

## RÉDACTION

**Rédactrice en chef**  
Christine Gilguy (31)  
**Rédactrice en chef adjointe chargée du site Lemoci.com**  
Isabelle Verdier (27)  
**Rédacteur en chef pôle logistique**  
Gilles Naudy (+33 (0)1 49 70 12 06)  
**Conseiller de la rédaction**  
Georges Rambaldi  
**Enquêtes et reportages**  
Sylvette Figari, chef de rubrique (26)  
François Pargny, chef de rubrique (23)  
Jean-François Tournoud, chef de rubrique (21)  
Sophie Creusillet, rédactrice (30)  
**Réalisation**  
Madeleine Dornier, secrétaire de rédaction (38)  
**Maquette**  
Delphine Miot, rédactrice graphiste (37)  
**Ont collaboré à ce numéro**  
Michel Abgrall-Lévy, Jean-Claude Asfour, Pierre Charmillon, Philippe Hutchings et Franck Bernauer, Carole Lax, Laure Marcellin

Pour joindre votre correspondant par téléphone, composez le (+33 (0)1 53 80 74 suivi des deux derniers chiffres du poste.

**Conception graphique**  
amarena

**Impression**  
Imprimerie de Champagne

## PUBLICITÉ

**Directrice de clientèle**  
Karine Grossman (+33 (0)1 53 80 74 07)  
**Antenne régionale sud**  
Karine Rosset (+33 (0)4 26 84 57 87)  
**Assistante commerciale et responsable technique**  
Cindy Renaud (+33 (0)1 49 70 12 07)  
Fax de la publicité : +33 (0)1 49 70 12 69

## GESTION, ADMINISTRATION

**Directeur délégué**  
Pierre Bessière (+33 (0)1 53 80 74 01)  
**Directrice du développement**  
Delphine Chêne  
**Directrice de la diffusion**  
Victoria Irizar (+33 (0)1 49 70 12 48)  
**Directeur de la fabrication**  
Robin Loison  
**Webmaster**  
Pierre Lалу  
**Comptabilité, gestion**  
Éveline Montecot, Valérie Perrin

## MOCI EVENEMENTS

**Chef de projet pôle Événement**  
Benoît de Montmarin (+33 (0)1 49 70 12 73)

Commission paritaire.  
Publication n° 0911 K 81051



## ÉDITEUR Sedec SA

11 rue de Milan - 75009 Paris - France  
Téléphone : +33 (0)1 53 80 74 00  
www.lemoci.com

**Directeur de la publication**  
Vincent Lалу

L'adresse électronique des collaborateurs permanents est : prénom.nom@lemoci.com

Copyright : toute reproduction, même partielle, des textes et documents parus dans le présent numéro est soumise à l'autorisation préalable de la rédaction.

## AVANT-PROPOS P. 6

## LES AUTEURS P. 8

### ÉTAPE 1 STRATÉGIE, PROJET P. 10

#### 1/ Bâtir un plan d'action : intégrer l'export à la stratégie de l'entreprise p. 11

- 1.1 Quels sont mes motifs, pourquoi exporter ?
- 1.2 Une question primordiale : le choix des marchés
- 1.3 Adapter son produit et son mode de commercialisation
- 1.4 Identifier les risques pour mieux s'en prémunir
- 1.5 Objectifs et organisation
- 1.6 Combiner investissements et rentabilité

#### 2/ Les conséquences à prévoir pour l'organisation interne de l'entreprise p. 18

- 2.1 Communiquer et fédérer autour du projet
- 2.2 Anticiper le développement de l'activité
- 2.3 L'organisation interne

#### 3/ Son mode d'implantation p. 22

- 3.1 Utiliser sa force de vente
- 3.2 Recruter un salarié local
- 3.3 Travailler avec un agent ou un distributeur
- 3.4 Implanter une succursale ou une filiale
- 3.5 Les outils d'aide à la décision

#### 4/ Déterminer un prix export p. 25

- 4.1 L'offre commerciale
- 4.2 Fixer le prix de vente
- 4.3 Tirer avantage des contraintes logistiques

#### 5/ Élaborer un business plan export p. 30

- 5.1 Bases du business plan
- 5.2 Construire un budget de prospection
- 5.3 Évaluer un chiffre d'affaires prévisionnel

### ÉTAPE 2 LE DIAGNOSTIC EXPORT P. 36

#### 1/ Acteurs et déroulement du diagnostic export p. 37

- 1.1 Quels sont vos motifs, pourquoi exporter ?

#### 2/ Les points à vérifier lors du diagnostic export p. 38

- 2.1 La direction/le management
- 2.2 Le service production
- 2.3 Le service commercial
- 2.4 Le service des achats
- 2.5 Les finances
- 2.6 Les produits/services et leur environnement

#### 3/ La compilation des résultats du diagnostic export p. 43

#### 4/ Les actions à mener après le diagnostic p. 44

### ÉTAPE 3 L'ÉTUDE DE MARCHÉ P. 48

#### 1/ Les différents types d'étude de marché à l'étranger p. 49

- 2/ Le déroulement et les acteurs de l'étude de marché p. 49
  - 2.1 Le déroulement
  - 2.2 Les acteurs

#### 3/ Les éléments clés à réunir p. 50

- 3.1 La demande
- 3.2 La concurrence/l'offre locale
- 3.3 La distribution
- 3.4 Les freins à l'accessibilité/la réglementation

#### 4/ Les sources d'informations p. 55

#### 5/ Les résultats de l'étude de marché p. 57

### ÉTAPE 4 COMMUNIQUER P. 60

#### 1/ Préalables p. 61

#### 2/ Se positionner p. 62

#### 3/ Développer un plan de communication p. 62

- 3.1 Définir vos objectifs de communication
- 3.2 Définir votre canal de diffusion
- 3.3 Définir vos messages
- 3.4 Le budget à prévoir

#### 4/ Les supports de diffusion p. 65

- 4.1 La brochure
- 4.2 Les sites Internet
- 4.3 Les réseaux sociaux
- 4.4 Les autres supports

#### 5/ Les détails qui font la différence p. 70

### ÉTAPE 5 PROSPECTER

#### 1/ Les différentes étapes p. 71

- 1.1 Différents objectifs
- 1.2 Les missions collées

#### 2/ Structurer sa prospection commerciale p. 72

- 2.1 Rechercher et qualifier ses prospects
- 2.2 Établir un premier contact

#### 3/ Optimiser ses démarches de prospection p. 73

- 3.1 Objectifs d'un voyage de prospection
- 3.2 Organiser son planning

#### 4/ Relancer ses prospects p. 74

- 4.1 Réussite ou échec : les prochaines étapes
- 4.2 Transformer le prospect en partenaire
- 4.3 Démarrer un partenariat

#### 5/ Participer à un salon professionnel p. 75

- 5.1 Choix d'un salon
- 5.2 L'emplacement du stand
- 5.3 L'agenda et le budget
- 5.4 L'organisation et la logistique
- 5.5 La clôture et l'après

### ÉTAPE 6 PRÉPARER L'EXPÉDITION

#### 1/ Choisir une règle Incoterms 2010 p. 76

- 1.1 Qu'est-ce qu'une règle Incoterms 2010 ?
- 1.2 Service au client
- 1.3 Risque et règle
- 1.4 Paiement et règle

#### 2/ Choisir un mode de transport p. 77

- 2.1 Établir un cahier des charges
- 2.2 Choisir un prestataire
- 2.3 Assurer le suivi de l'expédition

#### 3/ Préparer l'emballage et les documents, chapeaux p. 78

- 3.1 L'emballage
- 3.2 Les documents
- 3.3 Le chargement

#### 4/ Préparer le dédouanement export et dédouaner p. 79

- 4.1 Classification du produit
- 4.2 Le dédouanement
- 4.3 La justification de la facture hors UE

POUR CONTACTER  
LA RÉDACTION  
01 53 80 74 00

POUR VOUS ABONNER  
0811 02 12 12  
abonnement@lemoci.com  
Toutes nos offres p. 89

POUR JOINDRE  
LE PUBLIC  
01 49 70 12 69



rt p. 38  
 gement  
 on  
 ial  
 ts  
 es  
 nt  
 export p. 43  
 p. 44  
**P. 48**  
 étude p. 49  
 s  
 arché p. 49  
 réunir p. 50  
 e locale  
 sibilité/  
 ations p. 55  
 de p. 57  
**P. 60**  
 p. 61  
 p. 62  
 p. 62  
 p. 65  
 sion p. 65  
 p. 70

**ÉTAPE 5 PROSPECTER P. 72**

**1/ Les différentes options p. 73**  
 • 1.1 Différents objectifs  
 • 1.2 Les missions collectives

**2/ Structurer sa prospection commerciale p. 74**

• 2.1 Rechercher et qualifier ses prospects  
 • 2.2 Établir un premier contact

**3/ Optimiser ses déplacements de prospection p. 77**

• 3.1 Objectifs d'un voyage de prospection  
 • 3.2 Organiser son planning

**4/ Relancer ses prospects p. 79**

• 4.1 Réussite ou échec : les prochaines étapes  
 • 4.2 Transformer le prospect en partenaire  
 • 4.3 Démarrer un partenariat

**5/ Participer à un salon professionnel p. 82**

• 5.1 Choix d'un salon  
 • 5.2 L'emplacement du stand  
 • 5.3 L'agenda et le budget  
 • 5.4 L'organisation et la communication  
 • 5.5 La clôture et l'après-salon

**ÉTAPE 6 PRÉPARER L'EXPÉDITION P. 90**

**1/ Choisir une règle Incoterms 2010 p. 91**

• 1.1 Qu'est-ce qu'une règle Incoterms 2010 ?  
 • 1.2 Service au client et règle  
 • 1.3 Risque et règle  
 • 1.4 Paiement et règle

**2/ Choisir un commissionnaire de transport p. 97**

• 2.1 Établir un cahier des charges  
 • 2.2 Choisir un prestataire  
 • 2.3 Assurer le suivi de la qualité

**3/ Préparer l'emballage et les documents, charger p. 100**

• 3.1 L'emballage  
 • 3.2 Les documents  
 • 3.3 Le chargement

**4/ Préparer le dédouanement export et dédouaner p. 103**

• 4.1 Classification du produit  
 • 4.2 Le dédouanement export  
 • 4.3 La justification de la facture hors taxes

**ÉTAPE 7 PRÉPARER LE CONTRAT P. 108**

**1/ Verrouiller le contrat p. 110**

• 1.1 CGV et CGA  
 • 1.2 Les clauses des contrats et des CGV à l'international

**2/ Les solutions de paiement p. 114**

• 2.1 Les paramètres de choix essentiels  
 • 2.2 Gérer le risque de change  
 • 2.3 Choisir un mode de paiement

**3/ Sécuriser et financer p. 126**

• 3.1 L'assurance-crédit  
 • 3.2 Affacturage et forfaitage

**4/ Les garanties de marché p. 129**

**ÉTAPE 8 EXPÉDIER P. 138**

**1/ L'expédition par la route p. 139**

• 1.1 Préparation des produits  
 • 1.2 Les documents  
 • 1.3 Le chargement et/ou déchargement  
 • 1.4 La facturation

**2/ L'exportation maritime p. 144**

• 2.1 Préparation des produits  
 • 2.2 Les documents  
 • 2.3 Le chargement et/ou déchargement  
 • 2.4 La facturation

**3/ Le groupage en aérien p. 147**

• 3.1 Préparation des produits  
 • 3.2 Les documents  
 • 3.3 Le chargement et/ou déchargement  
 • 3.4 La facturation

**4/ L'expédition en express p. 150**

• 4.1 Préparation des produits  
 • 4.2 Les documents  
 • 4.3 Le chargement et/ou déchargement  
 • 4.4 La facturation

**ÉTAPE 9 S'IMPLANTER P. 154**

**1/ Le bureau de représentation p. 155**

• 1.1 Les aspects juridiques  
 • 1.2 Les aspects fiscaux

**2/ La succursale p. 156**

• 2.1 Les aspects juridiques  
 • 2.2 Les aspects fiscaux

**3/ La filiale p. 158**

• 3.1 Les aspects juridiques  
 • 3.2 Les aspects fiscaux

**4/ La prise de participation p. 159**

• 4.1 Les aspects juridiques  
 • 4.2 Les aspects fiscaux

**5/ Mécanismes d'incitation fiscale à l'implantation à l'étranger p. 160**

• 5.1 Imputation provisoire des déficits réalisés à l'étranger  
 • 5.2 Exonération d'impôt sur le revenu pour les salariés export

**ÉTAPE 10 RECRUTER P. 164**

**1/ Quel profil pour le poste ? p. 165**

• 1.1 Définir ses besoins  
 • 1.2 Définir des profils de poste  
 • 1.3 Annonces et supports pour votre recrutement  
 • 1.4 Les critères de recrutement

**2/ Quelle formation pour quel poste ? p. 168**

• 2.1 Formations diplômantes en France  
 • 2.2 Formations non diplômantes

**3/ Quel recrutement pour quel poste ? p. 171**

• 3.1 Les filières de recrutement en France et à l'étranger  
 • 3.2 Les réseaux sociaux  
 • 3.3 Le volontariat international en entreprise (VIE)  
 • 3.4 Le recrutement en interne

**4/ Quel budget pour quel recrutement ? p. 175**

• 4.1 Pour les VIE  
 • 4.2 Le crédit d'impôt export  
 • 4.3 Le nouveau contrat emploi export  
 • 4.4 Aides régionales au recrutement export

**5/ L'intégration dans l'entreprise p. 178**

• 5.1 La règle des trois A pour réussir l'intégration d'un collaborateur  
 • 5.2 Les écueils à éviter

**ANNEXE 1 DOUANE P. 181**

Espèce, valeur et origine : trois clés pour exporter vos produits

**ANNEXE 2 AIDES ET CONTACTS P. 183**

Toutes les aides à l'export en France

**POUR JOINDRE LE SERVICE PUBLICITÉ 01 49 70 12 07**

**POUR ACHETER DES OUVRAGES 0811 02 12 12 www.lemoci.com**

ONNER 12  
 oci.com  
 es p. 89