

# EXPORT ET MANAGEMENT INTERNATIONAL

L'ouverture des frontières favorise le développement des échanges entre pays. L'évolution des modes de consommation à travers le monde ouvre sans cesse de nouveaux débouchés à nos entreprises des secteurs agricole, agro-alimentaire et agro-industriel. Avec la performance des outils d'information et l'amélioration des moyens logistiques, « se lancer à l'international » devient une idée de plus en plus accessible si l'entreprise sait mener son projet avec enthousiasme et détermination.

## 1. OBJECTIFS

Les échanges de produits et services au niveau international s'effectuent dans un cadre économique, financier, juridique et réglementaire que l'entreprise doit bien appréhender avant de valider son projet.

Un audit s'avère tout d'abord nécessaire pour analyser les aptitudes de l'entreprise à gérer un projet à l'export. Celle-ci doit ensuite mener une réflexion stratégique afin de mettre en place une démarche marketing et commerciale adaptée au pays concerné. Enfin, l'export nécessite de maîtriser un certain nombre d'outils de gestion et de techniques spécifiques au commerce international. Comme toujours, la dimension humaine reste le facteur-clé du succès : pour mener à bien un projet d'entreprise au niveau international, il faut apprendre à se situer dans des référentiels différents et adapter son management aux réalités culturelles du pays de destination.

L'objectif de cette formation est de donner au futur ingénieur la méthode et les outils nécessaires pour mettre en œuvre un projet à l'export. Elle s'adresse plus généralement à toute personne souhaitant un jour exercer une activité dans une entreprise, un organisme professionnel ou institutionnel impliqués à l'international (export mais aussi import).

## 2. CONTENU

Les thèmes abordés au cours de cette formation peuvent être regroupés et synthétisés de la manière suivante :

### 1. **Environnement économique et commerce international**

Fonctionnement de l'OMC, règles du commerce international, grandes zones économiques, échanges et flux mondiaux dans le secteur agri/agro, analyse du risque pays, impact des parités de change, politique du commerce extérieur en France ...

### 2. **Démarche export (méthodologie)**

- Analyse stratégique type SWOT : la prise en compte du contexte de l'entreprise ou du secteur d'activité constitue l'analyse interne, l'étude de l'environnement économique, des marchés étrangers potentiels et de la concurrence sont les principaux éléments de l'analyse externe.
- Mise en place d'une stratégie et élaboration d'un plan d'action à partir du diagnostic export

### 3. **Techniques du commerce international**

Marketing export

Stratégie commerciale et modes de distribution : partenariats, filiales, grande distribution, vente par internet ...

Choix de l'incoterm et calcul du prix export

Structure juridique, technique de contrat et aspects fiscaux

Logistique, modes de transport et procédures de dédouanement des marchandises

Financements et modes de paiement

#### 4. Aides et conseils à l'export

Les organismes institutionnels impliqués à l'export, tels que la Direction Régionale du Commerce Extérieur, UbiFrance, les Chambres de Commerce et d'Industrie, la Sopexa, la Coface, les collectivités locales, les banques ou encore les missions économiques à l'étranger apportent aux étudiants leur vision de l'international et communiquent leur savoir-faire à l'export.

Les étudiants sont également initiés à la recherche d'informations sur les marchés extérieurs : analyse des consommateurs, produits concurrents, partenaires potentiels, analyse du risque client et du risque pays, aspects réglementaires et juridiques, normes sanitaires ...

Enfin, des responsables export d'entreprises viennent témoigner de leur expérience à l'international : démarche export, modes de développement, conséquences sur l'organisation interne, prise en compte du contexte local ...

### **3. MODALITES PEDAGOGIQUES**

Le cursus se répartit entre la fin janvier et la mi-avril :

- apport d'une méthode et d'outils sous formes de cours, conférences, exposés, études de cas, visites terrain, avec l'intervention de nombreux professionnels (responsables export en entreprise, consultants, organismes d'accompagnement à l'export).

- réalisation d'un **projet export** par groupe d'étudiants. Chaque groupe choisit une entreprise qui souhaite se lancer à l'export ou, plus simplement, un secteur d'activité ou un produit susceptible de s'exporter. Il procède d'abord à un audit de l'entreprise et de son environnement dans le premier cas, à une analyse globale de la situation sur le secteur d'activité ou le produit concerné dans le deuxième. Il étudie les marchés potentiels à l'international puis propose une stratégie et un plan d'action pour aborder le(s) marché(s) retenu ce qui l'amène à approfondir parallèlement les aspects marketing, commercial, juridique, financier, réglementaire, logistique mais aussi humain du projet. L'étude peut aller jusqu'à l'identification de partenaires sur le pays de destination, voir l'échange de premiers courriers ... Tout ceci est formalisé dans un **dossier export** présenté au cours d'un jury composé de professionnels de l'export.

**Responsable : Nicolas HABERT**

Tel : 05 61 15 30 83 (n.habert@purpan.fr)