



VAINCRE LA PEUR DE L'INTERNATIONAL

1 L'international est un formidable vecteur de développement pour les PME

- INNOVATION**
 S'inspirer d'idées nouvelles et accéder à des technologies et savoir-faire spécifiques.
- ATTRACTIVITÉ**
 Renvoyer l'image d'une entreprise dynamique et audacieuse.
- CROISSANCE**
 Trouver de nouveaux débouchés et répondre à une demande plus forte.
- DIVERSIFICATION**
 Faire face aux ralentissements potentiels du marché domestique.

Mais peu d'entreprises parviennent à se maintenir à l'international



- Difficultés à identifier des partenaires
- Coûts de prospection élevés
- Nécessaire adaptation des produits
- Manque de compétences linguistiques
- Risques d'impayés, etc.

Exportations opportunistes Taux de rotation élevé

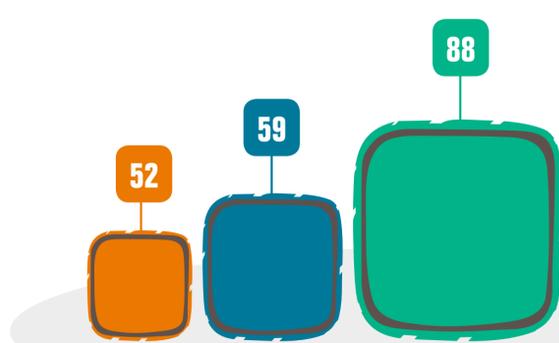


Sur 100 entreprises exportatrices



3 Seules les entreprises les plus performantes ont les capacités de s'internationaliser dans la durée...

- Entreprises domestiques
- Entreprises exportatrices
- Entreprises implantées à l'étranger



Productivité moyenne (ratio valeur ajoutée / effectifs).

... parce qu'elles se préparent et qu'elles structurent leur démarche à l'international

4 incontournables pour une internationalisation pérenne

- 1 — Un dirigeant impliqué**
 Le dynamisme et l'ouverture à l'international du dirigeant influence positivement l'intensité d'exportation d'une entreprise.
- 2 — Une entreprise « staffée » pour l'international**
 Se développer à l'international nécessite d'adapter l'organisation de l'entreprise et de former les collaborateurs.
- 3 — Un avantage concurrentiel à l'international**
 Les entreprises qui se maintiennent à l'international investissent massivement en R&D afin de commercialiser de nouvelles innovations ou d'améliorer la qualité de leurs produits.
- 4 — Une vision stratégique**
 En moyenne, les entreprises qui parviennent à exporter dans la durée ont anticipé leur internationalisation au moins 3 ans avant de se lancer.



Téléchargez l'étude complète sur bpifrance-lelab.fr