



Performance.  
Everyday.

## KLB Group s'attaque au marché local Chinois

*Contacts presse:*

Hicham Abbad : 01 49 44 35 27 / [habbad@klb-group.com](mailto:habbad@klb-group.com)

Sophie Ambler : 01 47 70 55 20 / [sambler@maxymapublic.com](mailto:sambler@maxymapublic.com)

[www.klb-group.com](http://www.klb-group.com)

Tél. : +33(0)1 49 44 35 00 • Fax : +33(0)1 49 44 35 01 • 2, rue Paul Cézanne F-93364 Neuilly-Plaisance Cedex  
Société anonyme au capital de 53 250 euros RCS Bobigny - N° SIRET 402 994 438 00032

La crise financière américaine a mis plus de temps à toucher l'Asie mais elle se fait sentir depuis plusieurs mois maintenant. D'une part, le Stock Exchange Market n'en finit pas de baisser et suit la même tendance qu'en Europe et aux Etats Unis, d'autre part, de nombreuses entreprises font face à une forte chute de leur activité.

En effet, de nombreuses entreprises chinoises et étrangères - notamment dans le Sud de la Chine - sont dépendantes de l'économie américaine car les Etats-Unis représentent une grande part de leurs exportations.

De plus, cette crise intervient à un moment crucial pour les entreprises chinoises qui font face depuis déjà plusieurs mois à de nouvelles contraintes : réévaluation du Yuan, scandales dus à la mauvaise qualité (lait contaminé, jouets à la peinture au plomb...) et une nouvelle loi du travail plus stricte qu'auparavant.

Cependant tout est relatif. Avec une prévision de croissance de l'ordre de 6,5 %, la Chine sera l'un des pays qui s'en sortira le mieux en 2009.

De nombreuses entreprises présentes en Chine font aussi face à des contraintes telles que l'augmentation des coûts de production, une compétitivité de plus en plus agressive de la part de pays d'Asie du Sud Est (Vietnam, Bangladesh, Cambodge...), des problèmes de qualité toujours pas résolus et surtout une gestion de leur approvisionnement approximative.

A ces problèmes s'ajoutent une forte volonté du gouvernement chinois de ne plus tout miser sur une stratégie "low cost" mais au contraire, développer des produits à forte valeur ajoutée afin d'assurer une croissance durable sur le long terme.



Afin d'atteindre cet objectif et gagner des parts de marché, de nombreuses entreprises vont devoir faire appel à des prestations de conseil afin de régler certaines problématiques telles que : gestion ou le suivi des fournisseurs, sécurisation des flux internes et externes, mise en place de nouvelles stratégies d'achat, maîtrise des coûts, gestion des stocks matières premières/produits finis, respect planning production...

C'est dans ce contexte de plus en plus concurrentiel que KLB Group, fort d'une expertise reconnue et démontrée, a décidé de s'implanter en Chine.

Cette structure permettra aussi à nos différentes filiales en achat et supply chain d'accompagner nos clients existants dans l'optimisation de leur sourcing.

Depuis 7 ans, KLB Group a développé son expérience en Chine grâce à son partenariat local. Aujourd'hui, nous avons décidé d'être présents sur place. L'offre s'articule autour de deux activités. Le **sourcing** et le développement du **staffing** (achat, logistique et qualité).

	Staffing	Sourcing
<p><b>Nos métiers</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Staffing Achat</li> <li>➤ Staffing Supply Chain</li> <li>➤ Staffing Qualité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Etudes de marché et sélection des sources</li> <li>➤ Gestion des fournisseurs qualité</li> <li>➤ Suivi qualité</li> <li>➤ Négociation de contrats</li> </ul>
<p><b>Nos cibles</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Entreprises étrangères et chinoises désireuses d'améliorer leurs fonctions achats, supply chain ou qualité en faisant appel à des ressources extérieures.</li> <li>➤ Entreprises souhaitant développer une grande flexibilité en fonction de leur niveau d'activité.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Les entreprises cherchant à réduire leurs coûts.</li> <li>➤ Les entreprises désireuses de sécuriser leur panel fournisseurs existant.</li> </ul>



## INTERVIEW

Mathieu Dominguez

---

Staffing Manager  
KLB Group China

« Aujourd'hui, la plupart des entreprises présentes en Chine subissent une augmentation de leurs coûts de production. Les entreprises installées en Chine depuis plusieurs années font face à une diminution de leurs marges due à un "labor cost" de plus en plus élevé.

Pour s'en sortir, il est primordial d'optimiser chaque étape de la production ainsi que de construire une relation de confiance avec les fournisseurs.

Les challenges auxquels font face les entreprises en Chine ne sont pas très différents de ceux qu'elles ont surmontés il y a quelques années en Europe. En revanche, il est nécessaire d'être très réactif afin de s'adapter aux contraintes du marché chinois.

Nous profitons du lancement de cette filiale pour proposer à nos clients une nouvelle expertise : la qualité ! Les entreprises en Chine ainsi que le gouvernement chinois ont la volonté d'améliorer la qualité de la production. Il est important pour nous de les conseiller et de les aider à atteindre cet objectif.

Fort d'une expérience de plus de 10 ans, KLB Group souhaite faire bénéficier les entreprises présentes en Chine de notre expertise et savoir-faire. Avec une globalisation des échanges, nous pensons qu'il est important de pouvoir suivre nos clients à l'international afin de leur apporter une qualité de service adaptée à leurs besoins.

C'est sans nul doute le challenge de ces prochaines années ! »

Nous comptons atteindre un effectif de 25 personnes à fin 2011



## INTERVIEW

Rick Lai

---

Sourcing Manager  
KLB Group China

« Le Sourcing en Asie, est aujourd'hui un des éléments fondamentaux dans l'optimisation achats.

Avec le ralentissement économique mondial, le succès des approvisionnements stratégiques et la localisation des fournisseurs, sont deux notions de plus en plus importantes à prendre en considération. La Chine est devenue la plus importante région du Sourcing dans le monde.

La clé pour la réussite des relations avec les fournisseurs en Chine est de sécuriser les relations clients fournisseurs.

Le principal défi aujourd'hui pour KLB Group Chine est d'aider les entreprises à être performantes dans la sélection des bonnes sources d'approvisionnement tout en s'appuyant sur un meilleur contrôle de la qualité. »

Les principaux domaines de sourcing que nous développons :

- Fonderie (GG, GGG, l'aluminium et alliages...)
- Outillage (estampage, moulage plastique...)
- les composants plastiques et caoutchouc
- Frittage des pièces
- Feuille de métal, des pièces de forge
- PCB et PCBA

1. **▮** Avoir un **réseau** constitue une réelle valeur ajoutée et facilite les échanges notamment lorsqu'il s'agit de trouver des collaborateurs ou des partenaires sur place.
2. **▮** Une forte capacité **d'adaptabilité** est un facteur clé de succès car il est nécessaire de comprendre la culture et s'adapter aux pratiques locales.
3. **▮** Même si la langue des affaires reste l'anglais, apprendre **le chinois** pourra être un atout, et facilitera vos échanges.
4. **▮** Faites attention aux **détails et ayez le sens de l'observation** à tout moment. Vous verrez avec quelle intensité les chinois captent les détails. Chaque détail pourra vous éclairer sur ce qui se passe vraiment dans vos relations. Ne soyez pas surpris que vos interlocuteurs sachent dans quel hôtel vous logez même si vous ne leur avez pas dit.
5. **▮** Vérifiez sans cesse ce que vous croyez comprendre. **Les risques de malentendus** sont nombreux et peuvent coûter très cher. Assurez-vous, par exemple, que vous êtes sur la même longueur d'onde avec votre fournisseur quant à votre prestation.
6. **▮** Partez du principe que ce qui est évident pour vous ne l'est pas pour eux, malgré une apparente compréhension de surface. Soyez donc extrêmement **précis et concret** dans vos demandes et vos instructions.
7. **▮** En Chine, attendez vous à **travailler encore plus qu'en Europe**, les chinois eux travaillent tous les jours et ne répugnent pas à mener de front plusieurs activités professionnelles en même temps.
8. **▮** Si vous allez manager une équipe locale, soyez chaque jour **vigilant sur les motivations** de vos collaborateurs chinois, afin de vous assurer que vous gardez les talents que les concurrents s'arrachent. L'augmentation de salaire, la recherche de nouvelles expériences, sont des pratiques courantes en Chine, car le principe de fidélisation des employés n'est pas le même qu'en Europe.
9. **▮** **Les contrats** n'ont pas la même valeur en Chine. En effet, quand le contrat sera signé, préparez-vous à ce qu'il soit renégocié dès le lendemain.
10. **▮** Gardez toujours **des atouts en réserve au moment de conclure**. Ne faites pas toutes vos concessions tout de suite. Les chinois aiment obtenir une dernière faveur, une remise, lors de la signature du contrat.
11. **▮** Les chinois valorisent la notion du bon moment, notion que nous avons un peu perdue. Il est donc très important de **ne pas se montrer impatient et d'être capable d'attendre**, cela aura un effet notoire et rassurera les interlocuteurs, d'autant plus que le processus de décision est beaucoup plus long en Chine. Il ne faut donc mieux pas être pressé d'atteindre ses buts.
12. **▮** Les **Chinois sont très sensibles**, il n'est pas conseillé de leur dire leurs quatre vérités ou d'être trop direct avec eux. Il ne faut alors ni être trop ferme, ni les froisser.

