

Le savoir-faire artisanal, clé de la réussite à l'export

Les entreprises artisanales qui parviennent à développer leur activité à l'international misent sur une stratégie et des leviers bien identifiés. A commencer par un savoir-faire spécifique, recherché sur leur marché.

En matière d'exportation, les entreprises artisanales occupent rarement le devant de la scène. Elles n'ont pourtant pas à rougir dans ce domaine. Environ 35 000 d'entre elles entretiennent des relations commerciales avec l'étranger. Ce qui représente, à l'échelon national, près d'une entreprise exportatrice sur trois. Cette forte présence à l'international, même si elle génère une moindre valeur ajoutée que celles des secteurs "champions" de l'export – industrie de pointe et agro-alimentaire notamment – est due à de nombreux atouts concurrentiels, avantageusement mis à profit. C'est ce que révèle une étude sur les entreprises artisanales exportatrices, réalisée l'année dernière par l'Institut supérieur des métiers (ISM) et l'Université de Savoie.

Un savoir-faire recherché

Ce travail d'analyse, mené auprès de 702 entreprises réalisant une partie de leur chiffre d'affaires à l'international (17 % en moyenne), et rendu public en février dernier, met en évidence des "constantes" favorables au développement à l'export. La première réside dans la spécificité de l'offre. Dans deux cas sur trois, ces entreprises détiennent un savoir-faire spécifique, rare sur le marché et, de ce fait, activement recherché, notamment par la clientèle étrangère. A tel point que, le plus souvent, l'entreprise artisanale n'initie pas elle-même la démarche export. C'est un client étranger qui la contacte et lui adresse une première commande.

Ce précieux savoir-faire, souvent accompagné d'une connotation "made in France" valorisante, va de pair avec un important travail d'innovation. Ceci confirme, à l'échelle de l'artisanat, le lien entre innovation et exportation rapporté par de nombreuses études. Cet avantage concurrentiel est

jalousement défendu. La moitié des artisans exportateurs protège son savoir-faire grâce au dépôt de brevets, de modèles ou de marques. Un score proche de celui observé dans le domaine des PME du secteur industriel.

Des prestations "sur mesure"

La délivrance de prestations sur mesure apparaît également comme un accélérateur à l'export. Dans 66 % des cas en effet, les entreprises s'adaptent à la demande de leur clientèle, plutôt que de se contenter, comme la plupart de leurs concurrents, d'une offre de produits standardisée. Le positionnement commercial revêt aussi son importance. Avec un net avantage pour le "B to B". A cet égard, 69 % des exportateurs s'adressent à la clientèle professionnelle, plutôt qu'au grand public.

La taille de l'entreprise ne semble pas être un obstacle majeur, puisque l'effectif moyen des entreprises étudiées est de 10 salariés (pour un CA de 1,1 million d'euros). La modestie des moyens engagés n'est pas non plus un frein. Enfin, les dirigeants des entreprises exportatrices parlent une langue étrangère (72 % des cas), mais ils ne sont pas spécialement outillés pour percer à l'international. Ainsi, 5 % seulement disposent d'un responsable export et 94 % n'ont pas de budget dédié.

Pour en savoir plus :

<http://ism.infometiers.org/index.php/ISM/Etudes-economiques/Liste-des-etudes/Les-entreprises-artisanales-exportatrices?from=liste&offset=0&classification=8>

© Thibault Bertrand – Uni-éditions – juillet 2012