

Charles Rivkin, ambassadeur des Etats-Unis

"IL FAUT QUE VOUS CONSTRUISIEZ UN LABEL LIMOGES."

Le consul des Etats-Unis à Bordeaux, Joël F. Maybury, achève de mettre au point le programme de la visite en Limousin de Charles H. Rivkin, ambassadeur des Etats-Unis en France, les 21 et 22 septembre.

Une partie importante se déroulera à la CCI de Limoges à l'invitation du président Jean-Pierre Limousin.

BIO EXPRESS

1962 > naissance (c'est le plus jeune ambassadeur américain en fonction en France depuis soixante ans).

1984 > diplômé en relations internationales de l'université Yale.

1988 > MBA de l'université Harvard.

1990 > mariage avec Susan Tolson (deux enfants, Elias et Lily).

2009 > nommé ambassadeur des USA en France par Barak Obama.

A passé plusieurs années en France, notamment à l'Institut franco-américain de Rennes et comme stagiaire chez Renault.



La CCI de Limoges s'active pour la promotion en France, voire à l'international, d'une filière luxe et excellence, car, en Limousin, les atouts sont nombreux (porcelaine de Limoges, émaux, tapisserie, cuir...). Y a-t-il des opportunités à saisir aux Etats-Unis ?

Charles Rivkin Certainement ! Les Américains ont toujours apprécié la haute qualité des produits de luxe français et ce goût ne faiblit pas de nos jours. Aux Etats-Unis, le label made in France évoque toujours le meilleur du style et de la qualité. Sans vouloir exagérer, je peux même dire que la France est synonyme d'articles de luxe dans l'esprit de beaucoup de mes concitoyens. Et, malgré la crise, le marché des articles de luxe reste robuste. Il sera donc important d'étudier le marché de près et de rechercher les régions à fort potentiel de développement commercial.

Que peuvent attendre les entreprises de notre région des services du consulat des Etats-Unis à Bordeaux ?

C.R. Le consulat à Bordeaux est, en effet, responsable des ressortissants américains

dans le Limousin, mais ce même consulat, avec l'aide du service commercial de l'ambassade des Etats-Unis à Paris, a pour but d'identifier et de localiser des exportateurs et fournisseurs américains, et d'intéresser les sociétés françaises aux possibilités d'investissement aux Etats-Unis. Le consul s'est déjà déplacé à plusieurs reprises dans le Limousin afin de rencontrer les responsables dans différents domaines et d'identifier des activités potentielles, ainsi que des candidats pour des aides et des échanges.

Vous cultivez une francophilie avérée. Qu'attendez-vous de votre visite officielle à Limoges ?

C.R. Ce sera ma première visite dans le Limousin et je suis impatient de m'entretenir avec les représentants d'entreprises et les responsables politiques limousins afin de mieux connaître leurs préoccupations. Je souhaite que ma visite rappelle l'importance que mon pays attache au développement de liens historiques, culturels et économiques avec toutes les régions de France et donc avec le Limousin.

Vous n'êtes pas un diplomate classique au sens de la carrière, mais plutôt un homme du business en raison de votre passé. Quels conseils donneriez-vous à un créateur d'entreprise ?

C.R. L'essentiel pour un créateur d'entreprise, c'est de garder son sang-froid, de croire en soi-même, de ne jamais se laisser trop décourager, de patienter et surtout de ne jamais laisser passer une occasion sans la saisir. Sur le plan pratique, il faut absolument savoir planifier (c'est-à-dire, avoir ce que nous appelons en anglais un business plan) à long terme et chercher sans arrêt des financements. Il ne faut jamais croire que la bataille a

été définitivement gagnée. Le monde évolue, la technologie aussi, ainsi que les marchés. Enfin, il est important de ne pas se laisser dominer par la peur de l'échec et de prendre des risques. Bien des entrepreneurs américains à succès ont subi un ou plusieurs échecs et ils en ont tiré les leçons pour finalement réussir.

Le Limousin, répète-t-on, est trop modeste, ne sait pas se vendre. Quels conseils donneriez-vous aux élus de cette petite région pour se faire mieux connaître ?

C.R. Il faut mettre en place une campagne de publicité à long terme chez ceux que vous voulez attirer. Vous avez une ambassade et des consulats aux Etats-Unis. Il faut que vous vous fassiez connaître sur le marché américain. Vous avez des atouts ici, des produits à vendre, que ce soit la beauté de vos paysages et votre architecture ou la qualité de vos produits de luxe. Il faut que vous développiez un plan à long terme pour construire le label Limoges.

Pensez-vous que le gouvernement aide suffisamment les entreprises étrangères souhaitant s'implanter en France ?

C.R. Je ne veux pas rendre de jugements sur la politique économique française, en ce qui concerne le soutien aux entreprises étrangères souhaitant s'implanter en France. Cela étant dit, la réalité est qu'il y a de nombreuses entreprises étrangères, y compris américaines, qui sont implantées en France et qui n'ont pas l'intention de plier bagage.

Vous soulignez régulièrement les prouesses techniques de Bartholdi, père de la statue de la Liberté. Saviez-vous que le monument aux morts de la commune de Châteauneuf-la-Forêt, en Haute-Vienne, est une copie de ce monument qui vous est cher ?

C.R. Merci de m'en avoir informé. La statue de la Liberté, où qu'elle soit, est un symbole fort de l'amitié qui existe entre nos deux pays. ●

"La France est un pays qui continue à attirer des investisseurs par l'importance de son marché et sa position stratégique au centre de l'Union européenne."

Propos recueillis par Alain Londeix