LA FABRIQUE DE L'EXPORTATION

Masterclass du 12 mai 2026

Boycott, bashing et bad buzz à l'international : comment se protéger et réagir ?

- Magdalena Godek Brunel, Esce Business School
- Hervé Kirsch, Stratinfo

Les recommandations stratégiques de La Fabrique de l'Exportation

01 — CADRAGE

Ne pas réduire le risque export au produit et au prix

Intégrez la perception locale de l'entreprise, de son pays d'origine et de ses choix géopolitiques.

02 — CARTOGRAPHIE

Cartographier les acteurs avant d'entrer dans une zone sensible

Identifiez concurrents, médias, ONG, élus et relais capables de favoriser ou de bloquer l'entreprise.

03 — VEILLE

Mettre en place une veille des signaux faibles

Suivez les débats sectoriels et politiques locaux avant qu'ils ne deviennent des signaux forts.

04 — COMMUNICATION

Comprendre l'émotion locale avant de répondre

Analysez le climat émotionnel local avant toute réponse strictement économique ou juridique.

05 — COHÉRENCE

Éviter l'hypocrisie perçue

Alignez le discours de responsabilité avec les décisions opérationnelles réellement visibles.

06 — TIMING

Choisir le bon moment pour agir sur l'offre

Adaptez prix et promotions à la phase de la crise pour ne pas paraître cynique.

07 — SILENCE

Ne pas confondre silence et absence de stratégie

Décidez de parler ou de vous taire selon un raisonnement par les effets, pas par réflexe.

08 — INFLUENCE

Mobiliser des tiers de confiance

Faites porter votre parole par des experts, partenaires ou salariés plutôt que par la marque seule.

09 — CONVERGENCE

Prévenir la convergence des luttes

Surveillez les passerelles entre causes géopolitiques, sectorielles et commerciales.

10 — INFORMATION

Protéger l'information stratégique

Hiérarchisez ce qui reste interne, public ou destiné aux autorités et aux distributeurs.

11 — ANTICIPATION

Préparer des scénarios de crise par marché

Définissez à l'avance qui parle, qui valide et quelle est la chaîne de décision siège-filiale.

12 — FORMATION

Former les équipes export à la culture du risque

Apprenez aux équipes commerciales à repérer les signaux faibles et à remonter les alertes.

13 — PILOTAGE

Garder le lien avec le réel économique

Suivez des indicateurs concrets pour éviter de paniquer ou de minimiser une crise silencieuse.

14 — VISION

Faire de la réputation un pilier de la compétitivité export

Traitez la confiance comme une barrière à l'entrée, au même titre que le prix ou la qualité.