

GO! Le magazine du commerce extérieur
8021 Zürich
044/ 365 51 51
www.switzerland-ge.com/switzerland/ex...

Medienart: Print
Medientyp: Publikumszeitschriften
Auflage: 3'000
Erscheinungsweise: 4x jährlich

Themen-Nr.: 272.3
Abo-Nr.: 272003
Seite: 19
Fläche: 18'029 mm²

INTERVIEW MARTIN NAVILLE

«Vous aussi, vous pouvez le faire»

Martin Naville, membre du jury de l'Export Award et CEO de la Swiss-American Chamber of Commerce, sur l'importance de l'Export Award pour les PME suisses.

INTERVIEW Sibylle Zumstein



«Il faut une idée et la volonté de la concrétiser. Les vainqueurs n'auront pas renoncé au premier obstacle.»

Martin Naville, CEO de la Swiss-American Chamber of Commerce à propos de l'Export Award.

Martin Naville, que récompense l'Export Award? Il s'intéresse plus au projet qu'à l'entreprise. La question est de savoir ce qu'une entreprise a accompli dans un pays au travers d'un projet spécifique s'adressant à un segment clairement défini. Nous ne prions pas que le résultat, mais l'ensemble du processus: de l'idée à sa mise en œuvre, en passant par la planification, et jusqu'à l'ex-

tension du projet. Nous souhaitons présenter des projets à l'exportation susceptibles d'inspirer d'autres entreprises.

Qu'apporte cette récompense? En premier lieu, une reconnaissance interne (auprès du personnel ou du conseil d'administration) mais aussi externe (auprès des clients ou fournisseurs). Puis un certain retentissement médiatique. Et aussi la confirmation que les décisions prises sont les bonnes. La PME peut alors montrer à ses clients ou à sa banque que son projet est porteur.

Que faut-il à une PME pour concourir à l'Export Award? Une idée et la volonté de la concrétiser. Mais aussi de la persuasion et de la persévérance. La PME n'a pas le droit à l'erreur. Elle doit avoir bien préparé le terrain et bétonné son projet. Les vainqueurs sont ceux qui ne renoncent pas au premier obstacle.

La Suisse gagne un franc sur deux à l'exportation. Partant de ce constat, l'Export Award couronne les projets les plus novateurs et audacieux afin de dire aux autres «Vous aussi, vous pouvez le faire». Les facteurs décisifs sont une analyse minutieuse avant toute démarche et un choix avisé des partenaires, qu'il s'agisse de conseillers, de négociants ou de chaînes de distribution.