise ? Quelles sont les possibilités de financement ? En fonction de cela, nous déterminons à quels audits externes nous devons procéder. »

Il n'est pas toujours nécessaire de vérifier les clients. Dans certains cas, il y a suffisamment de raisons de croire qu'un nouveau client est fiable. « Le risque d'impayés est la chose la plus importante pour nous. Il arrive parfois que nous ne courions pratiquement aucun risque et que nous n'ayons donc pas à effectuer de contrôles supplémentaires. Ce fut le cas, par exemple, de deux parcs d'attractions bien connus en France, qui existent depuis des décennies. »

Utilisation des informations de crédit internationales

Si Vekoma décide tout de même d'utiliser des sources externes pour estimer les risques, elle utilise les informations de Graydon.

« Dans certains cas, nous avons besoin d'informations supplémentaires sur une entreprise avant de conclure un partenariat. Particulièrement lorsqu'un financement doit être demandé. La banque nous oblige alors à démontrer que notre partenaire commercial est fiable. Pour cela, nous consultons la base de données de Graydon. Plus nous pouvons fournir de bonnes informations à la banque, plus il y a de chances que la demande de crédit du client soit acceptée. »

Mais les informations sur le crédit à l'étranger ne sont pas uniquement utilisées pour démontrer la solvabilité d'un client spécifique. « Nous recherchons également de nouveaux segments intéressants. Par exemple, l'industrie des bateaux de croisière est actuellement un marché potentiellement intéressant. Il est de plus en plus fréquent que les gens souhaitent faire construire des attractions sur un bateau de croisière. Dans ce cas, nous examinons les informations sur le marché d'un segment qui peut nous intéresser. De cette façon, nous pouvons découvrir quelles opportunités s'offrent à nous. »

Éviter les dommages à notre image

Outre une vérification de la solvabilité et une exploration de nouveaux segments de marché, les informations correctes sont également utilisées pour éviter les dommages à notre image. « Il est très important de savoir avec qui on fait affaire. Qui se cache vraiment derrière une entreprise ? Nous essayons d'en savoir le plus possible à l'avance. Même si cela n'est pas requis par la loi. Mais comme Vekoma fait partie d'une société cotée en bourse, la publicité négative peut nous être très nuisible. »

« Un pays comme la Russie est un bon exemple d'un pays qui présente de nombreux risques. Outre le fait que vous pouvez être confronté à une crise telle que celle du MH17, un contrôle doit également être effectué en douane pour les biens à *double usage*. Il s'agit de biens qui peuvent potentiellement également être utilisés à des fins militaires, comme les armes. Lors d'une demande en provenance de Russie, nous avons dû remplir un formulaire aux douanes néerlandaises et faire vérifier les composants pour détecter un éventuel *double usage*. Heureusement, il s'est avéré que nos pièces ne pouvaient pas être utilisées à des fins militaires et la livraison a pu se poursuivre. Dans le cas de la Russie, il est donc important de s'informer à l'avance pour éviter les problèmes par la suite. En effet, des sanctions peuvent être infligées. »

Être un partenaire commercial fiable

Il arrive souvent que les entreprises soient victime de publicité négative dans les médias parce qu'elles ont fait affaire avec une entreprise qui s'est avérée cacher une organisation criminelle. Une façon de savoir si l'entreprise avec laquelle vous faites affaire est fiable consiste à chercher qui est l'Ultimate Beneficial

Owner (bénéficiaire effectif ou UBO). Il n'est pas obligatoire pour une entreprise commerciale comme Vekoma d'effectuer un contrôle UBO, mais c'est parfois judicieux.

« Il est très important pour notre entreprise d'être considéré comme un partenaire commercial fiable. C'est pourquoi nous faisons tout notre possible pour démontrer que les parties avec lesquelles nous traitons sont également fiables. Si cela s'avérait ne pas être le cas en fin de compte, nous pourrions toujours limiter les dommages à notre image, parce qu'alors nous pourrions démontrer que nous avons fait nos recherches, et que nous ne pouvions pas le savoir. »

Production locale

Faire des affaires internationalement implique souvent des frais de transport et des droits d'importation lorsque des pièces sont produites ailleurs. La production et l'assemblage locaux peuvent parfois être une bonne solution.

« La Chine est actuellement notre plus grand marché et nous y avons également installé une usine locale. L'ingénierie et la fabrication des composants de base se font cependant toujours à Vlodrop, aux Pays-Bas. Dans les pays où nous n'avons pas d'usines, nous analysons souvent si une entreprise locale peut produire certaines pièces. Lorsque nous travaillons avec un fabricant local, un expert de Vekoma se rend toujours dans l'entreprise pour garantir la qualité et la sécurité. Cependant, en raison de notre expérience et de notre expertise, dans de nombreux cas, la production au sein même de notre usine néerlandaise reste la moins chère. »

Une bonne gestion des relations

Les clients de Vekoma sont répartis dans le monde entier et ont tous leurs propres us et coutumes. « La gestion des relations est très importante pour nous. Lorsque je visite un client international, j'essaie de m'adapter au maximum à la culture locale. Le respect des gens, de leur culture et de leur façon de faire des affaires est très important. »

Le plus grand défi est sans doute d'établir une compréhension interne du cours des affaires avec divers clients. « Nous remarquons, par exemple, qu'avec des clients chinois, il faut beaucoup de temps pour conclure un accord. De nombreuses conversations avec différentes personnes au sein de l'organisation sont nécessaires au préalable. Six mois peuvent ainsi facilement s'écouler. La communication avec le client n'est pas tant le plus grand obstacle, mais plutôt parvenir à un support en interne. Il faut expliquer en interne quel client vous traitez et quelle culture est en vigueur dans ce pays. De cette façon, vos collègues aux Pays-Bas comprendront pourquoi un accord prend plus de temps à conclure qu'un autre. »

Vous trouverez de plus amples informations sur Vekoma sur leur site web www.vekoma.com.

Souhaitez-vous en savoir plus sur ce sujet?

Nos consultants se tiennent à votre disposition.

Appelez le **03 280 88 80** ou envoyez un mail à support@graydon.be.

GRAYDON
open in business