

GUIDE DE L'EXPORTATEUR

TEAM FRANCE EXPORT MARTINIQUE

Un réseau de conseillers et de partenaires vous accompagne pour votre développement à l'international

VOUS SOUHAITEZ FAIRE VOS PREMIERS PAS À L'EXPORT ?

Ce guide est fait pour vous !

L'export est accessible à de nombreuses entreprises mais ne s'improvise pas pour autant !

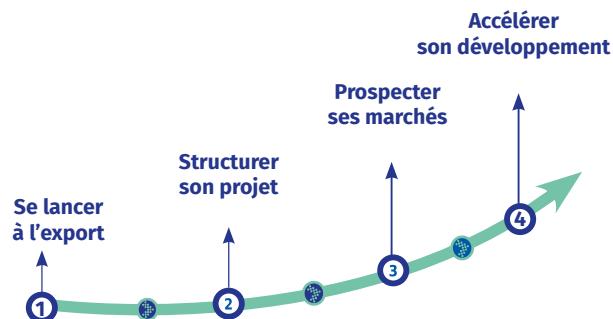
Il est important de vous préparer et d'être accompagné afin d'intégrer l'export dans la stratégie globale de votre entreprise et d'en faire un des moteurs de votre croissance.

Ce guide constitue une première approche des principales étapes à aborder pour la mise en place de votre projet export et recense les questions essentielles à se poser avant de vous lancer.

Pour y voir plus clair et pour vous guider dans vos démarches, Team France Export CCI Martinique vous propose à chaque étape de votre développement :

- Une offre d'appui et de suivi individualisé adaptée à votre projet et à vos besoins
- Une équipe de conseillers, référents de proximité, spécialisés dans la structuration des entreprises et le développement sur les marchés internationaux
- Une mise en relation avec les partenaires de l'international, en fonction de vos besoins

4 LEVIERS D'ACTION



**Rencontrons-nous pour évoquer
et construire ensemble votre projet**

Contactez-nous : 05 96 55 28 00

SOMMAIRE

Guide de l'exportateur

- | | | | |
|---|---|---|------|
| 1 |  | Comprendre les enjeux d'une démarche export | P.04 |
| 2 |  | Évaluer votre potentiel export | P.06 |
| 3 |  | Cibler et étudier vos marchés | P.08 |
| 4 |  | Organiser votre prospection commerciale | P.10 |
| 5 |  | Réussir vos premières exportations | P.12 |
| 6 |  | Identifier les aides financières à l'export | P.13 |
| 7 |  | Se faire accompagner | P.14 |



1. COMPRENDRE LES ENJEUX D'UNE DÉMARCHE EXPORT

L'exportation peut être un facteur clé du développement de votre activité et de la pérennité de votre entreprise.

Si vous êtes motivé, prêt à vous engager dans une démarche durable à l'international, il est essentiel que vous définissiez clairement vos objectifs et que vous preniez bien en compte les différents éléments pour optimiser le succès de votre projet.

QUELLES SONT LES MOTIVATIONS QUI VOUS POUSSENT À VOULOIR EXPORTER ?

Des motivations commerciales

- Trouver de nouveaux débouchés
- Limiter votre dépendance à l'égard du marché local
- Répartir les risques
- Accompagner le développement international de vos clients
- Accéder à des marchés publics
- Contourner des obstacles protectionnistes
- Acquérir de nouvelles technologies
- Rechercher de la notoriété à l'international

Des motivations financières et de croissance

- Répartir le plan de charge
- Renforcer votre compétitivité
- Réaliser des économies d'échelle
- Réduire vos coûts de production
- Accélérer la croissance de votre entreprise

Des motivations opportunistes

- Répondre à une sollicitation
- Écouler une production excédentaire
- Relever un challenge interne

AVEZ-VOUS BIEN MESURÉ LES ENJEUX POUR VOTRE ENTREPRISE ?

Enjeux financiers

- Être capable de supporter un retour sur investissement à moyen terme
- Allouer des ressources financières conséquentes
- Affecter des moyens humains
- Augmenter le Besoin en Fonds de Roulement

Enjeux techniques

- S'adapter aux spécificités des marchés
- Protéger son savoir-faire ou sa marque
- Respecter les normes et réglementations
- Maîtriser la logistique et les techniques administratives
- Accomplir les formalités export & import

Enjeux commerciaux

- Réussir le ciblage des pays
- Comprendre les besoins de ses interlocuteurs
- Prendre en compte la dimension interculturelle des affaires
- S'assurer de la solvabilité des clients
- Sécuriser le paiement des opérations
- Organiser le SAV

Enjeux juridiques

- Adapter ses CGV/CGA à l'international
- Sécuriser la relation contractuelle avec ses partenaires
- Identifier et négocier les points clés
- Se prémunir des risques conjoncturels



NOTRE APPUI

Pour bien démarrer à l'export, informez-vous, formez-vous, échangez avec d'autres entreprises.

UNE GAMME COMPLÈTE DE SOLUTIONS

Information

- Ateliers ou webinaires d'information
- Entretiens avec un expert

Préparation

- Diagnostic export
- Mise en relation avec des pairs dans la Caraïbe
- Formations
- Élaboration d'un plan d'actions export

Conseils accès marchés

- Ciblage des marchés prioritaires
- Études de marché
- Prestations réglementaires et juridiques
- Séquence de prospection sur-mesure
- Les pavillons France
- Rencontres BtoB

Communication

- Déplacements régionaux
- « Flash douanes »
- Missions de prospection individuelles et collectives

Accélération marché

- * V.I.E : Volontariat International en Entreprise
- Programmes d'immersion et accélération
- Prestations réglementaires et juridiques

ILS TÉMOIGNENT...

Un nouveau regard grâce à l'accompagnement



Le bureau de contrôle technique ANCO a vu le jour en Martinique en 1987.

L'entreprise cherchait à s'implanter en Afrique, ainsi, elle a eu recours aux services de la TFE Outre-mer pour organiser une mission de prospection au Sénégal et en Mauritanie afin de rencontrer des bailleurs de fonds intéressés par leur projet. Ces échanges leur ont permis de constater qu'il y a un réel manque de formation professionnelle, notamment en Mauritanie, dans leur secteur d'activité et d'étudier l'éventuelle création d'un projet de centre de formation qui permettrait l'insertion à l'emploi d'une partie de la population.

Didier DERIS
Fondateur
ANC



2. ÉVALUER VOTRE POTENTIEL EXPORT

Se tourner vers les marchés étrangers doit se faire par étapes et avec méthode, de la définition à la structuration de votre projet.

Avant de vous engager, posez-vous les bonnes questions :

VOTRE ENTREPRISE A-T-ELLE BESOIN D'EXPORTER ?

- Vos perspectives de croissance sur le marché local sont-elles limitées ?
- Le marché local est-il saturé ?
- Êtes-vous positionné sur un marché de niche ?
- Êtes-vous dépendant de vos clients en France ?
- Vos clients sont-ils présents à l'international ?
- Votre savoir-faire est-il reconnu en France, à l'international ?
- Recherchez-vous une notoriété à l'international ?
- Vos capacités de production sont-elles sous-utilisées ?

VOTRE ENTREPRISE A-T-ELLE LA CAPACITÉ À EXPORTER ?

Produits et/ou services

- Sont-ils protégés/brevetés ?
- Sont-ils adaptés/adaptables au marché visé ?

Environnement marché et clients

- Quel est le niveau de la concurrence ?
- Comment mes produits se différencient-ils ?
- Quelles sont les réglementations en vigueur ?

Stratégie de développement export

- Quels sont vos objectifs et priorités ?
- Quelle approche commerciale adopter ?
- Avez-vous établi votre Business Plan export ?

Ressources

- Quelle est votre capacité de production ?
- Avez-vous les ressources financières nécessaires pour investir dans ce projet ?

Compétences internes

- Quelle est l'expérience de votre entreprise et de votre personnel à l'export ?
- Maîtrisez-vous une ou des langues étrangères ?



NOTRE APPUI

Pour valider votre projet et programmer les premières actions à mettre en place, votre conseiller vous propose d'analyser votre capacité à exporter et de structurer avec vous un parcours export sur-mesure :

PRE-DIAGNOSTIC EXPORT

Premier niveau d'analyse, sous forme d'un pré-diagnostic, sur le besoin et la capacité de votre entreprise à exporter par l'identification de vos points forts et points faibles et les actions prioritaires à mettre en place :

- Un rendez-vous d'évaluation avec le conseiller international spécialisé dans votre secteur
- Une restitution personnalisée avec votre conseiller avec préconisation d'actions à mettre en place

DIAGNOSTIC EXPORT

- Une expertise approfondie de vos forces et de vos faiblesses et des opportunités et menaces pour votre entreprise
- Un rapport avec les axes d'amélioration à prévoir et un plan d'actions opérationnel à mettre en œuvre
- Un suivi personnalisé de votre conseiller sur plusieurs mois

CONSEIL EXPORT

- Analyse de votre projet
- Formalisation d'un plan d'action sur-mesure adapté à la stratégie et aux moyens de votre entreprise
- Identification des aides et financements pertinents (hors fonds européens) et suivi pour le montage du dossier de financement

ILS TÉMOIGNENT...

Une conseillère référente très à l'écoute



La Team France Export m'a accompagnée dans toutes les étapes de mon internationalisation. Cet accompagnement m'a facilité les contacts avec les professionnels de la chaîne du livre et les institutionnels sur place. Il m'a mise en confiance et les formations suivies m'ont éclairée de façon efficace sur la démarche export. Au fil de mon accompagnement, j'ai toujours pu compter sur la CCI qui a su rester disponible, à l'écoute et être force de proposition.

Renée-Laure ZOU
Fondatrice
Les Editions du sucrier



3. CIBLER ET ÉTUDIER VOS MARCHÉS

La sélection des marchés est essentielle et nécessite de comparer l'attrait et l'accessibilité des pays envisagés avec méthodologie et en recueillant le maximum d'informations sur leurs spécificités : évolution de la demande, concurrence locale, image des produits français, stabilité politique, sécurité du marché, langues de travail, aspects interculturels...

QUEL(S) PAYS CHOISIR ? SUR LA BASE DE QUELS CRITÈRES ? ...

La présélection des marchés

- L'intuition
- La proximité du marché domestique
- Les informations disponibles
- La langue parlée
- ...

Les critères de sélection

- Le potentiel du marché
- Le niveau de concurrence
- Les obstacles à l'accès au marché
- Les risques liés au(x) pays
- Les aides possibles
- L'accessibilité
- ...

Le classement des marchés

- Mettre en parallèle les pays sélectionnés
- Établir un tableau
- Pondérer les critères étudiés
- Retenir un nombre restreint de marchés par an
- ...

COMMENT POSITIONNEZ-VOUS VOS PRODUITS / SERVICES SUR LES MARCHÉS PRIORITAIRES ?

PRODUIT

Quel produit vendre en fonction des caractéristiques locales ?

- Matériaux utilisés
- Qualité
- Design
- Marque
- Utilisation
- Conditionnement
- Étiquetage
- Services associés

CONCURRENCE

Comment positionner mon produit et à quel prix ?

- **Nature de la concurrence**
 - Locale / étrangère
 - Avec monopole / diffuse
- **Ancrage**
 - Parts de marché
 - Organisation
- **Offre**
 - Produits/services proposés
 - Prix pratiqués

DISTRIBUTION

Quel réseau de distribution choisir ?

- **Type de circuit**
 - Direct ou indirect
 - Court ou long
- **Intermédiaires**
 - Nature
 - Localisation
 - Prestations
 - Coût

COMMUNICATION

Comment faire connaître mon produit ?

- Outils de communication papier / web
- Médias
- Actions de promotion/ événementiel
- Salons
- Coût

Comparer les avantages respectifs des pays visés vous permet de hiérarchiser vos priorités géographiques et de bâtir votre plan d'actions. Un business plan présentant votre projet et annonçant les dépenses et recettes escomptées sera la démonstration que votre réflexion est étayée et que vos objectifs sont réalistes.



NOTRE APPUI

Pour définir vos pays cibles, Team France Export CCI Martinique met à votre disposition plusieurs méthodes.

Ciblage des marchés export

Valider les marchés cibles de votre entreprise en travaillant sur les Domaines d'Activité Stratégiques (DAS) et les critères prioritaires de sélection du marché : potentiel et opportunités, facteurs clés de succès, concurrence, contraintes, recherche des sources d'informations internationales...

Des rendez-vous avec votre conseiller Team France Export et une restitution personnalisée.

Missions de stagiaires encadrées par un conseiller

Un accompagnement à la définition, la mise en place et le suivi de la mission d'un stagiaire export : études de marchés, recherche de prospects, qualification et recherche de contacts ciblés, préparation et suivi d'un salon, constitution d'un carnet d'adresse, test sur l'offre, mission de prospection...

Guides pratiques et outils

- Guide des stages Antilles-Guyane

Fiches Pays Caraïbe :

- Trinidad and Tobago
- Barbade
- Sainte-Lucie
- Porto Rico
- Pays-Bas caribéens

[Médiathèque Team France Export](#)

Médiathèque



ILS TÉMOIGNENT...

Disponibilité et compétence au service du projet



“ Le V.I.E (...) s'avère être une aide précieuse offerte aux entreprises françaises pour se développer à l'export, tout en réduisant les coûts de prospection. Une réelle économie de temps également. Rien ne vaut les conseils, la connaissance fine de la géographie et de la géopolitique de la Team France Export ! ”

Rodrigue DISER
Fondateur et gérant
TOP.E.C



4. ORGANISER VOTRE PROSPECTION COMMERCIALE

Engager sa prospection commerciale réclame une préparation et une organisation rigoureuse. Assurez-vous que vous avez bien défini vos objectifs, validé les étapes précédentes et que vous disposez des moyens nécessaires (personnel, budget) pour la préparation et le suivi.

Trop souvent négligée, la phase de suivi des contacts, établie lors d'un déplacement à l'étranger, est capitale afin de mettre en place des partenariats commerciaux profitables et durables.

Planifier vos actions

- Établir un rétroplanning, jalonnier les étapes
- Désigner un responsable
- Affecter les tâches aux personnes compétentes

Identifier les prospects

- Interroger les bases de données, internet
- Qualifier votre fichier

Mener votre prospection

- Participer à des salons en France, à l'étranger
- Gérer les informations recueillies
- Utiliser le marketing direct et/ou digital
- Proposer mes produits sur une plateforme de e-commerce

Préparer vos outils de prospection

- Adapter les supports de communication et les argumentaires
- Préparer votre pitch et vos questions clé
- Établir une base de données
- Finaliser un questionnaire

ASSURER LE SUIVI

- Envoyer des remerciements
- Relancer et suivre les contacts établis et les demandes
- Remettre des offres
- Expédier des échantillons

- Entretenir vos relations commerciales par des déplacements à l'étranger et des invitations en France
- Évaluer les résultats commerciaux dans le temps
- Animer vos réseaux sociaux



NOTRE APPUI

Du plan d'action au suivi, TFE vous accompagne dans le développement de votre activité internationale.

Évaluer l'accès aux marchés

Évaluer, préalablement à une mission terrain, la capacité de votre entreprise à accéder à un marché (spécificités propres au marché, adéquation des ressources internes avec votre projet...) et définir un plan d'action.

Plan d'actions post-prospection

A l'issue d'une action de prospection à l'étranger, établir le bilan et définir les actions prioritaires de suivi à mettre en place, afin de pénétrer durablement le marché ciblé et/ou optimiser votre présence.

Un rendez-vous avec votre conseiller et une restitution personnalisée sont alors proposés.

Accélérateurs

- Programme de formation et d'accompagnement individuel
- Dispositifs de type Booster destinés aux entreprises à fort potentiel export appartenant à une même filière ou souhaitant se développer sur une même zone géographique

Mission de prospection individuelle ou collective

La mission de prospection, préparée avec un conseiller, permet de tester un projet export sur le terrain après un diagnostic et une étude de marché. Elle valide l'adéquation entre l'offre et le marché cible et initie des négociations commerciales. La CCI Martinique accompagne l'entreprise à chaque étape, organise les rendez-vous et mobilise son réseau pour maximiser les opportunités de développement à l'international.

ILS TÉMOIGNENT...

Tout à y gagner

“ Je n'ai que des retours positifs à formuler sur la mission et son organisation en général. Toutes les conditions auxquelles je m'attendais ont été pleinement remplies, du départ jusqu'à notre retour. L'efficacité de l'organisation, la clarté des objectifs, et le professionnalisme de l'équipe ont grandement contribué à la réussite de cette mission.

Je tiens à exprimer ma profonde satisfaction envers l'équipe pour leur disponibilité exceptionnelle, leur dévouement sans faille et leur motivation remarquable dans la réalisation de nos projets. Les rendez-vous et rencontres ont été gérés de manière professionnelle, renforçant ainsi ma confiance en leur expertise.

**OVALYNE/Le réveil gourmand – AUEBRT MERIL Inngrid
Mission de prospection à Sainte-Lucie en 2024**



5. RÉUSSIR VOS PREMIÈRES EXPORTATIONS

RÉGLEMENTATION & FORMALITÉS DOUANIÈRES

Formalités douanières à l'export

Toute circulation de biens nécessite des documents d'accompagnement et fait l'objet de formalités douanières : fournir les documents officiels, établir les documents douaniers, payer les taxes et droits de douane...

Une simplification de ces formalités existe au sein de l'Union Européenne. Il y a donc lieu de distinguer le commerce intra-européen et le commerce international avec des pays tiers. La réalisation de ces formalités peut être effectuée par un professionnel spécialisé (un commissionnaire agréé en douane ou un transitaire, par exemple).

LOGISTIQUE

Le transport international

L'acheminement de la marchandise jusqu'au lieu de stockage, les formalités de douane, le chargement de la marchandise dans le moyen de transport choisi, l'acheminement du produit jusqu'au client... sont des opérations qui vous incombent. Choisissez un transitaire qui effectuera pour vous ces opérations ou effectuez le transport par vos propres moyens si vous internalisez cette compétence !

MODE DE PAIEMENT

Moyen de paiement

Le paiement d'une vente à l'international peut s'effectuer par chèque, lettre de change, billet à ordre, mandat poste ou par virement SWIFT (virement sécurisé par les banques). Lorsque vous ne connaissez pas parfaitement votre client, il existe des moyens de paiement encore plus sécurisés.

Votre expert, c'est votre banquier. Attention : Selon le pays de destination, l'usage fait que certains modes de paiement ne sont pas utilisés.

Facturation

Elle doit être très précise et comporter plusieurs éléments essentiels : le prix, la langue du contrat, la monnaie et la gestion du risque de change, le mode de paiement, les délais de paiement, l'Incoterm® choisi, le droit applicable, le mode de règlement des conflits...

Le régime de taxation des exportations

La Taxe sur la Valeur Ajoutée (TVA) est due dans le pays de consommation de biens ou de services. Pour une exportation hors Union Européenne, la TVA n'est pas due et la facture doit être établie hors taxes.

Concernant les « livraisons intra-communautaires » (ventes au sein de l'Union Européenne), le régime est différent selon que vous êtes assujetti à la TVA en France ou non.

Les règles Incoterms®

Ces règles réduisent les ambiguïtés possibles sur les conditions de livraison des marchandises et fixent la répartition des rôles entre vendeur et acheteur en termes de partage des frais de logistique internationale, transfert des risques et obligations documentaires.

La Chambre de Commerce Internationale propose aux opérateurs 11 Incoterms® qui sont le reflet des pratiques commerciales actuelles des entreprises. Il est indispensable de s'approprier le sujet pour bien maîtriser ses exportations.

L'établissement des contrats de vente ou de représentation

Dans la plupart des cas, la notification des conditions générales de vente à l'export de l'entreprise française suffit, car elles contiennent les informations indispensables à toute vente à l'étranger, à savoir : la loi applicable, la devise de paiement, le mode de paiement... Cependant, l'établissement d'un contrat de vente est nécessaire à la résolution de conflits éventuels et dans le cas de relations commerciales suivies. Ce contrat peut prendre la forme d'un contrat type élaboré par un organisme international et permet de connaître et de clarifier les obligations et les droits des deux parties. Il est toutefois recommandé de recourir à un avocat ou à un consultant juridique spécialisé dans le droit des affaires internationales et maîtrisant le droit du pays.



6. IDENTIFIER LES AIDES FINANCIÈRES À L'EXPORT

Déployer un plan d'actions export nécessite des ressources et une capacité à supporter un retour sur investissement à moyen terme. Avant de vous engager, posez-vous les bonnes questions :

QUELLES SONT LES DÉPENSES À FINANCER POTENTIELLEMENT ?

- Frais d'études, d'avant-projets gratuits et de remises d'offres et d'échantillons
- Frais d'adaptation du produit aux normes et exigences des marchés prospectés
- Frais de dépôt de marques ou de brevets
- Frais de conseils juridiques et réglementaires
- Frais de communication, publicités, outils et actions de promotion, site internet et e-commerce
- Frais de traduction et d'interprétariat
- Frais de voyages et de séjour
- Frais logistiques pour l'acheminement d'échantillons, de prototypes
- Frais de recrutement et de formation du personnel dans le cadre de la création ou du renforcement d'un service export pour la prospection
- Salaires et charges patronales du personnel du service export nouvellement recruté pour les besoins de la prospection de la zone garantie
- Frais de conseils, accompagnement à la prospection
- Frais de participation à des manifestations commerciales professionnelles
- Frais de dégustation ou de démonstration
- Frais fixes d'agents/partenaires à l'étranger
- Frais de réception de clients/prospects/partenaires

QUELS TYPES DE FINANCEMENTS ?

- Les fonds propres
- Les prêts et financements à taux bonifiés
- Les assurances contre le risque d'échec (assurance prospection), les assurances taux de change...
- Les financements publics :
 - Financement du ministère des Outre-Mer (50 à 75% du montant HT pour les opérations du programme France Export pour les TPE/PME)
 - Financement européen via le FEDER (jusqu'à 50% du montant HT Du budget export)
 - Financement de la CACEM via le programme INNOVEXPORT (jusqu'à 80% du montant HT des dépenses dans la limite de 3K€ par entreprise)

UN ACCOMPAGNEMENT DE FINANCEMENT DANS LA DURÉE ET STRUCTURANT

- **Structurer votre démarche export** grâce à des outils de diagnostics et d'analyses et la mise en place de plans d'actions sur-mesure, adaptés à votre projet et à votre expérience de l'international
- **Disposer d'outils de communication et de marketing pertinents** pour aborder les marchés étrangers
- **Renforcer vos ressources humaines** par le recours à un stagiaire export ou un Volontaire International en Entreprise (V.I.E)



7. SE FAIRE ACCOMPAGNER



Nos conseillers Team France Export sont à vos côtés pour vous préparer à une démarche export structurée, efficace et pérenne.

Nos atouts

- L'appui individualisé par un conseiller référent expérimenté, point de contact unique en région
- L'accès à un vaste réseau unifié organisé par filières sectorielles, basé en France et à l'étranger
- La mise en relation avec des partenaires privés ou publics sélectionnés, au cœur de l'écosystème International, dans notre région et au-delà

Business **Simplicité**
Proximité *Neutralité*
Efficacité

Nous contacter

Direction Internationale CCI Martinique :

contact@martinique.cci.fr

T. 05 96 55 28 00

Nous suivre



Découvrir nos solutions en ligne

www.teamfrance-export.fr





NOUS CONTACTER

Pour être accompagné dans votre projet export et mis en relation avec les partenaires de l'appui à l'international :

CCI MARTINIQUE



Vanessa VICTORIN

Conseillère International Responsable du pôle international
05 96 55 28 25
v.victorin@martinique.cci.fr



Laury LATCHOUMANAYA

Coordinatrice Europe
05 96 55 28 94
l.latchouyama@martinique.cci.fr



Stéphanie PUJAR

Responsable de projet coopération
05 96 55 28 58
s.pujar@martinique.cci.fr



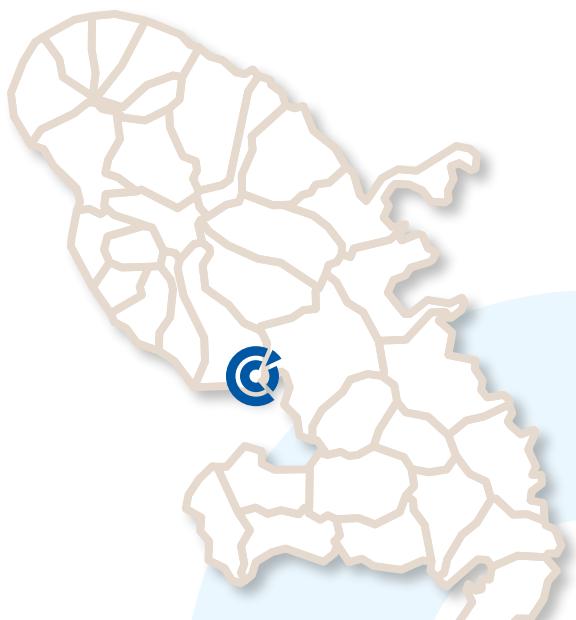
Nathalie LUGIERY

Conseillère International
05 96 55 28 53
n.lugery@martinique.cci.fr



Hilary GEDEON

Chargé de missions développement Caraïbe
+1 (758) 286 7380
hilary.gedeon@martinique.cci.fr





TEAM FRANCE EXPORT MARTINIQUE
50 rue Ernest Deproge | 97200 Fort-de-France

TEAM FRANCE EXPORT *.fr*