

Le Club Export Réunion vous présente le cinquième numéro de son Journal. Vous trouverez ici régulièrement des données sur l'export et ses acteurs dans l'Océan Indien, mais aussi des témoignages et des infographies, collectées et mises en forme par les équipes de l'association Club Export Réunion.

Le chiffre :



4

Selon le manifeste de la fabrique de l'exportation, c'est le nombre de défis auxquels répondre pour que nos entreprises puissent profiter de la croissance mondiale entre 2021 et 2030.

Parmi ces défis, on trouve :

- l'investissement sur les terrains où se jouera la croissance,
- la montée en gamme de nos stratégies et compétences internationales,
- la valorisation de la coopération inter-entreprises dans une démarche d'internationalisation,
- la construction d'un récit moderne du commerce international français.

Rédaction :

Run'concept, Club Export Réunion

MRST, Parc Technord, 3 rue Serge
Ycard - 97490 Sainte Clotilde
02 62 92 24 25
contact@clubexport-reunion.com



L'actu :

Nouvelle année, nouveaux challenges.

Depuis décembre, le Club Export Réunion est **opérateur agréé pour le Chèque Relance Export**. Celui-ci permet aux entreprises exportatrices de se préparer à la reprise de l'activité et à affronter la concurrence étrangère. Toute PME et ETI française peut être éligible au Chèque Relance Export dans leur démarche de prospection à l'export et l'utiliser dans le cadre d'une prestation individuelle (audit et diagnostic export, communication, etc.) ou collective (prospection, participation à un salon, etc.). Pour plus d'informations, n'hésitez pas à vous rapprocher de nous.

Vous le savez, le Club Export Réunion se fait actuellement accompagner par le cabinet de conseil en stratégie Verso Consulting pour élaborer la feuille de route de sa stratégie export pour les années à venir. La synthèse des pistes retenues doit être publiée en mai prochain **dans un livre blanc**.

Le Club Export Réunion prépare l'après-covid et se donne pour ambition de développer de nouvelles perspectives, grâce à l'essor de **l'exportation collaborative**. Partir groupés

sur un marché maximise les chances de réussite. Cela consiste à aborder les marchés internationaux à plusieurs exportateurs (qu'ils soient expérimentés ou non) en partageant des ressources (informations, connaissances, réseaux, actions marketing, etc.) et des moyens mutualisés. Grâce au partenariat que nous avons noué avec la CMA Réunion, nous avons bon espoir de monter un premier groupement d'artisans dans l'agro-alimentaire, dès cette année.

Après une année 2020 marquée par l'arrêt des voyages professionnels, le Club Export Réunion espère la réouverture des frontières dans la zone et prévoit **trois déplacements en 2021** : Mayotte, Madagascar et Kenya.

Au vu du succès des anciens webinaires, le Club Export Réunion est décidé à proposer de nouveau cet outil au cours de l'année 2021. Six webinaires seront donc animés cette année.

Cette année démarre donc avec de l'ambition et de belles perspectives d'activités pour le Club Export Réunion. Les défis à relever sont passionnants et considérables. Notre équipe saura y répondre au mieux.

3 questions à Thierry Calderon, Directeur général de Marketing Management IO



Quelle est votre activité ?

J'ai créé, en 2015, Marketing Management IO. C'est un cabinet de conseil hybride spécialisé en Inbound Marketing et Inbound Sales, qui s'occupe de transformation digitale, des ventes, du marketing et de la relation client. Notre mission est d'unifier ces services.

L'Inbound Marketing est une stratégie qui consiste à attirer les clients à soi plutôt que d'aller les chercher, en produisant des contenus web qualitatifs (blog, infographies, vidéos...), en optimisant l'utilisation des réseaux sociaux et du social selling (ou vente sociale), à l'aide de puissants outils et de techniques de conversion avancées.

Nous couvrons tout le cycle de vente : depuis la captation du prospect, jusqu'à la fidélisation, le SAV et la recommandation. Aujourd'hui, l'Europe, les Antilles ainsi que la métropole représentent 30% de notre chiffre

d'affaires. Dans les 3 ans à venir, 50% de notre CA sera réalisé hors Réunion. Pour obtenir ces prospects et nouveaux contrats, notre meilleur commercial est notre site internet, puisque nous utilisons cette méthodologie née au MIT en 2006, pour notre propre croissance.

Le directeur général délégué de Business France avait dit en Janvier 2018 que la première chose que vérifiaient ses équipes pour accompagner une entreprise à l'export était son site internet, sa présence digitale globale et sa capacité à attirer l'audience cible. Il est évident que si les clients sont connectés, et il n'y a plus de débat là-dessus, les entreprises doivent l'être aussi.

C'est uniquement quand on a une stratégie globale cohérente au niveau des marchés et des cibles que l'on peut prétendre à générer du business à l'international.

Est-ce que la crise sanitaire a affecté vos activités ?

Effectivement, on a eu certains contrats qui ont été suspendus du fait de la cessation d'activités des entreprises. Mais globalement, cette crise a un impact favorable sur la prise de conscience des entreprises qui ne s'étaient pas encore lancées dans leur transformation.

Ça a été un accélérateur pour les entreprises qui avaient déjà fait cette démarche de digitalisation et qui ont pu récolter les fruits de ce qu'elles avaient semé. Pour les autres c'est un peu plus compliqué. Les clients changent et vont continuer d'évoluer en B2B comme en B2C, et le fossé se creuse.

Aujourd'hui, transformer son business peut représenter des investissements importants. Il faut avoir une vision et des objectifs clairs avant de se lancer. Pendant le confinement, on a observé une augmentation du nombre de sites de e-commerce à La Réunion par exemple. Certains dirigeants les ont créés sans avoir auparavant réfléchi à la mise en place de process, à la logistique nécessaire, etc. Résultat, au bout de quelques jours, certains sites internet étaient fermés car il y avait trop de commandes et que l'organisation n'avait pas été pensée. Et la relation client s'en trouve détériorée. Or, c'est cette même expérience client qui est l'avantage concurrentiel d'aujourd'hui et de demain, et le moteur principal de la croissance. C'est grâce à elle que se démarquent des entreprises comme Amazon, Spotify et Netflix : elles ont mis l'expérience client au cœur de leur croissance. Et ce n'est pas pour rien

que la crise leur a été très bénéfique.

En quoi une stratégie digitale est nécessaire pour se lancer à l'export selon vous ?

Elle n'est pas simplement nécessaire, mais indispensable. Une entreprise à l'export qui n'a pas de stratégie digitale cohérente sur la zone et les personas ciblées ne peut pas exister. Le problème, c'est que certaines entreprises n'ont pas de stratégie sur leur marché domestique donc c'est quasi impossible d'en avoir une à l'international. Ce n'est pas une question de moyens, mais d'ambition, de vision et d'objectifs. Des tas d'outils performants existent aujourd'hui pour les petites et les grandes entreprises. Ce n'est pas la prime au plus gros mais au plus agile.

Par exemple, dans les années 2000, Carrefour était le 2e groupe mondial de la distribution et avait largement les moyens d'investir pour contrer la montée d'Amazon par exemple. Aujourd'hui, il est à la 12e place. Ce n'est pas un manque de moyens, mais de vision à moyen/long terme. Il faut savoir prendre des paris sur l'avenir.

Le regard de ... David Chevassus, Chargé de communication



Je suis chargé de communication au Club Export Réunion depuis fin 2017. L'essentiel de mon travail consiste à apporter de la visibilité aux actions menées par le Club Export Réunion, que ce soit auprès de nos membres ou de nos partenaires.

Chaque semaine, les membres reçoivent dans leur boîte mail la newsletter que je rédige avec toutes les actualités

économiques dans la zone océan Indien, les appels d'offre remontés par nos correspondants, les événements de la zone et les actions du Club Export Réunion. Aussi, j'anime les divers réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn et Twitter) sur lesquels je publie régulièrement les actualités du Club Export Réunion.

Depuis 3 ans, j'ai refait le site internet du Club, mais aussi travaillé sur les supports de communication et les visuels qui valorisent l'image de l'association, permettant de rendre visible et lisible l'action du Club Export Réunion auprès des chefs d'entreprise. J'ai également organisé les déplacements pour les foires internationales

de Madagascar (FIM) en 2018 et 2019, lors desquelles j'ai géré la logistique complète de l'événement et les diverses visites sur place.

L'année à venir est pleine de nouveaux défis pour notre Club. En raison de l'annulation des déplacements en 2020, nous avons dû adapter nos services et nous tourner vers davantage de digital ; c'est en ce sens que les webinars ont été pensés. En 2021, même si nous espérons une reprise des déplacements, nous avons prévu d'organiser six webinars pour conserver le lien avec nos membres, nos correspondants et nos partenaires, dans nos missions d'information et de recherches d'opportunités.

Le Club Export Réunion souhaite cette année développer l'exportation collaborative, ce qui, en plus d'une stratégie définie, va nécessiter une communication accrue afin de faire connaître le concept auprès des chefs d'entreprise. Nous croyons beaucoup à cette aventure.

Une vidéo institutionnelle présentant le Club Export Réunion va également être tournée pour valoriser l'accompagnement qu'il propose à ses membres. Elle sera complétée par un manifeste qui retrace l'histoire de l'association, ses valeurs et sa vision, à travers les témoignages des hommes et des femmes qui ont participé à la création du Club Export Réunion et à son essor depuis plus de deux décennies.

L'infographie : le Chèque Relance Export, qu'est-ce que c'est ?



Pour la relance, pensez export !

Chèque Relance Export

#FranceRelance

Objectif ?

Participation financière aux **actions de préparation et de prospection** pour se projeter sur les marchés étrangers



Concrètement ?



50 % des dépenses éligibles d'une prestation d'accompagnement à l'international pris en charge



15 000 chèques attribués sur 2020-2021 aux PME et ETI françaises

Comment ?



1 entreprise peut bénéficier du chèque dans la limite de 4 dossiers par entreprise (2 pour les prestations individuelles et 2 pour les prestations collectives)

Qui peut le délivrer ?

Les opérateurs agréés tels que le Club Export Réunion



Le chèque en détails

1 500€ (max)

prestation d'accompagnement collectif vers des marchés cibles

2 000€ (max)

prestation d'accompagnement individuel

2 500€ (max)

participation à un pavillon France sur un salon à l'étranger