

# PRÉSENCES

LE MAGAZINE DES ENTREPRISES DE LA RÉGION GRENOBLOISE

www.presences-grenoble.fr

N° 227 | MAI 2011 | 4 €



## RENCONTRE AVEC RALF GATHMANN CORYS T.E.S.S. PREND UN VIRAGE HISTORIQUE

page 16

Enquête **LA COMMUNICATION AU CŒUR DE L'ENTREPRISE** page 18

International **PLASTI-SONE APPÂTE LES PÊCHEURS DU MONDE** page 41

Enquête **LOGEMENT DES SALARIÉS : GRENOBLE SUSCITE LES CONVOITISES** page 50



À gauche, Julien Guardiola, responsable marketing et ventes de Plasti-Sone.

## PIÈCES PLASTIQUES

# Plasti-Sone appâte les pêcheurs du monde

Spécialiste d'articles de pêche et de pièces techniques en matière plastique, Plasti-Sone a restructuré son offre pour se déployer en Europe, en Russie et en Amérique du Sud.

**C**réée en 1988 à La Sône, l'entreprise s'est d'abord développée en sous-traitance de pièces plastique pour l'industrie. Mais son créateur, Marius Marchand, souhaitait fabriquer ses propres produits. Il a ainsi racheté en 1991 la société Guizaud, qui a inventé le flotteur Buldo, bien connu des amateurs de pêche du monde entier, puis, en 1997 l'acquisition de la gamme complète de produits pour pêcheurs de l'entreprise Bonnard. Aujourd'hui, les pièces techniques de Plasti-Sone (CA 2010 : 900 k€, 13 salariés) sont principalement distribuées auprès de clients tels que Legrand ou A Raymond, tandis que les produits de loisirs sont vendus à 60 % entre l'Europe, la Bolivie, le Chili et la Russie.

### Un maillage international

"Le renom de nos marques est tel que le Buldo est devenu un terme générique et les pêcheurs utilisent même la technique dite "au Buldo". Il nous permet de résister à la très forte concurrence chinoise", précise Julien Guardiola, responsable marketing et ventes. Pour compléter cette offre, une ligne

de bottes techniques de plein air griffée Good Year, et dont il a obtenu une licence, a été lancée, fabriquée en France. Elle a généré la création en septembre 2010 d'OD Distribution, une filiale détenue à moitié-moitié par Plasti-Sone et par Julien Guardiola. "Notre ambition est d'accroître notre pénétration sur les marchés européen et russe, après une mission de prospection avec Grex, le centre de commerce international de la CCI de Grenoble, au Brésil, en Amérique du Sud, et sur le continent américain." ■ A. Zylberberg

### INFORMATIQUE Déploiement de Micromédia International

Après le Benelux et l'Italie, Micromédia International ouvre un bureau à Stuttgart, en Allemagne. La société meylanaise, dirigée par Michel Lionch et spécialiste de la télésurveillance et de la supervision industrielles, a également signé un contrat de distribution avec HBS Security au Maroc.

### INFORMATIQUE Le polonais Comarch

en pleine croissance Installée à Montbonnot depuis 2008, la filiale du groupe polonais Comarch, créé à Cracovie en 1993, est un centre R & D de 31 personnes en plein essor. Le troisième site français de l'éditeur de logiciels et de solutions intégrées pour les marchés ERP (Enterprise Resource Planning, en anglais, aussi appelés progiciels de gestion intégrés, PGI) et télécoms, présent dans 17 pays avec 3 460 collaborateurs (CA 2010 : 190 M€), se positionne comme un centre de compétences pour l'Europe, principalement axé sur les télécoms et les réseaux. La hausse de son activité l'amène cette année à recruter plus d'une dizaine de salariés.

### Comment aborder le marché turc ?

En Turquie, où se mêlent industries traditionnelles et les plus modernes, programmez à l'avance vos rendez-vous et confirmez-les avant le départ. Soyez ponctuels, prévenez en cas de retard et armez-vous de patience si vous attendez avant la réunion. Celle-ci démarre le plus souvent par des conversations sans rapport avec l'affaire à traiter. Préparez bien vos exposés en maintenant un contact visuel avec vos interlocuteurs et des documents en anglais et en turc. Consacrez du temps à nouer des relations personnelles préalables et respectez les conventions hiérarchiques. ■ A. Zylberberg