



La fièvre du cyclisme augmente pendant les aventures d'exportation

Le Tour de France n'est non seulement la plus grande course cycliste du monde, mais aussi l'une des plus grandes plateformes commerciales de la planète. DI et une série d'entreprises considèrent que les trois étapes danoises du début du mois de juillet représentent un énorme potentiel.



Plus de 100 millions de passionnés de sport et de téléspectateurs européens dans 190 pays devraient avoir les yeux rivés sur le Danemark au début du mois de juillet, lorsque le Tour de France, l'événement cycliste le plus commercialisé au monde, traversera le pays au cours de ses trois premières étapes. Ce niveau de couverture médiatique vaut également son pesant d'or pour les fans d'exportation.

C'est ce sur quoi Dansk Industri compte, et c'est la raison pour laquelle elle a passé ces dernières années à faire de cet événement une plateforme permettant de mettre en valeur les entreprises et les atouts danois. En octobre 2021, DI a organisé un événement sur la dernière étape à Paris, avec 10 entreprises présentant des solutions danoises aux côtés du prince héritier du Danemark et du ministre des affaires économiques et commerciales, Simon Kollerup. Et lorsque la course commencera en juillet, il y aura une série d'événements organisés par DI tout au long du parcours.

- « Dans le monde du sport, il existe un énorme potentiel inexploité lié aux méga-événements, que nous voyons en abondance au Danemark. Nous avons constaté un grand intérêt de la part de nos membres pour l'utilisation du Tour de France à des fins commerciales. L'objectif a été de renforcer les relations avec le marché français et avec d'autres marchés au niveau mondial », déclare Thomas Bustrup, directeur international de DI, qui ajoute,

- « L'un des avantages est qu'il existe des amateurs de cyclisme disposant de pouvoirs de décision dans le monde entier. C'est un espace au sein duquel nous pouvons trouver un groupe cible intéressant provenant de plusieurs secteurs. »

Skarø Is et Heka Dental sont deux exemples d'entreprises qui utilisent le Tour de France pour ouvrir les portes de la France en matière d'exportation et de marketing. Vous pourrez en savoir plus sur ces entreprises plus loin dans le magazine. •

! ÉVÉNEMENTS DE DI AU TOUR DE FRANCE

- Rencontres B2B entre les entreprises membres et les acheteurs étrangers potentiels de produits danois.
- Salon VIP du Grand Départ à Industriens Hus.
- Tente industrielle dans les villes de la dernière étape, Nyborg et Sønderborg, qui impliquera des membres locaux de DI.
- Participation au Sommet du vélo de cette année avec cinq parcours thématiques dans le domaine du cyclisme avec la participation des entreprises.
- Exposition sur le Tour de France à Industriens Hus du 2 juin au 8 juillet.
- « Séminaire SG » avec TV2 qui utilisera activement la SG pour établir des connexions avec ses caméras pendant le Tour de France.
-

➔ UTILISER DI



Contactez le consultant en développement du marché mondial, Emil Stub, à emns@di.dk, 3377 3904, pour en savoir plus sur les activités du Tour de France de DI, emns@di.dk

Le fauteuil dentaire en tournée atteint un record d'exportation

Le fauteuil dentaire spécial Tour de France de Heka Dental, incluant le champagne, a fait partie de l'annonce du parcours à Paris l'année dernière – et maintenant cette entreprise basée à Ishøj est en passe de réaliser la plus grande exportation vers la France jamais réalisée.

PAR KAREN WITT OLSEN, ufhå@di.dk

Le chef des exportations de Heka Dental A/S, Oluf Christian Olsen, est un grand fan du Tour de France. C'est pourquoi, lorsque Dansk Industri a invité les entreprises membres à participer à l'annonce du parcours du Tour de France 2022 l'année dernière à Paris, il a sauté sur l'occasion. Il répond ici à quelques questions sur les possibilités que Heka Dental voit dans cet événement :

Pourquoi avez-vous participé à la présentation à Paris l'année dernière ?

- « Personnellement, je suis un grand fan du Tour de France et j'ai vu une opportunité claire de nous faire connaître auprès d'un important marché d'exportation. Nous avons invité nos revendeurs français les plus importants à un événement VIP sur les Champs-Élysées. Ils ont pu voir certains de nos produits, dont une pièce particulièrement spéciale - une chaise dentaire éditée pour le Tour de France, créée pour l'occasion, qui pulvérisait du champagne au lieu de l'eau. Ce fut un grand succès. En tant que Danois, je pense que les gens ne comprennent tout simplement pas à quel point le Tour de France est spécial dans le pays, ni à quel point les Français en sont fous. Le Tour est quelque chose de très spécial, il fait partie de l'âme du pays. Et même si nos revendeurs ont eu du mal à comprendre comment le tour peut commencer si loin de la France, notre événement a reçu une énorme attention. »

Combien cela a-t-il coûté ?

- « Nous avons dépensé environ 150 000 couronnes danoises au total, mais nous en avons eu tellement pour notre argent. J'irais même jusqu'à dire que nous avons déjà récupéré notre argent.

»Qu'en avez-vous tiré ?

- « Nous sommes sur le point de battre un nouveau record en France avec une augmentation de 30 % des ventes. Nous sommes présents sur le marché depuis de nombreuses années, mais il y avait un manque de notoriété des produits Heka. Et nous n'avons pas eu l'occasion de mener le type de campagne de marketing qui aurait pu faire connaître notre entreprise. C'est ce que nous a apporté l'événement du Tour de France à Paris ».

Alors, que faire maintenant ?

- « La notoriété accrue en France nous a permis d'augmenter les ventes, ce qui, à son tour, nous permet de disposer de meilleurs budgets de marketing, qui, nous l'espérons, généreront encore plus de notoriété et encore plus de ventes, donc tout va très bien.

Nous avons également invité ces mêmes distributeurs français sélectionnés à notre événement VIP à Copenhague lors du départ du Tour de France le 1er juillet. Et ils sont vraiment impatients d'y assister. Nous avons également décidé de fermer l'usine plus tôt ce jour-là et de donner un jour de congé à nos employés pour qu'ils puissent également y assister s'ils le souhaitent. Dans l'ensemble, ce fut un énorme succès et cela en valait tellement la peine pour nous que je me demande maintenant si Heka ne devrait pas également être présent aux Jeux olympiques de 2024 », déclare Oluf Christian Olsen, chef des exportations de Heka Dental A/S. •

! HEKA DENTAL A/S

- Production, vente et développement de fauteuils dentaires.
- Fondé en 1965.
- Siège social à Ishøj.
- Vente par l'intermédiaire d'un réseau de revendeurs.
- Exportations : environ 80 %, principalement en Scandinavie et en Allemagne.
- Le chiffre d'affaires et le nombre de fauteuils dentaires vendus ne sont pas divulgués.



ÉTAPE 2

Départ de Roskilde. Passe par Lejre, Holbæk, Odsherred, Kalundborg et Korsør, pour finir à Nyborg.

ÉTAPE 3

Départ de Vejle. Passe par Kolding, Haderslev et Aabenraa, pour finir à Sønderborg.