



Interfrench raconte...

La France, parce qu'elle le veut bien ! (et la Provence aussi !)

Ale Gicqueau serait-il un nouveau genre de colon, héraut des passions françaises outre-Atlantique ? Président du cabinet de conseil "The Business Bridge" pour l'aide à l'implantation des sociétés françaises aux Etats-Unis ou des sociétés américaines dans la région PACA, il est aussi à la tête de la plus grande association francophone de la région de San Francisco.

Interfrench - comme son nom l'indique - veut créer une forte communauté française du business, notamment en Californie. Avec plus de 7 000 membres, l'association, créée en 2000 est très liée à Provence Promotion. Allez raconte !...



Ale Gicqueau

> Du French à toutes les sauces !

Ale Gicqueau : Je suis arrivé aux Etats-Unis un peu par hasard : en deuxième année de Centrale Paris, j'ai tout simplement gagné à la loterie Carte Verte de 1995. Cette loterie est organisée par le gouvernement américain et permet l'obtention de la carte de résidence pour plus de 50 000 étrangers par an.

Installé en Californie, j'ai créé, en septembre 2000, InterFrench Frenchip et en octobre 2001 SiliconFrench (InterFrench de la Silicon Vallée) avec Pierre-Jean Charra, retourné depuis en France pour démarrer InterFrench France. Si InterFrench Frenchip s'occupe d'organiser des réunions conviviales de loisirs entre francophiles, SiliconFrench (<http://www.siliconfrench.com>) a été conçu comme une structure purement professionnelle.

> Un Executive Club... pour le goût et les sous !

Mais face au succès, et toujours soucieux de créer un lien fort entre les entreprises francophones, nous avons monté, en novembre 2002, une structure supplémentaire : "L'Executive Club" (<http://www.lexecutiveclub.com>). Ce chapitre réunit les CEOs, présidents et vice-présidents francophones de la baie de San Francisco, dans le même esprit convivial que les réunions SiliconFrench.

Au départ, SiliconFrench, outre le regroupement des chefs d'entreprises français, a travaillé à faire reconnaître les diplômés français aux USA, à soutenir les Français qui s'installent ici, tant sur le plan professionnel que personnel, et à créer une vraie solidarité entre ses membres. Avec l'Executive Club, nous aidons à la recherche de financement des start-up françaises ou des dirigeants français, au rapprochement des entreprises membres, au développement à l'export, au recrutement professionnel ainsi qu'au développement commercial.



Parallèlement, nous développons des activités plus culturelles comme le French CineClub de Palo Alto (<http://www.frenchcineclub.com>) ou encore Frenchip.

La coopération et l'entraide sont utiles aux dirigeants français qui s'expatrient car ils ont tendance, lors de leur arrivée, à s'immerger entièrement dans la culture américaine et donc à couper les ponts avec la France et les Français.

> Des valeurs et des verres !

Nos valeurs sont l'entraide, l'ouverture, le désir d'entreprendre, la courtoisie et la complémentarité. Notre appartenance culturelle, ainsi que la recherche mutuelle de collaborations bénéfiques, sont des bases essentielles pour que des relations professionnelles se créent au sein du réseau. Les différences entre partenaires sont pour nous des richesses et non des obstacles. Toujours ouverts aux idées nouvelles et aux opinions diverses et variées, nous préférons résolument voir le verre à moitié plein plutôt qu'à moitié vide ! Les différences culturelles sont, pour nous, des opportunités de croissance mutuelle et nous nous efforçons de construire un réseau solide et efficace au sein duquel la réussite de chacun passe par l'entraide mutuelle.

> Ma petite famille à 70 000 !...

Dans la Silicon Valley, il y a environ 1% de Français (70 000 environ entre San Francisco et Los Angeles), alors que New-York compte, elle, environ 80 000 Français. Mais contrairement à ce que l'on pourrait croire et aux autres nationalités émigrées, la communauté francophone est très dispersée, sans doute parce que le Français est individualiste et s'intègre professionnellement très bien tout seul aux Etats-Unis. Interfrench a permis néanmoins de rassembler les francophones et je dois dire qu'ils en sont enchantés. Le fait de se retrouver entre Français crée des liens de confiance évidents, notamment par la communauté de langue, de culture, de "manière de faire".



Interfrench raconte...

> L'Executive Club : le dernier Happy Few très tendance

Aujourd'hui, l'Executive Club est le sommet de la pyramide des francophones impliqués dans le business : 400 dirigeants francophones dont le patrimoine dépasse les dix milliards de dollars ! Son annuaire électronique est d'ailleurs accessible sur le web par nos membres - <http://www.lexecutiveclub.com>. Nous offrons, outre cet annuaire, une plate-forme de réseaux qui participe au développement d'une communauté d'affaires francophone à travers le monde. Evidemment, nous sommes régulièrement approchés par des hommes politiques français, mais là, nous restons très prudents...

> Une organisation "très chapitrée"

L'organisation s'effectue par chapitre régional, chaque membre pouvant en parrainer d'autres dont il est responsable. Dans chaque grande ville comportant des francophiles un chapitre peut être créé. Les membres de ce chapitre tiennent des réunions générales mensuelles et certains groupes peuvent se réunir plus fréquemment. Nous sommes avant tout une organisation dont les membres sont des professionnels francophiles qui respectent la charte et l'éthique du départ d'InterFrench, notamment par leur attitude ouverte et positive.

Les coordinateurs bénévoles, encadrant ces groupes, sont choisis pour leur goût du contact, leurs capacités de communication et leur aptitude à aider les francophiles en toute confidentialité. Ils sont au service des membres et gèrent chacun un groupe de 10 à 50 personnes. Ils s'efforcent de présenter les membres les uns aux autres, de sorte à maximiser l'efficacité des contacts. En échange, les coordinateurs en retirent une grande visibilité régionale, d'autant qu'ils sont reliés les uns aux autres grâce aux réunions bimensuelles.

Les groupes peuvent être créés par affinités industrielles (biotech, telecom...), par logiques de métiers (entrepreneurs, commerciaux etc.), par nationalités (suisses, marocains, indiens, etc.), ou par Grande Ecole ou Université.

> Provence Promotion, c'est l'arche d'Alliance

Le rapprochement avec Provence Promotion s'est fait lors du programme Home Sweet Home que nous avons aidé à organiser sur place. Les équipes de Provence Promotion sont vraiment très dynamiques, et le succès rencontré lors des trois sessions que nous avons organisées ensemble en est la preuve. Jusque-là, le problème n'était pas la fuite des cerveaux, mais la difficulté de les faire revenir en France. Provence Promotion a été l'une des premières agences à comprendre ce besoin et l'implantation d'une dizaine de sociétés de la Silicon Vallée en Provence en témoigne. Elle joue vraiment le rôle de passerelle !

> Des Français qui, au fond, aiment leur terroir

Cela écrit, je crois que les Français sont très attachés à la France, même si pour booster une carrière, notamment dans certains secteurs, les Etats-Unis, avec leur législation très souple, sont un passage précieux, voire indispensable. Pour un entrepreneur ou un scientifique, la vie professionnelle fonctionne par cycle : les USA sont un réel tremplin pour la carrière professionnelle, notamment chez les jeunes diplômés car les USA manquent cruellement d'ingénieurs dont la France est très bien pourvue grâce au niveau de ses grandes écoles et de leur coût assez bas.

Mais quand on fonde une famille, la recherche d'une qualité de vie fait préférer la France. Car cette liberté d'entreprendre, ces décisions rapides sur une poignée de main ont, bien sûr, leur revers de médaille, notamment au niveau de l'éducation et de la couverture santé. Sans compter la faiblesse culturelle encore plus marquée dans d'autres Etats américains, qui motive largement les expatriés à rentrer au pays quand l'opportunité leur est offerte.

> La Provence, c'est un peu la Côte Ouest !

La Provence est particulièrement appréciée des habitants de la côte Ouest des USA, car le climat y est sensiblement le même et les grandes villes de PACA ressemblent beaucoup aux villes de la banlieue de San Francisco ou Los Angeles. C'est pourquoi les différents programmes passerelles entre Provence Promotion et InterFrench/Executive Club sont très importants et très appréciés ici.