

# Primo-exportateur ...

## ... Par où commencer ? Enjeux et moyens

Seulement 1,93 % de nos exportations alimentaires sont bio<sup>1</sup> !  
PME françaises de la bio ; à vos marques, prêts, exportez !

...

### Pourquoi y aller ?

Cet investissement n'est-il pas un risque de déstabilisation pour l'entreprise ?

... Avant même que d'être un choix ou un objectif spécifique, l'exportation passe pour une contrainte dans le plan de développement de l'entreprise. C'est poser comme un problème ce qui est une solution vertueuse au développement harmonieux d'une entreprise et à sa pérennité.

La maîtrise d'un marché plus large contraint la PME à formaliser plus nettement ses procédures organisationnelles et améliore très sensiblement ses performances générales sur son marché originel.

...

### Quel est le bon moment ?

Certains signes de maturité sont prérequis avant « d'aller à l'export ».

- La maîtrise du marché domestique est le premier. Elle est atteinte quand la part de marché de l'entreprise ne croît plus que de façon mécanique avec celle de ses clients et canaux de distribution.
- L'autonomie fonctionnelle est le second. Exporter exige la pleine interopérabilité des différents métiers de l'entreprise : production-logistique, qualité-R&D, marketing-vente, comptabilité-finance.
- L'avantage concurrentiel issu de la qualité distinctive de l'offre produits est le troisième<sup>2</sup>.

“ L'exportation n'est ni une fonction supplémentaire ni une greffe ; mais une extension naturelle de chaque métier de l'entreprise ”

...

### L'entreprise doit-elle se transformer pour aller à l'export ?

La règle d'or – certes à l'encontre des doxas de nos « sachants » export institutionnels... et furieusement sédentaires – est de ne rien changer aux fonctionnements naturels de l'entreprise.

Ce qui charpente l'entreprise sur son marché domestique – savoir-faire, procédures, outils commerciaux et ressources humaines – doit rester le moteur de sa stratégie et de son action commerciale hors les frontières.

Ainsi elle responsabilisera tous face aux défis, associera tous aux succès, et développera ainsi l'ensemble de ses forces.

1) 2021 : l'exportation de produit bio vaut 1,047 milliards d'euros (+18 % / 2020) sur un total de 54,2 milliards d'euros, 6,63 % de notre consommation est bio.

2) Bio Linéaires, chronique « Stratégie Export » N° 98 - Novembre / Décembre 2021.

3) Bio Linéaires chronique « Stratégie Export » N° 99 Janvier / Février 2022.



...

### Par où commencer ?

Concrètement, quelles sont les étapes et les moyens pour se projeter à l'export en toute sécurité ? Réponses.

●●● **Définir une stratégie, plus précisément les cibles, les couples produits-marchés :**

- les produits : les best-sellers domestiques concentrant le savoir-faire ;
- les marchés de proximité aux besoins similaires à ceux déjà satisfaits.

●●● **Fixer un calendrier :** un premier cycle de trois ans constitue le format minimum pour se lancer.

●●● **Mettre en place un financement propre et autonome** sur ces bases. La BPI propose des outils très performants et avantageux à cet effet.

●●● **Ressources humaines :** privilégier l'émergence – et/ou la formation – de talents internes à l'entreprise, en les complétant éventuellement d'un commercial externe afin d'accélérer la montée en puissance du CA export.

●●● **Puis le plan d'action :**

- un développement concentré à partir de sa base est le plus sûr ;
- il consiste à se développer dans un périmètre qui ne mettra pas en péril l'entreprise<sup>3</sup> ;
- au fur et à mesure des acquis, la zone d'influence commerciale peut être repoussée et l'équipe export étoffée.

Au moment de se lancer, il sera impossible de prévoir le CA export, mais il relèvera de la responsabilité de chacun de parvenir aux objectifs fixés.



●●● **Denan et Associés**

Exporter la bio innovante de France  
Jean-Marc Denan

BIO - FRANCE  
**DENAN**  
& ASSOCIÉS

jm@denan.fr / www.denan.fr