



**Diversifier, renforcer et accélérer
vos ventes à l'international**



Libérez le plein potentiel de votre force de vente

Alignez vos équipes, vos processus et vos outils pour générer une croissance durable, prévisible et mesurable.



Halifax Consulting
SALES PERFORMANCE

Être un **partenaire** dans la **transformation de la fonction vente** de nos clients locaux et globaux, agissant sur :

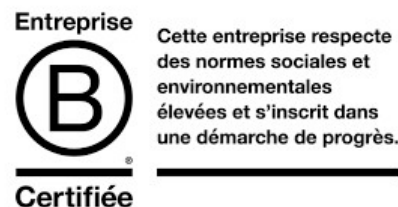
HUMAIN une équipe de leaders et de représentants engagée, agiles et performants.

STRUCTURE une organisation, des processus et des méthodes efficaces.

TECHNOLOGIE les outils essentiels pour orienter, accompagner et pérenniser la performance.

Experts, **co-facilitateurs** auprès de vos gestionnaires, nous assurons la robustesse et l'excellence de votre fonction vente jusqu'à la dernière mètre.

Candidat à la
certification
en 2025



Performance de la fonction vente

200

Clients

Entreprises accompagnées avec succès

15

Livres Best-Sellers

Ventes / Management / Négociation

10 000+

Professionnels formés

Chaque année

80+

Consultants seniors

Globaux et locaux

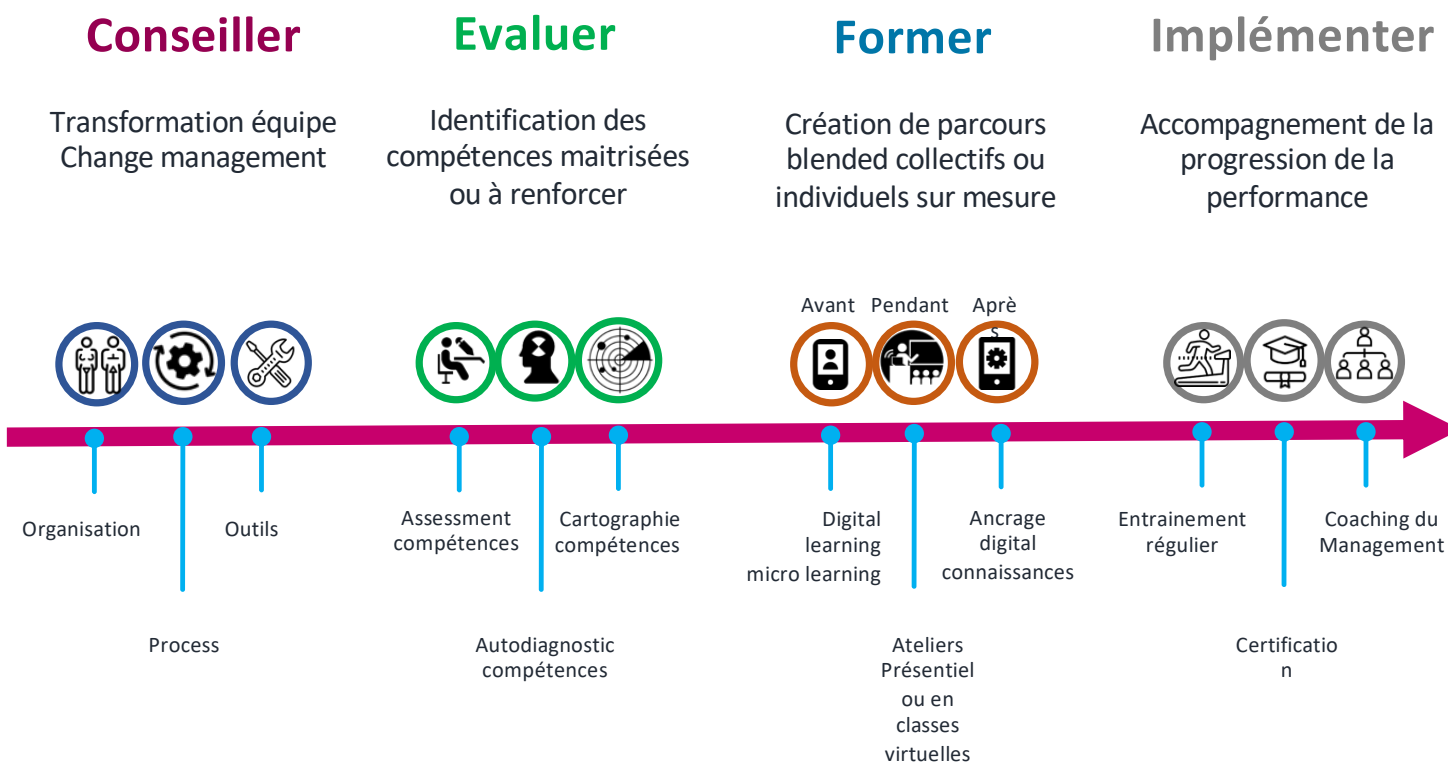


Nos clients



INDUSTRIE	EQUIPEMENTS MEDICAUX & PHARMA	SERVICES
Air Liquide Nexans BOBST AIRBUS SAINT-GOBAIN ALBÉA	Abbott Baxter SIEMENS BUCHI Pierre Fabre MERIEUX NutriSciences	sodexo Europcar
ENERGIE & UTILITIES	IMMOBILIER & LOISIRS	IT TELECOM & CONSULTING
VEOLIA SUEZ NEOEN ENGIE TotalEnergies	Louvre Hotels VINCI Bouygues Immobilier COMEXPOSIUM Châteauform algecco	orange DASSAULT SYSTEMES sopra Steria Deloitte SCC COOPLEX
AUTO & CONCESSIONNAIRES	AGROALIMENTAIRE	BANQUES & ASSURANCES
ALLIANCE AUTOMOTIVE GROUP RENAULT NISSAN BRIDGESTONE	TRANSFOUR CORTEVA agriscience BASF symrise	BNP PARIBAS LA BANQUE POSTALE BANK OF AFRICA Allianz GENERALI

Nos services



Pour qui ? Pourquoi Halifax ?

Pour qui ?

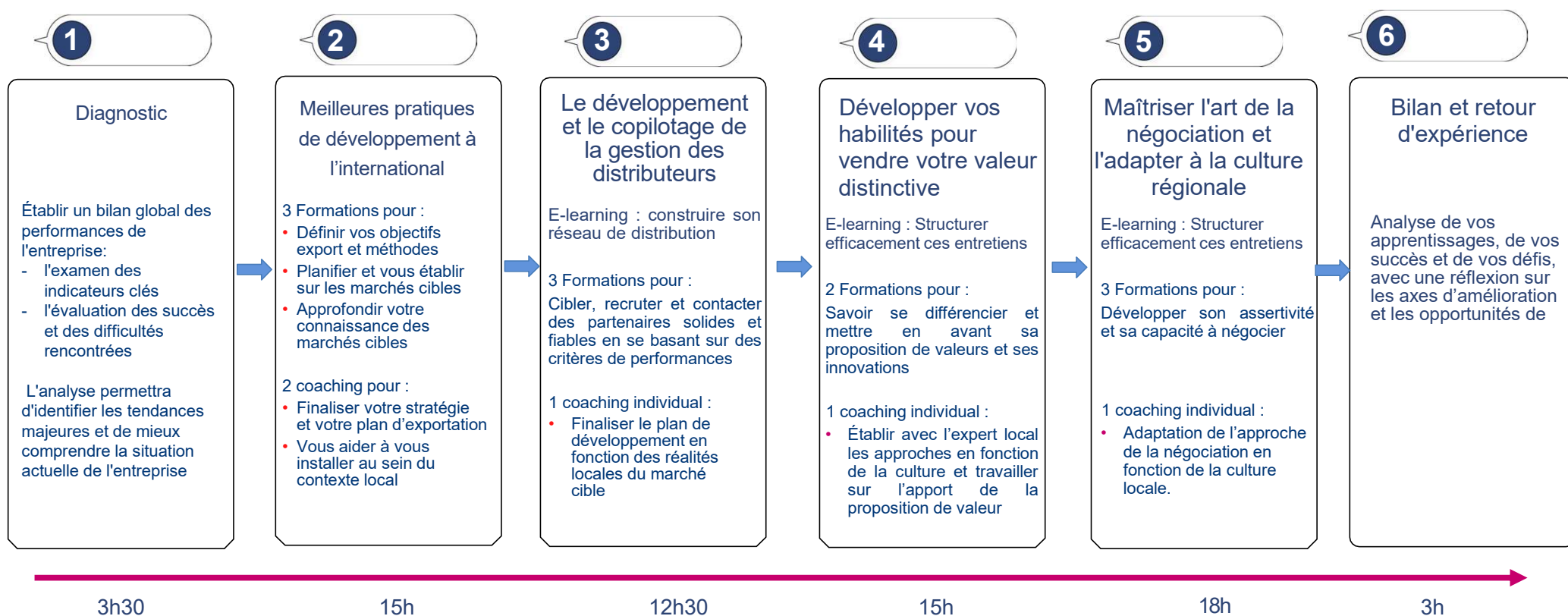
Les entreprises exportatrices qui doivent :

- Diversifier leurs marchés géographiques versus les États-Unis;
- Accélérer les ventes dans les marchés actuels;
- Renforcer leur présence à l'international;
- Augmenter la rentabilité de leurs exportations;
- Revoir leurs approches marchés.

Pourquoi Halifax Consulting ?

C'est 20 ans d'expérience en accompagnement des entreprises dans leur performance des ventes, sur les 5 continents grâce à des équipes d'experts locaux qui viennent du monde de la vente. C'est 15 000 personnes par année de former en plus de 17 langues et 30 cultures.

Parcours d'implantation à l'internationale – 56 heures -



1. Diagnostic de la fonction vente

1. Indice de maturité

Diagnostic de la structure actuelle et identification des chantiers stratégiques pour se préparer à l'exportation.

Format : Questionnaire WEB

2. Analyse des ventes

Analyse de la performance de vente des 3 dernières années, qui sont les résultats de la structure.

Format : Plateforme d'analyse Venturi

3. Quel est l'impact de votre culture

Sous la forme d'un questionnaire web, nous allons évaluer votre approche culturelle.

Format : Questionnaire WEB

4. Présentation des résultats

Présentation et analyse des résultats, compréhension des enjeux actuels et définition des objectifs

Mesurer la performance de l'organisation commerciale

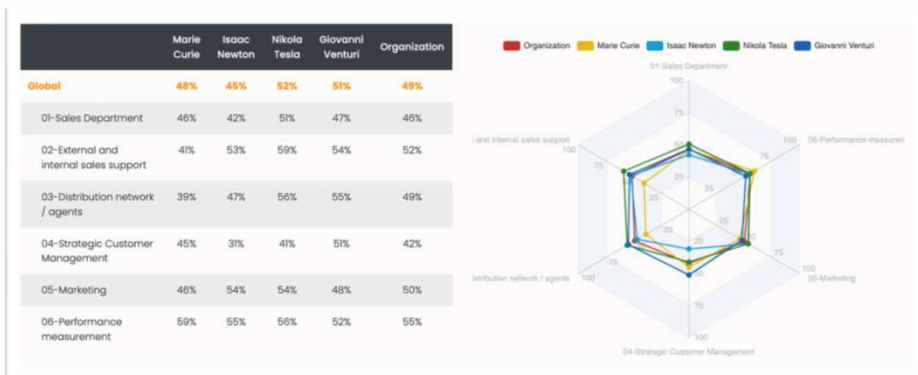


L'indice de maturité permet d'analyser la robustesse de la fonction vente :

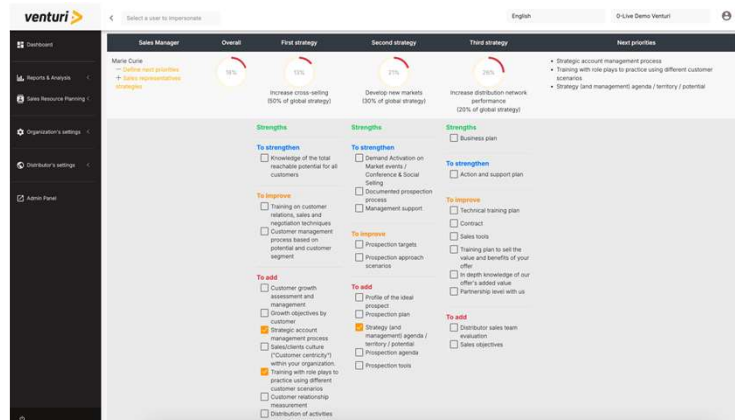
1 - **Indice de maturité commerciale** : Questionnaire de diagnostic dédié aux gestionnaires sur les 7 axes de la structure d'une fonction commerciale

Zoom sur **Indice de maturité commerciale** : les managers évaluent la maturité des 205 éléments de leur structure commerciale et l'impact sur leur stratégie. (30 min – 5 langues)

- 100% world class structural maturity
- >75% proactive mode & control of sales function
- >50% moving from reaction to proactive mode
- >25% performance largely base on individual performance
- < 25% operations based on instinct / actions unstructured according to event



2 – l'alignement et recommandations sur les chantiers à mener en lien avec les **stratégies prioritaires** identifiées par les gestionnaires.

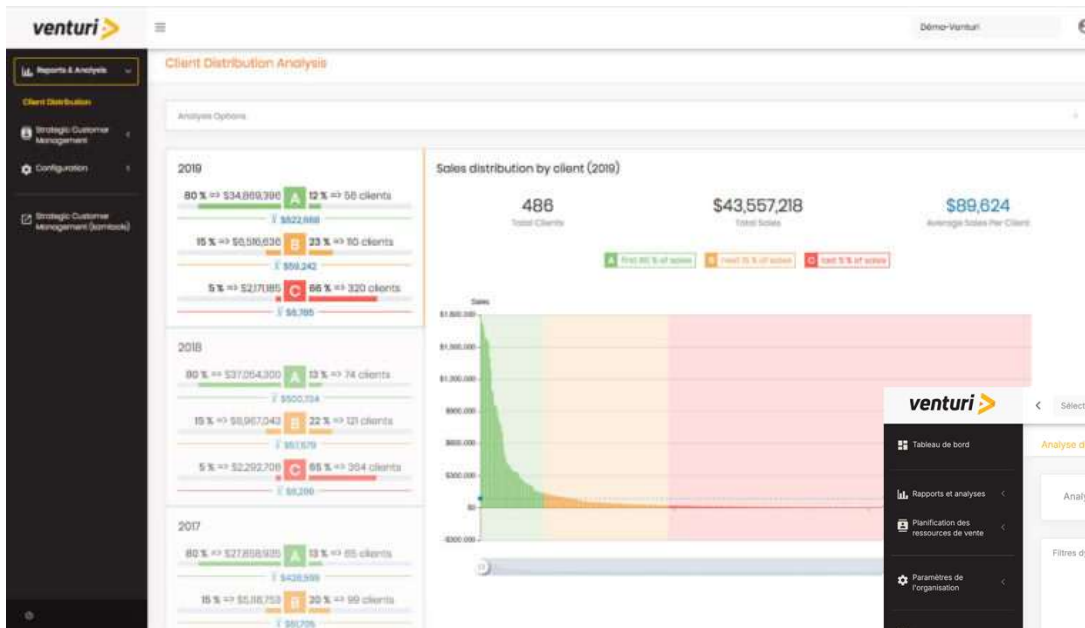


Étiquettes de lignes	Nombre de Questions
01-Département des ventes	38
01 - Stratégie directrice	13
02 - Organisation des ventes	6
03 - Gestion des ventes	8
04 - Ressources humaines	11
02-Support des ventes interne et externe	19
05 - Support aux gestionnaires	3
06 - Support aux vendeurs	10
07 - Outils	6
03-Gestion des réseaux de distribution/agents	25
08 - Gestion des distributeurs	14
09 - Agent manufacturier	11
04-Gestion des clients / distributeurs / pays	42
10 - Gestion du portefeuille clients	15
11 - Gestion de la prospection	11
12 - Gestion des projets clients	7
13 - Gestion de pays	9
05-KAM	36
14-Gestion du programme comptes clés	9
15-Gestion des comptes clés	14
16-Mesure de la performance	13
06-Marketing	13
14 - Actions commerciales	6
15 - Veille	7
07-Mesure de la performance	45
16 - des résultats ventes	11
17 - de la Gestion du portefeuille clients / prospection	11
18 - des vendeurs	8
19 - des compétences commerciales	9
20 - Indicateurs de performance sur les agents manufacturiers / distributeurs	1
20 - Indicateurs de performance sur les agents manufacturiers / distributeurs	5
Total général	218

D'où viennent vos résultats ?

Les résultats des ventes de l'année passée sont les conséquences de nos actions.

L'analyse des 3 dernières années, c'est la conséquence de nos stratégies, orientations, structure, process, évolution, la gestion et de la performance de l'équipe.



venturi > Sélectionnez un utilisateur à imp. Français (Qc) O-Live Demo Venturi

Analyse de la distribution des ventes Mouvement client

Analyser par **Ventes** Période de référence 2020 Période suivante 2022 Appliquer

Filtres dynamiques

Valeur d'affichage Nombre de clients

Filtrer par segments de marché
Tous les segments de marché

Filtrer par représentant
Tous les représentants

Filtrer par directeur
Tous les directeurs des ventes

Filtrer par Country
Toutes les équipes

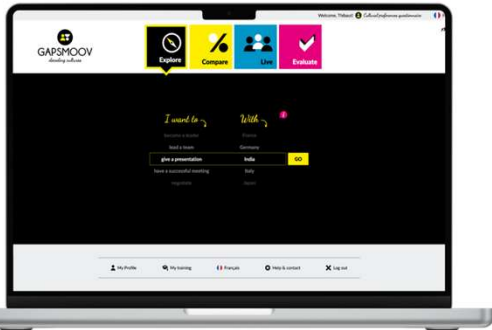
Filtrer par Business Unit
Toutes les équipes

		2020			2022	
		A	B	C	Nouveau	Total
2022	A	1954	1171	1542	55	4722
	B	989	554	783	22	2348
	C	592	302	414	23	1331
	Perdu	7	4	5		16
Total		3542	2031	2744	100	

Afficher par Segment de marché Moyenne Distribution Industry Institution OEM Services

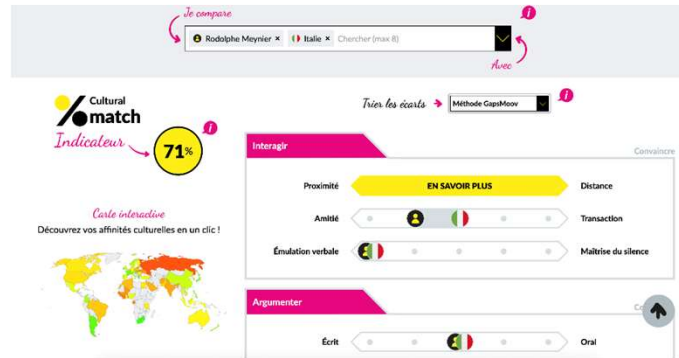
	Moyenne	Distribution	Industry	Institution	OEM	Services
Taux de rétention	100%	100%	100%	100%	100%	100%
% de nouveaux clients qui sont des clients "A"	55%	67%	48%	40%	0%	61%

Décoder les cultures avec notre plateforme pour réussir à l'international



Notre plateforme aide les cadres, les expatriés, les gestionnaires et leurs équipes à collaborer efficacement dans un contexte international. Notre approche pratique et engageante facilite le décodage des comportements professionnels à travers le monde.

- 80 pays décodés
- 110 vidéos de formation
- 198 analyses de rentabilisation
- 70 évaluations
- 60 cours virtuels



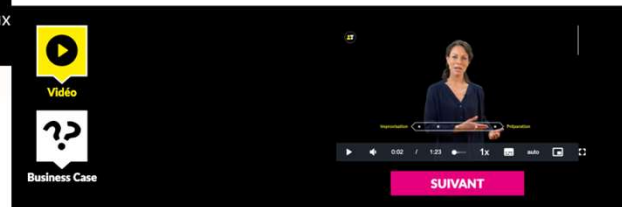
Je veux ↘	Avec ce pays ↗	
faire une présentation	France	
réussir une réunion	Inde	
négociier	Italie	GO
vendre	Japon	
dire quelques mots	Royaume-Uni	

Gagner du temps d'adaptation à l'étranger
Expatriation, fusion-acquisition.

Éviter les malentendus coûteux
Négociations, situations complexes.

Booster l'efficacité
Projets internationaux

Entre improvisation et préparation
Improvisation → Préparation



2. Meilleures pratiques en développement des ventes à l'international

1. Séances de formation et co-développement en groupe

3 heures/ séance

S1 : Objectifs et stratégies de ventes :

- Définir les objectifs à atteindre avec les marchés internationaux
- Établir la stratégie d'approche

S2 : Stratégie d'implantation de la valeur

- Identifier les cibles par segment
- Établir l'offre produits / service

S3 : Les éléments clefs des marchés cibles

- Monter la stratégie « Pull & Push »
- Identifier à l'aide de l'indice de maturité fait dans le diagnostic les axes de développement interne.

Plan développement à l'international sommaire
2025-2027

OBJECTIFS CORPORATIFS ET ORIENTATIONS				
OBJECTIFS CORPO.	SEGMENTS PRIORITAIRES		SEGMENTS SECONDAIRES	STRATÉGIES
2025 :				
2026 :				
2027 :				
→ 85% de nos efforts				
OBJECTIFS ET STRATÉGIES PAR SEGMENTS PRIORITAIRES 2025-2027				
OBJ \$	Segment 1	Segment 2	Segment 3	Segment 4
VENTES :	\$	\$	\$	\$
STRAT.				
PLAN D'ACTION PAR SEGMENTS PRIORITAIRES				
	Segment 1	Segment 2	Segment 3	Segment 4
Cibles (cibles)				
Services ACTUELS (cibleur client)				
PRODUITS (cibleurs clients)				
Nouveaux produits / services				
Stratégie « Pull » (cibleurs et future)				
Stratégie « Push » (cibleurs et future)				
Évolutions				
AUTRES ASPECTS À TRAVAILLER / PROJETS SPÉCIAUX				
				Statut et mesure
Ce que l'on doit améliorer / compléter / ajouter				

2. Coaching Individuel

3 heures/séance

- Coaching avec le formateur sur la stratégie : Finalisation de la stratégie et plan d'exportation.
- Coaching avec l'expert local : Finaliser le plan de développement en fonction des réalités locales du marché cible

Plan pour passer des objectifs de vente à l'action !

Les objectifs à atteindre pour les 3 prochaines années

Mettre les efforts à la bonne place :
Les segments / régions cibles

Quelles stratégies commerciales vont guider toutes nos actions ?

Nous offrons quoi à qui ?

Ma stratégie pour atteindre nos futurs clients cibles.

Qu'est-ce que nous devons améliorer pour soutenir et performer dans tous nos marchés cibles ?

Plan développement à l'international sommaire
2025-2027

OBJECTIFS CORPORATIFS ET ORIENTATIONS				
OBJECTIFS CORPO.	SEGMENTS PRIORITAIRES		SEGMENTS SECONDAIRES	STRATÉGIES
2025 :	→ 85% de nos efforts			
2026 :				
2027 :				
OBJECTIFS ET STRATÉGIES PAR SEGMENTS PRIORITAIRES 2025-2027				
OBJ. \$	Segment 1	Segment 2	Segment 3	Segment 4
VENTES :	VENTES : \$	VENTES : \$	VENTES : \$	VENTES : \$
STRAT.				
PLAN D'ACTION PAR SEGMENTS PRIORITAIRES				
	Segment 1	Segment 2	Segment 3	Segment 4
Cibles (cibles)				
Services ACTUELS (cibles actuelles)				
PRODUITS (cibles futures)				
Nouveaux produits / Services				
Stratégie « Pull » (actuelles et futures)				
Stratégie « Push » (actuelles et futures)				
Événements				
AUTRES ASPECTS À TRAVAILLER / PROJETS SPÉCIAUX				
				Suivi et mesure
Ca que l'on doit améliorer / modifier / ajouter				

3. Le développement et le copilotage de la gestion des ventes via un intermédiaire

1. Elearning : Les fondamentaux de la gestion des partenaires internationaux

- Structurer, gérer et performer avec son réseau de distribution



Structure des modules :

- 4 modules de 45 min chaque
- Le mot de l'expert
- Mauvaises pratiques à éviter (vidéo)
- Les clés du succès
- Video bonnes pratiques
- Ce qu'il faut retenir
- Boîte à outils
- Fiches de synthèses téléchargeables



Langues disponibles dans ce format :



2. Séances de formation et co-développement en groupe

3 heures/ séance

Formation 1 : Rôle

- Rôle et les responsabilités du responsable interne à l'exportation

Formation 2 : Intégration

- Le recrutement et la sélection du bon partenaire distributeur

Formation 3 : Copilotage

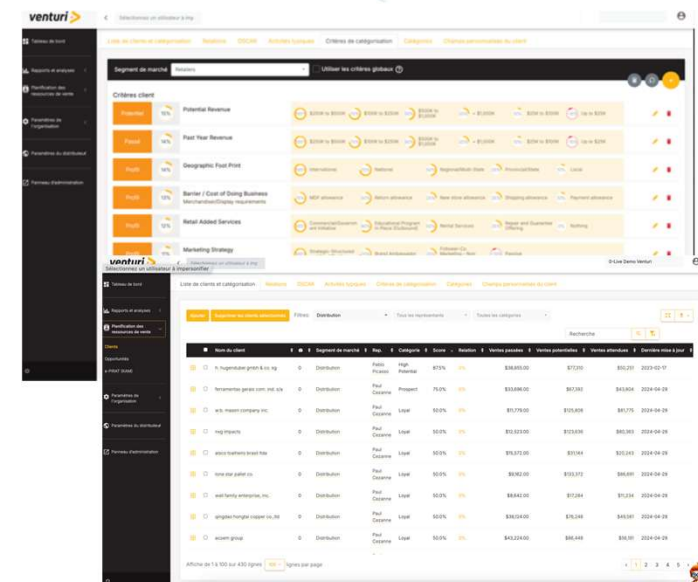
- Suivi du partenaire distributeur pour lui permettre d'atteindre les meilleurs niveaux de performance commerciale



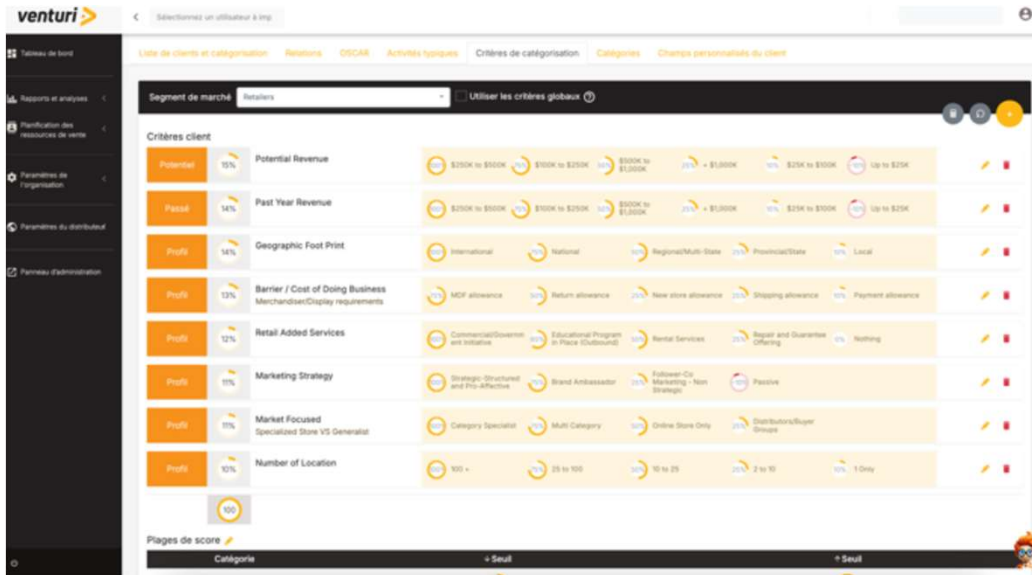
3. Coaching Individuel

3 heures/séance

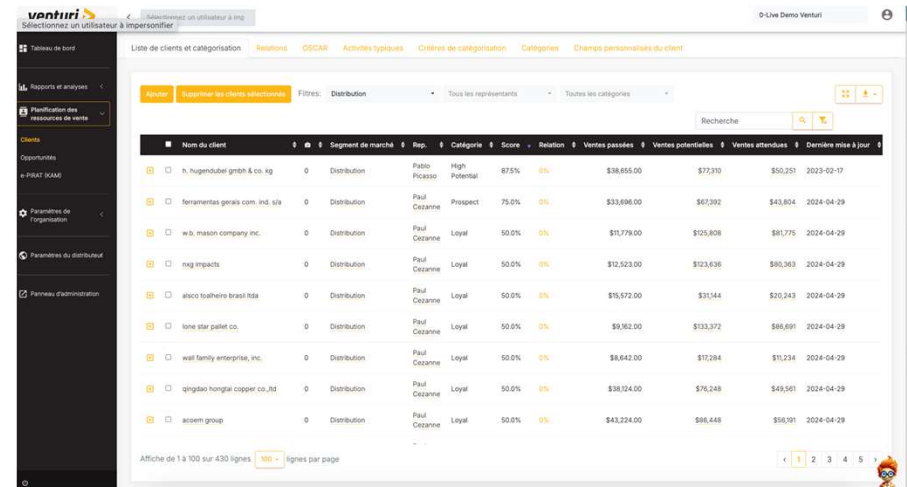
- Coaching avec l'expert local : Finaliser l'approche et développement du marché local.



SRP VENTURI pour piloter ses stratégies de ventes



Plateforme en ligne pour définir la grille de qualification, pour qualifier les futurs et actuels partenaires et clients.



Soutenu par *Aventi*, le partenaire IA



4. Développer vos habilités pour vendre votre valeur distinctive

1. Les meilleures pratiques sur la vente consultative

Utiliser les Leviers de la Persuasion pour Convaincre et Être Choisi



Structure des modules :

- 5 modules de 45min chaque + Quizz
- Le mot de l'expert
- Mauvaises pratiques à éviter (vidéo)
- Les clés du succès
- Vidéos bonnes pratiques
- Ce qu'il faut retenir
- Boîte à outils
- Fiches de synthèses téléchargeables



Langues disponibles dans ce format :



2. Séances de formation et co-développement en groupe

3 heures / séance

Formation 1 : Légitimer et comprendre

- Faites la différence dès le début et incitez vos interlocuteurs à parler pour mieux positionner votre valeur distinctive.

Formation 2 : Vendre sa valeur et déclencher la décision

- Utilisez votre compréhension client pour adapter la présentation de votre valeur avec une approche percutante.



3. Séance Individuelle

3 heures/séance

- Simulation et coaching avec l'expert local : "Playbook » en ligne et simulations

OSCAR Target Sales project

Client: **Toto from Montreal Quebec** | Origine: 1

Opportunités: 0

Autres données/informations à gérer à l'appui

Relations

Score du compte: 100

Détail des relations

Nom du contact	Titre	Rôle	Opinion	Rôle non officiel	Proximité	Hierarchie	Influence	Objectifs personnels	Score
Bob	CEO	Expert externe	Negative	Influenceur	P0 : Jamais rencontré	2: Directeur	IS: Élevée		-100
Caroline	CTO	Évaluateur	Neutre	Influenceur	P2 : Contacts réguliers	1: CXO	IS: Moyenne	ROI / Security	

Rencontres

Date: 17 mars 2025

Specifications

What kind contacts deal with?

Acteurs

Source	Relation	Titre	Rôle	Score	Information
17 mars 2025	Caroline	CTO	Évaluateur	100	Ordered RCI decision and with new technology
17 mars 2025	Bob	CEO	Évaluateur	-100	Secure and contact is better cover than the present position

Aventi

5. Maîtriser l'art de la négociation et l'adapter à la culture régionale

1. Les meilleures pratiques de la négociation

Défendez votre offre sans compromis sur vos marges.



Structure des modules :

- 5 module de 45 min chaque + Quizz
- Le mot de l'expert
- Mauvaises pratiques à éviter (vidéo)
- Les clés du succès Videos bonnes pratiques
- Ce qu'il faut retenir
- Boîte à outils
- Fiches de synthèses téléchargeables

2. Séances de formation et co-développement en groupe

3 heures / séance

Formation 1 : La négociation commence dans la preparation

- Préparez votre stratégie en analysant les rapports de force et en définissant vos options de négociation

Formation 2 : Contrôler sa négociation et définir les règles du jeu

- Installez une base solide en négociation en affirmant la valeur de votre offre avec conviction.

Formation 3 : C'est le moment de négocier

- Affirmez-vous en négociation en disant non avec assurance et en évitant les engagements irréversibles.

Langues disponibles dans ce format :



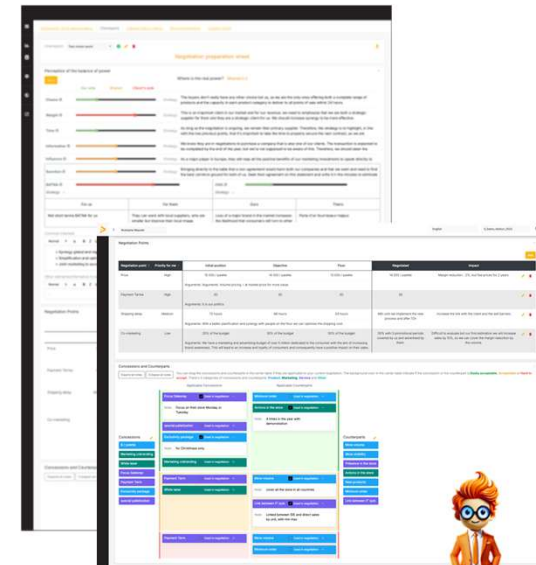
DEALTM

HC[®] Halifax Consulting
SALES PERFORMANCE

3. Séance Individuelle

3 heures/séance

- Simulation et coaching avec l'expert local : "Playbook" et simulations



Aventi



Un feedback individualisé pour les simulations

Les évaluations de chaque simulation sont enregistrées dans notre solution digitale

Halifax Sales Bootcamp (HSB) 

Préparation du RDV

- Capacité à préparer le RDV en se fixant des objectifs de négociation: 0 1 2 3 4
- Capacité à préparer le RDV avec des arguments pour défendre et valoriser sa position initiale: 0 1 2 3 4
- Capacité à préparer le RDV en listant les contreparties à demander au client: 0 1 2 3 4

Démarrage du RDV

- Qualité de la prise de contact (empathie, autorité, ton, débit): 0 1 2 3 4
- Annoncer les étapes précédentes: 0 1 2 3 4
- Présentation claire, complète et sereine de la proposition: 0 1 2 3 4

D-Défendre sa position initiale

- Posséder une argumentation réfléchi sur les points remis en cause: 0 1 2 3 4
- Densité des arguments exprimés: 0 1 2 3 4

E-Engager le client

- Validation des intentions du client: 0 1 2 3 4
- Négocier précisément le "Quoi" et le "Quand": 0 1 2 3 4

A-Avancer par concessions/contreparties mutuelles

- Rechercher le dialogue sur des contreparties possibles de la part du client: 0 1 2 3 4
- Reformulation des contreparties obtenues avant d'accorder la ou les concessions: 0 1 2 3 4

L-Limiter ses efforts et conclure

- Accord de concessions en privilégiant les moins coûteuses et les plus ponctuelles: 0 1 2 3 4

Exemple de débriefing d'une simulation de vente

- 0 Non évalué
- 1 A travailler
- 2 A approfondir
- 3 Maîtrise
- 4 Expert

Une simulation pour plonger dans la vraie vente locale :

1. 30 min de simulation avec l'expert local;
2. 30 min de rétroaction et de développement;
3. Accès au eLearning pendant 3 mois pour renforcer les habiletés;
4. Rapport de performance en ligne et recommandation;
5. Accès à la vidéo de la simulation et de la rétroaction.



Moyenne de l'équipe

Collaborateurs	Legitimer sa présence	Explorer les enjeux	Accentuer l'intérêt (argumenter)	Accentuer l'intérêt (répondre aux objections)	Déclencher l'engagement
M.B.	75%	58%	50%	75%	25%
A.D.	100%	100%	75%	100%	75%
V.L.	80%	25%	42%	83%	50%
A.P.	83%	95%	83%	88%	88%
L.M.	95%	100%	67%	88%	83%
S.P.	75%	67%	50%	88%	50%
N.B.	81%	83%	58%	88%	75%

La solution HSB met en évidence les compétences maîtrisées et celles qui justifient des actions de coaching

Distribution des heures

	Nombre d'heures			
	Formation		Accompagnement	
Composantes de la mission – formation intra personnalisée	Formation en groupe	Exercice individuel	Avec le formateur	Avec l'expert local
1. Diagnostic	1h	1h	2h	
2. Meilleures pratiques en développement à l'international	9h		3h	3h
3. Le développement et le copilotage de la gestion	9h	1h30		3h
4. Développer vos habilités pour vendre votre valeur distinctive	6h	4h		2h
5. Maîtriser l'art de la négociation et l'adapter à la culture régionale	9h	4h		3h
6. Bilan et retour d'expérience	3h			
Total des efforts	37h	10h30	5h	11h
	63h30			



Notre équipe de formateurs

Bruno F Seguin

Senior Consultant



Expérience Professionnelle

- Bruno est un professionnel accompli avec plus de 25 ans d'expérience dans divers secteurs de l'industrie et des services (ingénierie et construction, énergie, distribution, automobile, service de conseil et éducation).
- Il a résidé en Europe, en Asie-Pacifique et depuis 6 ans , en Amérique du Nord. Il possède la double nationalité Franco/Australienne.
- Il a acquis la maîtrise 1) du développement commercial et des opérations à l'échelle internationale, 2) de la planification et mise en application des axes stratégique (y compris les fusions et acquisitions) et 3) de la gouvernance et gestion du risque.
- Il a la réputation auprès de ces clients, d'être un catalyseur majeur dans leur expansion commerciale sur les marchés domestiques ainsi qu'à international.
- Il a structuré et supervisé des équipes grands comptes en développant leurs techniques de négociations applicables aux contrats larges (>\$10M) et complexes.
- Il compte au nombre de ses clients, des entreprises leaders dans leur industrie: Navitas, Daimler/Chrysler, EDF, Innergex, Borea, etc.

Domaines de compétence

- Approche structurée à la formulation des stratégies d'entreprise et des projets transformatifs
- Environnements complexes/fluides où innovation & design sont partie intégrante du modèle commercial et où la technologie stimule la croissance
- Marketing, développement commercial et gestion des équipes de vente à l'international
- Environnements multiculturels et gestion de conflits

Education

- Maîtrise en administration des affaires & finance (MBA.Fi) – Adelaide Australia
- Diplôme de la Chambre de Commerce et d'Industrie – Bordeaux France

Georges-Alexandre RODRIGUE

Senior Consultant



Éducation

- Master in Business Administration (M.B.A.) en Gestion Internationale
- Diplômé de l'Université Laval, Québec, Canada

Expérience Professionnelle

- M. Rodrigue est diplômé de la Faculté d'administration de l'Université Laval, où il a complété un MBA en gestion internationale.
- En 2009, il est promu Directeur des ventes et des opérations pour la filiale britannique d'une entreprise canadienne spécialisée en ingénierie électrique. Expatrié à Londres, au Royaume-Uni, il est responsable d'un vaste réseau de distribution couvrant plus de 40 pays en Europe, en Afrique, en Asie et au Moyen-Orient.
- De retour au Canada en 2013, M. Rodrigue rejoint une équipe d'experts spécialisés en gestion de la performance en ventes et marketing, et met son expertise au service des entreprises nord-américaines.
- Depuis 2015, M. Rodrigue enseigne également le marketing à la Faculté d'administration de l'Université Laval.

Domaines de compétences

- Expertise en ventes et marketing prouvée dans plus de quarante (40) pays
- Communicateur hors pair, parfaitement à l'aise dans des environnements multiculturels
- Solide expérience en tant que conférencier international, formateur et coach professionnel
- Bilingue français-anglais, espagnol fonctionnel



Notre équipe d'experts locaux

HALIFAX NORTH AMERICA TEAM

LEADERSHIP TEAM

NORTH AMERICA



Rodolphe Meynier,
Managing Partner



CONSULTANTS TEAM

CANADA

USA



Bruno Seguin



Georges-Alexandre Rodrigue



Caroline Doyle



Gaetan Bolduc



Sylvie Morrissettes



Eric Zahrai

HALIFAX LATAM TEAM

LEADERSHIP TEAM

LATAM REGION



Cyntia PARACHINI,
Managing Partner
Bresil / Chili



Vincent PARACHINI
Managing Partner
Bresil / Chili



CONSULTANTS TEAM

ARGENTINE

CHILI

COLOMBIE



Pablo A.



Flavia Paixão



Jose Fernando Monsalve

HALIFAX FRANCE TEAM

LEADERSHIP TEAM

FRANCE



Frédéric Vendeuve
Founder and CEO
Halifax Consulting



Ludovic Le Gac
Managing Director
Halifax Consulting



Marc Robert
Associate Director
Halifax Consulting



CONSULTANTS TEAM



Christian Lateur
Director



Xavier Lorenzo



Nathalie Dalmont



Alexandra Barthelemy



François-Xavier Théry



HALIFAX EUROPE TEAM

LEADERSHIP TEAM

ITALIE



Mark Bicknell
Managing Partner



BENELUX



Frank de Pauw
Managing Partner



CONSULTANTS TEAM

ITALIE



Luigi Migliore



Nathalie de Broux

ESPAGNE



Arturo Arribas

ALLEMAGNE



Mickael Beigner

ANGLETERRE



Mark Bicknell

CONSULTANTS TEAM

NORVEGE



Ales Sladky

PORTUGAL



Manuel de Sousa

GRECE



Thomas Slamaris



HALIFAX APAC TEAM



LEADERSHIP TEAM

APAC REGION



Antoni GIROD,
Managing Partner
Malaysia (Kuala Lumpur)



Nicolas CLEMENT
APAC Chief Growth Officer
Thailand (Bangkok)



CONSULTANTS TEAM

JAPAN

SOUTH KOREA

CHINA

HK/TAIWAN

INDONESIA

PHILIPPINES

VIETNAM



Michiaki
Tokyo



Eun Ju
Seoul



Victor
Shanghai



Hongyi
Beijing



Francis
China



Putera
Jakarta



Felipe
Manila



Jim
Manila



Leo
Ho Chi Minh City

CONSULTANTS TEAM

THAILAND

INDIA

AUSTRALIA



Chai
Bangkok



Tanate
Bangkok



Amit
Mumbai



Gautam
Bangalore



Reem
Sydney



Jamie
Sydney

HALIFAX AFRIQUE & MOYEN ORIENT TEAM

LEADERSHIP TEAM

AFRIQUE & MOYEN ORIENT REGION



Lionel André
Managing Partner
MAROC



CONSULTANTS TEAM

Tunisie



Mohammed Z. HADFI

TURQUIE



Elise BURCU GICQUEL



Ceynur Nak

AFRIQUE du SUD



Ray Patterson

LIBAN



Camille El Hage