

La culture n'a pas de frontière

Créée en 1992, Orpheo est devenue la référence inévitable en termes d'audioguides pour les musées et les sites culturels.

Pourquoi avez-vous pensé à l'export dans votre secteur ?

Nous équipons des sites culturels et touristiques. Afin d'augmenter notre part de marché, nous nous sommes naturellement tournés vers l'international. Nos systèmes peuvent être utilisés partout dans le monde, dès lors que

nous pouvons apporter de l'information aux visiteurs... Nous sommes présents dans plus de 40 pays, parfois par le biais de partenaires locaux. Cela nous permet également de ne pas être trop dépendants des éventuelles fluctuations économiques des marchés. Nous réalisons aujourd'hui plus de 60 % de notre CA à l'export. Le fait de travailler avec différentes cultures nous permet d'enrichir notre travail et nous apporte une certaine adaptabilité, tout

en conservant notre rigueur. La marque Orpheo bénéficie aujourd'hui d'une renommée mondiale.

Quels sont les outils utilisés pour travailler à l'export ?

Nous travaillons avec un réseau de 36 distributeurs à travers le monde et 5 filiales à New York, Paris, Berlin, Tokyo et Rabat. Par conséquent, le principe adopté est celui de la proximité : géographique mais aussi culturelle, par le biais de nos partenaires locaux. Internet reste

un excellent moyen de communication ainsi que certains sites phares avec lesquels nous travaillons (Empire State Building, Miho Museum, la Grande Muraille de Chine...).

Quelles sont vos perspectives d'évolution au cours des prochains mois ?

Nous souhaitons renforcer notre réseau de distribution avec l'arrivée de nouveaux

partenaires pour des pays dans lesquels nous ne sommes pas présents, et également diversifier nos activités en proposant de nouveaux moyens d'accès aux commentaires comme le téléchargement de visite en ligne, une application iPhone, etc. ■

> **SUR LE NET**
orpheogroup.com

"Nos solutions peuvent être utilisées partout dans le monde."