

# 3

## INTERNATIONALISATION ET EXPORT

Impacts de la solution sur les enjeux de la filière bois	Valorisation des ss/ co-produits	Recyclabilité (reverse logistic, écocirculaire,...)	Dimension sociétale	Attractivité des entreprises de la filière	Nouveaux modèles d'organisation (performance, lean, ...)	Maintenance et TPM	Management des flux et de la SC	Anticiper et coller au marché	Réduction empreinte environnementale	Innovation et nouveaux systèmes de R&D
		MODÉRÉ			MODÉRÉ		IMPORTANT	MODÉRÉ		
MATURITÉ DE LA FILIÈRE PALETTE BOIS VIS-À-VIS DE LA SOLUTION > <b>FAIBLE</b>										

# INTERNATIONALISATION ET EXPORT

### DÉFINITION

L'export est une démarche globale. Elle doit être intégrée dans la stratégie de l'entreprise. Beaucoup de pays paraissent alléchants mais leur accessibilité peut être problématique. Il est nécessaire de bien appréhender le développement, les caractéristiques culturelles et de business, le réseau de distribution, la réglementation en vigueur, etc., et d'actualiser en permanence ses différents business plans en fonction des opportunités à saisir, des évolutions des marchés, de la rapidité du développement.

NB: la maturité est faible car la palette bois, neuve ou reconditionnée, et non chargée ne supporte pas de longues distances de transport car pas rentable économiquement. Seules les régions frontalières développent l'export mais surtout l'import échanges Belgique, Pays-Bas, Allemagne, Espagne. En revanche en période de pénuries, on n'hésite pas à importer de plus en plus pour pallier un manque de production en France.

### APPORTS

#### Sur le plan économique

Les entreprises exportatrices se distinguent par une productivité, des effectifs, des salaires et une rentabilité plus élevés. Le choix de l'internationalisation est fondamental pour plusieurs raisons :

- parce qu'elle confère **une visibilité étendue à une marque ou un produit**, visibilité qui aura un impact positif sur les clients et les financeurs,
- l'internationalisation permet également aux PME et ETI de **conquérir de nouveaux marchés**, sources de relais de croissance, de nouveaux clients et donc, in fine, d'une meilleure rentabilité abaissant les charges fixes,

- enfin, l'internationalisation permet aux entreprises en croissance de se confronter à une concurrence nouvelle, ce qui les pousse à **accélérer d'autant plus leurs processus d'innovation**.

#### Sur le plan de la transformation de l'entreprise

Plus que la dimension purement commerciale, la dimension technologique (participer à la dynamique du système industriel mondial grâce à la maîtrise des technologies) et la dimension organisationnelle (modifier l'organisation de son entreprise pour s'adapter à l'environnement mondial) sont essentielles.

### LIENS UTILES

- <https://www.lesechos.fr/thema/eti-international/bertrand-viala-linternationalisation-ne-se-limite-pas-a-lexport-et-aux-filiales-il-faut-une-culture-globale-1152846>
- <https://www.leblogdudirigeant.com/la-strategie-internationalisation/>

## EXEMPLES

Une start-up stéphanoise, spécialisée dans la vente de vinyles, réalise la quasi-totalité de son chiffre d'affaires au Japon. Depuis Saint-Etienne, sans bureau à l'étranger, elle est parvenue à conquérir le marché japonais grâce à une stratégie et à un marketing globalisés. Pour aller sur le marché mondial, les dirigeants de PME et d'ETI françaises qui disposent d'un produit performant doivent pouvoir interagir avec cet écosystème.

## DÉMARCHE A SUIVRE

- 1 Faire une cartographie des marchés potentiels** et les envisager à l'aune de plusieurs critères : barrières tarifaires à l'entrée, proximité géographique, environnement concurrentiel, normes et réglementations, etc.
- 2 Être attentif au place to market** comme il peut y avoir un time to market.
- 3 Tester le produit ou service** auprès d'un panel de consommateurs ou auprès d'experts
- 4 Lister toutes les dépenses nécessaires** pour approcher, puis pénétrer le marché cible : participation à des salons, adaptation de l'offre, traduction de son site internet, recrutement de partenaires ou de salariés, frais juridiques...
- 5 Entraîner toute l'entreprise** du BE en passant par la production et les services supports.



**Léa Charron**  
Responsable pôle professionnel palettes  
Tél. : 01 55 91 05 15  
lea.charron@fnbois.com  
6, rue François 1<sup>er</sup>, 750008 Paris  
[www.fnbois.com](http://www.fnbois.com)

Avec le soutien de



**Crittbois**  
expertise, innovations et solutions

**Jeanne Bouchôou**  
Chargée d'affaires  
Tél. : 06 77 57 82 54  
jeanne.bouchouou@crittbois.com  
27 Rue Philippe Seguin - Bâtiment 4  
BP 91067 88051 ÉPINAL CEDEX 9