

Table des matières

Liste des sigles	IX
■ 1. L'entreprise et l'environnement international	
L'environnement macro économique	3
Le commerce mondial	
La communauté économique européenne	
Le commerce extérieur de la France	
Le développement international de l'entreprise	14
Les raisons de l'internationalisation	
L'approche mercatique de l'exportation	
Le plan de marchéage	
Le diagnostic export	20
L'analyse de l'entreprise	
Vers le choix des marchés cibles	
■ 2. La pénétration des marchés étrangers	
Les études de marchés	29
Les objectifs	
Le contenu de l'étude	
Les méthodes	
La prospection	35
Les formes de prospection	
L'organisation des déplacements à l'étranger	
Les aides à la prospection	
■ 3. L'accès aux marchés étrangers	
Les formes de présence	47
Problématique	
Les formes de présence intégrées	
Les formes de présence sous-traitées	
Les formes de présence concertées	

L'animation des réseaux de vente	63
L'animation de la force de vente	
L'animation de la représentation locale	
L'animation de la distribution	
Les contrats internationaux	69
Les principes généraux des contrats	
La CEE et les contrats	
Le traitement des litiges	
■ 4. L'offre internationale	
Le produit	81
L'approche technique : normes, règlements et brevets	
L'approche commerciale	
Le prix	87
La détermination du prix export	
Les conditions de paiements	
La stratégie des prix à l'export	
Les aspects juridiques de l'offre	93
Les conditions de livraison : les INCOTERMS	
Le contrat de vente	
L'administration des ventes export	101
La gestion des commandes	
La chaîne documentaire export	
L'après-vente	
■ 5. Le transport international	
Les différents modes de transport	109
Les points importants	
La notion de transport multimodal	
Le choix d'un mode de transport	114
Le coût du transport	
Les autres éléments du choix	
L'assurance transport	117
La responsabilité du transporteur	
Les modalités de l'assurance transport	

Les intermédiaires du transport	121
Leur place dans les opérations de transport	
Les principaux intermédiaires	
■ 6. La douane	
Le cadre institutionnel	127
La douane en France	
La douane et la CEE	
La douane et l'entreprise	132
Le vocabulaire de base : procédures, déclarations et régimes	
Etude fonctionnelle des régimes suspensifs	
Les problèmes liés à la TVA	
■ 7. Le paiement et le change	
Le paiement	141
Les instruments d'encaissement	
La couverture du risque de non paiement	
Le change	148
Les aspects techniques	
Le risque de change	
■ 8. Financement et fiscalité à l'international	
Le financement à court terme	157
A l'importation	
A l'exportation	
La gestion de la trésorerie des groupes à implantation multinationale	
Le financement des opérations à long et moyen termes	164
Le financement des exportations	
Les risques et moyens de les couvrir dans les opérations à long et moyen termes	
Le financement des investissements à l'étranger	170
Le financement de la société exportatrice	
Le financement du fonctionnement de la filiale	
Les risques et les moyens de les couvrir	
La fiscalité à l'international	176
La fiscalité à l'exportation	
La fiscalité des bénéfices réalisés à l'étranger	

■ 9. Communication et négociation

La communication	183
La communication interpersonnelle	
Les techniques d'analyse	
La politique de communication internationale	191
La communication internationale	
La publicité	
La promotion des ventes	
Le merchandising	
La négociation	200
Les techniques de négociation	
La négociation à l'international	
Quelques exemples de cadres de négociation particuliers	

■ 10. La vente de biens industriels

Le marketing industriel	207
Caractéristiques des marchés industriels	
Le processus d'achat des biens industriels	
La vente par appels d'offres internationaux	209
Les appels d'offres	
Les garanties bancaires dans les marchés internationaux	
La compensation	214
Définition	
Les techniques utilisées	
Index alphabétique	216