



Baromètre UPS - CGPME « PME, les clés de l'export » »



2e vague - Mars 2012



Sommaire

1 Résultats de la 2^{ème} vague	4
1.1 Perspectives et facteurs de développement de l'activité exportatrice	5
1.2 Les pratiques actuelles en matière d'exportation	14
1.3 Les principales opportunités et les difficultés rencontrées	20
1.4 Réactions sur l'actualité économique et politique	25
2 Rappel des points clés de la 1^{ère} vague	28
3 Annexes	31



Rappel de la méthodologie



Échantillon

- **403 entreprises :**
 - de 0 à 250 salariés,
 - ayant une activité à l'export représentant plus de 5% de leur CA au global,
 - et faisant de l'export depuis au moins un an.



Mode de recueil

- Interviews par **téléphone**
- Quotas par **secteur d'activité et taille d'entreprise**



Dates de terrain

- Le terrain s'est déroulé **du 2 au 13 janvier 2012**

Résultats de la 2^{ème} vague du baromètre 1



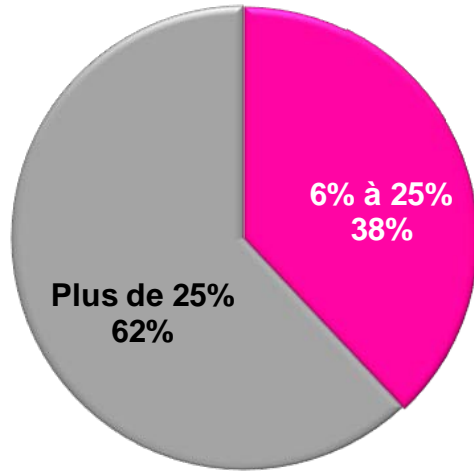
Perspectives et facteurs de développement de l'activité exportatrice

1.1

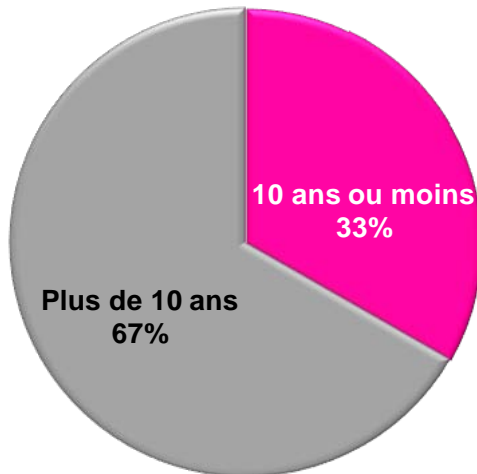


Des TPE / PME toujours dynamiques à l'export, plus encore au Moyen-Orient et en Afrique Subsaharienne.

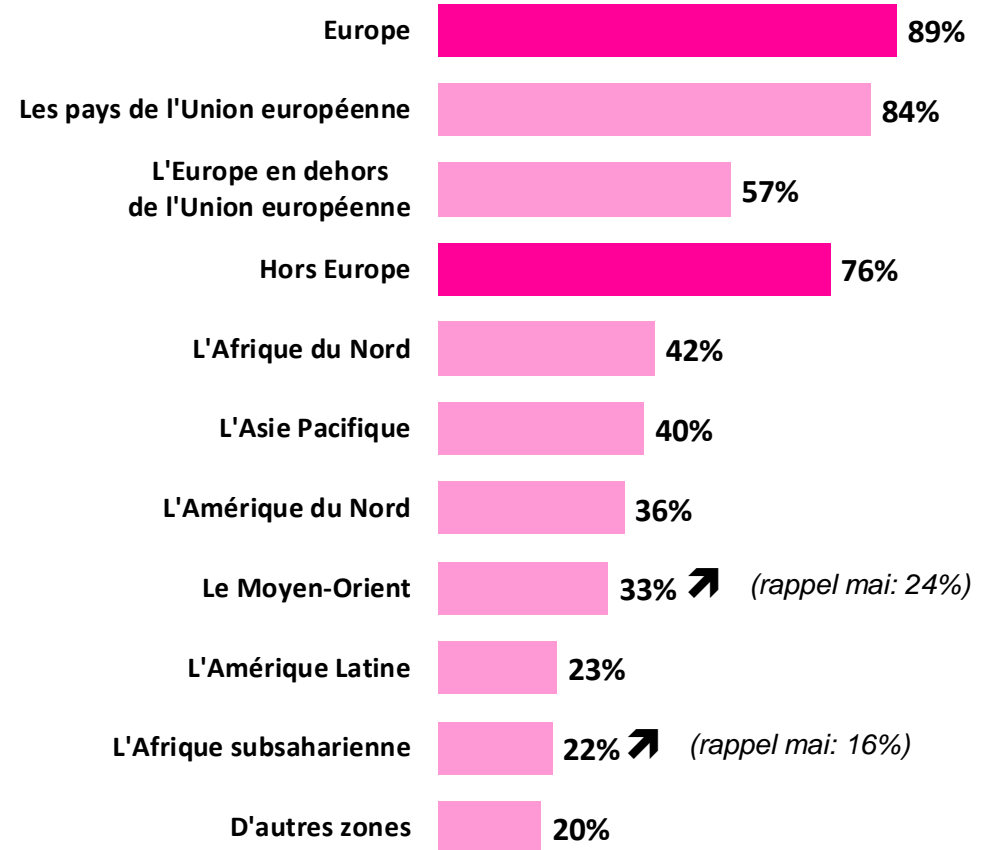
Part de l'export dans le CA annuel



Ancienneté de l'activité export



Zones géographiques où l'entreprise exporte



Nombre moyen de zones: 3,6 ↗ (rappel mai: 3,2)

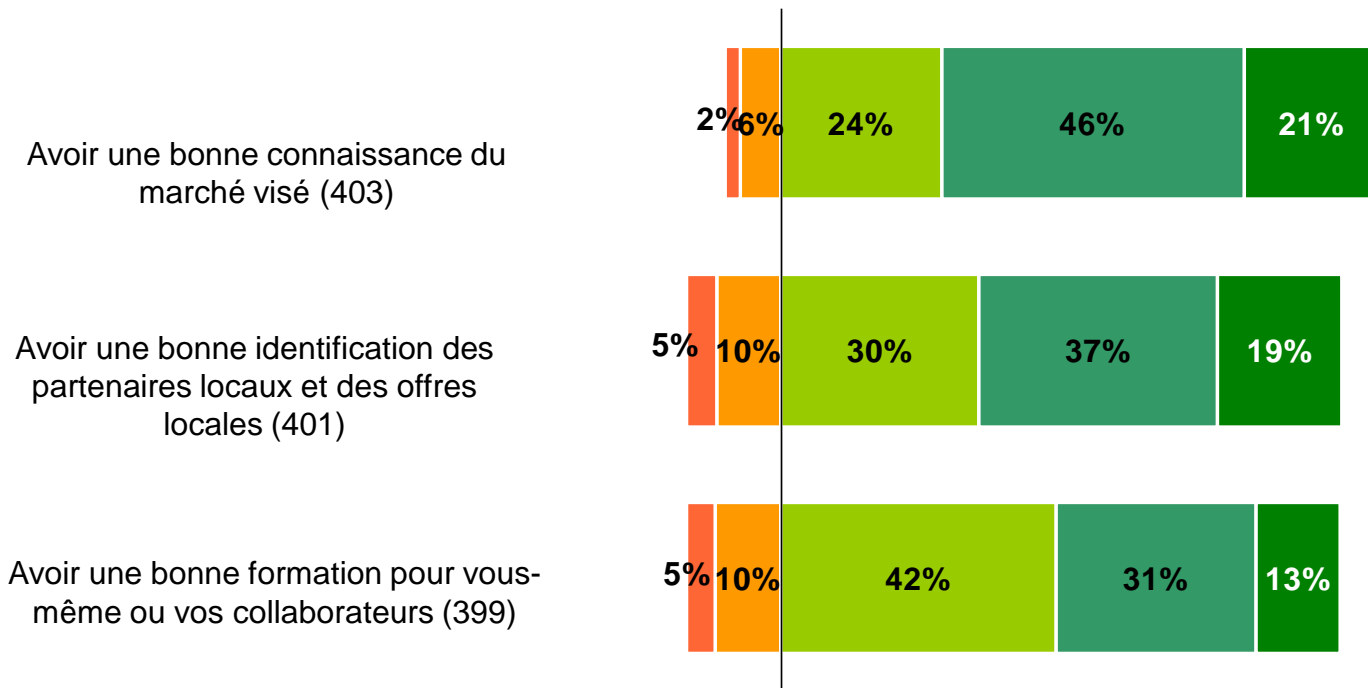
Base : A tous (403)

↗ ↘ : Ecart significatif à 95% vs la vague de mai 2011

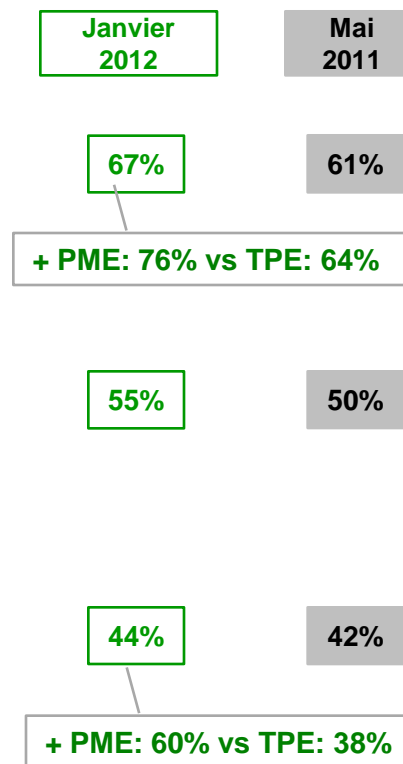
Pré-requis pour développer une activité à l'export

La bonne connaissance du marché reste considérée comme l'élément le plus important pour développer l'activité export

■ Pas du tout important
 ■ Peu important
 ■ Important
 ■ Très important
 ■ Extrêmement important



Sous Total (Très + extrêmement important)



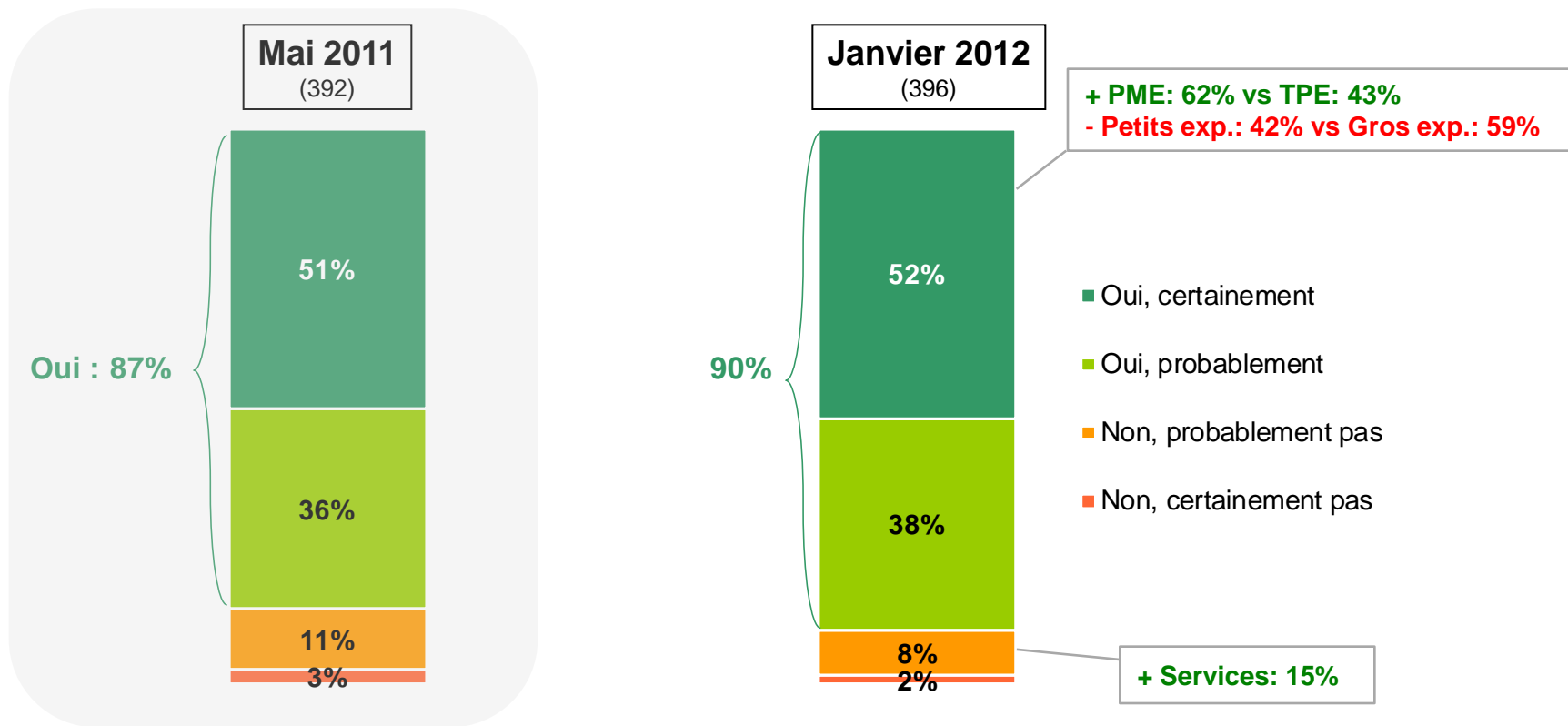
Pas d'écart significatif vs la vague de mai 2011

Base : A tous

B2 Pour développer vos activités à l'export, quelle importance accordez-vous à chacun des aspects suivants :

Perspective de développement de l'activité export

La moitié des entreprises envisagent le développement de manière certaine, une proportion stable par rapport à mai dernier.

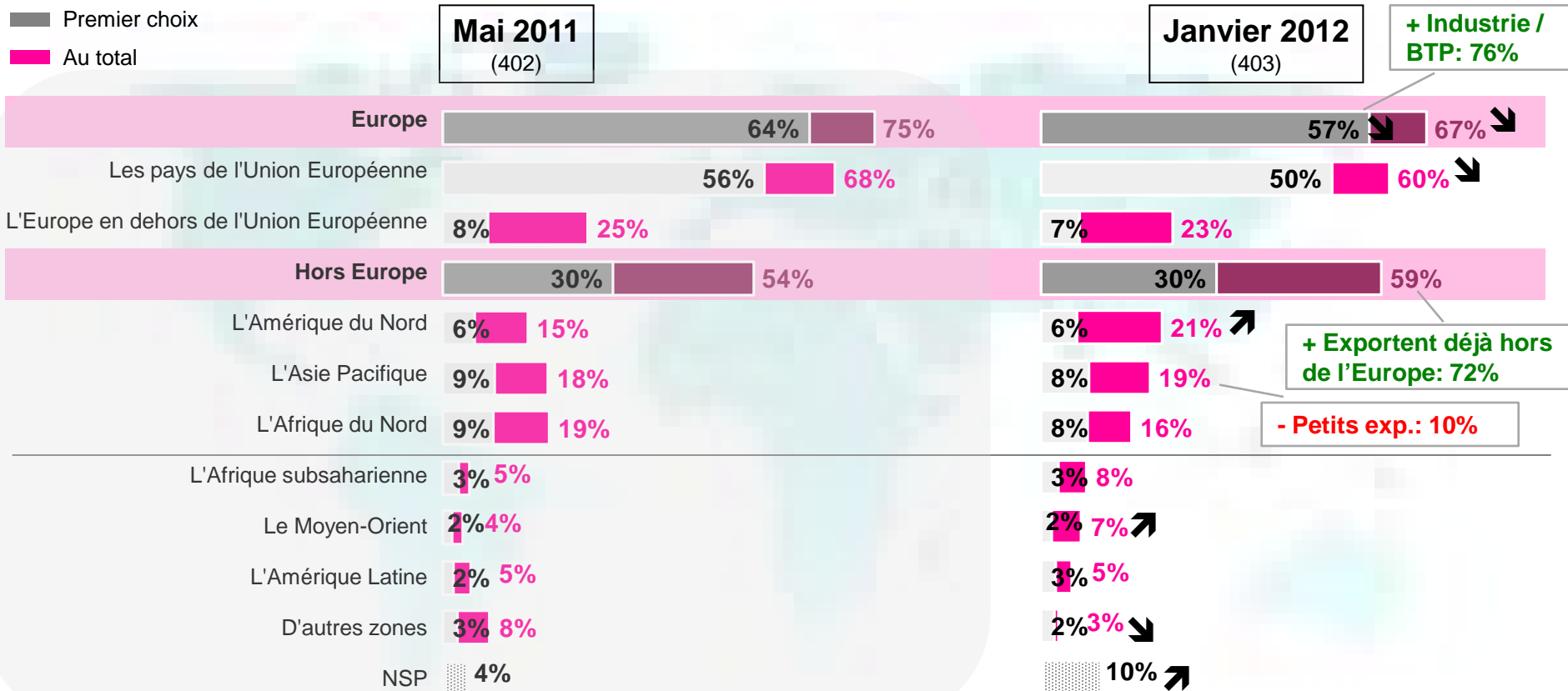


Base : A tous (396)
A3 Envisagez-vous à l'avenir d'augmenter votre chiffre d'affaires à l'export ?

Pas d'écart significatif vs la vague de mai 2011

Zones géographiques privilégiées pour l'exportation

L'Europe est moins plébiscitée, à l'inverse de l'Amérique du Nord: un effet de l'évolution du taux de change euro /dollar ?



↗ ↘ : Ecart significatif à 95% vs la vague de mai 2011

Base : A tous

A1 Quelles sont les zones géographiques prioritaires pour votre développement à l'international ? En premier ? En second ?

Facilité d'accès à ces marchés

Cependant, les marchés européens restent toujours jugés plus faciles d'accès.

Facilité d'accès selon la zone prioritaire d'exportation citée précédemment

	Total	** ST Europe	Les pays de l'Union Européenne	L'Europe en dehors de l'Union Européenne	** ST Hors Europe	L'Asie Pacifique	L'Afrique du Nord	L'Amérique du Nord
Base	344	224	197	27**	120	34*	31*	26**
ST Facile	62%	73%	77%	38%	41%	38%	53%	31%
Très facile	10%	10%	12%	-	10%	20%	12%	-
Plutôt facile	52%	62%	66%	38%	32%	18%	41%	31%
ST Difficile	38%	27%	23%	62%	59%	62%	47%	69%
Plutôt difficile	33%	25%	21%	60%	47%	51%	43%	52%
Très difficile	5%	2%	2%	2%	12%	11%	4%	18%
Ne sait pas	2%	3%	3%	-	2%	-	4%	-

 significativement inférieur au Total

 significativement supérieur au Total

* Base faible (entre 30 et 60)

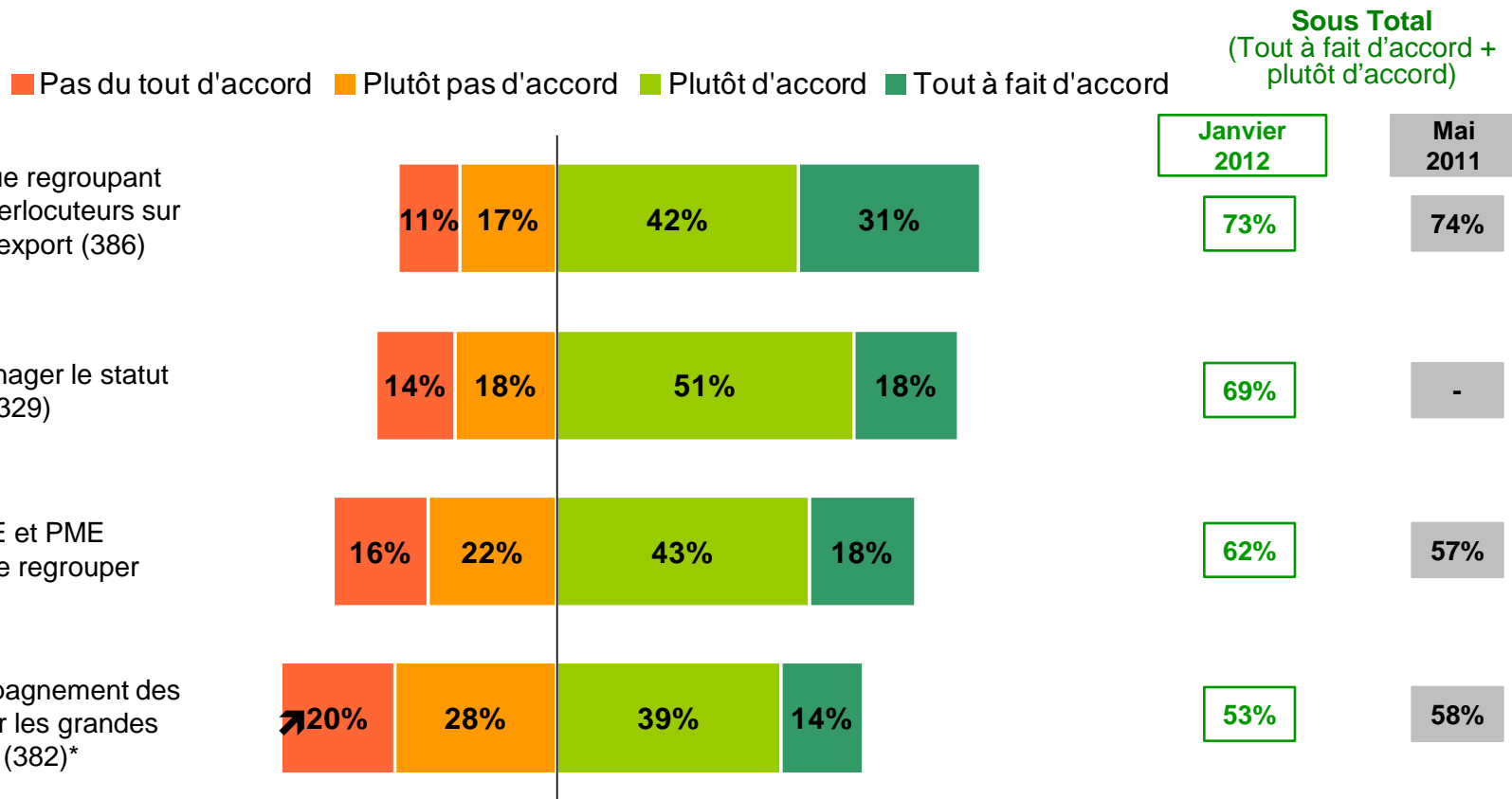
** Base très faible (<30), % à titre indicatif

Base : Entreprise ayant des zones géographiques prioritaires citées dans le questionnaire

A2 En considérant ces zones prioritaires, diriez-vous que l'accès aux marchés de ces zones est très facile, plutôt facile, plutôt difficile ou très difficile ?

Quels moyens pour développer l'export des PME en France ?

Le guichet unique demeure la solution à privilégier, la question du statut du VIE arrivant en second.



* libellé mai 2011: développer le portage des grandes entreprises

↗ ↘ : Ecart significatif à 95% vs la vague de mai 2011

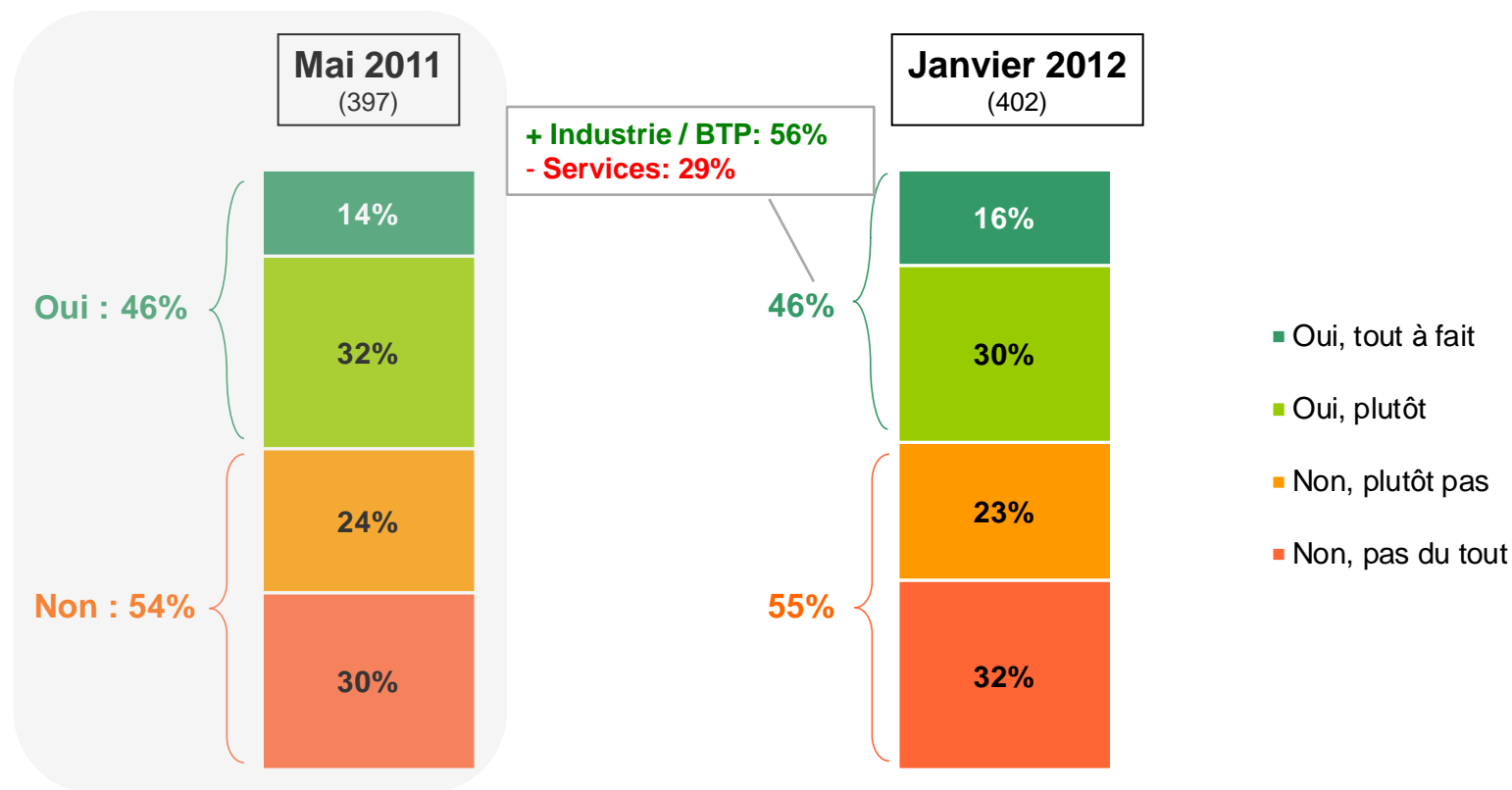
Base : A tous

B6 D'après vous, développer l'activité exportatrice des PME en France nécessiterait de...



L'accompagnement sur les questions douanières

Un intérêt stable pour l'accompagnement sur les questions douanières, plus important dans l'industrie et le BTP.

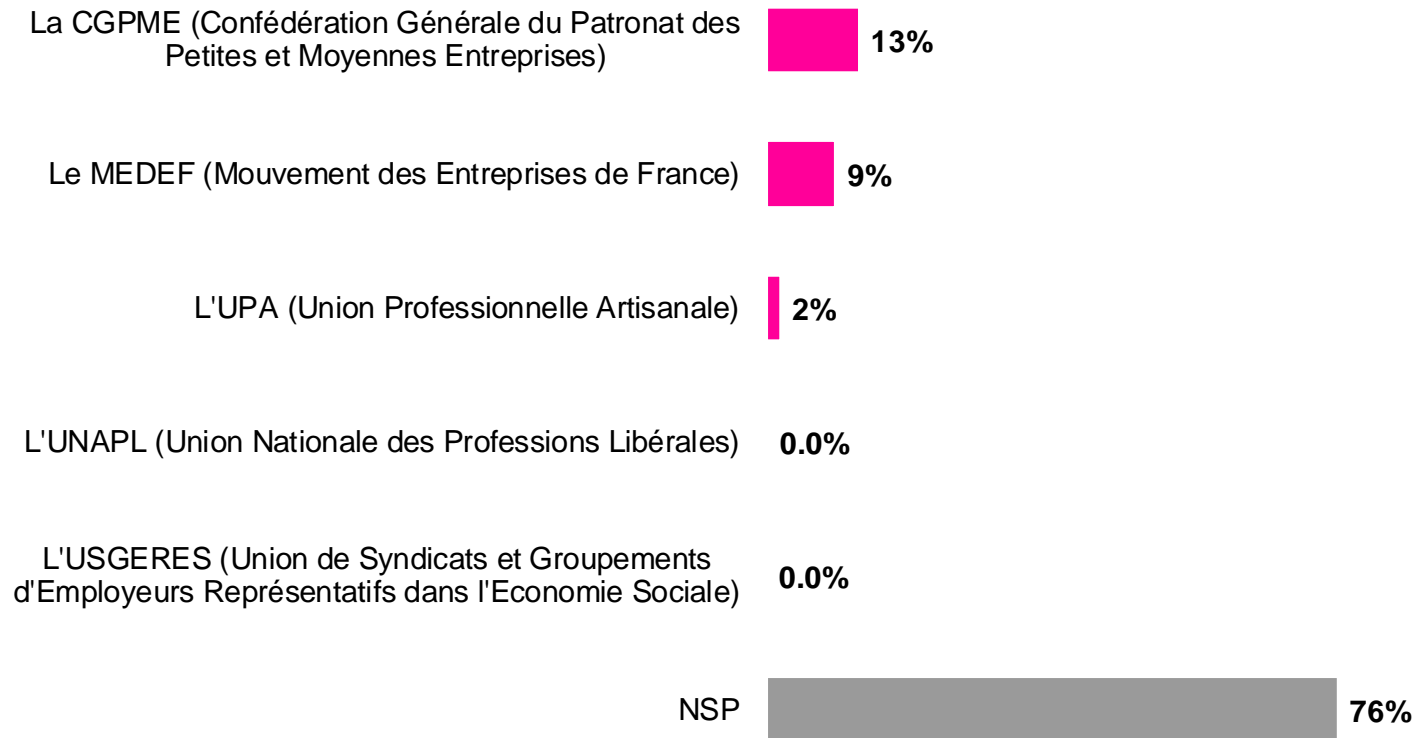


Base : A tous
B5 Souhaitez-vous être plus accompagné sur les questions douanières ?

Pas d'écart significatif vs la vague de mai 2011

Proximité perçue avec les organisations patronales pour les démarches à l'export

Seules ¼ des entreprises interrogées se prononcent à ce sujet et aucune organisation ne ressort particulièrement.



Base : A tous (403)

B2B Pour vous accompagner dans vos démarches à l'export, de quelle organisation patronale vous sentez-vous le plus proche. Est-ce de ... ?

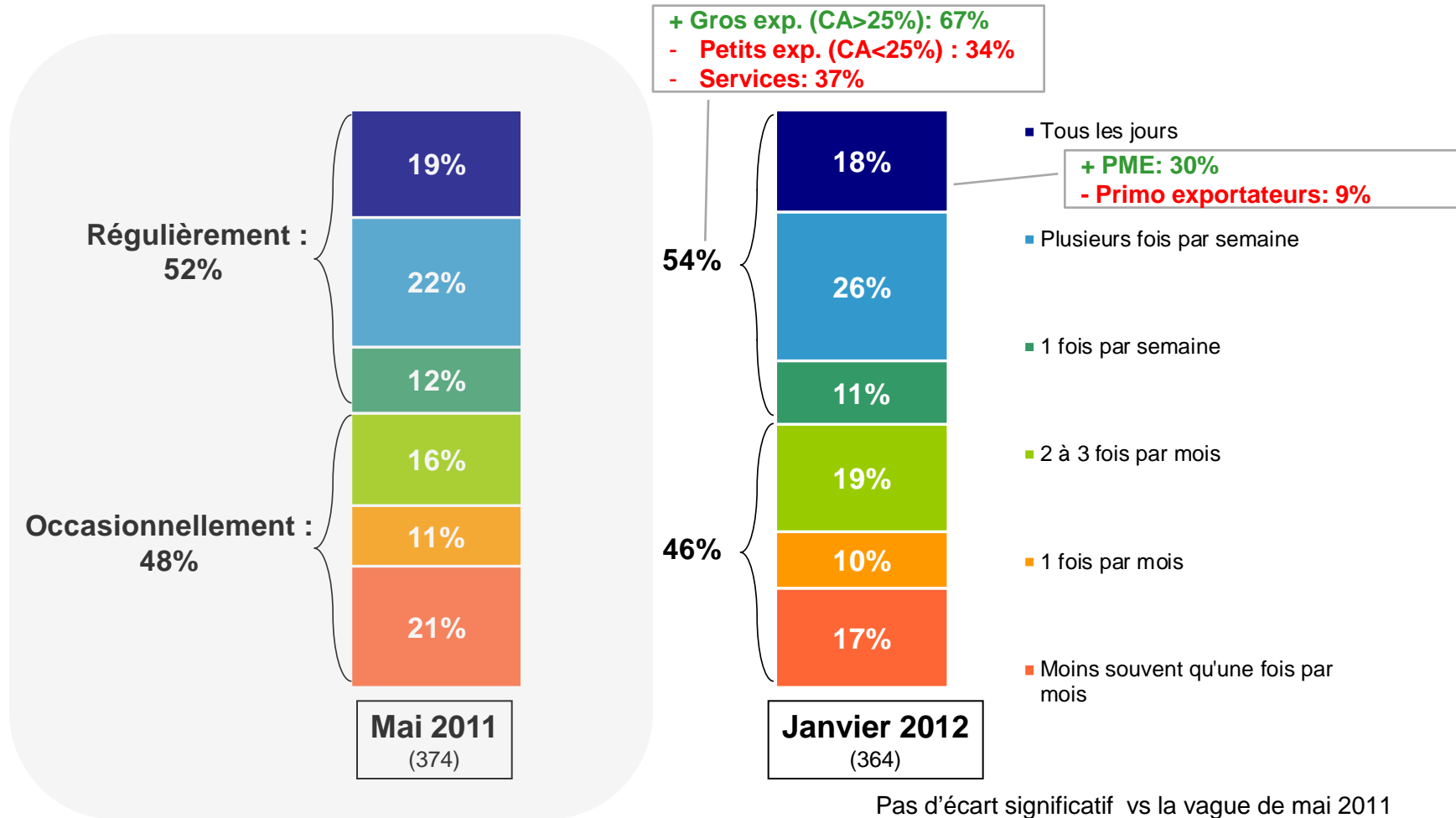
Les pratiques actuelles en matière d'exportation

1.2



Fréquence de recours aux prestataires de transport

Un peu plus de la moitié des entreprises y a recours au moins une fois par semaine.



Base : A tous

C1 En moyenne, à quelle fréquence utilisez-vous votre ou vos prestataires de transport pour l'export ?

Principaux critères de choix d'un prestataire

**Les
garanties
de fiabilité**

Un critère qui se détache: 30% des entreprises interrogées estiment que ce critère est extrêmement important dans le choix d'un prestataire, 80% qu'il est au moins très important.

La rapidité
d'exécution

La prise en
charge des
démarches

Le prix

Des critères prépondérants: 25% des entreprises interrogées estiment qu'ils sont extrêmement importants dans le choix d'un prestataire.

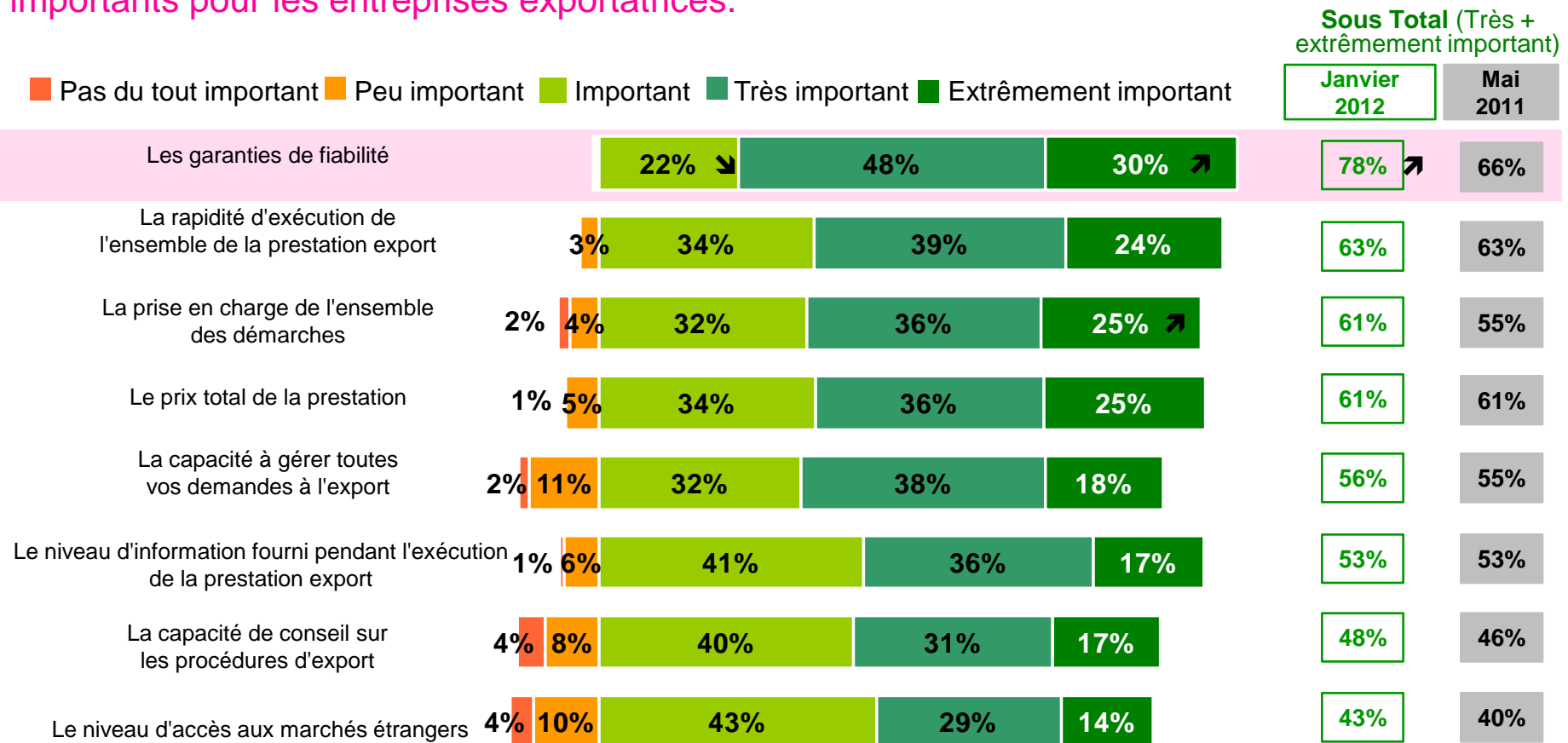
La
capacité
de conseil

Le niveau
d'accès
aux
marchés

**Des critères moins
prépondérants:** Moins de 50% des entreprises interrogées estiment qu'ils sont très importants dans le choix d'un prestataire.

Principaux critères de choix d'un prestataire

Les garanties de fiabilité et le prise en charge de l'ensemble des démarches apparaissent plus importants pour les entreprises exportatrices.



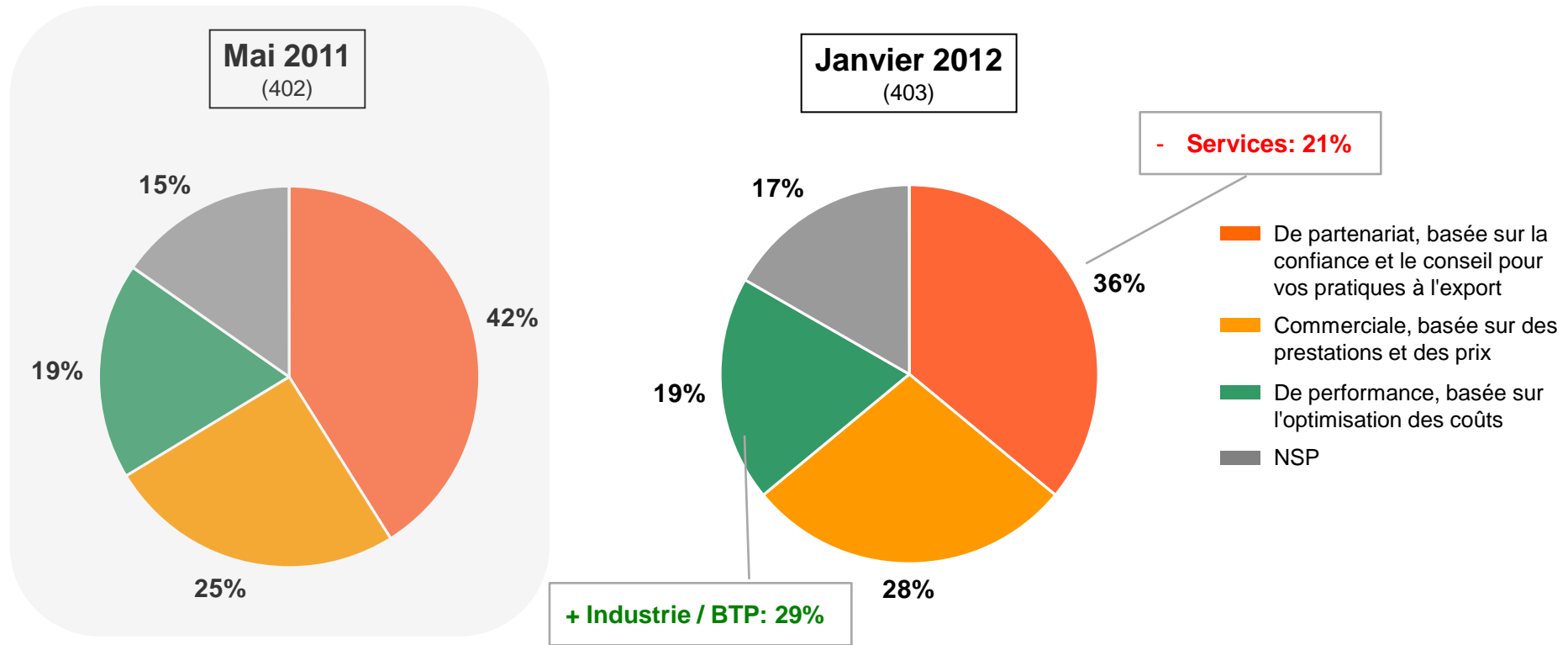
↗ ↘ : Ecart significatif à 95% vs la vague de mai 2011

Base : A tous (403)

C3 Au moment de choisir un prestataire de transport pour votre activité export, quelle importance donnez-vous à chacun des services suivants dans votre choix final :

Relation avec le principal prestataire de transport

Une relation toujours basée majoritairement sur le partenariat mais de façon moindre en tendance par rapport à mai 2011.



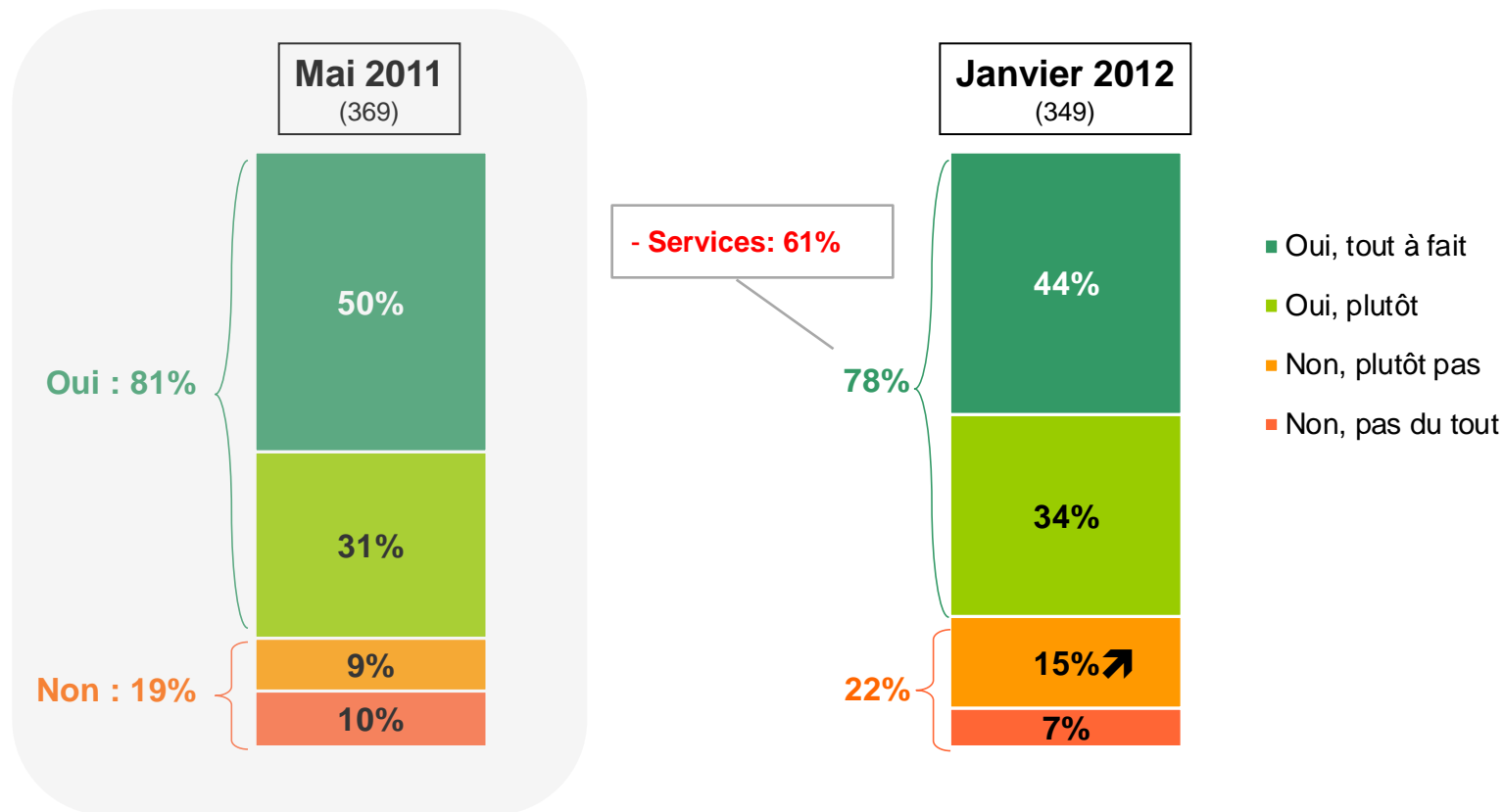
Pas d'écart significatif vs la vague de mai 2011

Base : A tous (403)

C2 En pensant à votre principal prestataire de transport pour l'export, considérez-vous que vous entretenez avec lui une relation :

Relation avec le principal prestataire de transport

Un interlocuteur qui demeure privilégié.



↗ ↘ : Ecart significatif à 95% vs la vague de mai 2011

Base : A tous (349)

C4 En considérant votre principal prestataire transport pour l'export, le considérez-vous comme un interlocuteur privilégié pour toutes vos questions liées à l'export ?

Les principales opportunités et les difficultés rencontrées

1.3

Valuta Currency	Acquisto We Buy	Vendita We Sell
 UK	0.888872	0.69403
 SWITZERLAND	1.81350	1.45157
 AUSTRALIA	1.84106	1.47363
 CANADA	1.79944	1.49033
 DENMARK	1.79250	1.50792

Quelles opportunités à exporter ?

92% des entreprises interrogées ont cité au moins une opportunité

Augmenter le
CA (43%) (37%)

Développer un
marché de niche
(17%) ↗ (8%)

Développer de
nouveaux marchés,
trouver de
nouvelles
demandes
(11%) (10%)



Faire connaître,
valoriser
l'entreprise
(19%) ↗ (13%)

Développer la
présence
internationale
(15%) (10%)

1,8 ↗ (1,5) mentions citées en moyenne

(10%): rappel mai 2011

↗ ↘ : Ecart significatif à 95% vs la vague de mai 2011

Base : A tous

B8 Selon vous, quelles sont les opportunités pour votre entreprise à exporter ?

Quelles **opportunités** à exporter ?

Verbatims

Ça nous permet de ne pas subir les crises car en exportant dans plusieurs pays le risque est moindre.

Développer le CA et amortir les coûts de recherche – développement.

Les opportunités sont énormes. Le salut des entreprises françaises vient de l'export. Il est primordial pour les PME françaises d'attraper des marchés importants sur des pays en forte croissance.

Faire connaître le produit sur d'autres marchés, augmenter le CA à l'export, valoriser l'image de l'entreprise.

C'est si l'on veut augmenter notre CA. Ce marché est saturé en France. C'est pour accompagner notre clientèle qui s'étend dans le monde. Si l'on veut garder nos clients, il faut savoir les accompagner.

Ça permet de développer le CA, d'utiliser des produits qui sont en fin de vie sur le marché français et de leur donner une seconde jeunesse à l'étranger.



Quelles **difficultés** à exporter ?

86% des entreprises interrogées ont cité
au moins une **difficulté**

Les **douanes**,
les **frais**
douaniers
(23%) ↗ (16%)

La **barrière de**
la **langue**
(16%) (14%)

Coûts
logistiques/frais
de transport
(12%) ↗ (7%)



Le **manque**
d'information,
méconnaissance
du marché
(17%) ↗ (10%)

La
réglementation
(14%) (12%)

2,1 ↗ (1,9) mentions citées
en moyenne

Base : A tous
B7 Selon vous, quelles sont les principales difficultés que vous rencontrez à exporter ?

(10%): rappel mai 2011

↗ ↘ : Ecart significatif à 95% vs la vague de mai 2011

Quelles **difficultés** à exporter ?

Verbatims

Les problèmes douaniers, ils sont élevés.

Tout ce qui est démarches administratives, documents obligatoires, mais aussi les douanes en fonction des pays qui ne demandent pas la même chose. Au niveau règlement des factures, c'est la même chose, on ne sait pas parfois si le client va nous payer.

Le manque de temps, le manque de disponibilité. L'exportation c'est un travail à long terme donc il faut y consacrer beaucoup de temps. On devrait s'inspirer du modèle allemand beaucoup plus efficace que le nôtre.

A mon sens le principal frein d'une manière générale c'est la méconnaissance des langues étrangères par les français mais aussi leur méconnaissance de l'environnement international. Ils s'intéressent très peu à ce qu'il se passe à l'étranger.

L' Euro est surévalué par rapport aux autres devises.

Sur certains pays, c'est beaucoup le pouvoir d'achat. Il y aussi la connaissance du marché, c'est difficile sur certains pays de bien étudier les marchés et la concurrence.



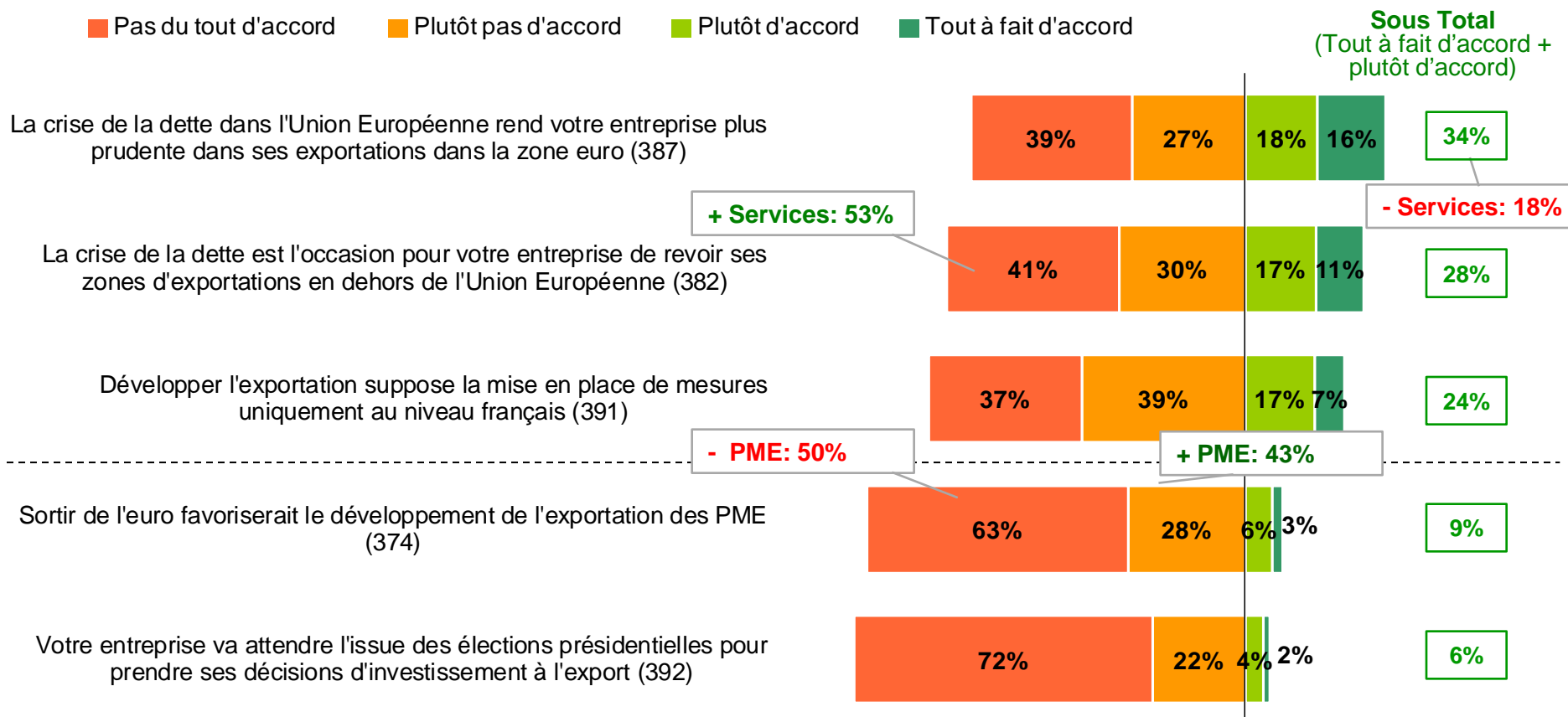
Réactions sur l'actualité économique et politique

1.4



Opinion sur les questions d'actualité

La crise de la dette comme les prochaines élections présidentielles sont perçues par les entreprises comme ayant globalement peu de conséquences sur leurs pratiques.

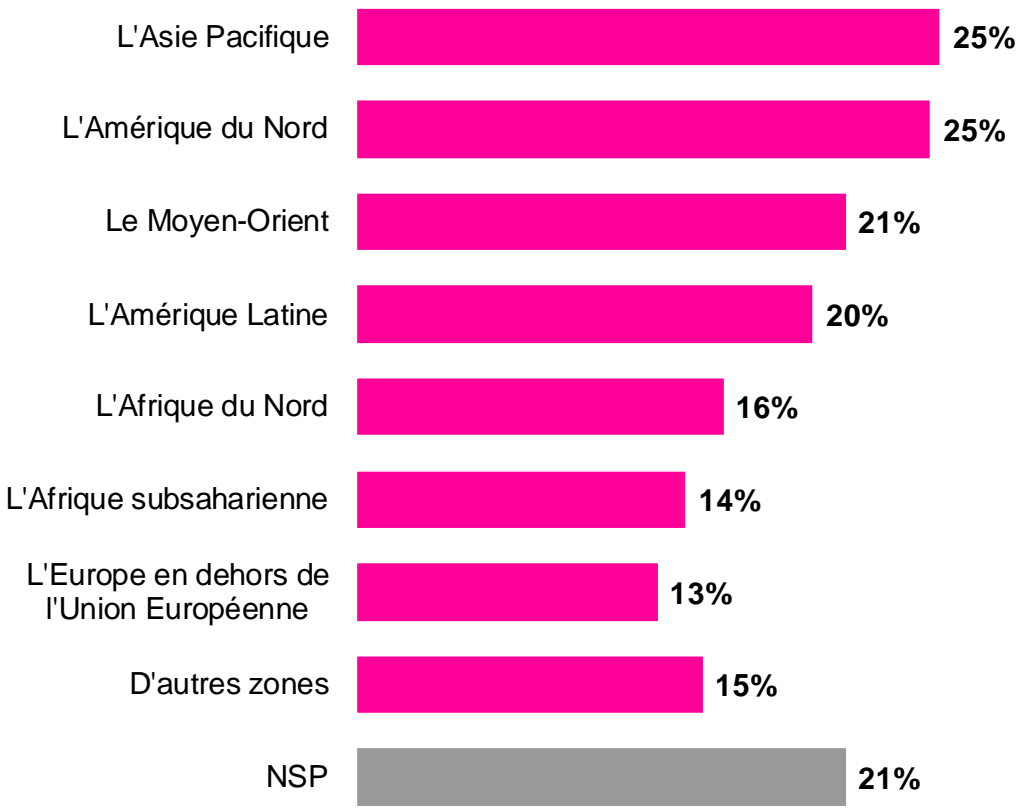


Base : A tous

D4 Pour terminer, je vais vous poser quelques questions liées à l'actualité. Diriez-vous que vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes :

Zones envisagées pour l'export hors UE suite à la crise

Aucune zone ne se détache particulièrement.



Nombre moyen de zones citées: 1,9

Base : Tout à fait d'accord ou plutôt d'accord quant au fait que la crise soit une occasion de revoir ses zones d'exportation en dehors de l'UE (108)
D5 Vers quelles zones géographiques en dehors de l'Union Européenne votre entreprise envisage-t-elle d'orienter ses exportations suite à cette crise ?

Rappel des points clés de la 1^{ère} vague du baromètre (mai 2011)

2



Les points clés de l'étude en mai 2011

→ Le prestataire transport un partenaire à l'export

- 42% des entreprises françaises exportatrices considèrent la relation avec leur prestataire transport comme **un partenariat**. Il est **l'interlocuteur privilégié** pour leurs questions liées à l'export (81% de oui).

→ Des attentes simples vis-à-vis de ce prestataire

- Elles attendent de ce partenaire qu'il assure une prestation **fiable, rapide et à un prix raisonnable**. Les compétences plus techniques ne ressortent pas comme des critères prépondérants dans le choix d'un prestataire.

→ Exporter, c'est avant tout bien connaître le marché visé

- Les entreprises françaises exportatrices plébiscitent davantage **une bonne connaissance du marché** plutôt qu'une bonne formation **pour réussir à l'exportation**.

→ L'exportation, une activité qui tend à se développer

- Une grande partie des entreprises françaises exportatrices **souhaite développer** cette activité, principalement en **Europe** et au sein de l'**UE**. Cette volonté est avant tout guidée par l'envie **d'augmenter son CA** et de faire connaître son savoir-faire à l'étranger. Cependant, les entreprises doivent surmonter des difficultés principalement liées à la **règlementation**, aux **moyens financiers** à engager et à la **barrière de la langue**.

Les points clés de l'étude en mai 2011

→ Des entreprises informées ...

- Une bonne connaissance des organismes privés ou publics légitimes en termes d'exportation : 68% sont capables d'en citer au moins un de manière spontanée. Ils citent en priorité les CCI, Ubifrance et la Coface.

→ ...et formées

- La plupart des entreprises considèrent être **assez formées** (77%). Parmi celles qui ne se déclarent pas suffisamment formées, peu envisage de recourir à des formations dans les 2 ans (seulement 35%).

→ L'idée du guichet unique plébiscitée

- 74% des entreprises françaises exportatrices considèrent que la **mise en place d'un guichet unique regroupant l'ensemble des interlocuteurs à l'export** permettrait de développer l'exportation en France.

→ Le coût des matières premières, au centre des préoccupations

- 70% sont favorables à la mise en place d'un **système de provision pour la fluctuation du prix des matières premières**, quasiment autant (68%) estiment que l'augmentation du coût des matières premières a eu des **conséquences négatives** sur leur activité.

→ L'Allemagne, sans grande surprise est le grand gagnant

- 67% juge que l'Allemagne est le pays de l'Union Européenne **le plus compétitif** à l'export dans cette période de sortie de crise économique, loin derrière se trouve la France avec seulement 7% des suffrages...



Note méthodologique

- De manière à être le plus représentatif possible de la cible, nous avons effectué un **redressement des résultats** sur la base de statistiques issues de la base Altares. Le redressement a été effectué selon les critères clés suivants : secteur et nombre de salariés.
- Dans ce rapport, les résultats sur les questions de satisfaction et d'importance sont calculées en **retirant de la base les personnes ayant répondu « Ne sait pas »**.
- Pour les questions posées sur une échelle sémantique comprenant des mentions positives et négatives (essentiellement les questions de satisfaction et d'importance), nous **regroupons les modalités positives** pour calculer par exemple un taux de personnes satisfaites ou un niveau d'importance. Cependant, il est essentiel **d'analyser les valeurs extrêmes** pour une meilleure interprétation des résultats.
- **Le écarts significatifs par rapport à la vague de juin** sont signalés par des flèches.
- **Les écarts significatifs par sous-cible** (secteur, nombre de salariés, ancienneté de l'activité export, part de l'export dans le CA global et zones d'exportation actuelles) ont été calculés et sont indiqués de cette manière :

- Services : X %

Interprétation :

le résultat obtenu dans les Services est significativement inférieur au résultat sur l'ensemble des entreprises interrogées ; le résultat auprès de cette cible est indiqué (x%)

+ Plus de 25% de CA annuel à l'export : X %

Interprétation :

le résultat obtenu auprès des entreprises dont le CA à l'export est de + de 25% de leur CA global est significativement supérieur au résultat sur l'ensemble des entreprises interrogées ; le résultat auprès de cette cible est indiqué (x%)

Panorama des entreprises exportatrices interrogées (après redressement)

	Total
Base	403
Secteur d'activité (info fichier)	
Industrie / BTP	32%
Commerce	42%
Transport	6%
Service	21%
Taille entreprise (en déclaratif)	
0 salarié	6%
1 à 9 salariés	56%
10 à 49 salariés	32%
50 à 249 salariés	6%
TPE : 0 à 19 salariés	74%
PME : 20 à 249 salariés	26%
Ancienneté de l'activité export	
10 ans ou moins	33%
1 à 5 ans	14%
6 à 10 ans	19%
Plus de 10 ans	67%

	Total
Base	403
Part de l'export dans le CA annuel	
6% à 25%	38%
Plus de 25%	62%
26 à 50%	27%
Plus de 50%	35%
Zones géographiques où l'entreprise exporte	
Europe	89%
Les pays de l'Union européenne	84%
L'Europe en dehors de l'Union européenne	57%
Hors Europe	76%
L'Afrique du Nord	42%
L'Asie Pacifique	40%
L'Amérique du Nord	36%
Le Moyen-Orient	33%
L'Amérique Latine	23%
L'Afrique subsaharienne	22%
D'autres zones	20%

Base : A tous