

Qui sont les Champions de l'International ?

Une étude par secteur et type d'activité

Paris, le 21 mai 2015 : Les sociétés Internet exportent 3x plus que les entreprises classiques. Celles dont le site est multilingue vendent 5 fois plus à l'étranger. C'est ce que révèle l'étude *Les Champions de l'International* réalisée par TextMaster avec le soutien de France Digitale, l'IE Club, Réseau Entreprendre, 100 000 Entrepreneurs et le NUMA. Un rapport qui permet de mieux cerner les secteurs leaders en matière de bonnes pratiques internationales dans les industries du commerce, des technologies, des start-ups, du tourisme, de la mode à travers neuf pays dans le monde.

Ventes internationales par secteurs

Les secteurs qui enregistrent la part **la plus importante** de ventes internationales dans leur chiffre d'affaires sont les suivants :

- **les biens de consommation**
- **les logiciels/applications**
- **la mode/le luxe/le textile**

A l'inverse, les industries qui exportent **le moins** sont :

- **les arts et les loisirs**
- **l'automobile et les transports**
- **l'édition/les médias**

Rapidité de l'expansion internationale après création de la société

Les entreprises qui connaissent l'essor international **le plus rapide** (2 an en moyenne) sont spécialisées dans :

- **le voyage/tourisme**
- **les logiciels et applications**
- **les agences web/agences de communication/agences de relations publiques**

Ces entreprises sont souvent uniquement actives sur le web et vendent des services (non des produits) ce qui supprime les défis de logistique et de distribution à l'étranger et réduit le délai nécessaire à la pénétration de nouveaux marchés.

Au contraire, celles qui mettent **le plus de temps** à s'exporter sont :

- **l'immobilier/le BTP**
- **la santé et biotechnologie**
- **l'édition/les médias**

Vente en ligne

Les entreprises dont l'activité commerciale s'effectue majoritairement en ligne **affichent 3 fois plus de ventes à l'international**, elles s'implantent plus rapidement à l'étranger (après seulement un an) et réduisent le nombre de bureaux régionaux.

Les entreprises traditionnelles atteignent seulement 14% de ventes internationales tandis que celles dont les ventes en ligne sont prépondérantes dépassent les 40% de ventes à l'export.

B2B/B2C

Bien que le marché du B2B paraisse plus complexe que celui du B2C, notre étude montre que les entreprises B2B réalisent une part de leur activité à l'étranger légèrement supérieure à celle des entreprises B2C (respectivement 29 % et 22 %).

Les ventes en ligne expliquent ce phénomène : les entreprises B2B n'ont plus besoin de mettre sur pied une équipe de vente locale sur chaque marché. Elles touchent un plus grand nombre de marchés en localisant leurs plateformes B2B sur le cloud et leurs sites d'e-commerce.

Langues

Les entreprises dont le site internet est **multilingue** vendent **5 fois plus à l'étranger**. Il existe aussi une corrélation entre le nombre de langues parlées au sein d'une société et les ventes à l'export. Les entreprises dont les collaborateurs ont plus de **10 nationalités différentes vendent 5 fois plus à l'étranger** que les entreprises où seule une nationalité est représentée.

De même, lorsque les directeurs parlent une seconde langue, les entreprises vendent **2 fois plus à l'international**.

Age de l'entreprise

Les entreprises anciennes (> de 50 ans) enregistrent la plus grande part de ventes internationales, suivies de près par les jeunes entreprises d'un an. Les sociétés exportent plus ou moins vite en fonction des secteurs :

- **Logiciels/applications : seulement 1 an**
- Tourisme : 10 à 20 ans
- E-commerce : 10 à 20 ans

Quel est le profil type de l'entreprise qui s'est développé avec succès à l'international tout en maintenant une solide présence locale ?

Profil du Champion de l'International

- Age : 2 à 5 ans
- Vente en ligne : forte (plus de 75% du CA)
- Secteur : E-commerce
- Site web : Traduit en 5 langues ou plus
- Direction : bilingue
- Personnel : plus de 10 nationalités représentées

Thibault Lougnon, CEO de TextMaster commente : « Cette étude révèle particulièrement la maturité des acteurs Internet dans leur prise de conscience des enjeux de l'international. Nous avons été surpris de constater l'immense fossé entre les sociétés Internet et les acteurs traditionnels. Non contentes d'exporter proportionnellement trois fois plus que leurs homologues traditionnels, les sociétés Internet mettent l'accent sur l'international dès leur création. C'est vraiment révélateur d'une nouvelle génération d'entreprises qui intègrent la dimension internationale au cœur de leur ADN. »

A propos de l'étude

L'étude TextMaster sur les Champions de l'International vise à comprendre comment les entreprises de différents secteurs et pays gèrent leur développement international. L'étude a été menée entre le 15 septembre et le 14 novembre 2014 auprès d'un échantillon de 724 entreprises dans 15 pays. L'enquête était constituée d'un questionnaire de 15 questions à choix multiple envoyé par TextMaster, des associations nationales représentatives telles que France Digitale, Réseau Entreprendre ainsi que l'institut de sondage LightSpeed Research. Les sondés étaient des directeurs, des directeurs adjoints et des entrepreneurs de divers secteurs, notamment l'e-commerce, le tourisme, la mode et le marketing.

Un grand merci à France Digitale, l'IE Club, Réseau Entreprendre, 100 000 Entrepreneurs et le NUMA pour leur soutien dans cette étude.

À propos de TextMaster

Créée en 2011, TextMaster est la première plateforme professionnelle de services de traduction, rédaction et relecture de contenus en ligne dans plus de 30 langues et 40 domaines d'expertise. Les technologies de TextMaster rendent aujourd'hui accessibles à tous, en quelques clics seulement, les services de traducteurs et rédacteurs de talent via TextMaster.com, en API, en marque blanche ou au travers de plugins spécialisés pour WordPress, Magento... Fort d'un réseau de plusieurs milliers de rédacteurs web et traducteurs partenaires qualifiés, TextMaster accompagne aujourd'hui plus de 5 000 clients dans leur croissance à l'international, 24 heures sur 24, 7 jours sur 7.

Contact presse

Diane Gaillard

diane@textmaster.com

www.textmaster.com

+33 6 62 17 04 09