

## étape 1



### **Exporter ou pas, telle est la question**

La question peut sembler paradoxale ici, mais c'est bien la première que tout futur

**exportateur devrait se poser. Tout produit ou service n'est pas automatiquement bon à exporter, toute entreprise n'est pas toujours prête à s'adapter à de nouveaux marchés. Mais l'inverse fonctionne également : vos produits et services ont (probablement) toutes leurs chances à l'export et les nouvelles opportunités seront autant de leviers pour faire avancer et grandir votre entreprise. Et c'est une bonne nouvelle.**

## **Les "bonnes" raisons d'exporter**

- Faire croître son entreprise, améliorer ses marges : les marchés export choisis peuvent être plus ou aussi rentables que le marché domestique
- Répartir les risques : réduire la dépendance à son marché interne, à ses variations. Ne pas mettre tous les œufs dans le même panier, en somme
- Prolonger le cycle de vie de ses produits sur des marchés ayant des maturités différentes
- Profiter des demandes saisonnières différentes
- S'appuyer sur un a priori souvent favorable à l'égard des produits français. Ajouté aux qualités propres de vos produits, il représente un facteur non négligeable de réussite
- Porter les couleurs de la France contribue aussi à doper l'économie nationale. Et pour ce faire, les pouvoirs publics vous soutiennent et vous financent. Tout le monde est gagnant dans la démarche (à condition d'avoir tenté sa chance).

## **Les "moins bonnes" raisons d'exporter**

- Écouler ses surplus de production, pratiquer la stratégie de coups "one shot". Ici il vaut mieux passer par des revendeurs tiers, places de marché, sociétés de commerce international, ...
- Exporter sans marge, pour faire du chiffre. A priori déconseillé sur la durée. Mais grade son utilité, temporairement, pour gagner des parts de marché.
- Éviter des marchés plutôt dynamiques, mais pouvant nécessiter des adaptations des produits et privilégier des marchés accueillant les produits tels quels, mais à croissance souvent faible..

---

## **Par où commencer**

Le plus naturel (et le plus simple) est de partir de vos produits pour voir s'ils peuvent être vendus ailleurs. À commencer aux pays voisins, dans l'Union européenne. Les détails du « comment » et « à qui » s'affineront en avançant dans la démarche.

Pour exporter, **la question de base** devrait être la suivante : *Quelle est ma compétence distinctive ? Qui deviendra : Pour quelle(s) raison(s) les clients étrangers vont acheter mon produit ?*

Ensuite, commencer par collecter et croiser l'information interne (entreprise, dirigeant) et externe. Le plus important n'est pas tant d'être exhaustif, que de se mettre en veille active pour capter l'information utile et pertinente, et si possible, les « signaux faibles ».

## Quelques pistes d'infos à collecter et à interpréter

- **S'informer** dans la presse spécialisée, internet, télé, réseau personnel et professionnel
- Suivre les **évolutions de son secteur** : plus particulièrement les impacts de la mondialisation et ceux de l'économie numérique.
- **Exploiter les demandes spontanées** (d'information, de devis) depuis l'étranger. D'où l'importance d'un site internet à envisager très rapidement en anglais, même quelques pages de présentation pour commencer.
- Fréquenter assidûment les **salons internationaux** en France et à l'étranger : une mine d'informations en simple visiteur et le test de votre offre si vous êtes exposant (plus les nouvelles opportunités comme autant de pistes supplémentaires).
- **Observer la concurrence** étrangère en France et identifier celle à l'étranger
- **Suivre ses produits sur internet**, surtout ceux des autres, en général et sur les marchés qui intéressent l'entreprise en particulier. Pour faire le plein d'info et d'idées, juste avec les mots-clés adaptés. Faire un tour aussi sur des annuaires (ex. Europages) et les places de marché internationales (Amazon, eBay, Alibaba, Rakuten, Sears ...)
- **Participer aux ateliers** thématiques, **entretiens experts** et **séminaires** (CCI d'Ile-de-France, Business France) avec des spécialistes des marchés export. Pour disposer d'une information opérationnelle, souvent peu accessible directement.
- Fréquenter les **manifestations "export"** qui font venir de nombreux spécialistes de l'étranger (Faites de l'international des CCI, Semaine des ambassadeurs, ...)
- **Évaluer son potentiel** à exporter (pré-diagnostic Profilexport)
- **Rencontrer le conseiller international** de sa CCI
- Et quand on se lance sur un nouveau marché, **prendre contact avec l'expert pays** (CCI Paris Ile-de-France)

> [Guide business des entreprises / L'Europe est à vous](#)

> **Liste des moteurs de recherche internationaux** sur [Wikipédia](#)

### **BnF Prisme : ressources documentaires entreprise à consulter sans modération**

Une richesse méconnue et accessible à tous (samedi et dimanche compris) à la Bibliothèque François Mitterrand.

En version papier et/ou en ligne, le Prisme vous permet de consulter des documents réservés le plus souvent aux professionnels par leur diffusion sélective et leur coût inaccessible au commun des mortels :

- **Analyse économique sectorielle** : Les Echos, Eurostaff, Xerfi, Euromonitor, Frost et Sullivan, Idate
- **Entreprises** : annuaires professionnels, analyse financière en ligne (Diane, Amadeus, Osiris, Ellipro...), études de Xerfi, Euromonitor et Market Line
- **Presse professionnelle** : revues spécialisées et professionnelles, outil de recherche en ligne (Delphes, factiva, Europresse, Business Source Complete...)

> [Comment utiliser les ressources de la BnF \(Prisme\)](#)

> [BnF Prisme](#) (accès et conditions)

Laisser décanter, mixer progressivement... et vous êtes prêt pour l'étape suivante.

---

## Paragraphe 7

---

**Source URL:** <http://iledefrance-international.fr/?q=check-list-export/etape-1-par-ou-commencer>