

# France

## Case Studies



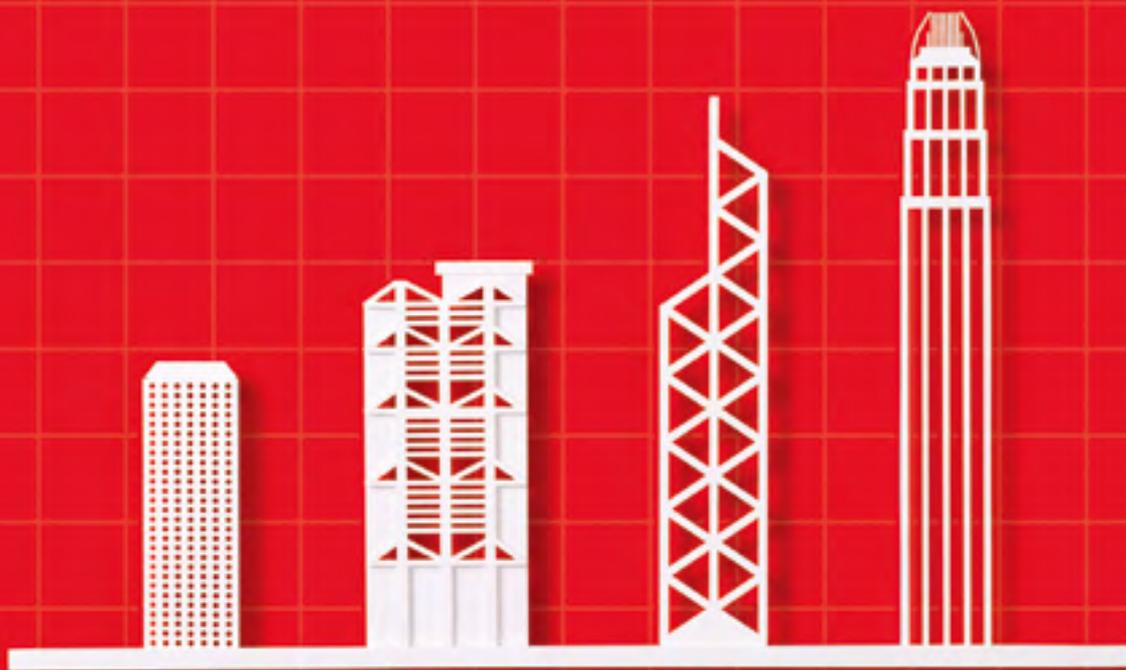
**InvestHK**

The Government of the Hong Kong  
Special Administrative Region



**french chamber**  
HONG KONG

# Setting up Your Business in Hong Kong



De l'élaboration du business plan à l'ouverture ou l'expansion de bureaux à Hong Kong, InvestHK vous accompagne à chaque étape. Nous avons l'expérience, l'expertise et le réseau pour vous aider à vous installer dans notre ville et à y grandir.

Nos services sont gratuits, confidentiels et adaptés à vos besoins spécifiques.

**N'hésitez pas à nous contacter sur [InvestHK.gov.hk](http://InvestHK.gov.hk)**

**InvestHK**

The Government of the Hong Kong  
Special Administrative Region

**Where Business Goes to Grow**

Siège Social : 25/F, Fairmont House,  
8 Cotton Tree Drive, Central, Hong Kong  
Tel: (852) 3107 1000 Email: [enq@investhk.gov.hk](mailto:enq@investhk.gov.hk)

Représentant en France: Laurent Sansoucy  
Tel: (33) 14387 5640  
Email: [lsansoucy@investhk.com.hk](mailto:lsansoucy@investhk.com.hk)

#investhk



Follow us on 

# Sommaire

**3**      **Au sujet de Invest Hong Kong**

---

**4**      **Au sujet de la Chambre de commerce et d'industrie française à Hong Kong**

---

## **Études de cas**

5      AFP

6      Agorize

7      Caudalie

8      Devialet

9      Edouard Malingue Gallery

10     Ekimetrics

11     Finfabrik

12     La Rotisserie

13     LINKBYNET

14     PALO IT

15     Paul Lafayet

16     Pierre Hermé

17     Pont Des Arts

18     Rue Madame

19     Schneider Electric

20     Studio Harcourt Hong Kong

21     TV5 Monde

---

**22**     **Bureau de InvestHK en France**

**La chambre de commerce et d'industrie française à Hong Kong**



# Au sujet de Invest Hong Kong

Fondé en juillet 2000, Invest Hong Kong (InvestHK) est un organisme officiel qui, sous la houlette du Gouvernement de la Région Administrative Spéciale de Hong Kong, est en charge des Investissements Directs Étrangers. Sa mission est d'entériner et de renforcer la position de Hong Kong en tant que principal centre financier et commercial international d'Asie, en incitant des sociétés étrangères, venant de Chine continentale et de Taïwan et présentant une importance économique et stratégique, à investir à Hong Kong.

InvestHK compte en son sein des experts spécialisés dans les secteurs prioritaires de Hong Kong tels que les services aux professionnels et aux entreprises, les produits de consommation, les industries créatives,

les services financiers, les fintech, les technologies de l'information et de la communication, l'innovation et la technologie, le tourisme et l'accueil, les transport et l'industrie - ainsi qu'un réseau de collaborateurs et de représentants à l'étranger, installés dans 30 des principales villes commerciales du monde, couvrant ces marchés cibles. Les employés de l'organisme, basés à Hong Kong et à l'étranger, collaborent pleinement afin d'assurer le succès de l'installation et du développement des entreprises de ses clients à Hong Kong.

Vous pouvez profiter des services de InvestHK, gratuits, personnalisés et confidentiels, à chaque étape de votre projet :

## Préparation

Renseignements utiles à la planification et à l'évaluation

## Installation

Conseil en matière de localisation de l'entreprise, facilitation des demandes de visas, demandes de licences, études, etc.

## Lancement

Relations Publiques et aide à la commercialisation

## Développement

Activités de réseautage, mise en relation avec les fournisseurs de services, etc.

Site Internet: [www.investhk.gov.hk](http://www.investhk.gov.hk)  
Tél.: (852) 3107 1000  
Email: [enq@investhk.gov.hk](mailto:enq@investhk.gov.hk)



# Au sujet de la Chambre de commerce et d'industrie française à Hong Kong

Créée en 1986, la French Chamber est une organisation privée hongkongaise à but non lucratif, autofinancée, dont les actions s'articulent autour de 3 missions principales :

- Servir ses membres et les aider à développer leurs activités à Hong Kong et plus largement en Asie Pacifique;
- Faire valoir les intérêts de ses membres auprès des autorités et institutions hongkongaises ;
- Offrir aux entreprises françaises souhaitant se développer ou s'installer à Hong Kong une plateforme de lancement optimale.

Avec plus de 1000 membres de diverses nationalités, sa force est d'offrir un écosystème complet, répondant aux besoins d'information, de partage d'expérience, de mise en relation, de visibilité, des managers de grandes entreprises comme de PME, entrepreneurs et start-ups, toujours plus nombreux à Hong Kong.

La French Chamber est à l'image de l'économie de Hong Kong. Ses membres sont aux premières places dans les secteurs clés de la région : infrastructure, services financiers, luxe et biens de consommation, agro-alimentaire, tourisme, commerce international ou encore logistique. Un tiers de ses membres ne sont pas français, faisant de la French Chamber l'une des chambres les plus internationales de Hong Kong.

## La French Chamber en quelques chiffres:

- ✓ 1<sup>ère</sup> chambre européenne à Hong Kong
- ✓ 5<sup>ème</sup> chambre française dans le monde
- ✓ 20 comités sectoriels ou fonctionnels
- ✓ Une équipe multiculturelle de 30 permanents

**20 comités très actifs**, organisés par secteur ou fonction, sont pour les membres des lieux d'échanges de bonnes pratiques, d'expériences, et d'information sur les dernières tendances.

La French Chamber organise une centaine d'événements par an ouverts à tous et notamment des **Morning Talks** sur un large éventail de sujets et de grands rendez-vous sectoriels: **Made in Asia** pour les professionnels des secteurs sourcing, supply chain, logistique et le **Luxury Symposium** pour les professionnels du luxe et du retail.

La French Chamber c'est aussi un service clé-en-main pour les PME souhaitant comprendre le marché et s'y développer à partir de Hong Kong. Pour créer une structure, trouver un bureau, porter un VIE, trouver les bons partenaires commerciaux, recruter les équipes multiculturelles, obtenir un visa, la French Chamber conseille, accompagne et connecte plus de 300 entreprises par an en s'appuyant sur son ancrage local et un puissant réseau.

La FCCIHK fait partie du réseau des Chambres de Commerces à l'étranger, qui compte 1100 employés dans le monde, et 120 chambres dans le monde dont plus de 20 en Asie-Pacifique.

- ✓ 100 événements par an
- ✓ +300 PME rencontrées et conseillées par an
- ✓ +1000 membres représentant 750 entreprises



# Un journalisme innovant et sans frontières



« Hong Kong est un aimant qui attire les marques internationales qui sont aussi nos clients potentiels. Les entreprises ont de plus en plus besoin de notre expertise dans le contenu, le storytelling et les services pour promouvoir leurs produits et leur image. »

Philippe Massonnet  
Directeur régional Asie-Pacifique de l'AFP

**L'Agence France-Presse (AFP) est une agence de presse mondiale qui couvre l'actualité 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, dans six langues. Elle diffuse ses informations sous forme de texte, photo, vidéo et infographie à plus de 5.000 clients, comprenant presse écrite, radios et télévisions, sites et portails web, opérateurs mobiles, entreprises et institutions**

L'AFP dispose de six sièges régionaux dont Hong Kong pour l'Asie-Pacifique, vaste zone qui s'étend de l'Afghanistan à la Nouvelle-Zélande, en remontant au nord jusqu'à la Mongolie.

« Choisir Hong Kong comme siège régional était presque une évidence. C'est une ville qui jouit d'une stabilité sociale et politique, géographiquement bien située, dotée d'une infrastructure technologique de classe mondiale, d'un hub aérien et les médias étrangers peuvent y travailler librement », déclare Philippe Massonnet, Directeur Régional Asie-Pacifique de l'AFP.

Le bureau de Hong Kong compte 70 employés travaillant dans l'éditorial, le commercial et marketing, l'administration et la technique. Toute la production conçue dans les 26 bureaux de la région - le dernier né à Pyongyang - passe par Hong Kong pour être éditée avant d'être transmise aux clients dans le monde entier.

« Hong Kong ne représente peut-être pas un gigantesque marché média mais c'est un aimant qui attire les marques internationales qui sont aussi nos clients potentiels. Les entreprises ont de plus en plus besoin de notre expertise dans le contenu, le storytelling et les services pour promouvoir leurs produits et leur image », ajoute-t-il.

Avec la révolution digitale et l'essor des réseaux sociaux, la scène médiatique est en constante évolution. Philippe Massonnet estime que les médias doivent plus que jamais innover et se réinventer. L'AFP a trois axes stratégiques prioritaires : la commercialisation de vidéos pour toutes les plateformes, les services et les contenus sur mesure pour les entreprises et le business du sport.

« L'AFP est déjà l'agence du sport dans le monde. Mais le sport aujourd'hui ne se résume pas aux compétitions ; il a désormais une dimension économique, culturelle et sociale très forte. Le développement du E-Sport en Asie est par exemple phénoménal », déclare Philippe Massonnet.

Souvent présentés comme les concurrents des médias historiques, les réseaux sociaux ne sont pas considérés comme des ennemis par l'agence. L'AFP travaille avec eux, y compris Facebook, Twitter ou Weibo, de deux manières : comme plateformes pour promouvoir la marque AFP et comme sources d'information. Avec la propagation des "fake news", le besoin de contenus fiables, donc vérifiés, est d'autant plus important. Le rôle d'un média comme l'AFP n'a jamais été aussi crucial.

En novembre 2016, l'AFP a démarré un partenariat avec l'École de journalisme de l'Université de Hong Kong. L'accord prévoit l'accueil de stagiaires dans ses bureaux en Asie-Pacifique et la réalisation de projets éditoriaux communs. « Ce partenariat témoigne de l'importance pour l'AFP de promouvoir, sous toutes ses formes et notamment avec de jeunes talents à Hong Kong, un journalisme de qualité, innovant et sans frontières », conclut Philippe Massonnet.

[www.afp.com/en](http://www.afp.com/en)

# Créer de nouvelles synergies entre acteurs clés de l'innovation et entreprises

**Agorize aide les entreprises à innover et à identifier les meilleurs talents en les connectant à une communauté de 5 millions d'innovateurs**

Agorize est une start-up spécialisée dans l'organisation de challenges d'open innovation pour aider les grandes entreprises en quête d'idées innovantes à se connecter à des talents susceptibles d'apporter un regard neuf sur leurs problématiques d'entreprise. Par le biais d'une plateforme en ligne, elle crée sur mesure des compétitions d'innovation et des challenges d'entreprises qui s'adressent à une communauté mondiale d'innovateurs (startups, étudiants, développeurs, employés).

Après avoir aidé des entreprises dans plus de 145 pays, Agorize se lance à la conquête du marché asiatique. « Notre ambition en Asie est claire : être un catalyseur d'innovation entre entreprises et talents. Cette ambition prend tout son sens lorsque l'on connaît le dynamisme du continent en matière d'innovation et surtout, le nombre incroyable d'innovateurs sur la zone. Les entreprises asiatiques l'ont bien compris et déjà plus de 68% d'entre elles ont une équipe dédiée à l'open innovation : une très belle opportunité pour Agorize Asia ! » déclare Mathieu Toulemonde, CEO Agorize Asia.

Et il ajoute : « L'énergie et l'enthousiasme de cette ville sont plus qu'attrayants. Cette ville est l'emplacement idéal pour développer une activité en Asie de par sa proximité avec la Chine continentale qui représente l'un des marchés les plus dynamiques au niveau mondial. Après seulement quelques mois d'activité, nous avons déjà réussi à décrocher des contrats avec des clients clés, y compris de grandes entreprises tels que BNP Paribas Cardif, Société Générale, Hong Kong Science Park, Pernod Ricard, OnePlus, et le Hong Kong Jockey Club. »



*« Les personnes que je rencontre sont talentueuses, très axées sur les résultats et avec des parcours professionnels très riches. C'est le lieu idéal pour construire une équipe jeune et ambitieuse pour partir à la conquête de l'Asie ! ».*

Mathieu Toulemonde  
Managing Director, Agorize Asia

Agorize est né d'un constat simple : les entreprises doivent s'ouvrir à la co-création et à l'agilité pour maintenir leur leadership et continuer à innover au plus proche de leurs clients.

Agorize se positionne donc comme le lien manquant entre les entreprises en quête d'innovation et de talents, et les innovateurs (étudiants - startups - développeurs - collaborateurs) qui cherchent à partager leurs idées et contribuer au succès de ces organisations. Etant donné la place importante qu'accordent les entreprises à l'innovation, le potentiel pour les plateformes d'innovation est quasiment illimité dans la région.

L'entreprise compte actuellement 6 salariés dédiés au développement de l'activité commerciale, à la communication et au marketing. Elle prévoit de passer à une équipe de dix personnes d'ici la fin de l'année.

Mathieu trouve d'ailleurs le vivier de talents à Hong Kong incroyable, tout comme l'énergie qui se dégage de la ville. Il ajoute : « Les personnes que je rencontre sont talentueuses, très axées sur les résultats et avec des parcours professionnels très riches. C'est le lieu idéal pour construire une équipe jeune et ambitieuse pour partir à la conquête de l'Asie ! ».

Agorize a travaillé avec Hong Kong Science Park et deux incubateurs basés à Hong Kong. « Il est évident que l'écosystème startups de Hong Kong est en fort croissance. Le conseil que je donnerais aux nouveaux arrivants : n'ayez pas peur de prendre des risques, essayez de casser les codes établis et entourez-vous très rapidement de talents locaux. », ajoute-t-il.

Mathieu adore la ville pour toutes les opportunités d'affaires qu'elle offre ainsi que la richesse de son environnement culturel. Il apprécie également le soutien d'InvestHK. Charles d'Haussy, Head of FinTech, a soutenu l'un des challenges Fintech lancé avec succès par Agorize et BNP Paribas Cardif.

Agorize a récemment remporté le challenge K-Startup Challenge organisé par le gouvernement coréen. Elle a été sélectionnée comme faisant partie des 50 meilleures startups parmi les 1515 inscrites, issues de 118 pays, et ouvrira son deuxième bureau asiatique à Séoul en septembre prochain.

[www.agorize.com](http://www.agorize.com)

# Caudalie ouvre sa première boutique asiatique à Hong Kong

**Caudalie, célèbre marque française de produits de soin, utilise Hong Kong comme point de départ pour l'expansion de son réseau de distribution dans la région Asie-Pacifique**

Caudalie, Maison française fondée par le couple Mathilde et Bertrand Thomas et réputée pour ses produits de soin à base de raisin et de vigne, a ouvert en novembre 2013 sa première boutique asiatique à Hong Kong, au cœur de Soho, à Gough Street, dans le quartier de Central. Cette boutique d'un concept nouveau a pour vocation de servir de vitrine pour la clientèle cible dans la région Asie-Pacifique. On y trouve une large gamme de produits et services cosmétiques réunis sous un même toit.

« Hong Kong est la vitrine de l'Asie et présente de nombreux avantages pour les entreprises comme nous, notamment le fait d'être juste à côté de la Chine continentale, qui est notre marché principal. Il était clair pour nous que la base de départ de notre réseau de distribution devait être située ici, » explique Cécile Ossola, Directrice de Caudalie Hong Kong pour la région Asie-Pacifique.

Hong Kong est le troisième bureau régional de Caudalie après Paris et New York. Ce bureau est responsable pour la gestion des filiales et des distributeurs asiatiques et sert de plateforme d'information et de coordination entre les services marketing, design, communication, comptabilité pour aider au développement du groupe.

## **Une combinaison réussie de nature, de science et de glamour**

Caudalie n'est pas un nouveau venu sur le marché hongkongais des cosmétiques. Après plusieurs années où le groupe se limitait à consigner ses produits dans des points de vente de premier plan, l'accroissement de la clientèle et leur feedback de plus en plus positif ont fini par pousser la Maison à ouvrir une première boutique dans Hong Kong.



« Après avoir ouvert des boutiques à New York, à Paris, à Milan et au Brésil, nous avons compris qu'il était essentiel de retranscrire les valeurs de notre marque ainsi que son histoire. Dans chacune de nos boutiques nous retrouvons les codes de Bordeaux et particulièrement ceux du vignoble familial du Château Smith Haut Lafitte, qui est notre principale source d'inspiration. Nous avons tenté de le décliner sous une forme différente : le luxe des designs, la finesse des matériaux, la présentation des gammes et de nos ingrédients phares sont autant d'éléments permettant d'expliquer au public les bienfaits des ingrédients à base de raisin et de vigne, dans des formules efficaces et naturelles. »

La boutique hongkongaise est un duplex avec un salon de beauté au premier étage et à l'arrière-boutique du rez-de-chaussée. C'est ici que les clients peuvent recevoir les soins signatures inspiré par leur Spa Vinothérapie®, et ce pour la première fois en Asie. Cécile Ossola considère cette boutique comme une vitrine incarnant les valeurs de la marque aux yeux des clients de Hong Kong et d'ailleurs.

En termes de stratégie, Caudalie a adopté une approche différente pour Hong Kong. En Europe, la distribution se fait principalement par le biais des pharmacies car les clients français ont d'avantage tendance à faire confiance à leur pharmacien pour le choix des produits de soin. « En Asie, ce modèle de distribution n'existe pas, et s'il y a des alternatives avec les drugstores, ces derniers ne sont pas adaptés à une marque encore trop récente sur un marché extrêmement compétitif et dont la clientèle est avide de connaître. En Europe, la marque Caudalie se distingue des autres marques car nos produits sont non seulement efficaces et naturels mais également attractifs en termes de présentation des emballages et de communication de la marque. Malgré notre réseau de distribution très différent de l'Europe, nous conservons un avantage concurrentiel évident sur le marché asiatique des produits de soin, où les clients sont à la recherche de marques de luxe naturelles et efficaces. »

Cécile Ossola est très reconnaissante des services offerts par InvestHK à Caudalie tout au long de son processus d'expansion. « Que ce soit pour l'introduction d'interlocuteurs adaptés et la prise de rendez-vous avec les propriétaires des malls, les gens d'InvestHK ont toujours été là pour nous aider. Grâce à l'expérience à Hong Kong, nous serons très bien armés pour nous développer dans les autres pays asiatiques, » conclut-elle.

[www.caudalie.com](http://www.caudalie.com)

**« Hong Kong est la vitrine de l'Asie et présente de nombreux avantages pour les entreprises comme nous, notamment le fait d'être juste à côté de la Chine continentale, qui est notre marché principal. »**

Cécile Ossola  
Directrice de Caudalie Hong Kong pour la région Asie-Pacifique



**La start-up Devialet, récompensée internationalement, introduit ses nouvelles technologies audio révolutionnaires à Hong Kong, dans le but de conquérir le marché Asie-Pacifique très prometteur**

Lancée en France en 2007, Devialet est une entreprise spécialisée dans l'ingénierie acoustique et commercialisant des amplificateurs audio et des enceintes haut de gamme par l'intermédiaire de distributeurs et de revendeurs ainsi que dans une boutique à Paris. En 2015, l'entreprise a établi son bureau régional à Hong Kong et compte désormais 30 points de vente à travers le monde dont cinq situés à Hong Kong.

« Nous avons choisi d'établir le bureau régional à Hong Kong car c'est une ville située au cœur de la région Asie-Pacifique. Sa proximité avec la Chine continentale et sa liaison facile avec la Corée, le Japon, l'Australie ou la Nouvelle-Zélande sont des atouts de taille pour notre expansion future dans ces régions », déclare Julien Bergère, Directeur Général, Asie-Pacifique. « La politique de port franc de Hong Kong nous permet d'importer facilement nos produits dans la ville. Hong Kong est également une plateforme logistique très compétitive pour la région. »

Les produits Devialet sont arrivés sur le marché hongkongais il y a sept ans via des distributeurs et des entreprises spécialisées dans la haute-fidélité de haut de gamme, avec une première ligne de produit, les amplificateurs Expert. Avec le lancement de leur deuxième ligne de produits, les enceintes Phantom, en 2015, leurs produits sont désormais également disponibles dans leurs propres boutiques situées dans des centres commerciaux

## Transcendez votre expérience musicale par l'innovation

*« La politique port franc de Hong Kong nous permet d'importer facilement nos produits dans la ville. Hong Kong est également une plateforme logistique très compétitive pour la région. »*

Julien Bergère  
Directeur général, Asie-Pacifique, Devialet

de luxe très fréquentés. « Nos produits sont axés sur l'ingénierie acoustique, et sont conçus et fabriqués en France. Nous voulons avant tout créer une ambiance immersive pour permettre à tous les amateurs de son qui pousseront la porte de nos boutiques, de vivre l'expérience unique du meilleur son au monde avec nos produits, », déclare Julien Bergère.

Devialet a récemment organisé à Hong Kong un événement mettant à l'honneur une collection unique d'enregistrements de jazz oubliés et publiés pour la première fois grâce à Devialet, The Lost Recordings. Destiné aux mélomanes et aux amateurs de technologie, il a reçu un accueil très positif. L'entreprise a également établi un partenariat avec un hôtel 5 étoiles pour réinventer l'expérience du spa en associant massages et stimulations sensorielles pour offrir un véritable voyage sonore. Une expérience unique à Hong Kong.

À Hong Kong, l'entreprise a commencé avec une équipe de deux personnes et en compte aujourd'hui plus de quarante, qui gèrent les activités de vente au détail, l'aspect commercial et marketing, les finances, la logistique, le services client, l'ingénierie et les ressources humaines pour la région. Il s'agit d'une équipe internationale comptant autant de personnes locales qu'expatriées. Julien Bergère ajoute que le régime de travail proposé par l'entreprise attire les jeunes talents, ce qui constitue un formidable atout pour l'équipe. Actuellement, l'entreprise évolue rapidement et des changements sont en cours dans presque tous les domaines. Julien Bergère se réjouit de pouvoir trouver dans la ville des talents avec une grande capacité d'adaptation et capables d'apporter du changement.

InvestHK a aidé l'entreprise en lui fournissant des informations sur le marché et l'industrie, des conseils en stratégie d'implantation et d'expansion et en la mettant en contact avec des partenaires et des fournisseurs potentiels.

« Nous sommes ravis que nos produits soient connus par de plus en plus de personnes à Hong Kong, grâce au bouche à oreille et à nos efforts de marketing, et nous sommes très fiers d'avoir remporté récemment notre 70ème prix à Hong Kong, le Design for Asia Award. », conclut Julien Bergère.

[devialet.com](http://devialet.com)

# Tous pour L'art et L'art pour Tous

## *La galerie Edouard Malingue s'efforce d'établir un dialogue culturel entre l'Orient et l'Occident*

Après avoir passé six ans dans la galerie de son père à Paris, puis cinq ans à Londres comme marchand d'art, Edouard Malingue s'est décidé à franchir le pas en 2009, en ouvrant sa propre galerie d'art contemporain à Hong Kong, à ses yeux premier marché de l'art en Asie. C'est depuis ici qu'il importe ses œuvres et explore le reste de la région Asie-Pacifique. Au début, il a été agréablement surpris de constater à quel point les démarches administratives étaient simples, que ce soit au département de l'immigration ou au département de la facilitation des affaires : en un mois seulement, tous les papiers étaient prêts et il avait le feu vert pour lancer sa galerie.

« Hong Kong est le plus grand marché de ventes aux enchères du monde après Londres et New York. Ici, le système fiscal et le système juridique sont d'une simplicité ahurissante. Ces dernières années, notre galerie ne cesse de se développer, » se félicite Edouard Malingue, le fondateur.

Malingue attache une grande importance au côté relationnel avec ses clients. Pour les rencontrer, il voyage fréquemment dans la région : à Taiwan, à Singapour, en Indonésie, en Chine, en Corée, au Japon. A cet égard, Hong Kong présente l'avantage certain d'être située à moins de 4 heures de vol des marchés principaux de la région.

La galerie expose les œuvres d'artistes contemporains du monde entier ; certains sont des artistes reconnus, d'autres sont émergents. Parmi les expositions les plus célèbres, notons celle de Laurent Grasso, artiste conceptuel français, celle de Fabien Mérelle, dessinateur et sculpteur, et celle du groupe d'artistes cubains Los Carpinteros.

Des artistes émergents en provenance de Taiwan, de Chine continentale ou d'autres pays asiatiques sont également exposés à la galerie.

A en croire Edouard Malingue, le marché local de l'art est en pleine phase d'épanouissement : les collectionneurs asiatiques commencent à racheter des œuvres du monde entier et ont gagné une certaine auto-assurance dans la mesure où ils s'intéressent de plus en plus à des œuvres qui leur plaisent au lieu de se contenter de collectionner des œuvres d'artistes célèbres. Pour Malingue, le collectionneur d'art doit aller au-delà d'une vision limitée à l'investissement, et chercher à établir un véritable dialogue avec l'artiste.

La galerie organise cinq expositions par an en moyenne. Elle participe activement aux salons de l'art et publie des catalogues informatifs sur ses œuvres et ses artistes. Quant au coût de la vie à Hong Kong, Malingue le trouve tout à fait raisonnable comparé à d'autres états qui prélèvent beaucoup plus d'impôts, même s'il reconnaît que les loyers ne sont pas forcément très accessibles dans l'ancienne colonie britannique. « Ici, il y a une limite aux coûts, mais en revanche il n'y a aucune limite à ce qu'il est possible de réaliser. »



*« Ici, il y a une limite aux coûts, mais en revanche il n'y a aucune limite à ce qu'il est possible de réaliser. »*

**Edouard Malingue**  
Fondateur de la galerie  
Galerie Edouard Malingue

## **L'art exposé en public**

La galerie s'est notamment fait connaître pour avoir exposé des sculptures à grande échelle dans des lieux publics : « Three Heads, Six Arms » au 1881 Heritage à Tsim Sha Tsui, « Anechoic Pavilion » de Laurent Grasso sur le toit du Quai 4 à Central Ferry et, plus récemment, le « Pentateuque », sculpture grandeur nature de Fabien Mérelle, au Statue Square.

Malingue est très reconnaissant de l'aide apportée par InvestHK, qui lui a permis de rendre ses œuvres d'art accessibles au public hongkongais en lui fournissant les contacts de plusieurs grandes compagnies et départements d'état. Il invite régulièrement les étudiants en art à venir visiter sa galerie dans le cadre de colloques.

[www.edouardmalingue.com](http://www.edouardmalingue.com)

## Ekimetrics. Brighter Decisions

« Hong Kong offre un environnement de premier choix pour les entreprises, avec un haut niveau d'infrastructures, un haut niveau d'éducation, un marché très dynamique et peu de procédures administratives. »

Olivier Kuziner  
Managing Director APAC, Ekimetrics



## Doper la stratégie grâce aux données

### *Hong Kong s'avérait être le choix idéal pour Ekimetrics pour poursuivre son expansion en Asie*

Ekimetrics est un cabinet de conseil en stratégie, pionnier et leader dans la data science depuis 2006. Ekimetrics optimise les stratégies des entreprises en s'appuyant sur des méthodes statistiques innovantes et les technologies de pointe. L'entreprise accompagne les groupes internationaux dans la valorisation de la donnée afin de réinventer les stratégies de croissance et de profitabilité, et de créer de nouveaux avantages compétitifs. Elle développe des solutions qui permettent d'adresser l'ensemble des enjeux business, pour toutes les industries, telles que: l'optimisation du mix-marketing, la stratégie client, la performance commerciale, la gestion des risques, et la gouvernance des données.

En tant qu'un des plus larges cabinets de conseil en data science en Europe, Ekimetrics mène désormais des projets dans 40 pays pour plus de 350 clients. L'équipe de 150 consultants crée des approches sur mesure à même de répondre aux questions business les plus complexes dans des secteurs aussi variés que l'automobile, le luxe, les cosmétiques, les télécommunications, l'assurance, la grande distribution, etc.

Outre son siège basé à Paris, Ekimetrics dispose de bureaux à Londres, New York, Hong Kong et Dubaï. « Nous avons décidé d'ouvrir notre bureau régional à Hong Kong car cette ville s'avérait être le meilleur choix pour mener nos activités dans la région en termes de proximité avec nos clients et de dynamisme du marché », déclare Olivier Kuziner, Managing Director APAC d'Ekimetrics.

Depuis 2014, Ekimetrics a embauché à Hong Kong plus de 10 consultants combinant une spécificité rare : un double profil avec une expertise en data science et en stratégie métier. Les consultants conduisent chaque étape d'analyse tout en étant les principaux interlocuteurs avec les clients. C'est un atout fort pour garantir une approche holistique sur les projets, et l'exactitude et la pertinence des résultats à chaque stage.

Olivier Kuziner a élaboré un plan de développement ambitieux pour l'entreprise prévoyant de tripler ses revenus d'ici 2020. Les moteurs de croissance reposent essentiellement sur une expansion géographique en Asie, particulièrement en Chine continentale, et un développement sectoriel en adressant de nouveaux secteurs tels que les biens de consommation, l'énergie et l'environnement, et le transport.

« Par rapport aux autres marchés, Hong Kong offre un environnement de premier choix pour les entreprises, avec un haut niveau d'infrastructures, un haut niveau d'éducation, un marché très dynamique et peu de procédures administratives », déclare-t-il.

Oliver Kuziner croit qu'une transformation du Big Data réussie ne pourra se faire que si les entreprises réussissent à adresser trois principales dimensions : une vision bien définie, une gouvernance qui soutiendra cette transformation ; et une organisation agile « viser loin, tester rapidement ».

Hong Kong est selon lui ville rayonnante, offrant de nombreuses opportunités professionnelles. Il ajoute : « Cette ville propose également un large choix de restaurants, d'activités sportives et en plein air, et pour faire du shopping. C'est aussi une plaque tournante pour voyager en Asie du nord », déclare-t-il.

« InvestHK m'a été recommandé par d'autres entrepreneurs qui ont réussi à créer leur entreprise à Hong Kong. L'agence gouvernementale nous a donné de précieux conseils et recommandations pour soutenir notre expansion », se réjouit Oliver Kuziner.

[www.ekimetrics.com](http://www.ekimetrics.com)

# Créer un écosystème de « Fabrik » pour la FinTech

*FinFabrik vise à créer une plateforme où les banques, les courtiers ainsi que les startups pourraient se connecter afin de créer de la valeur pour leurs clients finaux à travers un contenu hautement personnalisé et une excellente expérience utilisateur*

FinFabrik est un bâtisseur de solutions de Technologie Financière qui développe la technologie pour les marchés de capitaux et la gestion de patrimoine. Sa mission ultime vise à aider les entreprises à fournir de meilleurs services financiers à leurs clients à l'aide du data analytics.

Pour accélérer la croissance de ses clients à l'aide de solutions sur mesure, FinFabrik a développé une bibliothèque de composants techniques, pouvant être facilement combinés pour former un module qui, lorsqu'il est associé à d'autres modules, crée une solution. Au cœur de cette approche se trouve la « Fabrik », une couche d'interface de programmation d'applications (API) qui permet à tout les composants de fonctionner ensemble. Les solutions qui existent actuellement sont BrokerFabrik, une plateforme de courtage de détail, AlgoFabrik, une plateforme algorithmique pour l'exécution intelligente, la recherche quantitative et l'automatisation des opérations de courtage et WealthFabrik, une plateforme de gestion de patrimoine fondée sur des capacités de data analytics avancées.

Les trois cofondateurs de FinFabrik, Alex Medana, un français, Dr. Florian M Spiegl, un autrichien et Marcel van der Vliet, un néerlandais se sont associés il y a un an. En un an, FinFabrik s'est développée et compte aujourd'hui une véritable équipe internationale composée de 11 personnes et de deux développeurs externes basés à Shenzhen. « Jusqu'à présent, notre croissance a été principalement organique - les gens entendent parler de FinFabrik, partagent notre vision et souhaitent rejoindre notre équipe », déclare Alex Medana.

« Nous sommes avant tout des bâtisseurs de solutions. Nous possédons tous une expérience réelle et complémentaire dans les marchés de capitaux, la banque, la gestion des biens, les télécommunications ou l'assurance. Notre entreprise est ouverte aux talents de tout horizon à condition d'adopter une relation gagnant-gagnant. Il est essentiel que les membres de notre équipe puissent démontrer le meilleur d'eux-mêmes », ajoute-t-il.

Alex Medana trouve qu'Hong Kong est une ville étonnante. « Le système de taxation est l'un des meilleurs du monde, il y a un très bon système de transport, un système de télécommunications performant et un grand nombre de talents disponibles ». « Cependant, si vous considérez Hong Kong comme votre marché final, réfléchissez-y à deux fois. Comme nous étendons nos activités à d'autres types de solutions, nous devons regarder au-delà de la ville elle-même, qui occupe une position stratégique au centre de l'Asie », déclare-t-il.



**« Hong Kong est une tête de pont avec le reste de l'Asie. »**

**Alex Medana**  
PDG et Cofondateur, FinFabrik

Il projette de bâtir une grande entreprise dans les cinq ans à venir. « Il y a énormément de mots à la mode en ce moment comme « machine learning », « big data », expérience utilisateur, « blockchain », etc. Mais en fin de compte, ce que nous voulons offrir à nos clients, y compris les courtiers, les banques, les gestionnaires de patrimoine, les family offices, ce sont des solutions qui ne visent pas seulement à les aider à gérer une organisation moins lourde et couteuse mais aussi à satisfaire leurs clients finaux à travers le data analytics. Nous ciblons actuellement la gestion de patrimoine et les marchés de capitaux », explique-t-il.

Alex Medana est activement impliqué dans la Fintech Association of Hong Kong en tant que membre du conseil d'administration avec pour mission de collaborer, promouvoir et éduquer. « Il y a des talents mais nous devons faire des efforts pour les trouver, les former et les garder. »

Il trouve que l'écosystème Fintech de Hong Kong est très dynamique. « Hong Kong n'est peut-être pas un énorme marché à lui seul mais c'est sans aucun doute une tête de pont avec le reste de l'Asie », déclare-t-il.

Il encourage les entrepreneurs basés en dehors de Hong Kong à discuter avec InvestHK et avec des créateurs d'entreprise, en particulier ceux qui ont échoué. C'est important de vraiment savoir ce que c'est que de créer sa propre entreprise, et non pas d'en avoir une idée enjolivée.

[www.finfabrik.com](http://www.finfabrik.com)

# Les saveurs authentiques de la cuisine française se propagent à Hong Kong

**La Rotisserie, avec son plat signature de plus en plus populaire, le poulet rôti, cherche à diversifier son activité afin de poursuivre son expansion**

Spécialiste du poulet rôti, La Rotisserie a été fondée par trois entrepreneurs français qui ont souhaité partager leur recette secrète avec la ville de Hong Kong. « En France, on peut trouver du poulet rôti partout. », déclare Jérôme Carlier, Fondateur et Managing Director, « les vendeurs de poulet rôti les plus réputés sont souvent dans les petits villages, par exemple sur les marchés du dimanche. Cela fait partie de la culture française. »

Notre concept consiste à amener ce plat typique de la Cuisine française à Hong Kong, et de le cuisiner selon la recette traditionnelle avec laquelle nous avons grandi. Nous pensons que ce type de cuisine française authentique, simple mais bonne, est facile à apporter dans la culture chinoise, où le poulet occupe une place essentielle à la table, », ajoute-t-il.

Après l'ouverture de sa première boutique La Rotisserie en 2012 à Sheung Wan, le succès rencontré a dépassé les attentes. « Nous nous sommes rendus compte qu'il fallait agir rapidement avant qu'il y ait trop de magasins similaires sur le marché. Nous avons donc commencé à chercher de nouveaux emplacements, », déclare Carlier. Dans l'année qui a suivi, La Rotisserie a ouvert ses deuxième et troisième boutiques à Sai Ying Pun et Wanchai.

Cette année, l'entreprise a ouvert sa quatrième boutique à Quarry Bay, un quartier d'affaires et résidentiel peuplé. Cette



boutique phare se démarque des autres points de vente de plats à emporter de la marque. C'est la plus grande de la chaîne, avec 59 places assises, des tables de pique-nique en bois, une terrasse extérieure et un food truck très tendance, installé à l'intérieur de la boutique. La seule chose qui reste inchangée est cette savoureuse et appétissante odeur de poulet rôti.

« Le secteur de la restauration de Hong Kong bouge beaucoup. Il a évolué rapidement et fortement ces dix dernières années, », déclare Carlier, « le marché peut accueillir toute une gamme de nouveaux concepts et offre par conséquent de nombreuses opportunités. »

Toujours dans cette démarche de progression, La Rotisserie prévoit de renforcer son activité et cherche activement différents partenaires qui lui permettraient de se diversifier pour par exemple proposer un service traiteur, ouvrir des magasins franchisés à Kowloon et dans les Nouveaux Territoires, et percer dans le marché de la distribution.

Avec la récente ouverture de son entrepôt d'environ 835 m<sup>2</sup> avec une cuisine centrale à Tsuen Wan, Carlier déclare que l'équipe cherche désormais à augmenter son volume de production pour accompagner son plan de croissance continue. « Nous prévoyons de développer notre activité au-delà de Hong Kong, mais nous souhaitons le faire progressivement, », déclare Carlier. « Nous voulons tout d'abord bâtir quelque chose de solide et voir de quoi nous sommes capables, afin de savoir comment exceller de la meilleure des façons. Lorsqu'une opportunité se présentera, nous pourrons la saisir immédiatement. »

La Rotisserie a été mise en relation avec InvestHK via la Chambre de Commerce Française de Hong Kong. Selon Carlier, l'agence gouvernementale propose un grand réseau local permettant de développer son activité. « Il faut absolument entrer en contact avec InvestHK lorsque l'on souhaite élargir son réseau local de contacts, », conclut-il.



**« Le secteur de la restauration de Hong Kong bouge beaucoup. Il a évolué rapidement et fortement ces dix dernières années. Le marché peut accueillir toute une gamme de nouveaux concepts et offre par conséquent de nombreuses opportunités. »**

Jérôme Carlier  
Fondateur et Managing Director, La Rotisserie

[larotisserie.com.hk](http://larotisserie.com.hk)



## Hong Kong, la porte d'entrée sur les marchés asiatiques du numérique en forte croissance

*« Hong Kong est le seul endroit qui nous permet d'atteindre les marchés d'Asie-Pacifique et de la Chine continentale en parallèle. »*

**Benjamin Detroye**  
Directeur Asie-Pacifique, LINKBYNET East Asia Ltd

**Alors que l'Asie est en pleine expansion, l'expert en infogérance français LINKBYNET poursuit sa conquête de nouveaux marchés avec son bureau régional situé à Hong Kong**

Fondée en 2000 et basée à Paris, LINKBYNET est une entreprise spécialisée dans la transformation numérique, proposant à ses clients des solutions d'hébergement et de gestion d'infrastructures informatiques, des conseils en cloud computing, une gestion de projet ainsi que des solutions dans le secteur des technologies de l'information et de la communication (ICT). Avec des bureaux en Europe, en Asie-Pacifique, en Amérique du Nord et en Chine Continentale, l'entreprise compte plus de 600 collaborateurs et travaille avec plus de 800 clients internationaux allant des PME jusqu'aux grandes multinationales.

En 2014, LINKBYNET s'implante en Asie avec l'ouverture de son bureau régional à Hong Kong, et, depuis lors, connaît une rapide expansion dans la région. Après l'ouverture d'un centre technique au Vietnam, d'un bureau de vente à Singapour et au Vietnam et d'un bureau d'exploitation à Shanghai cette année, l'entreprise prévoit d'élargir sa présence au Japon en 2018 et de doubler ses effectifs en Asie dans les deux ans à venir. « Nous étudions également d'autres opportunités du marché asiatique qui connaît une forte croissance, et nous ne voulons pas les manquer, », déclare Benjamin Detroye, Directeur Asie-Pacifique.

Selon Benjamin Detroye, Hong Kong est l'emplacement idéal pour que LINKBYNET développe sa stratégie commerciale en Asie. « Nous cherchions une ville

centralisée, facile d'accès depuis l'Europe et les autres marchés asiatiques, où nous pourrions développer notre activité et rattraper la croissance du marché, », déclare Benjamin Detroye, « Hong Kong est le seul endroit qui nous permet d'atteindre les marchés d'Asie-Pacifique et de la Chine continentale en parallèle. »

Une autre des principales raisons du développement important de LINKBYNET est la forte demande des entreprises de différents secteurs pour la migration vers le cloud et pour la sécurité du cloud. « Les nouvelles technologies offrent des opportunités permettant à de nombreux secteurs de fournir des solutions innovantes. Avec un système de télécommunications très performant à Hong Kong, les entreprises sont plus disposées à investir dans des technologies qui seront intégrées aux solutions qu'elles proposent. », ajoute-t-il.

Benjamin Detroye apprécie également l'ouverture de l'environnement commercial ainsi que la présence de talents de haut niveau. « Hong Kong est l'endroit parfait pour développer son réseau professionnel, », déclare-t-il, « nous décrochons de nouveaux contrats essentiellement grâce au réseautage et aux recommandations. Tout le monde ici est très ouvert d'esprit en ce qui concerne les collaborations et les opportunités. »

« Grâce à la qualité de l'enseignement dans les lycées et les universités, nous sommes certains de trouver des candidats très compétents pour n'importe quel poste ; c'est un élément important pour une entreprise qui se développe rapidement, », ajoute-t-il.

InvestHK aide LINKBYNET à s'installer à Hong Kong depuis le tout début. Selon Detroye, ce service gratuit, fourni par InvestHK est une aide précieuse pour toutes les entreprises souhaitant s'implanter à Hong Kong. Il se souvient : « Tout semblait un peu difficile au début. Mais l'équipe d'InvestHK nous a expliqué toute la procédure pour lancer notre activité et nous a aidés à obtenir des contacts clés sur place. Cela nous a beaucoup aidés. On se sent plus confiant lorsque l'on sait que quelqu'un est toujours derrière nous et nous soutient. »

[www.linkbynet.com](http://www.linkbynet.com)

# L'innovation à bras ouverts !

***Hong Kong est un endroit idéal pour les acteurs de niche tels que PALO IT car la ville offre une clientèle et des possibilités de croissance variées dans la région***

Depuis sa création en 2009 en France, PALO IT fournit des solutions innovantes de développement logiciel centrées utilisateurs et de transformation digitale aux PME locales mais aussi aux multinationales dans de nombreux secteurs. L'entreprise est guidée par un ensemble de valeurs clés qui s'inspirent des principes de l'Open Source et de l'Agilité.

« Une vision claire et impactante doit être le principal moteur d'une entreprise. Chez PALO IT, nous avons pour volonté de mettre la puissance des nouvelles technologies au service du bien commun. Nous aidons ainsi nos clients à créer de nouveaux produits, services et modèles économiques qui transforment radicalement leur secteur d'activité et qui impactent durablement et positivement notre société », déclare Stanislas Bocquet, Président Fondateur.

« Hong Kong est un marché à fort potentiel et une plaque tournante en Asie qui accueille les sièges régionaux de grandes entreprises. Nous avons facilement accès aux décideurs, et la ville est ouverte à l'innovation, à condition d'agir vite et d'apporter de la valeur. La réglementation de son système financier est relativement simple et pérenne. S'ajoute à ça un système de taxation transparent qui permet aux entrepreneurs comme nous de se sentir confiants et soutenus ici. »

PALO IT a rejoint le marché hongkongais en 2016 et cible principalement les entreprises du classement Fortune 500, même si son premier client était un leader local dans l'industrie des médias. Comme beaucoup d'autres, les leaders de marché d'aujourd'hui et de demain aspirent à innover et à digitaliser leur activité pour accélérer leur délai de commercialisation. Grâce à son approche complète et unique, PALO IT les aide à se réinventer dans un environnement en constante évolution.

## Tisser des liens

« Hong Kong est l'endroit idéal pour construire des ponts entre la Chine continentale et le reste du monde. 50% de la population mondiale est accessible en 4 à 6 heures d'avion depuis Hong Kong. Par exemple, la zone Guangdong - Hong Kong - Péninsule de Macau a tout pour devenir la future Silicon Valley. ». « Lorsque je me rends à différentes rencontres et conférences, je vois de plus en plus de start-ups qui ne viennent pas seulement de Chine continentale mais aussi du reste de l'Asie. Il est important que nous fassions partie de cet écosystème car nous ne sommes plus seulement une entreprise française mais bien une entreprise internationale rassemblant des talents du monde entier », poursuit Stanislas.

PALO IT Hong Kong, c'est aujourd'hui une équipe de 30 Palowans composée de consultants en innovation, architecture, nouvelles technologies, données, sécurité, transformation organisationnelle et culturelle, ainsi que des fonctions support. Stanislas Bocquet prévoit d'embaucher un Directeur Général local pour animer l'équipe, ainsi que 30 consultants supplémentaires pour accompagner la croissance de l'entreprise. Stanislas compte sur la vision claire et la culture d'entreprise de PALO IT pour attirer de nouveaux talents. En effet, la société offre de nombreuses opportunités pour booster leur carrière.

Stanislas Bocquet a pris contact avec InvestHK lorsqu'il a décidé d'implanter son nouveau bureau PALO IT à Hong Kong. Il a tout de suite été impressionné par la façon dont l'organisation a compris ses besoins et l'a soutenu en continu. Il a également apprécié l'approche orientée clients et très efficace de la Chambre de Commerce française de Hong Kong.

Selon lui, Hong Kong est un endroit où il fait bon vivre, bénéficiant d'un joli cadre naturel et d'une vie nocturne propices à la détente. Il apprécie le bon équilibre entre vie professionnelle et vie privée et se réjouit de pouvoir permettre à ses deux enfants de découvrir une nouvelle culture et d'apprendre différentes langues.

[www.palo-it.com](http://www.palo-it.com)

***« Hong Kong est un endroit propice à l'entrepreneuriat. L'accès rapide à des décideurs ouverts au changement, ainsi que la simplicité et stabilité de sa politique fiscale permettent aux entrepreneurs comme nous de se sentir soutenus et confiants. »***

Stanislas Bocquet  
Fondateur & PDG, PALO IT



# La pâtisserie française a le vent en poupe

*Face à une concurrence croissante, Paul Lafayet a su tirer son épingle du jeu et monter sur le podium grâce à sa stratégie basée sur la localisation*

Paul Lafayet est arrivé à Hong Kong en 2010, avec l'objectif de démocratiser la pâtisserie fine française. En seulement trois ans, le groupe a déjà ouvert six boutiques dans les galeries commerciales de premier plan, et compte ouvrir d'autres espaces cette année. Des ouvertures sont également prévues en Chine continentale, et d'autres pays du sud-est asiatique.

« Le marché hongkongais est très dynamique. Il y a quelques années, le secteur de la pâtisserie française était un créneau à exploiter, c'est pourquoi mon père qui est un précurseur a pris la décision d'ouvrir sa première boutique ici. D'autre part, Hong Kong est clairement le premier choix en Asie pour les professionnels de l'alimentation de luxe », explique Merwann Younes, Directeur-adjoint de Paul Lafayet.

## Localisation

Avec pour contexte l'intensification de la concurrence sur le marché de la pâtisserie française, Paul Lafayet a choisi d'être innovateur et créatif en suivant les festivals traditionnels et en proposant des produits inattendus, des saveurs nouvelles, et en travaillant les goûts pour plaire aux palais exigeants des hongkongais. Le résultat est une pâtisserie raffinée et joyeuse. Une pâtisserie naturelle qui est très peu sucrée et agréablement texturée.

Il y a déjà eu de nombreux "hits", la Crème Brûlée à la vanille de Madagascar, les macarons aux parfums venus d'Asie, Jasmin, Oolong, Litchi, les macarons "Festival de la Lune"...

Les chefs cuisiniers français de Paul Lafayet vivent et travaillent à Hong Kong, les pâtisseries sont confectionnées tous les jours de manière artisanale et conservent toute leur fraîcheur. Comme tout est fait sur place, le groupe peut travailler avec une grande réactivité et flexibilité. Il est en mesure de proposer des créations originales, de la personnalisation produit, aussi bien aux particuliers (anniversaires, mariages) qu'aux entreprises. L'organisation et les équipes lui permettent de gérer des délais très courts.

La clientèle est composée d'environ 77 % de Hongkongais, 15 % de Chinois et 8 % d'étrangers. « La concurrence est très rude sur ce marché; si vous réussissez ici à Hong Kong et que votre marque est reconnue et suivie, vous pouvez réussir n'importe où » affirme Merwann Younes.

Paul Lafayet a construit sa renommée et développé son réseau client, particuliers et entreprises, en organisant et en multipliant les rencontres, les événements, et les ateliers de cuisine avec ses chefs français.

Ayant solidement établi sur le territoire de Hong Kong la connaissance de la marque, le groupe a l'intention de lancer cette année un programme d'adhésion visant à fidéliser la clientèle.

Ce début d'année, l'entreprise compte 65 salariés à Hong Kong et d'autres recrutements sont prévus pour assurer son expansion.

Les gammes produit et packaging sont créées en interne par une jeune équipe enthousiaste managée par un designer



*« Hong Kong est clairement le premier choix en Asie pour les professionnels de l'alimentation de luxe. »*

Merwann Younes  
Directeur-adjoint de Paul Lafayet

français, conservant un esprit français tout en fusionnant avec la culture locale. Aussi, un soin particulier est apporté à la sélection et à l'achat des ingrédients qui garantissent la qualité gustative des produits, une exigence de Paul Lafayet.

« Nous voulons assurer une créativité et une qualité permanente, c'est une obsession et une passion! » dit Merwan Younés, « Paul Lafayet développe une identité jeune, puissante et originale qui fait l'actualité ».

Après avoir vécu plus d'une année à Hong Kong, Merwann Younes ne tarit pas d'éloges sur la cité et sur les opportunités qu'elle offre, notamment aux jeunes entrepreneurs. Il est particulièrement reconnaissant du soutien apporté par InvestHK tout au long du processus de création et d'expansion du groupe dans l'ancienne colonie britannique. « InvestHK nous a donné beaucoup de conseils très utiles sur certains aspects pratiques, notamment la propriété commerciale, les visas, ainsi que les opportunités de networking », conclut-il.

[www.paullafayet.com](http://www.paullafayet.com)



## **Vous reprendrez bien un macaron..?**

*« Les gens ont des goûts très sophistiqués en matière de luxe et de produits haut de gamme. Ils connaissent très bien les différentes spécialités culinaires et ils ont cette curiosité qui les pousse à essayer d'en savoir plus sur les ingrédients et l'histoire des marques. »*

Julia Cordier  
Directrice Générale de  
Pierre Hermé Paris à Hong Kong

### ***Hong Kong est en adéquation parfaite avec les valeurs du pâtissier français Pierre Hermé Paris***

La première boutique hongkongaise de Pierre Hermé Paris a ouvert à l'International Finance Centre (ifc mall) en mai 2013, rapidement suivie d'une deuxième à Harbour City, sur la baie, côté Kowloon.

«Le magnétisme de Hong Kong est quelque chose d'unique: cette ville déborde de puissance, d'énergie, de dynamisme. Les gens ont des goûts très sophistiqués en matière de luxe et de produits haut de gamme. Ils connaissent très bien les différentes spécialités culinaires et ils ont cette curiosité qui les pousse à essayer d'en savoir plus sur les ingrédients et l'histoire des marques. Les visions et les valeurs de notre marque ont trouvé leur environnement idéal.» explique Julia Cordier, Directrice Générale de Pierre Hermé Paris à Hong Kong.

Le pâtissier français s'était donné pour mission de faire découvrir ses macarons et ses chocolats aux habitants de Hong Kong et aux visiteurs. Dans les coulisses, le fondateur Pierre Hermé consacre beaucoup de temps à voyager pour chercher d'autres sources d'inspiration; pour lui, chaque nouvelle création doit être le fruit d'un mélange unique d'influences. Il publie régulièrement ses recettes et les partage ainsi avec tous ses fans.

Pierre Hermé collabore avec différents artistes de plusieurs pays pour développer des boîtes illustrées pour ses créations. Une collection de Hampers, Sépale, a été créée l'année dernière en collaboration avec les designers Patrick Jouin et Philippe David et lancée en avant-première à Hong

Kong. Cette collection répond parfaitement aux exigences locales en matière de nouveauté et d'originalité. Julia Cordier envisage d'étendre la collaboration à des artistes locaux.

La Maison Pierre Hermé Paris livre tous ses produits aux boutiques dans les autres pays à partir de la maison-mère française, la saveur unique de ses produits reste ainsi la même dans toutes les boutiques. A cet égard, l'efficacité des infrastructures et de la logistique joue un rôle capital dans le maintien de la qualité des produits à Hong Kong.

Julia Cordier se réjouit de voir de nouvelles pâtisseries françaises ouvrir régulièrement à Hong Kong, un phénomène qui témoigne de l'intérêt des locaux et du fort potentiel de développement dans ce secteur. A l'avenir, le groupe compte planifier son expansion étape par étape, en restant à l'affût des meilleures opportunités en termes d'emplacement.

Julia Cordier habite à Hong Kong depuis plus de trois ans et a la ferme intention d'y rester à court terme. Elle ne tarit pas d'éloges sur l'efficacité et l'utilité des services offerts par InvestHK. «Les gens d'InvestHK nous ont beaucoup aidés dès le début et ont prouvé à eux seuls à quel point Hong Kong était une terre d'accueil pour toutes les entreprises, pas seulement de France mais du monde entier. InvestHK est très au fait des dernières tendances de marché dans tous les différents secteurs de l'économie.»

[www.pierreherme.com](http://www.pierreherme.com)

# Un pont entre le vin et les arts

**Pour «Pont des Arts», Hong Kong est le lieu où se rencontrent le vin et l'art, l'Orient et l'Occident**

Lorsque Thibault Pontallier et Arthur de Villepin se sont rencontrés à Hong Kong en 2010, ils se sont immédiatement découvert un idéal commun: celui de promouvoir à l'étranger ce que la France savait faire de mieux. Thibault Pontallier, fils de Paul Pontallier, directeur général de Château Margaux, a hérité de la passion de son père pour le vin, tandis qu'Arthur de Villepin, fils de l'ancien premier ministre, est à la fois un grand amateur d'art et de vin. Ce sont donc tous les deux qui ont lancé la nouvelle marque «Pont des Arts» à la résidence du consul général de France, en 2012.

Pont des Arts commercialise des Bordeaux et des Bourgognes et cherche à présenter ses bouteilles comme des produits culturels plutôt que comme des articles de luxe. Les étiquettes des bouteilles sont les œuvres du célèbre peintre chinois Zao Wou-Ki, natif de Pékin et naturalisé français en 1964. A en croire les deux fondateurs, le vin est une forme d'art, avec une charge émotionnelle qui ne peut pas s'exprimer par les mots. Leur vision consiste à utiliser la peinture pour rendre compte de la qualité du vin, sa profondeur et ses arômes.

La société qu'ils ont créée à Hong Kong n'a pas seulement un but lucratif. «Notre ambition était littéralement de jeter des ponts entre le vin et l'art, entre l'Orient et l'Occident, et Hong Kong est justement le pont que nous recherchions entre

l'Europe et l'Asie. D'autre part, cette ville est un centre majeur pour le vin et l'art, et les gens d'ici comprennent parfaitement le message que nous essayons de faire passer.» explique Thibault Pontallier, co-fondateur de Pont des Arts.

La moitié des clients de la marque se disent séduits par l'aspect visuel des bouteilles qui incite à les offrir comme cadeaux, tandis que l'autre moitié n'accorde de l'importance qu'au vin lui-même.

«Hong Kong est le paradis des entrepreneurs. Cette ville regorge d'énergie et les gens ont l'ouverture d'esprit qu'il faut pour faire passer les idées nouvelles. L'ambiance est à la fois amicale et encourageante. De plus, le gouvernement a déployé des moyens importants pour promouvoir le développement culturel de la ville sans se focaliser exclusivement sur les aspects financiers.» raconte Arthur de Villepin, co-fondateur de Pont des Arts.

2014 sera une année très importante pour le groupe, car la France et la Chine fêteront les 50 ans de l'établissement de leurs relations diplomatiques. A cette occasion, Pont des Arts lancera une nouvelle collection spéciale avec des étiquettes commémorant l'événement.

Ayant vécu à Hong Kong pendant 4 ans, les deux fondateurs l'apprécient autant pour son dynamisme que pour la sérénité de la mer et des plages. «Quand nous sommes arrivés ici il y a quatre ans, la consommation de vin était en train de s'envoler à la suite de l'abolition de la taxe sur les spiritueux. Et l'art a également pris son essor à Hong Kong pendant la même période.» raconte Arthur De Villepin.

«Nous avons des relations très amicales avec les équipes gens d'InvestHK et de la chambre de commerce française. Ils sont toujours là pour répondre à nos questions et c'est grâce à eux que nous nous avons trouvé nos marques ici.» conclut Thibault Pontallier.

[www.pontdesarts-wine.com](http://www.pontdesarts-wine.com)



**« Hong Kong est un centre majeur pour le vin et l'art, et les gens d'ici comprennent parfaitement le message que nous essayons de faire passer. »**

**Thibault Pontallier**  
Co-fondateur de Pont des Arts

# Rue Madame va de succès en succès

*L'enseigne française de boutiques multimarques offre aux Hongkongaises le meilleur de la mode et du style parisien à des prix abordables. Le succès est fulgurant*

Rue Madame, l'idée originale de point de vente financier devenu propriétaire-entrepreneure Ariane Zagury, a connu un tel succès que 10 nouvelles boutiques ont été ouvertes dans les trois dernières années: 5 à l'International Finance Centre (IFC) et 5 à Causeway Bay.

«Hong Kong est le paradis du commerce en Asie; toutes les grandes marques de luxe y sont présentes ainsi que plusieurs enseignes grand public. En revanche, on trouve très peu de distributeurs pour le marché milieu de gamme qui connaît une forte croissance en France.» explique Ariane Zagury.

Avec Rue Madame, son objectif était d'apporter le meilleur de la mode parisienne aux femmes hongkongaises qui possèdent une formation supérieure et avec des goûts raffiné, d'après elle, se fient davantage à leur goût qu'à la réputation des marques. Parmi les marques distribuées, citons Majestic, Laurence Dolige, ba&sh, essentiel, Vanessa Bruno, entre autres.

## Une entreprise durable

En tant qu'ancienne banquière d'investissement, Ariane Zagury a le flair pour dénicher les opportunités. Elle a réussi à se faire nommer agent exclusif en Asie pour American Vintage, marque de luxe 100% française fondée en 2005 et qui représente un chiffre d'affaires de 50 millions d'euros par an.

Le choix de l'emplacement et des prix de vente sont les clés du succès dans le commerce de détail, explique Ariane Zagury qui donne quelques conseils aux entrepreneurs en devenir: «Il faut avant tout faire preuve de réalisme dans la planification: l'entreprise doit être rentable au moins à moyen terme. En tant qu'entrepreneur, vous devez adapter votre travail à votre propre personnalité et c'est pourquoi il est très important que vous sachiez clairement qui vous êtes. Votre produit sera toujours votre meilleur outil de marketing.»

Il y a 15 ans, à l'occasion d'un voyage à Hong Kong, Ariane Zagury est tombée sous le charme de la ville et a immédiatement voulu s'y installer. Pour elle, vivre et travailler ici est une véritable bénédiction. «Hong Kong n'a pas son pareil en Asie: cette ville déborde d'énergie et de vitalité, elle est l'endroit idéal pour tous les non-asiatiques car l'ambiance y est à la fois cosmopolite et chaleureuse». Pour elle, il était clairement impensable de créer son entreprise ailleurs en Asie. «La réussite d'une entreprise n'est jamais une chose facile. Tout dépend de votre ardeur au travail. A Hong Kong, on rencontre facilement des personnes qui partagent la même mentalité et peuvent vous aider à concrétiser vos projets.»



*« La réussite d'une entreprise n'est jamais une chose facile. Tout dépend de votre ardeur au travail. A Hong Kong, on rencontre facilement des personnes qui partagent la même mentalité et peuvent vous aider à concrétiser vos projets. »*

Ariane Zagury  
Fondatrice de Rue Madame

Ariane Zagury apprécie le soutien apporté par InvestHK à son entreprise, notamment le service de suivi suite à la création de l'entreprise. «InvestHK fournit une très bonne perspective sur le marché local aux nouveaux arrivants qui souhaitent s'intégrer ici.»

[www.ruemadame.com](http://www.ruemadame.com)

# Schneider Electric au service de Hong Kong

*Schneider Electric propose des solutions intégrées pour de nombreux segments de marchés notamment les Régies et Infrastructures, des Bâtiments non-résidentiels, des Centres de données et Réseaux ainsi que du Résidentiel. Le groupe est présent à Hong Kong depuis plus de 50 ans*

Dans le cadre du développement du pôle managérial de Schneider Electric en Asie, Jean-Pascal Tricoire, Président-Directeur général de Schneider Electric, a demandé en août 2011 à une partie de son Comité Exécutif de se baser à Hong Kong. La croissance rapide de l'Asie-Pacifique ces dernières années, qui représente près de 30% du chiffre d'affaires du Groupe, nécessite une attention particulière de la part de ses dirigeants.

«L'économie de Hong Kong est considérée comme la plus libérale du monde et l'une des plus compétitives d'Asie. Le système fiscal est simple, le taux d'imposition bas et le gouvernement mène une politique d'ouverture et de libre-échange. Tous ces éléments contribuent à faire de Hong Kong une place de choix pour les investisseurs étrangers,» explique Jean-Pascal Tricoire.



*« Ici, les opportunités de développement sont excellentes, le réseau d'infrastructures très étendu et la main d'œuvre très qualifiée, autant d'atouts pour notre entreprise. »*

Jean-Pascal Tricoire  
Président-Directeur général de  
Schneider Electric

«Hong Kong est un environnement propice aux groupes globaux comme le nôtre, et le fait qu'elle soit située en plein cœur de l'Asie en fait l'emplacement idéal pour notre pôle régional. Ici, les opportunités de développement sont excellentes, le réseau d'infrastructures très étendu et la main d'œuvre très qualifiée, autant d'atouts pour notre entreprise.»

Ces dernières années, la direction du groupe s'est progressivement répartie sur plusieurs pôles. Ainsi, les centres de décision du Groupe - aussi bien opérationnels que fonctionnels - sont répartis sur trois grandes zones géographiques et les membres du Comité exécutif sont basés sur trois continents, à savoir l'Europe, l'Amérique du Nord et l'Asie. Sur les 14 personnes qui dépendent directement de Jean-Pascal Tricoire, cinq sont actuellement basées aux États-Unis, cinq en Europe et depuis peu quatre en Asie: les directeurs généraux en charge des opérations industrielles et de la Chine étaient déjà basés en Asie. Ils ont été rejoints en 2011 par deux autres directeurs généraux, en charge respectivement de la stratégie et des ressources humaines, afin de contribuer à la consolidation du hub managérial hongkongais.

Dans une entreprise globale comme Schneider Electric, les membres du Comité exécutif sont responsables d'équipes réparties sur plusieurs pôles régionaux.

## Ville intelligente

En tant que spécialiste de la gestion d'énergie, Schneider Electric se donne pour mission d'aider les gens à optimiser leur consommation énergétique. Le groupe propose aux entreprises des solutions uniques et complètes permettant d'améliorer leur productivité et leur durabilité, avec pour objectif de rendre l'énergie sûre, fiable, efficace, productive et verte.

Le Groupe soutient activement les initiatives du gouvernement hongkongais en matière de développement durable. «La politique du gouvernement consiste à faire de Hong Kong une 'ville intelligente', et on ne peut que s'en réjouir. Nous avons hâte de contribuer aux mesures officielles allant dans ce sens. Nous sommes déterminés à mettre toute notre expérience internationale et nos technologies, éprouvées ou émergentes, au service de la ville!»

InvestHK a accompagné le processus d'installation de Schneider Electric en lui fournissant une large gamme de services personnalisés. «Pour une entreprise étrangère qui souhaite s'installer ici, InvestHK est toujours la première porte à laquelle il faut frapper. Ils nous ont expliqué les différentes réglementations, le système fiscal, les meilleures méthodes de recrutement, ils nous ont mis en relation avec des départements d'Etat et avec des partenaires potentiels... Les experts d'InvestHK ont toujours été à nos côtés pour nous aider,» conclut Jean-Pascal Tricoire.

[www.schneider-electric.com](http://www.schneider-electric.com)

## Des clichés à l'aura légendaire

**Une légende vient d'établir sa deuxième adresse à Hong Kong. Il s'agit du Studio Harcourt**

Née en 1934 de la collaboration entre Cosette Harcourt, deux frères Lacroix et le fils de Nina Ricci, Robert, la marque est aujourd'hui mondialement connue pour ses portraits en noir et blanc au caractère glamour inimitable qui évoque inmanquablement l'âge d'or du cinéma. De nombreuses stars du cinéma et célébrités du 20<sup>ème</sup> et 21<sup>ème</sup> siècles, dont certaines de Hong Kong, ont été immortalisées dans le Studio parisien.

Après plus d'un an de préparation, Studio Harcourt Hong Kong est prêt à faire vivre son expérience légendaire pour la toute première fois à l'étranger. « L'équipe du Studio Harcourt à Paris croit en la sensibilité à l'art et à la photographie des habitants de Hong Kong et à leur attrait pour les expériences uniques, », déclare Gaël de Dorlodot, Directrice Générale.

« Sans oublier qu'Hong Kong est idéalement située ; c'est une ville facilement accessible depuis toute l'Asie. La prochaine étape sera naturellement la Chine, et notre implantation à Hong Kong nous permettra tout d'abord de partager notre histoire avec les habitants de la Chine Continentale faisant étape dans cette ville. Le choix de cette ville était presque une évidence. »

L'idée d'installer Harcourt à Hong Kong est survenue à la suite d'un studio éphémère installé à l'IFC\* au Four Seasons Hong Kong en 2012, qui avait reçu un accueil très positif. Gaël de Dorlodot déclare que l'expérience du « portrait unique à faire une fois dans sa vie » vient compléter toutes les marques de luxe déjà présentes dans la ville.

L'ensemble des expériences caractéristiques du Studio Harcourt sont proposées à Hong Kong. Le Portrait Prestige par exemple, consiste en une séance de deux heures comportant un maquillage professionnel et une présentation personnalisée. Il peut être réalisé en solo, en duo ou en petits groupes. Avec la Journée Mode et

Légende, l'invité devient la star d'une journée avec, à sa disposition pour la séance, une magnifique garde-robe et une équipe artistique qui fera de chaque instant un moment inoubliable. A l'issue de cette journée, les invités reçoivent une sélection de clichés embossés de la signature « Harcourt Paris » et comportant un numéro de tirage.

Ces offres s'ajoutent au Portrait Instant, réalisé en plan américain. Le Studio de photographie français offre désormais une série de nouvelles expériences, y compris des séances conçues spécialement pour les cérémonies de mariage et les cadres supérieurs.

Le Studio Harcourt de Hong Kong suit à la lettre les directives énoncées par le Studio parisien, qu'il s'agisse du rituel d'accueil des invités ou de l'éclairage au tungstène, caractéristique de la marque, utilisé lors des shootings. Parmi les quatre personnes présentes à plein temps, deux sont des assistants lumière. « C'est un métier très technique car au Studio Harcourt, l'éclairage importe autant que la photographie, », déclare Gaël de Dorlodot.

Il y a également trois photographes indépendants, tous formés sur Paris, qui travaillent à Studio Harcourt Hong Kong, en plus de deux artistes maquilleurs indépendants. Gaël de Dorlodot espère recruter d'autres talents, surtout sur place, compte tenu de l'essor de l'activité, et passer à une équipe d'indépendants composée d'une douzaine de personnes. Une fois Hong Kong lancée, elle compte ouvrir un autre studio dans la province de Macao.

Le studio s'associe à des grands magasins et des marques de luxe pour qu'ils puissent offrir à leurs clients privilégiés l'expérience du Studio Harcourt en tant que cadeau exclusif. Il cherche également à construire des partenariats avec des événements prestigieux afin de continuer à écrire l'histoire du Studio Harcourt à Hong Kong.

[studio-harcourt.hk](http://studio-harcourt.hk)

Date de publication initiale: Décembre 2017



*« Hong Kong est idéalement située ; c'est une ville facilement accessible depuis toute l'Asie. Le choix de cette ville était presque une évidence. »*

Gaël de Dorlodot  
Directrice Générale  
Studio Harcourt Hong Kong

# L'irrésistible ascension de TV5 Monde

**La chaîne de télévision francophone TV5 Monde a connu une forte expansion depuis l'ouverture de son siège régional à Hong Kong en 2007**

La distribution régionale de TV5 Monde est passée de 16 à 83 millions d'abonnés en dix ans et le bureau de Hong Kong a recruté 14 employés durant cette même période. En terme d'espace de bureaux, TV5 Monde est passée d'une à trois unités à Cyberport et compte maintenant des bureaux de représentation au Japon, en Corée, à Singapour, en Inde, en Thaïlande et au Bangladesh ainsi qu'un centre de supervision à Hong Kong.

Le bureau de Hong Kong de TV5 Monde a démarré sur des fonctions de marketing et de distribution. En tant que siège régional, il a ensuite été responsable de tous les développements médias et technologiques pour la zone Asie-Pacifique et fournit également un support technique complet au siège social parisien. TV5 Monde a récemment lancé sa troisième chaîne pour la région et a développé son propre service multi-écrans pour répondre à l'évolution du marché. Ses programmes sont disponibles dans 42 pays, représentant 60 % de la population mondiale.

« D'un point de vue géographique, Hong Kong est situé au centre de nos principaux marchés. En seulement quatre ou cinq heures, je peux me rendre n'importe où dans la région, sauf en Australie ou en Océanie. Par exemple, Je peux ainsi me rendre à Pékin et à Taipei pour la journée. Si j'étais basé à Singapour, je devrais passer beaucoup plus de temps dans les avions ce qui représente une perte de temps, de réactivité et d'argent important », explique Alexandre Muller, Directeur TV5 Monde Asie-Pacifique.

Même si la communauté française est la population étrangère qui enregistre la plus forte croissance à Hong Kong, TV5 Monde s'efforce de susciter l'intérêt des téléspectateurs locaux pour ses chaînes. Sa stratégie est

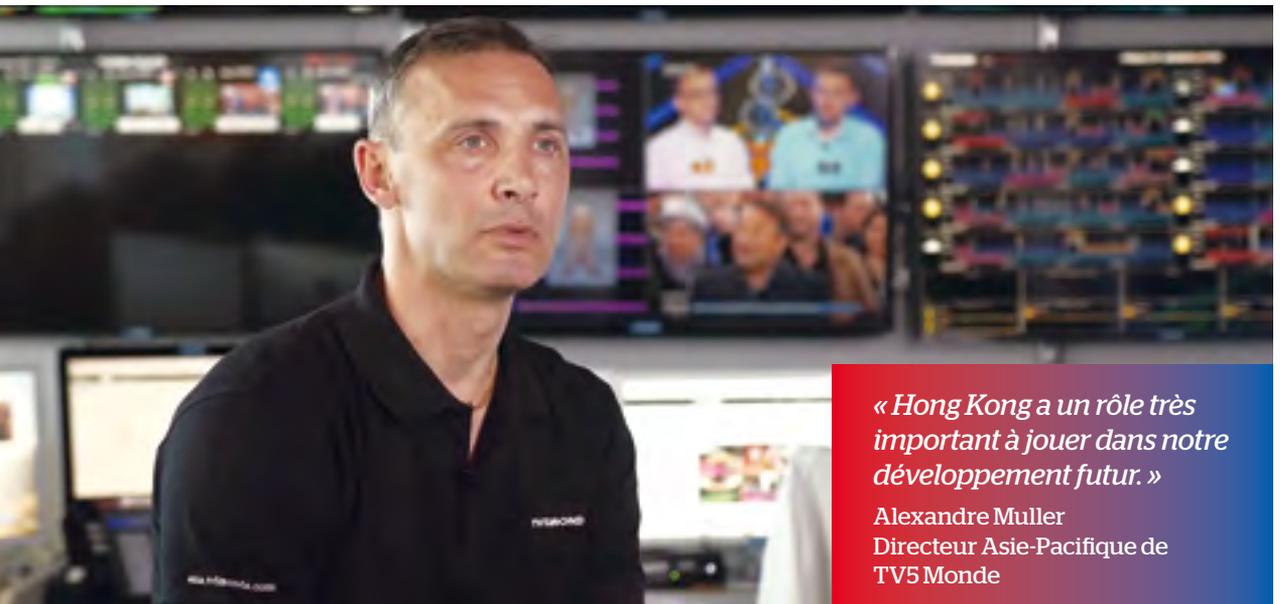
axée sur l'élaboration de programmes qui leur sont destinés. Les émissions sont également sous-titrées en anglais, en vietnamien, en chinois traditionnel et simplifié, en japonais et en coréen (en fonction des chaînes et des marchés) afin d'être accessibles au plus grand nombre.

« Hong Kong a un rôle très important à jouer dans notre développement futur et c'est pour cette raison que nous avons investi autant dans les équipements et l'infrastructure technique. S'il est vrai que la Chine continentale est un marché important, d'autres marchés comme l'Inde, Taïwan, Singapour, la Malaisie, la Thaïlande et le Vietnam le sont également et le fait d'être basés à Hong Kong nous donne accès à tous ces marchés » explique Alexandre Muller.

Alexandre Muller recrute du personnel local et s'efforce de créer un environnement de travail multiculturel. Le fait d'avoir une équipe composée de ressortissants de différents pays lui permet de mieux comprendre les spécificités de chaque marché. Le bureau dispose également d'une équipe spécifiquement en charge des développements sur Internet et les nouveaux media.

Expatrié à Hong Kong depuis plus de six ans, Alexandre Muller trouve Hong Kong organisé et efficace. Il apprécie tout particulièrement l'environnement de travail de Cyberport pour son côté spacieux et riche en espaces verts, à moins de 30 minutes du quartier central des affaires. « Cyberport est une propriété publique et offre des conditions économiques plus stables. Cela nous permet d'avoir une approche plus sereine dans l'installation de nos équipements techniques. L'offre de bureaux au Cyberport est très compétitive, surtout pour les industries créatives », conclut-il.

[asie.tv5monde.com](http://asie.tv5monde.com)



**« Hong Kong a un rôle très important à jouer dans notre développement futur. »**

**Alexandre Muller  
Directeur Asie-Pacifique de  
TV5 Monde**

# **Bureau de InvestHK en France**

**Laurent Sansoucy**

*Lead Consultant (Paris)*

12 rue de la Chaussée d'Antin, 75009 Paris, France

Tel: (33) 1 4387 5640

Email: [lsansoucy@investhk.com.hk](mailto:lsansoucy@investhk.com.hk)

# **La chambre de commerce et d'industrie française à Hong Kong**

**Delphine Colson**

*Directrice Générale*

21/F On Hing Building, 1 On Hing Terrace, Central, Hong Kong

Tel : (852) 2523 6818

Email: [frencham@fccihk.com](mailto:frencham@fccihk.com)

Site Internet: [www.fccihk.com](http://www.fccihk.com)



Les informations contenues dans cette publication sont données à titre de référence uniquement. Bien que nous déployons tous nos efforts pour garantir l'exactitude et l'actualité des informations fournies, InvestHK ne pourra être tenu responsable de toute erreur, omission, déclaration inexacte ou déformation (explicite ou implicite) de ces informations et décline toute responsabilité et obligation en cas de perte, destruction ou dommage (y compris, mais sans s'y limiter, les pertes, les destructions et les dommages importants) résultant de, ou relatifs à l'utilisation ou la mauvaise utilisation ou le recours à ces informations. Il vous revient d'évaluer toutes les informations contenues dans cette publication et de les vérifier d'après vos propres sources et en obtenant des conseils indépendants avant d'agir sur la base de ces informations. Il n'y a aucune promotion implicite de contenu ou aucune recommandation implicite d'une entreprise ou d'un fournisseur de services au détriment d'un autre



This brochure is printed on paper which is recyclable, acid-free and Elemental Chlorine Free (ECF).

## **InvestHK**

**Siège Social:**

**25/F, Fairmont House, 8 Cotton Tree Drive,  
Central, Hong Kong**

**Tel: (852) 3107 1000**

**Email: [enq@investhk.gov.hk](mailto:enq@investhk.gov.hk)**

**[www.investhk.gov.hk](http://www.investhk.gov.hk)**

 **#investhk**



**Follow us on** 