

---

# DOSSIER EXPORT

12 fiches pratiques à destination  
des entreprises agroalimentaires



# DOSSIER 1 : BIEN SE PREPARER A L'EXPORT

## NOTRE CONSEIL

Ne pas se lancer si l'entreprise est affaiblie sur son propre marché.  
Compte tenu des coûts à engager, un échec à l'export ne ferait qu'aggraver la situation financière de l'entreprise.

## ENJEUX

"Failing to plan means planning to fail"  
Improviser à l'export, c'est planifier votre échec...

**Pour réussir votre projet export**, vous devez le préparer soigneusement en privilégiant **2 axes de réflexion** qui vous permettront de définir vos priorités en termes de couple "produit-marché"

- > En quoi votre offre dispose-t-elle d'atouts concurrentiels ?
- > Sur quels marchés a-t-elle les meilleures opportunités ?

## Adapter votre stratégie à partir de l'évaluation des forces et faiblesses de votre entreprise en termes de :

- ressources humaines

Votre équipe a-t-elle la disponibilité, la motivation et les compétences nécessaires ? Le cas échéant, comment et à quel rythme la renforcer ?

- capacité de production

Votre outil de production peut-il absorber une augmentation de la demande ?

Peut-il facilement s'adapter à des contraintes nouvelles (normes, adaptation produit ou conditionnement...)?

Disposez-vous de possibilités de sous-traitance ?

- ressources financières

Comment mobiliser les ressources nécessaires au développement export ?...

## Des guides et outils conçus pour vous accompagner dans vos premiers pas à l'export :

- Premiers à l'export de PME agroalimentaires réalisé par l'ARIA Ile de France;
- Téléchargez les 50 fiches thématiques sur l'export (évaluer vos marchés potentiels, choisissez vos marchés cibles, élaborer votre offre export, gérer vos exportations, sécuriser vos paiements, etc... : <http://www.ubifrance.fr/prestations/des-questions-sur-l-export.html>)
- Destination Export : le qui fait quoi en matière d'accompagnement à l'international
- Réalisez un diagnostic export avec un conseiller CCI pour connaître votre capacité de développement à l'international : <http://www.cci.fr/web/international/debuter-a-l-export>

## QUI CONTACTER ?

### CHAMBRES DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE

Elles sont les premiers partenaires de proximité proposant les programmes les plus systématiques pour accompagner les entrepreneurs souhaitant engager, consolider ou étendre leur développement international :

- Action de "détection-coaching" à destination des primo-exportateurs potentiels.
- Accompagnement en toute confidentialité et à frais très limités des Conseillers en Développement International : diagnostic personnalisé puis phase de préparation sur-mesure.
- Animations de clubs d'exportateurs.
- Organisation de journées-pays permettant des contacts avec des professionnels basés à l'étranger.
- Manifestations plus importantes, multisectorielles ou spécialisées comme les semaines de l'international en régions...

Coordonnées de la CCI dans votre région : <http://www.cci.fr/web/organisation-du-reseau>

### Les responsables sectoriels de **BUSINESS FRANCE (ANCIENNEMENT UBIFRANCE)**

50 fiches thématiques pour simplifier l'approche de l'export et les techniques du commerce international : <http://www.ubifrance.fr/prestations/des-questions-sur-l-export.html>

Vous pouvez également contacter :

- Votre fédération professionnelle ou l'ARIA de votre région
- Les Conseillers du Commerce Extérieur
- Et bien sûr les Comités de Promotion des Chambres d'Agriculture...

Ne pas se lancer si l'entreprise est affaiblie sur son propre marché.

Compte tenu des coûts à engager, un échec à l'export ne ferait qu'aggraver la situation financière de l'entreprise.

# DOSSIER 2 : CREER SON EQUIPE

## NOTRE CONSEIL

Vous souhaitez limiter votre budget : pensez à mutualiser un recrutement, par exemple un VIE.  
Rendez-vous sur notre plateforme de mutualisation

## ENJEUX

Pas de développement à l'export sans ressources humaines qualifiées et dédiées, au moins partiellement, à cette activité !

Travailler à l'export nécessite de :

- Pouvoir s'adapter à des cultures et des environnements différents, en maîtrisant une ou deux langues étrangères (anglais indispensable).
- En savoir + : Les clés du comportement à l'international
- Réunir ou sous-traiter des compétences spécifiques : fiscalité, assurance, juridique, logistique, réglementation douanière, usages commerciaux...
- Après l'établissement d'un premier courant d'affaires, créer un service export adapté à la taille de l'entreprise et ses ambitions.

5 possibilités s'offrent à l'entreprise :

1. Former les équipes en interne.
2. Recruter un VIE (Volontariat International en Entreprise).
3. Recruter un profil adapté.
4. Mutualiser votre recrutement pour certaines fonctions.
5. Externaliser la fonction export.

## QUI CONTACTER ?

- Votre Chambre de Commerce et d'Industrie
- Les programmes de formation Formatex/BUSINESS FRANCE (ANCIENNEMENT UBIFRANCE)
- Les programmes de formation ANIA

## RECRUTER UN VIE (VOLONTARIAT INTERNATIONAL EN ENTREPRISE)

ZOOM sur un dispositif flexible et sécurisé à l'export

Une formule souple et avantageuse pour adapter votre équipe export en fonction de vos opportunités :

- Toute entreprise de droit français peut bénéficier des compétences d'un jeune Français (ou ressortissant UE) de 18 à 28 ans, pour une mission à l'étranger de 6 à 24 mois.
- La formule VIE vous permet de piloter l'activité du VIE tout en déléguant 100% de sa gestion administrative et juridique à BUSINESS FRANCE (contrat direct entre BUSINESS FRANCE et le VIE, versement des indemnités et protection sociale).
- Les missions peuvent s'adapter à tous vos besoins : études de marchés, prospection, accompagnement d'un contrat, participation à la création d'une structure locale, animation d'un réseau de distribution...
- Si vous n'avez pas de structure d'accueil local, BUSINESS FRANCE propose des solutions de portage.
- Plusieurs entreprises peuvent partager un même VIE.
- Un même volontaire peut couvrir jusqu'à 8 pays.
- Près de 45 000 candidats VIE avec souvent une première expérience export : ingénieurs, informaticiens, commerciaux, techniciens, contrôleurs de gestion, spécialistes des métiers de bouche, œnologues...

Des conditions financières très avantageuses :

- l'entreprise prend en charge l'indemnité versée au VIE par BUSINESS FRANCE, les frais de gestion et la protection sociale, les voyages et dépenses opérationnelles liées à la mission.
- l'entreprise est exonérée de charges sociales et peut bénéficier de nombreuses aides : assurance- prospection COFACE, crédit d'impôt export, nombreuses subventions régionales.
- Un accompagnement BUSINESS FRANCE pour les PME- TPE : recherche de solution d'hébergement professionnel pour le VIE, accès aux financements régionaux, accompagnement du recrutement pour les profils les plus pointus...
- Un excellent système de pré-recrutement de collaborateurs formés à l'international : le taux d'emploi en sortie de VIE est 94% !
- Accéder aux témoignages d'entreprises

## AIDES FINANCIERES

- Prêt pour l'export d'OSEO : <http://www.ppe-oseo.fr> & <http://www.oseo.fr>
- Assurance Prospection COFACE : [http://www.coface.fr/CofacePortal/FR\\_fr\\_FR/pages/home/pp/assurprospection/Interet](http://www.coface.fr/CofacePortal/FR_fr_FR/pages/home/pp/assurprospection/Interet)

### **Recruter un profil adapté**

- Pôle Emploi- Espace emploi international
- Contacter d'anciens VIE / CSN / VSN : club VIE
- Le site Cadrexpert
- S'informer sur le site gouvernemental du Commerce extérieur

### **Mutualiser votre recrutement export**

- La plateforme de mutualisation du site ANIA EXPORT
- Créer un groupement de PME à l'export avec l'appui des Opérateurs Spécialisés du Commerce International

### **Externaliser la fonction export**

Pour connaître les services de portage salarial et de mise à disposition de commerciaux export :

- Les Chambres de Commerce et d'Industrie à l'étranger : Le site UCCIFE <http://www.uccife.org>
- Portage salarial UCCIFE
- Les Opérateurs Spécialisés du Commerce International (SAI et SCI) : <http://www.osci.fr>

### **AIDES FINANCIÈRES**

- Prêt pour l'export d'OSEO
- Assurance Prospection COFACE
- Crédit d'impôt Export
- Exonération fiscale pour les salariés en charge de la prospection commerciale à l'étranger : Téléchargez la fiche DGTPE sur le crédit impôt export
- Le Contrat de Développement International d'OSEO
- Vous souhaitez limiter votre budget : pensez à mutualiser un recrutement, par exemple un VIE.
- Rendez-vous sur notre plateforme de mutualisation

# DOSSIER 3 : IDENTIFIER SES MARCHES CIBLES

## NOTRE CONSEIL

Vos ressources sont limitées ? Ne dispersez pas vos moyens : limitez le nombre de marchés ciblés.  
Ne négligez pas les tendances de fond : ainsi, le développement durable est un axe de différenciation à privilégier

## ENJEUX

Réussir à l'export nécessite d'identifier les marchés sur lesquels vos produits pourront se démarquer en apportant un plus par rapport à l'offre locale.

A ce stade, il est impératif de :

- Vérifier l'ouverture du pays aux produits ciblés
- En savoir plus sur la réglementation Export des produits IAA
- Anticiper en consultant en ligne les synthèses des contraintes réglementaires applicables à vos produits dans les pays visés : <http://www.ubifrance.fr/prestations/conseil/droit-reglementation/synthese-reglementaire.html>
- Ne pas négliger de pré-tester son offre sur les marchés ciblés. La participation en tant que visiteur à des salons ciblés peut constituer un moyen intéressant pour un coût relativement modeste.
- Évaluer votre prix de marché et la rentabilité des marchés ciblés compte tenu de la concurrence et de vos coûts d'accès (assurance, transport, droits de douanes, taxes, certifications...).
- Attention, dans certains pays, une certification préalable privée est exigée pour vendre ses produits à la distribution.
- A noter par exemple, la certification BRC (British Retail Consortium) imposée par les distributeurs anglais et IFS (International Food Standard) par les distributeurs belges et allemands notamment.
- A noter depuis 2010, le GFSI (Global Food Safety Initiative) a reconnu l'équivalence entre la certification FSSC 22 000 (Foundation for Food Safety Certification) incluant notamment l'ISO 22 000 et les référentiels privés IFS et BRC. Mais certains distributeurs exigent toujours IFS et BRC

## QUI CONTACTER ?

- BUSINESS FRANCE
- Les Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI)
- Les Chambres de Commerce Françaises à l'Étranger
- Accéder aux informations pays sur FranceMondeExpress
- SOPEXA
- FranceAgriMer
- Les Opérateurs Spécialisés du Commerce International (SAI et SCI)

## OUTILS & AIDES FINANCIÈRES

- Finaliser un projet export clairement identifié : SIDEX / UBIFRANCE
- Développer l'export en confiant une mission à un jeune volontaire : VIE / UBIFRANCE
- Garantir vos frais de prospection commerciale : Assurance-prospection / Coface
- Obtenir un prêt aidé pour votre projet export : Prêt export OSEO
- Étudier le "portage" de votre projet export par de grands groupes : Pacte PME International

## LIENS UTILES

- Base de données : Accès aux marchés de l'union européenne
- FranceMondeExpress, le site d'information pays des Chambres de Commerce à l'Étranger
- L'espace "international" de la CCIP

## BUSINESS FRANCE

BUSINESS FRANCE vous oriente pour choisir un marché cible & préparer votre prospection

- Prendre connaissance des grandes tendances mondiales de votre secteur et des pays porteurs en consultant en ligne les actualités, les fiches pays et les fiches sectorielles
- Développer votre plan d'action en vous appuyant sur une analyse et potentiel de votre marché
- Prendre contact avec votre référent sectoriel BUSINESS FRANCE qui vous apportera un conseil personnalisé : [agroalimentaire@ubifrance.fr](mailto:agroalimentaire@ubifrance.fr)

## CHAMBRES DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE EN FRANCE (CCI)

Elles proposent de nombreux services et actions pour faciliter l'identification de marchés cibles :

- Les Conseillers en Développement International vous accompagnent en toute confidentialité et à frais limités : analyse de marchés cibles, propositions d'actions collectives ou individuelles de prospection...

- Échange d'expérience au sein de clubs d'exportateurs de proximité.
- Intelligence économique (internet, séminaires...).
- Contacts avec des opérationnels de terrain via les "journées-pays".

#### **CHAMBRES DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE A L'ETRANGER**

- Informations sur les marchés avec des conseils personnalisés sur la situation de pays ciblés.
- Accès aux coordonnées de partenaires potentiels.
- Pour en savoir + sur les services export des Chambres de Commerce et d'Industrie Françaises à l'Etranger : <http://www.uccife.org/services-a-lexport/>

#### **SOPEXA**

Avec 35 agences actives dans 50 pays, SOPEXA est le spécialiste du marketing alimentaire, Vins et Art de Vivre à l'international. Elle accompagne les entreprises dans leur diagnostic marché en proposant :

- des outils d'aide à la décision,
- un conseil personnalisé pour évaluer le potentiel produits sur des marchés ciblés,
- la réalisation d'études marketing sur mesure pour identifier les produits à vendre sur un marché ciblé et évaluer les ajustements à réaliser.

Contactez la Sopexa pour plus d'informations, un contact personnalisé ou un devis

#### **FRANCE AGRIMER / LE SITE EXP@DON**

Pensez à vérifier les conditions d'ouverture à vos produits des marchés que vous ciblez !

- Sur le site exp@don, vous trouvez une information en temps réel sur les conditions à l'exportation : embargos ou restrictions sanitaires imposées par les pays importateurs. Le site Exp@don

#### **LES OPERATEURS SPECIALISES DU COMMERCE INTERNATIONAL**

L'entreprise peut faire appel à un organisme privé pour identifier les pays cibles et définir les produits à potentiel.

Identifier les Opérateurs Spécialisés du Commerce International (SAI et SCI)

Vos ressources sont limitées ? Ne dispersez pas vos moyens : limitez le nombre de marchés ciblés.

Ne négligez pas les tendances de fond : ainsi, le développement durable est un axe de différenciation à privilégier

# DOSSIER 4 : TESTER ET ADAPTER SES PRODUITS

## NOTRE CONSEIL

Ne négligez pas cette phase essentielle, source d'innovation !

## ENJEUX

Lorsque un marché cible est identifié, tester vos produits est nécessaire pour vérifier qu'ils répondent aux attentes des consommateurs.

L'entreprise doit souvent adapter ses produits au marché visé pour satisfaire :

- Les exigences des consommateurs locaux.
- Les contraintes propres à l'export du produit (DLC, normes qualitatives certificats d'homologation, étiquetage, composition produit, packaging...).
- Les exigences réglementaires (sanitaires, étiquetages, additifs autorisés, etc.)

La vérification de ce dernier point est fondamentale. La procédure complète est détaillée à la rubrique Réglementation export des produits IAA

Cette étape d'adaptation aux exigences de nouveaux marchés, et notamment aux normes de la grande distribution (IFS, BRC...), est un puissant levier d'améliorations technologiques, source de création de valeurs ajoutées pour l'entreprise.

## QUI CONTACTER ?

### -Les centres techniques sectoriels

Les centres ACTIA proposent une gamme complète de prestations pour accompagner les PME dans leur développement et tout particulièrement dans le domaine de la qualité des produits :

- Conseil et assistance technique sur l'assurance qualité, analyses physico-chimiques et microbiologiques...
- Mise au point sur-mesure de produits, fabrication de préséries industrielles.
- Développement de procédés et d'équipements, conception de laboratoires et d'installations industrielles.
- Mise en route d'unités de production.
- Etude de faisabilité et de marché...

En savoir plus ou contacter les centres ACTIA

### SOPEXA

Sopexa, spécialiste du marketing Alimentaire, Vins et Art de vivre à l'International, accompagne les entreprises dans leur diagnostic produit en proposant des prestations personnalisées :

- Benchmark de la concurrence.
- Voyage d'étude.
- Analyse et adaptation produit (positionnement, marque, prix, packaging, conditionnement...).

En savoir plus sur SOPEXA

### BUSINESS FRANCE

Les experts agroalimentaires du réseau BUSINESS FRANCE vous accompagnent pour identifier les exigences réglementaires et normatives en vigueur sur les marchés ciblés.

Dans le cadre d'un cahier des charges, ils réalisent des prestations sur mesure, notamment des tests sur l'offre :

- Présentation à des importateurs/distributeurs afin de mesurer l'acceptation par le marché ciblé.
- Recommandation d'adaptations à la demande locale

Les Opérateurs Spécialisés du Commerce International (SAI et SCI)

L'entreprise peut faire appel à un organisme privé pour tester et adapter ses produits en adéquation avec les attentes des clients et les exigences réglementaires des marchés ciblés.

Identifier les Opérateurs Spécialisés du Commerce International

## OUTILS & AIDES FINANCIÈRES

- Assurance-prospection Coface
- Crédit d'Impôt export
- Prêt Export OSEO : <http://www.ppe-oseo.fr/> et <http://www.oseo.fr>
- Le Contrat de Développement International d'OSEO

Ne négligez pas cette phase essentielle, source d'innovation !

# DOSSIER 5 : EXECUTER SES CONTRATS

## NOTRE CONSEIL

1. Calez-vous sur les usages du pays, même s'il est proche !
2. Pensez à faire référence sur le contrat à la loi applicable et au tribunal compétent pour régler les litiges, en privilégiant la loi française et le tribunal de commerce du lieu du siège de l'entreprise.
3. En cas d'exportation sur pays lointains, il peut être préférable de faire appel à un tribunal arbitral expert, tel que l'ICCA à Genève (Conseil International d'Arbitrage Commercial).

## ENJEUX

Vendre à l'international exige de porter une attention particulière à la rédaction de son offre commerciale.

Le droit commercial diffère d'un pays à l'autre y compris au sein de l'UE. Il est très important de préciser les termes du contrat notamment :

- Le descriptif du produit (spécificité technique, emballage,...).
- Le prix, les délais de paiement et modalités de livraison.
- La loi applicable et l'arbitrage dans la langue du contrat.

## Quelques fondamentaux de la rédaction de votre offre commerciale :

### *-Choisir les bons incoterms*

En fonction du client, du pays de destination et de votre organisation logistique, définissez précisément les engagements vendeur-acheteur en matière de transport, assurances, transfert de risques, formalités douanières... Les incoterms, représentant ces engagements, sont édités par la Chambre de Commerce Internationale (ICC).

### *-Établir les Conditions Générales de Ventes (CGV)*

Pensez à établir des conditions générales de vente pour l'export et à y faire référence dans le contrat afin d'éviter de se voir imposer par l'acheteur des conditions d'achat. Comment s'assurer que vos conditions générales de vente prévalent sur celles de vos clients ? Pour en savoir plus, lire ce fichier PDF.

## QUI CONTACTER ?

- Les cabinets d'avocats, et notamment FIDAL
- Les services juridiques de BUSINESS FRANCE
- La Chambre de Commerce Internationale
- Les Opérateurs Spécialisés du Commerce International
- L'union des Chambres de Commerce et d'Industrie Françaises à l'Étranger

## LIENS UTILES

- Tout savoir sur les Incoterms
- La banque de données sur le droit du commerce international
- Le Forum du commerce international
- Retrouvez les informations sur le contrat de vente à l'international du Guide Export d'OSEO
- Accédez aux fiches thématiques Ubifrance « Définissez le cadre juridique de vos exportations »



# DOSSIER 6 : LIMITER SES RISQUES

A l'export, l'entreprise doit faire face à des **risques accrus** contre lesquels il faut se prémunir :

- Risque d'impayés : non paiement par le client
- Risque de prospection : perte subie en cas d'échec commercial
- Risque juridique : conformité des clauses usuelles des contrats et piratage des brevets et marques
- Risque de change : fluctuations de la devise de facturation
- Risque pays : lié aux incertitudes politiques des pays
- Sur pays tiers, il est conseillé d'utiliser des modes de paiements sécurisés

# DOSSIER 7 : IDENTIFIER ET RENCONTRER LES BONS PARTENAIRES

## NOTRE CONSEIL

Il est fortement conseillé de faire appel à des services permettant d'identifier la solvabilité financière des partenaires avant de conclure une affaire. Ceci est d'autant plus vrai pour les destinations lointaines.

## ENJEUX

Il faut trouver le partenaire fiable qui aura un intérêt stratégique à promouvoir vos produits. Cette étape conditionne la réussite de toute votre démarche. Selon sa stratégie export et le pays ciblé, l'entreprise peut envisager plusieurs formes de partenariat, du simple bureau de représentation jusqu'à la filiale en passant par des accords de distribution, agents commerciaux, joint-ventures...

Pour réussir cette étape, l'entreprise peut jouer sur plusieurs **leviers** :

- Initier la recherche de partenaires depuis la France, en s'appuyant sur divers organismes publics et privés :
- Sélection de contacts qualifiés sur mesure.
- Rencontres B to B avec des acheteurs.
- Recherche d'un agent commercial.
- Renforcer son référencement sur des portails B to B et les annuaires d'entreprises, tant le web est devenu un outil incontournable, notamment à l'export.
- Compléter dans tous les cas les démarches faites depuis la France par une recherche active de partenaires dans le pays ciblé. Les entreprises peuvent être aidées à ce stade par de nombreux réseaux d'appui à l'export à l'étranger.
- Participer à des salons à l'étranger

## QUI CONTACTER ?

### Pour rechercher un agent commercial

Pour les PME, c'est souvent une solution de départ bien adaptée : investissement limité, paiement à la commission sur chiffre d'affaires, gain de temps grâce au réseau clients de l'agent...

- Contacter la Fédération des Agents Commerciaux <http://www.apacfrance.com>

### Pour renforcer son référencement sur les principaux portails et annuaires d'entreprises

- <http://www.franceagroalimentaire.com>
- <http://www.ubifrance.com>
- <http://www.europages.fr>
- <http://www.alibaba.com>

Pour vous appuyer sur des organismes en France ou leurs réseaux à l'étranger

- Contacter BUSINESS FRANCE et ses bureaux à l'étranger

- Guide répertoire ou sélection sur mesure de contacts qualifiés
- Missions individuelles ou collectives de prospection (séminaires d'information, visites de points de ventes, rencontres et présentations de produits auprès d'acheteurs locaux)
- Pavillons France sur salons internationaux.
  - Contacter les Chambres de Commerce et d'Industrie
- Contacts individualisés avec des opérationnels de terrain ou des acheteurs via les «journées-pays»
- Contacter les Chambres de Commerce et d'Industrie Françaises à l'Étranger
- Missions de prospection et rencontres acheteurs
  - Contacter Sopexa
- Pavillons France sur salons internationaux
- Mini expositions par produits «24h expo»
  - Contacter les Opérateurs Spécialisés du Commerce International (SAI et SCI)
- Sélection partenaires sur mesure
- Rencontres acheteurs
  - Représentation des Régions à l'étranger
- Se renseigner auprès de la DRCE en région sur l'existence de représentants régionaux à l'étranger

### **OUTILS & AIDES FINANCIÈRES**

- Assurance prospection Coface

Dans le cadre du dispositif Assurance Prospection, pour connaître la liste des salons à l'étranger bénéficiant d'une prise en charge des frais de participation à hauteur de 65 ou 80% selon les pays concernés : <http://www.coface.fr>

- Actions collectives de promotion labellisées
- Crédit d'Impôt export
- Prêt Export OSEO
- Le Contrat de Développement International d'OSEO

### **LIENS UTILES**

- Les missions individuelles de rencontres avec les acheteurs d'Eurochallenge
- Les salons export organisé par Classe Export
- Les opérations du programme France pour l'agroalimentaire

# DOSSIER 8 : PROMOUVOIR SES PRODUITS A L'ETRANGER

## ENJEUX

Pour assurer la promotion du produit dans les marchés ciblés, de très nombreux outils sont à disposition des entreprises :

- Actions commerciales B to B ou B to C : salons internationaux, mini salons, opérations de dégustation sur points de vente, etc...
- Opérations de communication : site internet, relations presse, publicité...

## QUI CONTACTER ?

### SOPEXA

Dans le cadre de sa Délégation de Service Public, Sopexa met en œuvre un programme d'actions de promotion à l'export.

Retrouver les opérations du programme Image France

En tant que spécialiste du marketing Alimentaire, Vins et Art de Vivre à l'International, au-delà de la conception et de la création d'outils, Sopexa apporte un conseil global et pointu en stratégie de communication.

Elle offre les prestations suivantes :

- Relations publiques & relations presse : sur la base d'une excellente connaissance des journalistes locaux et d'une capacité à concevoir et organiser des événements, à réagir en situation de crise.
- Développement des ventes : animation de réseaux, salons, mini-expositions, semaines françaises.
- Stratégie média et achat d'espace.
- Digital : création, animation de sites, E.marketing, Buzz et réseaux sociaux.

En savoir plus <http://www.sopexa.com>

### BUSINESS FRANCE (ANCIENNEMENT UBIFRANCE)

- relations presse : dossier et conférence de presse, de presse, voyage de journalistes étrangers en France...
- conseil media
- relations publiques : organisation de cocktails networking.
- promotion B to B : catalogue de promotion de l'offre française, kit de présentation export.
- vitrine sur Internet sur le site en anglais de promotion de l'offre française

### FRANCEAGRIMER

FranceAgrimer aident les interprofessions à mener des actions de promotion collective à l'export. Ces actions peuvent être cofinancées avec des organisations professionnelles ou sur fonds communautaires.

En savoir plus <http://www.franceagrimer.fr>

## OUTILS & AIDES FINANCIÈRES

- Business France : Actions collectives de promotion labellisées
- Assurance prospection Coface
- Crédit d'impôt Export
- Prêt pour l'export OSEO
- Le Contrat de Développement International d'OSEO

## LIENS UTILES & DOCUMENT UTILE

- Optimiser votre participation à un salon
- Connaître les dates de tous les salons internationaux
- En savoir plus sur les programmes de promotion export de l'union européenne
- Réussir un Salon International : télécharger le guide Export de l'ARIA Ile de France (page 31 à 36)

# DOSSIER 9 : PREPARER SA LOGISTIQUE

## NOTRE CONSEIL

Il est souvent plus facile pour les PME de faire appel à un prestataire unique : gain de temps, économies...

## ENJEUX

- Les choix logistiques et l'optimisation des coûts sont essentiels pour une bonne rentabilité et la sécurisation des opérations d'exportation.
- Le choix du mode de transport doit être défini en fonction de la nature de la marchandise (périssable ou non, ...) et de son rapport poids/volume.
- Une connaissance approfondie du cadre juridique des transports internationaux est indispensable à une bonne maîtrise de la logistique.
- Un certain nombre de documents doivent accompagner la marchandise lors du transport international (le connaissement maritime, la lettre de transport aérien LTA, la lettre de voiture CmR et Cim...).
- Plusieurs sous-traitances sont possibles, couvrant tout ou partie des différentes fonctions de l'auxiliaire de commerce : emballages-manutentions, chaînes de transports, assureurs, commissionnaires en transports, commissionnaires en douanes...

## QUI CONTACTER ?

### La Chambre Française des Organismes Commissionnaires de transport (CFOCT) :

Elle représente les organisateurs et commissionnaires multimodaux du transport routiers et du dédouanement de marchandises, devenue le département «Commission Internationale & Douane» de la FNTR (Fédération Nationale des Transporteurs Routiers). Principaux transitaires routiers intervenant dans l'agroalimentaire

### La Fédération des entreprises de transport et Logistique de France (TLF) :

Principales sociétés de transport et logistique, tout mode de transport, intervenant dans l'agroalimentaire

### L'Ecole Supérieure des transports (EST)

Formation de cadres de haut niveau dans les domaines du transport et de la logistique. Elle évolue en relation étroite avec tous les acteurs du transport et de la logistique

## LIENS & DOCUMENTS UTILES

- Accédez aux fiches thématiques BUSINESS FRANCE « Gérer vos opérations d'exportations »
- Retrouver le Guide du Moci de la Logistique et du transport international

# DOSSIER 10 : FINANCER SON PROJET

## NOTRE CONSEIL

Bien connaître et savoir utiliser tous les financements publics disponibles permet de maximiser les chances de succès d'une démarche à l'export.

## ENJEUX

Pour une entreprise, il est souvent complexe d'identifier les nombreux dispositifs d'appui à l'export auxquels elle peut être éligible, compte tenu du nombre d'organismes et d'appuis à tous les niveaux : régional, national ou étranger. Ce chapitre vous aide à repérer les appuis auxquels vous pouvez prétendre et les organismes à contacter lors de votre démarche à l'international.

## SITES & DOCUMENTS UTILES

### La base de données du Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie

Le site gouvernemental du Commerce Extérieur met à disposition une base de données centralisée qui recense les différentes aides disponibles (nationales et régionales) pour toutes les entreprises en fonction de leur taille, de leur secteur d'activité, des pays ciblés et des missions qu'elles cherchent à accomplir. En savoir plus

### La base de données des Directions Régionales du Commerce Extérieur (DRCE), rattachées aux nouvelles Direction Régionales des Entreprises, de la Concurrence, de la Consommation, du Travail et de l'Emploi (DIRECCTE)

Retrouvez en ligne toutes les aides et dispositifs régionaux à disposition des entreprises

### La base de données Semaphore, développée par les Chambres de Commerce et d'industrie

Ce site donne l'accès à la liste des dispositifs d'aides appropriés en fonction des caractéristiques de l'entreprise et de son domaine d'intervention. Accéder à la base de données Semaphore

# DOSSIER 11 : S'IMPLANTER LOCALEMENT

## ENJEUX

Une implantation locale, même limitée, est souhaitable à terme pour permettre un développement plus significatif de l'entreprise dans certains pays ciblés.

Elle peut être motivée par la recherche d'une meilleure rentabilité, le contournement de barrières douanières ou réglementaires, l'adaptation des produits au marché local, une optimisation logistique...

### Voici quelques modalités envisageables avec leurs implications fiscales :

- Les accords de distribution / partenariats commerciaux: simples accords contractuels, ils ne concourent pas à la création d'une entité nouvelle. Ils peuvent toutefois conduire à la reconnaissance d'une société de fait ou encore d'un établissement stable taxable localement.
- Le bureau de représentation: sans personnalité juridique, il n'est en principe pas soumis à l'impôt, n'ayant qu'une mission préparatoire et accessoire (collecte d'informations, marketing, communication).

ATTENTION : les actions doivent rester limitées et hors du champs commercial. A défaut, le bureau pourrait être reconnu comme un établissement stable et donc être soumis à l'impôt local.

- La succursale: Etablissement stable ne bénéficiant pas de la personnalité juridique, elle dispose d'une certaine autonomie par rapport à l'entreprise. Elle est en principe soumise à l'impôt localement.
- La filiale: Société de nationalité locale, indépendante juridiquement de la maison mère et contrôlée majoritairement par celle-ci. Elle agit en son nom propre et à ses propres risques. Elle est un sujet fiscal.

## QUI CONTACTER ?

Utiliser la plateforme de mutualisation de l'ANIA <http://www.ania.net/export>

### Les Chambres de Commerce et d'Industrie Françaises à l'Étranger

### Réseau BUSINESS FRANCE (ANCIENNEMENT BUSINESS FRANCE) - Missions Economiques et ses bureaux à l'étranger

- Publications spécialisées : Collection "S'implanter en..." <http://www.ubifrance.fr/librairie/s-implanter-en.html>
- Conseils personnalisés et fourniture de contacts partenaires qualifiés.

Les Opérateurs Spécialisés du Commerce International (SAI et SCI)

L'entreprise peut faire appel à un organisme privé pour accompagner sa démarche d'implantation en s'appuyant sur des opérateurs spécialisés du commerce international présents commercialement dans plus de 100 pays et physiquement (bureaux et/ou filiales) dans la moitié d'entre eux.

Les avocats spécialistes de l'international, et notamment FIDAL

## AIDES FINANCIÈRES & INCITATIONS FISCALES

**La garantie OSEO:** garantie des apports à une filiale étrangère, garantie et financement des investissements des filiales de PME à l'étranger, garantie des cautions sur marché export.

En savoir plus

### L'assurance investissements COFACE

Protège les investissements à l'étranger supérieurs à 15 m €.

En savoir plus

### Une incitation fiscale pour les PME : déficits supportés à l'étranger

Les PME françaises de moins de 2000 salariés, non détenues à plus de 25% par des entreprises de plus de 2000 salariés, peuvent imputer sur leur IS en France les pertes de filiales/succursales étrangères, établies dans l'UE ou dans un Etat ayant conclu avec la France une convention fiscale, soumises à un impôt équivalent à l'IS. Ce régime est accordé pour une période maximum de 5 ans.

### Une incitation fiscale pour les salariés percevant un supplément de salaires liés à une expatriation/détachement

Les salariés envoyés à l'étranger et conservant leur domicile fiscal en France, peuvent bénéficier d'une exonération totale ou partielle d'IRPP à raison des salaires perçus en rémunération de l'activité exercée à l'étranger.

# DOSSIER 12 : REUSSIR SA MUTUALISATION A L'EXPORT

## NOTRE CONSEIL

La mutualisation peut créer des conflits concurrentiels : avant de conclure un accord, il convient d'évaluer les risques au regard du droit de la concurrence.

## ENJEUX

Pour une PME, les coûts nécessaires à une démarche export constituent souvent un frein. D'où l'importance de pouvoir mettre en commun des moyens, dans une démarche de mutualisation.

Par-delà cet aspect financier, la mutualisation peut également **générer des synergies**, sources de profits et d'efficacité renforcée :

- Faciliter l'accès à la grande distribution.
- Faciliter les négociations avec les prestataires fournisseurs et clients
- Mettre en œuvre une plateforme pour regrouper les produits avant l'export.
- Partager un stand sur un salon pour accroître la visibilité et le trafic...

La **mutualisation de moyens export** peut prendre des formes diverses :

- Club d'Exportateurs, partage de stand, partage d'études...
- Portage par une autre entreprise.
- Recrutements partagés (notamment de VIE).
- Externalisation d'une structure commune export.
- Création d'un Groupement d'exportateurs.

Il importe de bien connaître les répercussions juridiques des différents statuts et fonctionnements retenus. Une attention particulière devra être portée à d'éventuelles incidences fiscales en cas de création d'une personne morale taxable (Groupement ou toute autre entité pérenne)

## Quelles sont les clés du succès de la mutualisation ?

- Partage des valeurs et d'un état d'esprit communs
- Complémentarité des produits et équilibre de traitement des différents membres

La démarche et la taille des partenaires doivent être compatibles :

- Potentiel de marché, profil de distribution, organisation logistique (par exemple, même exigence de température...)
  - Gammes de produits non concurrentes et complémentaires.
  - Transparence de fonctionnement
  - Ainsi, il est bon que les chiffres d'affaires export de chacun soient connus de tous ainsi que les coûts de production.
- un "gardien du temple" : désigner une personne indépendante pour veiller au respect des règles communes

## QUI CONTACTER ?

- Ensemble à l'Export : utiliser la plateforme de mutualisation de l'ANIA
- Portage et domiciliation de salariés export partagés : les Chambres de Commerce et d'Industrie à l'Étranger
- Rejoindre un Club d'Exportateurs : CCI, ARIA, ANIA, autres...
- Pacte PME pour le portage : En savoir plus LIEN NON ACTIF <http://www.pactepme.org/international/accompagnement>
- Les Opérateurs Spécialisés du Commerce International (SAI et SCI)

L'entreprise peut faire appel à un organisme privé pour créer un groupement d'exportateurs ou monter un portage de salariés export partagés = Identifier les SAI spécialistes du secteur agroalimentaire

## OUTIL & AIDES FINANCIÈRES

- Crédit impôt export : son montant plafond est doublé pour les Groupements d'Exportateurs (à 80 k€).

La mutualisation peut créer des conflits concurrentiels : avant de conclure un accord, il convient d'évaluer les risques au regard du droit de la concurrence.

## L'ANIA EN QUELQUES MOTS

**L'ANIA**, Association Nationale des Industries Alimentaires, **présidée par Jean-Philippe Girard**, rassemble 20 fédérations nationales sectorielles et 23 associations régionales. Interlocuteur privilégié des pouvoirs publics, des institutions et des médias sur les dossiers agroalimentaires, l'ANIA agit en cohérence et en synergie avec ses membres afin de **promouvoir le secteur dont elle est le porte parole.**

---

**ANIA - Association Nationale des Industries Alimentaires**

9 Boulevard Malesherbes, 75008 Paris

+33 (0)1 53 83 86 00

Portail de l'agroalimentaire : [www.ania.net](http://www.ania.net)  | [Twitter](#)  | [LinkedIn](#) 