



# Observatoire des PME exportatrices d'Ile-de-France

**Enquête 2015**

*Réalisation : ACTEL*

*Données source : Direction régionale des douanes Ile-de-France Ouest*

INTERNATIONAL

## Enquête 2015

### Méthodologie

**Pourquoi :** Mieux connaître les entreprises exportatrices d'Ile-de-France et l'évolution de leurs besoins

→ typologie, vision de l'export, pratiques, besoins, pays de destination...

- 800 entretiens téléphoniques
- Du 28 janvier au 28 février 2015
- Dirigeant / responsable export
- Fichier des Douanes IDF
- Tous secteurs, entreprises exportatrices
- Échantillon avec quotas par secteurs

## Enquête 2015

### Profil

#### Profil :

5 grands secteurs :

Agro-alimentaire - Biotech - Mécanique - Services aux entreprises - TIC + autres secteurs

Entreprises : < 5 000 salariés, ayant exporté au cours des 12 derniers mois

- 58% des entreprises ont moins de 10 salariés
- 33% des répondants ont réalisé un CA de 5 millions d'€ et plus
- 58% de ces entreprises exportent 20% de leur CA et 32% plus de 50%
- Elles sont à 82% également importatrices

## Enquête 2015 – grandes tendances

### Performance export

#### Progression du chiffre d'affaires annuel - les exportateurs à la fête

- Pour 41% des entreprises le CA est à la hausse en 2014 (37% dans l'enquête précédente)

#### Un taux d'export très corrélé avec le rythme, non avec la taille

- 2/3 des entreprises exportatrices le font régulièrement (même résultat en 2014)

#### Des marges supérieures ou égales à celles du marché français

- Pour 61% des entreprises interrogées

#### Les exportateurs sont aussi des importateurs

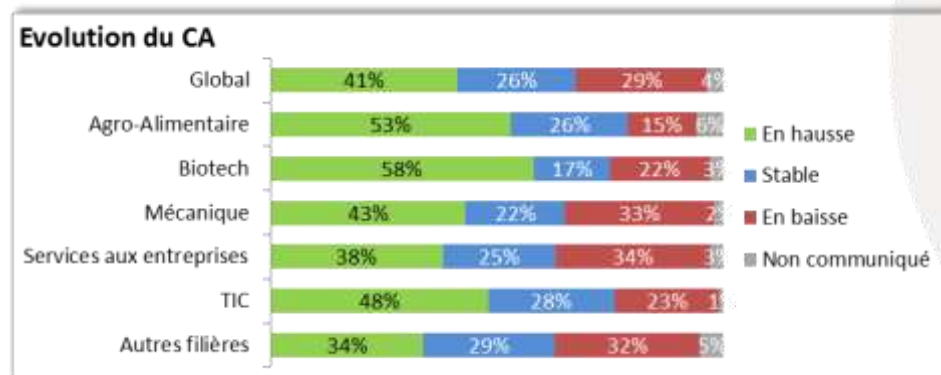
- 82% des entreprises de l'échantillon (66%, enquête 2014)

## Chiffre d'affaires global

### Chiffres d'affaires 2014

*Entreprises de moins de 5000 salariés de l'échantillon, hors grands groupes*

- **26%** des entreprises ont un CA **inférieur à 1 million d'euros**
- Pour 17% d'entre elles, il est entre 1 et 2 M€
- 21% réalisent en CA de 2 à 5 M€
- **33%** ont un CA **supérieur à 5 millions d'euros**
- Le CA est à 26% **stable** et à 41% **en hausse** (contre 33% et 37%, enquête 2014)

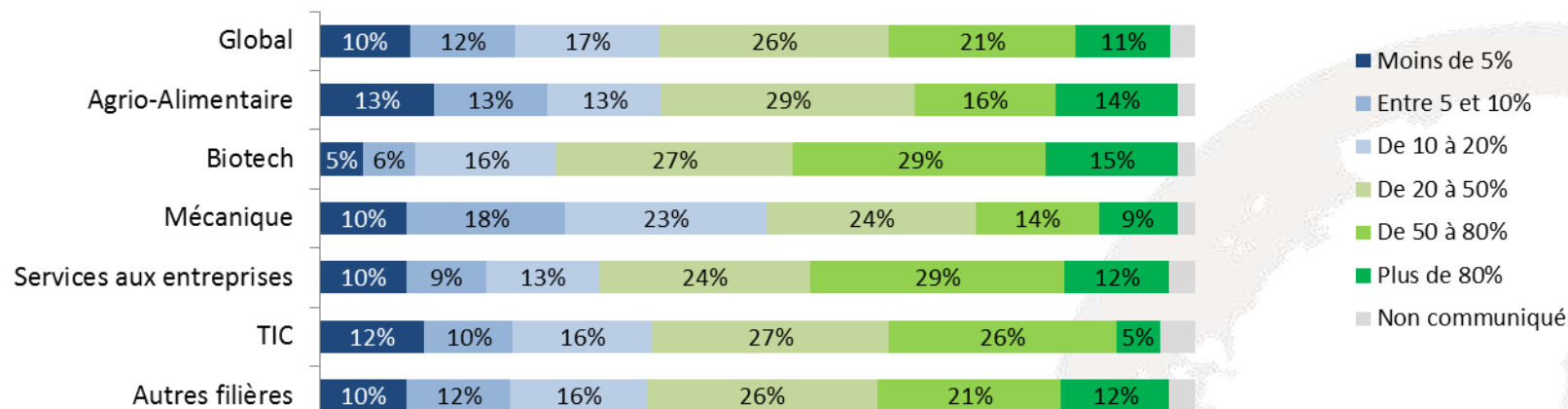


- ▶ **Trio des secteurs où la hausse est la plus fréquente**

Agro-alimentaire, biotechnologies et TIC

## Part de l'export dans le CA global

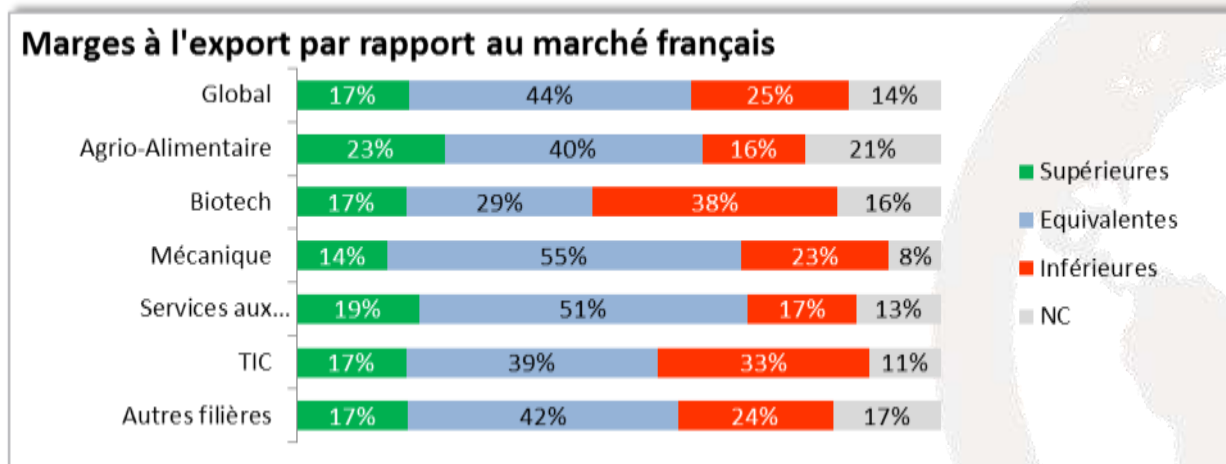
Taux d'exportation vis à vis du CA Global



- **58% des entreprises** exportent au minimum **20% de leur CA** (54%, enquête 2014)
- **32% exportent plus de 50% du CA** (31%, enquête 2014)
  - 44% des entreprises Biotech exportent plus de 50% de leur CA (37% enquête 2014)
  - A l'inverse, dans l'agro-alimentaire et la mécanique elles sont respectivement à 39% et 51% à exporter moins de 20% de leur CA. (59% et 56% dans l'enquête 2014)
- **66% des entreprises interrogées exportent régulièrement** (stabilité)
  - Cette fréquence est **fortement corrélée** avec le **taux de l'export** et le **CA** de l'entreprise

## Les marges à l'export par rapport au marché français

**61%** des entreprises réalisent des **marges supérieures ou égales** au marché français, pour 44% elles sont au moins équivalentes.



- Les entreprises des Biotech suivies des TIC sont les plus nombreuses à réaliser à l'export des marges inférieures au marché français (respectivement 38% et 33%).



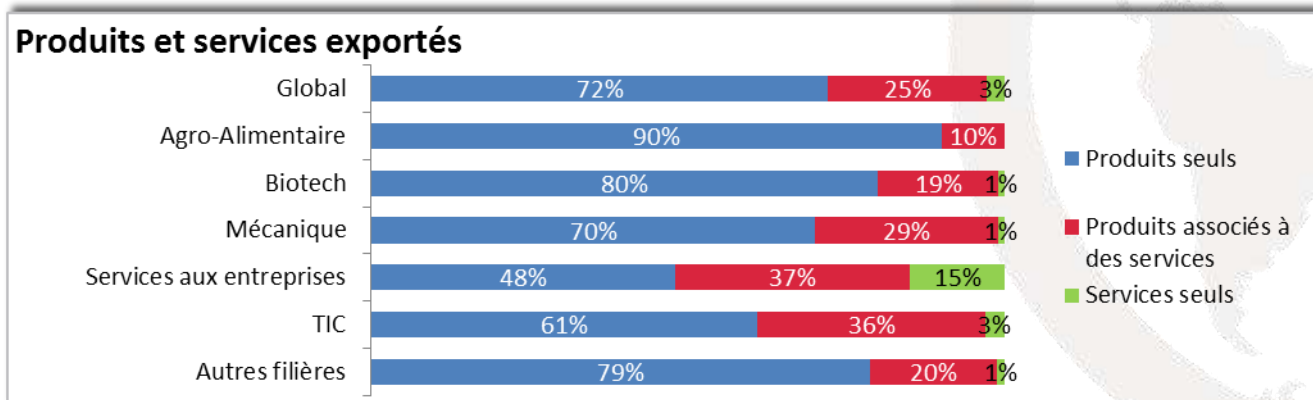
INTERNATIONAL

## ***Produits exportés***



## À quel point les produits exportés sont associés à des services ?

- La quasi-totalité des entreprises du panel (97%) exportent des produits, 28% exportent des services, dont 25% en y associant des produits.
- Le taux de l'export impacte positivement la part des services associés :
  - 36% des entreprises exportent à plus de 80% leur CA,
  - contre 23% qui réalisent moins de 5% CA à l'export.

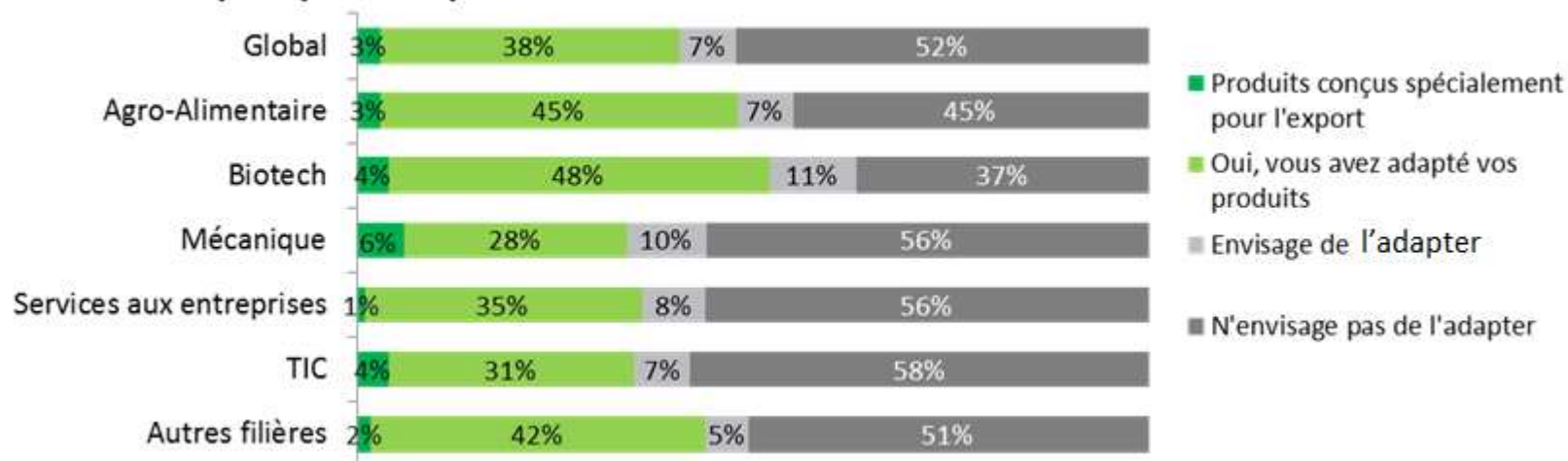


# Adaptés ou identiques ?

## Produits adaptés à l'export... en légère hausse

L'adaptation des produits progresse, mais reste encore minoritaire : 41% des entreprises contre 29% l'année précédente et 7% envisagent de le faire.

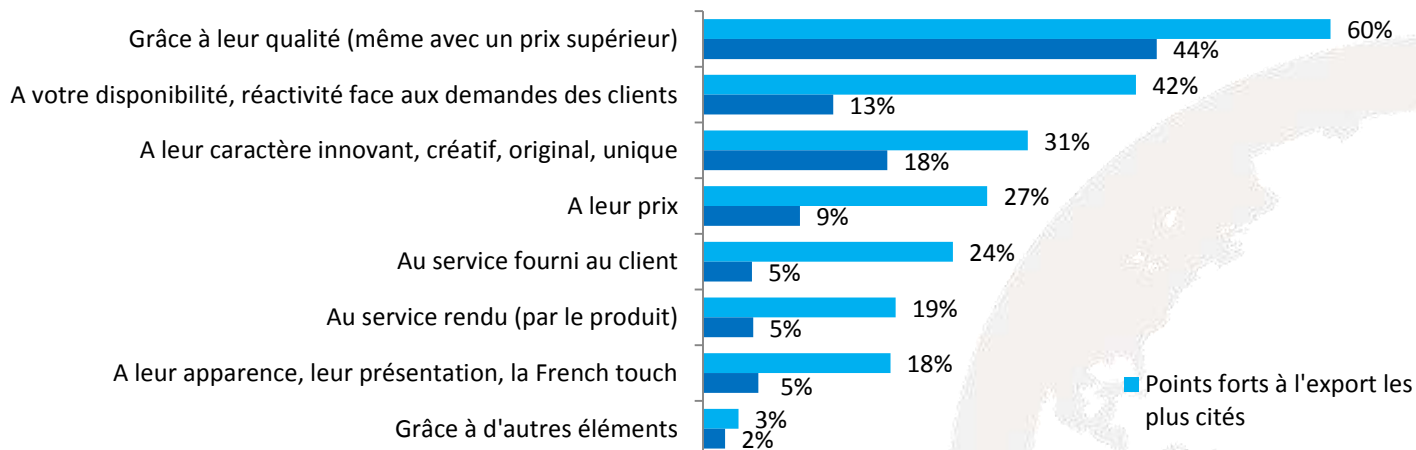
### Produits adaptés pour l'export



# Quels positionnements France et export ? (1)

## Les points forts à l'export

### Points forts de vos produits et services à l'export

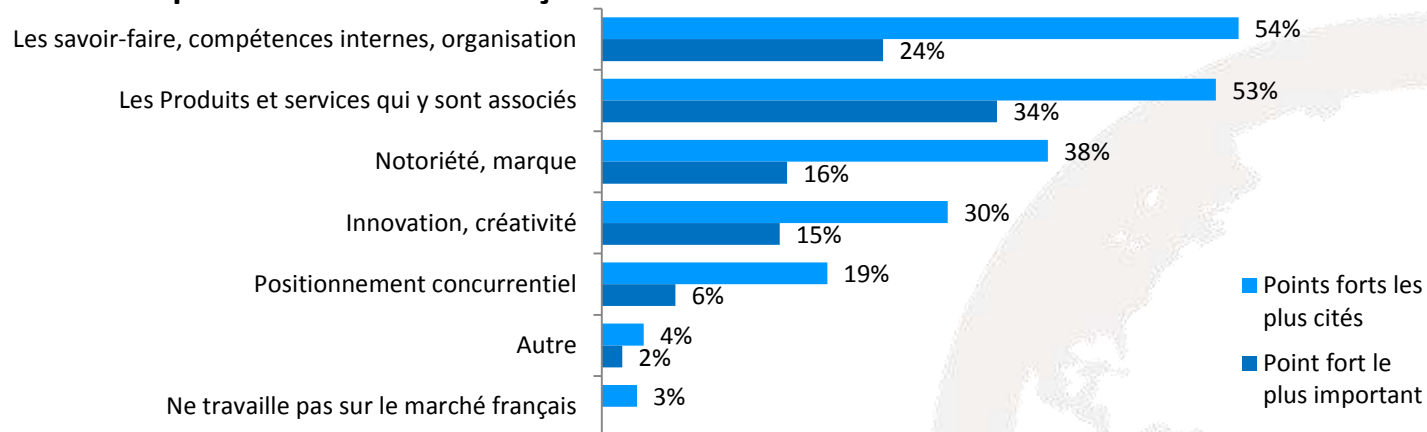


- La **qualité de leur produits** et services est le point fort pour 60% des entreprises pour exporter et c'est l'élément le plus important pour 44% d'entre elles.
- La **disponibilité et réactivité** sont les plus citées en 2<sup>ème</sup> position par 42% des répondants, mais 13% les déclarent comme points les plus importants.
- Le **caractère innovant**, créatif et original est en 3<sup>ème</sup> position (31% des mentions) et en 2<sup>ème</sup> position des points primordiaux.
- La **"French touch"** est un des points forts pour 18% des exportateurs et le plus important pour 5% d'entre eux. Cependant son importance relative croît avec le taux de l'export : point fort pour 21% des exportateurs réguliers contre 8% des occasionnels.

# Quels positionnements France et export ? (2)

## Comparaison avec les points forts sur le marché domestique

### Points forts de l'entreprise sur le marché français



- **Les savoir-faire et la qualité** des produits et services arrivent à égalité en haut du classement des citations (54 et 53%), la qualité étant toujours citée comme le point fort le plus important (34%).
- **La notoriété et la marque** sont les plus citées en 3<sup>ème</sup> position (38%) et élément prépondérant pour 16% des entreprises.
- **L'innovation et la créativité** suivent de près (30% des citations) et elles sont à 15% considérées comme élément le plus important.



INTERNATIONAL

## ***Exporter où et comment ?***

# Principales zones d'exportation

## Classement des 5 premiers pays d'exportation des entreprises d'Ile-de-France

- **L'Europe** est toujours en tête du top 5 des destinations des exportateurs franciliens.
- Les marchés de proximité immédiate, la **Belgique** et **l'Allemagne**, dominant à égalité
- Le **taux de l'export > 50%** affecte le classement au profit des destinations plus lointaines.

|               | Global | Agro-Alimentaire | Biotech | Mécanique | Services aux entreprises | TIC | Autres filières |
|---------------|--------|------------------|---------|-----------|--------------------------|-----|-----------------|
| Répondant     | 800    | 100              | 100     | 100       | 100                      | 100 | 300             |
| Belgique      | 30%    | 32%              | 24%     | 24%       | 30%                      | 32% | 33%             |
| Allemagne     | 29%    | 36%              | 28%     | 25%       | 36%                      | 32% | 27%             |
| Espagne       | 20%    | 19%              | 19%     | 26%       | 15%                      | 16% | 20%             |
| Etats-Unis    | 19%    | 17%              | 24%     | 9%        | 34%                      | 22% | 18%             |
| Royaume-Uni   | 19%    | 38%              | 17%     | 14%       | 24%                      | 20% | 15%             |
| Italie        | 19%    | 16%              | 18%     | 18%       | 22%                      | 15% | 21%             |
| Suisse        | 19%    | 11%              | 19%     | 18%       | 26%                      | 21% | 17%             |
| Maroc         | 16%    | 5%               | 20%     | 29%       | 3%                       | 20% | 13%             |
| Chine         | 13%    | 9%               | 9%      | 13%       | 18%                      | 15% | 13%             |
| Algérie       | 13%    | 6%               | 26%     | 24%       | 1%                       | 11% | 12%             |
| Tunisie       | 10%    | 5%               | 19%     | 20%       | 2%                       | 11% | 6%              |
| Japon         | 9%     | 14%              | 12%     | 3%        | 18%                      | 3%  | 11%             |
| Russie        | 9%     | 7%               | 10%     | 5%        | 12%                      | 5%  | 12%             |
| Côte d'Ivoire | 8%     | 6%               | 5%      | 8%        | 2%                       | 13% | 8%              |
| Pays-Bas      | 7%     | 8%               | 7%      | 9%        | 7%                       | 8%  | 7%              |

| % d'exportation sur le CA global de l'entreprise |                |             |             |             |             |
|--------------------------------------------------|----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Moins de 5%                                      | Entre 5 et 10% | De 10 à 20% | De 20 à 50% | De 50 à 80% | Plus de 80% |
| 80                                               | 91             | 128         | 210         | 177         | 92          |
| 36%                                              | 44%            | 37%         | 33%         | 21%         | 6%          |
| 24%                                              | 33%            | 27%         | 34%         | 38%         | 11%         |
| 23%                                              | 23%            | 22%         | 25%         | 17%         | 4%          |
| 8%                                               | 8%             | 12%         | 21%         | 33%         | 22%         |
| 17%                                              | 19%            | 16%         | 19%         | 26%         | 11%         |
| 18%                                              | 23%            | 14%         | 22%         | 24%         | 8%          |
| 24%                                              | 36%            | 22%         | 17%         | 13%         | 4%          |
| 22%                                              | 23%            | 16%         | 15%         | 9%          | 11%         |
| 6%                                               | 4%             | 10%         | 14%         | 21%         | 22%         |
| 12%                                              | 15%            | 15%         | 11%         | 8%          | 22%         |
| 10%                                              | 18%            | 13%         | 7%          | 5%          | 9%          |
| 1%                                               | 4%             | 8%          | 10%         | 14%         | 15%         |
| 5%                                               | 2%             | 4%          | 10%         | 16%         | 14%         |
| 8%                                               | 4%             | 7%          | 11%         | 5%          | 13%         |
| 9%                                               | 5%             | 8%          | 10%         | 5%          | 6%          |

- À noter aussi une **grande diversité** de destinations : 120 pays cités parmi les 5 premiers par les exportateurs franciliens

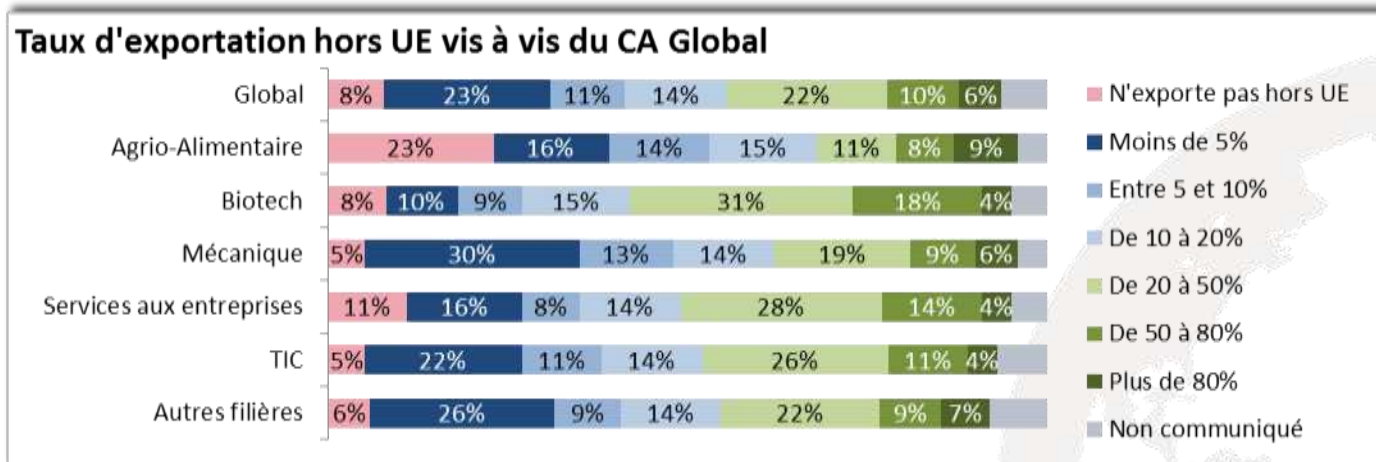
## Principales zones d'exportation **selon les secteurs**

- **Agro-Alimentaire** : Europe, Asie du Sud-Est
- **Biotech** : Europe, Maghreb États-Unis, Japon,
- **Mécanique** : Europe Maghreb, Chine, Sénégal
- **Services aux entreprises** : Europe (pays voisins), États-Unis, Asie du Sud-Est, Russie
- **TIC** : Europe, États-Unis, Maghreb, Chine, Côte d'Ivoire, Inde
- **Autres secteurs** : Europe, États-Unis, Maghreb, Japon, Russie

## Principales zones d'exportation **selon le taux d'export**

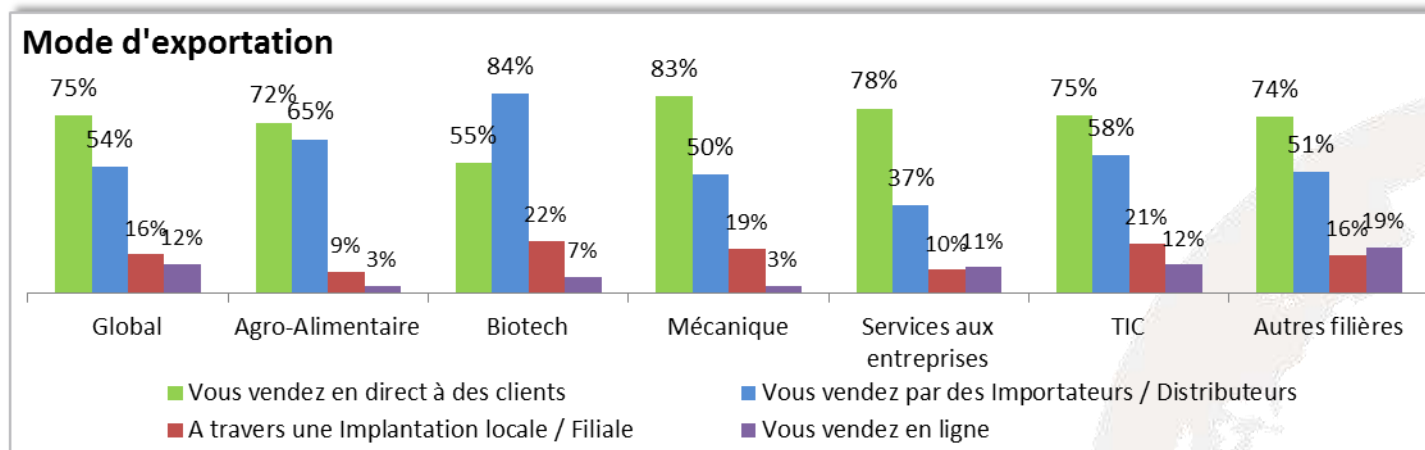
- **Moins de 50%** du CAE : Europe proche en tête des destinations
- **50 à 80%** du CAE : Allemagne (1<sup>e</sup>), USA (2<sup>e</sup>), Royaume Uni (3<sup>e</sup>) destination
- **Plus de 80%** du CAE : États-Unis, Chine, Algérie à égalité

## Export de proximité versus grand export



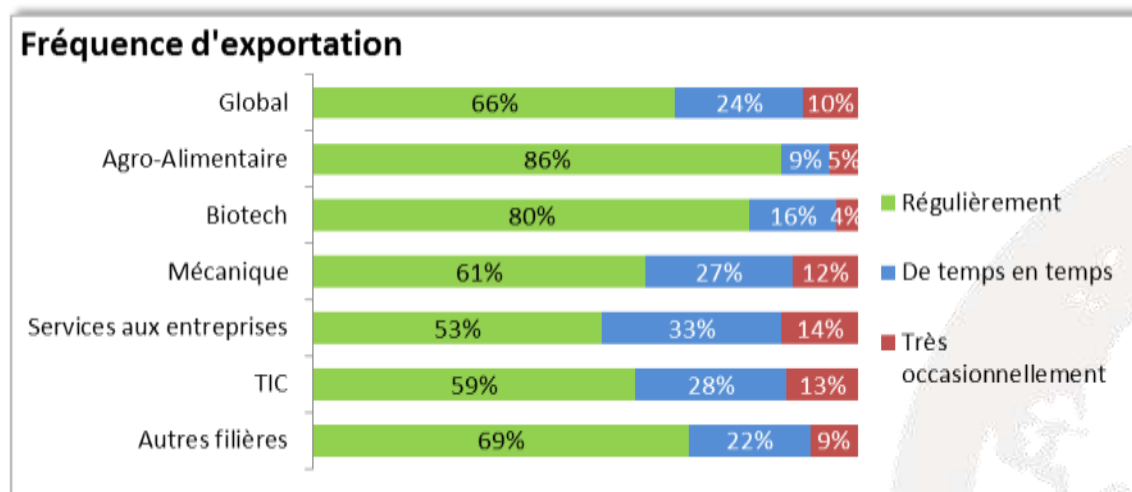
- **31%** des entreprises exportent **moins de 5%** de leur CA **hors Union** européenne (UE)
- Elles sont **56%** à exporter **moins de 20%** de leur CA **au-delà de l'UE**
  - dont **8%** qui n'**exportent** que **sur le marché unique**.
- Plus du tiers des entreprises (**38%**) réalisent **plus de 20%** de leur CA **hors UE**, dont 16% dépassent 50% de leur CA.

## B to B, importateurs, filiales, export par internet



- **75%** des entreprises exportent **en direct** à des clients (B to B)
- **54%** exportent **via les importateurs** et distributeurs (mode fortement utilisé par l'Agro-Alimentaire et les Biotech, respectivement 65% et 84%)
- **16%** des entreprises s'appuient sur leurs **filiales** pour exporter
- **12%** utilisent **l'internet** (légèrement plus dans le domaine « textile habillement et accessoires »)

## Exporter régulièrement, de temps en temps, très occasionnellement

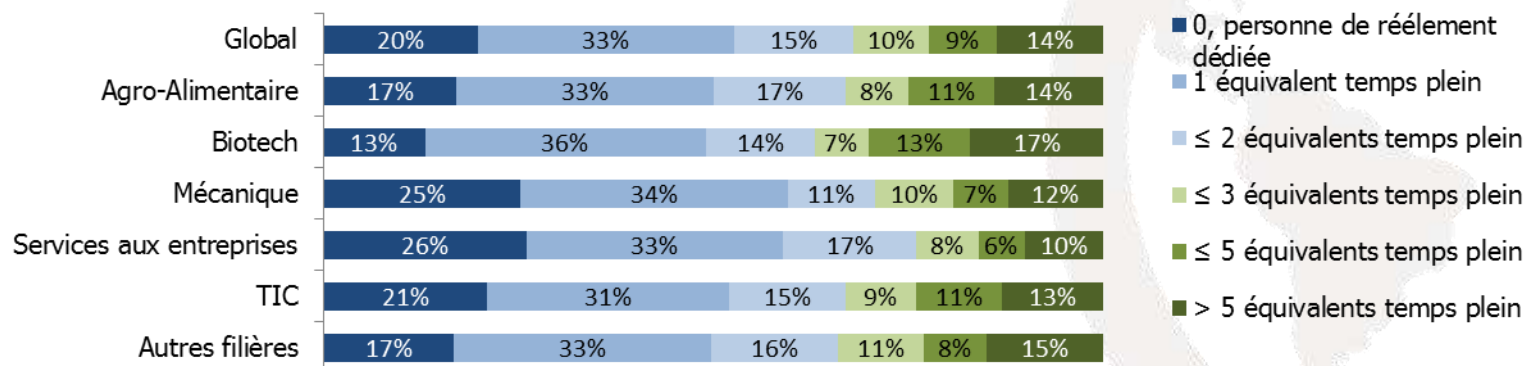


- **2/3** des exportateurs sont des **réguliers**. Ce segment concerne 80% des biotech et 86% des entreprises agro-alimentaires.
- **24%** sont des exportateurs **occasionnels** (« export de temps en temps »). 33% des Services aux entreprises, 28% des TIC et 27% de la mécanique sont dans cette catégorie.
- Les exportateurs **très occasionnels** sont aussi très **minoritaires**, 10% en moyenne (de 4% à 14% selon les secteurs).

## Personnel dédié à l'export

- **80%** des entreprises ont au moins un **salarié** dédié à l'**export**
- **8%** ont des **expatriés**
- **20%** travaillent avec des **stagiaires**, 3% l'envisagent (le recours aux stagiaires croît avec le nombre de salariés export)
- **14%** des entreprises **envisagent de recruter** à l'export dans les 12 prochains mois (85% en France, 29% à l'étranger)

### Personnel dédié à l'export



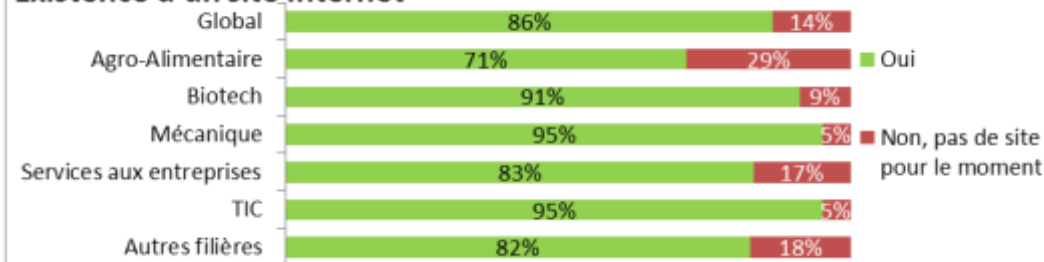
- **71%** des entreprises estiment leur **personnel bien formé**
- Les **améliorations possibles** concernent les langues (à 54%), les techniques du commerce international (56%), l'interculturel (18%).

# Un site Internet pour exporter (ou pas)

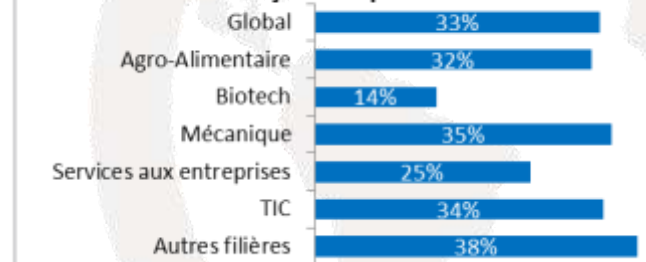
## Une visibilité internationale en demi-teinte

- **86%** des exportateurs disposent d'un **site internet** (même taux qu'en 2014)
  - Les plus équipés : mécanique et TIC (à 95%), biotech (91%)
  - Les moins avancés : agroalimentaire (71%), services aux entreprises (83%)
- **33%** des sites des exportateurs sont **uniquement en français** (37% en 2014)
- Sites en langue(s) étrangère(s): **44% en anglais** uniquement, 25% sont multilingues
  - 58% ont été traduits, 37% adaptés.

### Existence d'un site Internet



### Site Internet en Français uniquement

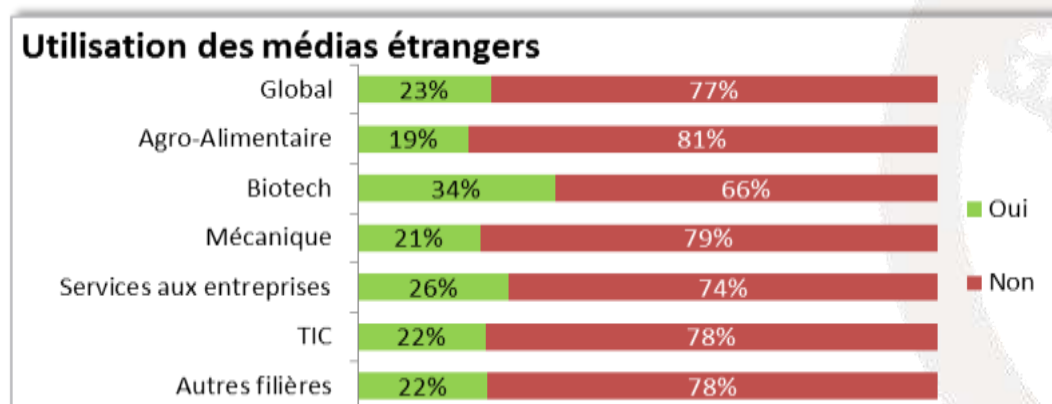


Parmi les **raisons de l'absence de site internet** (14% des entreprises):

- en cours de construction (26%)
- pas de nécessité avérée (26%)
- par manque de temps (16%)
- visibilité sur d'autres sites - clients, filiales, distributeurs... (12%)
- par confidentialité et pour éviter la concurrence (7%) ...

## Communication et promotion dans les médias du pays

- **23%** des entreprises utilisent des **médias à l'étranger**
  - les biotech y ont recours à 34%
- **Plus on exporte**, plus on a tendance à **faire appel aux médias locaux** :
  - à plus de 80% du CAE, ils sont 40% à le faire
  - de 20% jusqu'à 80% du CAE, cette pratique plafonne à 27% des entreprises



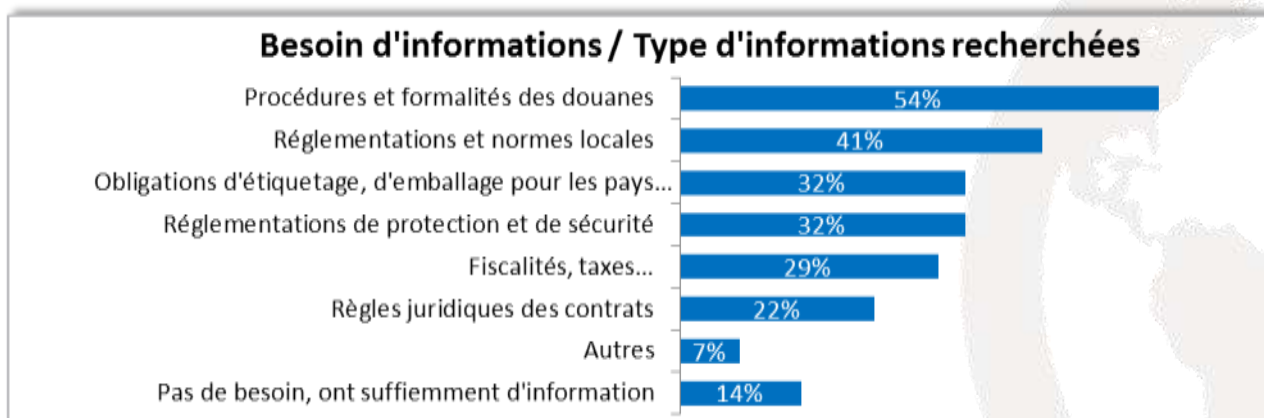
## Quels médias ?

- **84%** font appel aux médias **traditionnels** (presse, radio, TV, ...)
- **38%** utilisent les **réseaux sociaux**

## Maîtriser l'information complexe et foisonnante

**86%** des exportateurs expriment un **besoin d'information réglementaire**, dont

- **procédures** et formalités **douanières** : 54%
- **réglementations** et normes **locales** : 41%
- Obligations d'**étiquetage** et d'emballage locales : 32%



**Facilité des carnets ATA** (exportation temporaire hors Union Européenne)

- 54% des entreprises ne connaissent pas les carnets ATA

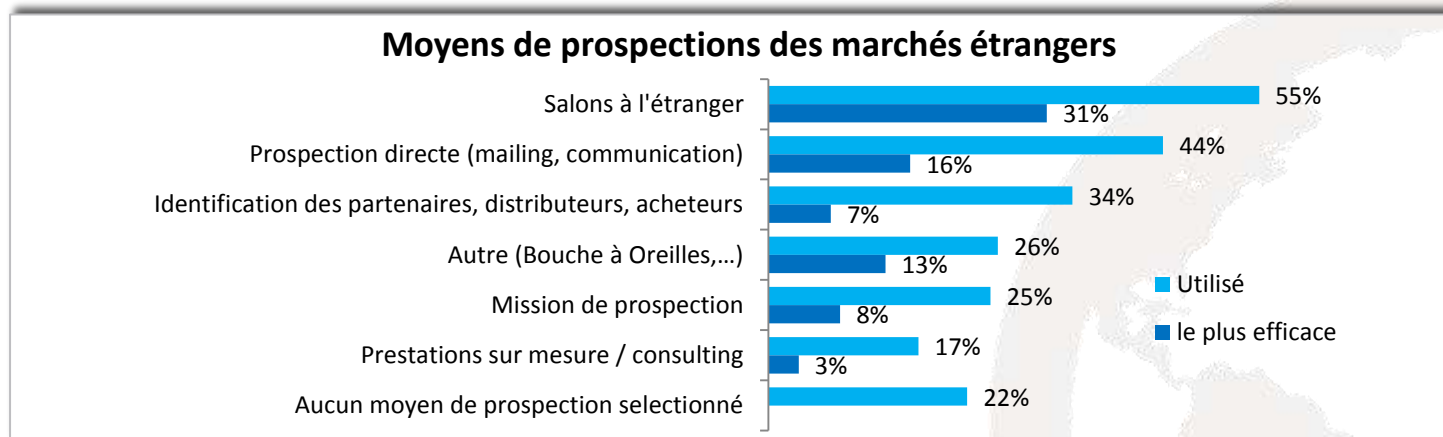
**Cellules Conseils aux entreprises des Douanes**

- 26% connaissent ce service aux exportateurs

## Rechercher de nouveaux clients

**78%** des entreprises mènent des **actions de prospection**

- ▶ 22% n'ont donc pas de démarche particulière pour trouver de nouveaux clients



La **démarche commerciale active** reste prépondérante

- **Recherche de partenaires** (utilisée par 34% des « prospectants ») et **missions de prospection** (25%), renforcées par la **prospection directe** (44%) sont jugées comme les plus efficaces par 31% des exportateurs
- Les **salons à l'étranger** pratiqués par 55% des exportateurs obtiennent également 31% d'efficacité maximale.



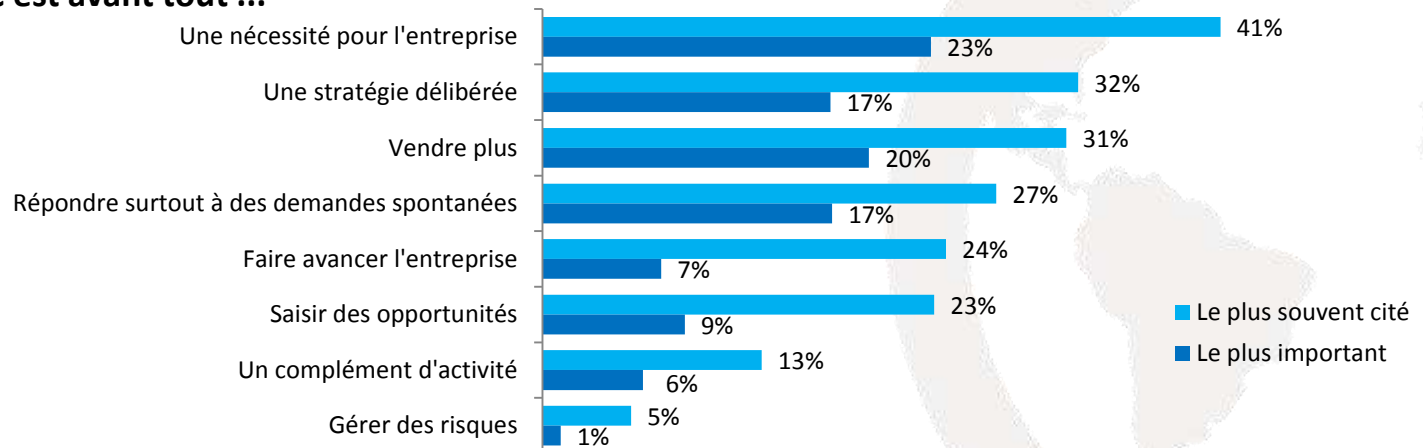
## ***Quelle vision de l'export, quels leviers d'action?***

## Pour vous, exporter c'est...

En **premier** lieu viennent des conceptions « actives », jugées comme les plus importantes

- une **nécessité** pour l'entreprise : **23%** des répondants
- **vendre plus** : **20%**
- **stratégie** délibérée : **17%**

### Exporter c'est avant tout ...



Des **approches plus « passives »** restent relativement marginales

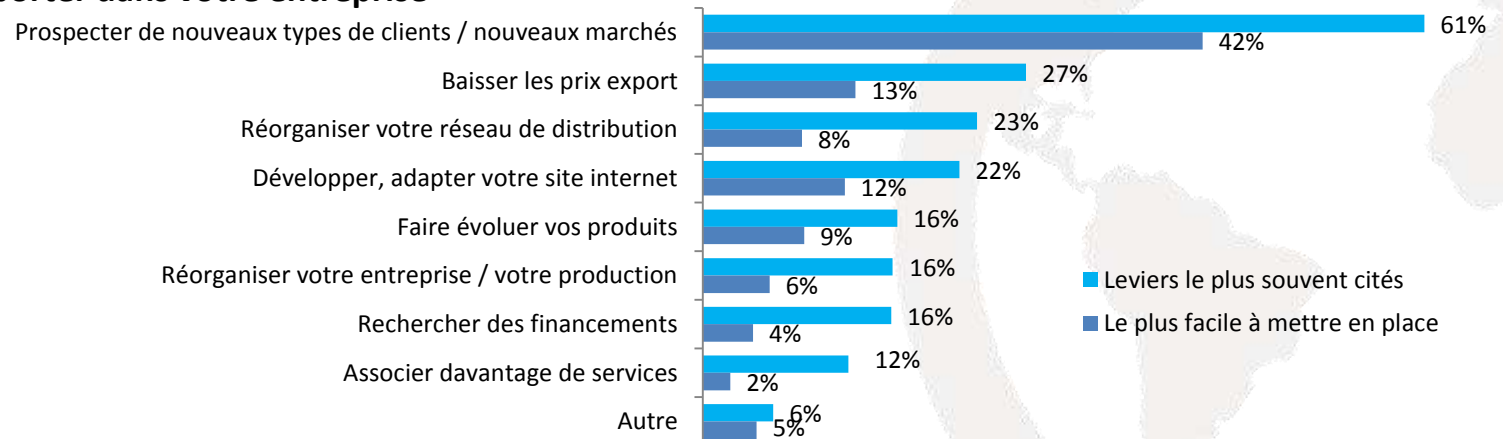
- **répondre** surtout à des demandes : 17%
- saisir des **opportunités** : 9%
- **complément** d'activité : 6%

## Des leviers dont l'entreprise a la maîtrise

Des **moyens commerciaux classiques** ont toujours la préférence

- prospecter de nouveaux clients : 61% des entreprises
- baisser les prix export : 27%
- réorganiser le réseau de distribution : 23%
- développer ou adapter son site internet : 22%

### Les leviers pour exporter dans votre entreprise



Des démarches « **valeur ajoutée aux produits à l'export** » ont moins la cote

- Faire évoluer les produits : 16%
- Associer davantage de services : 12%

La recherche des financements pour exporter plus concerne davantage les TPE (à 20%), que les plus de 50 salariés (8%).

# Réponses à la hausse des coûts

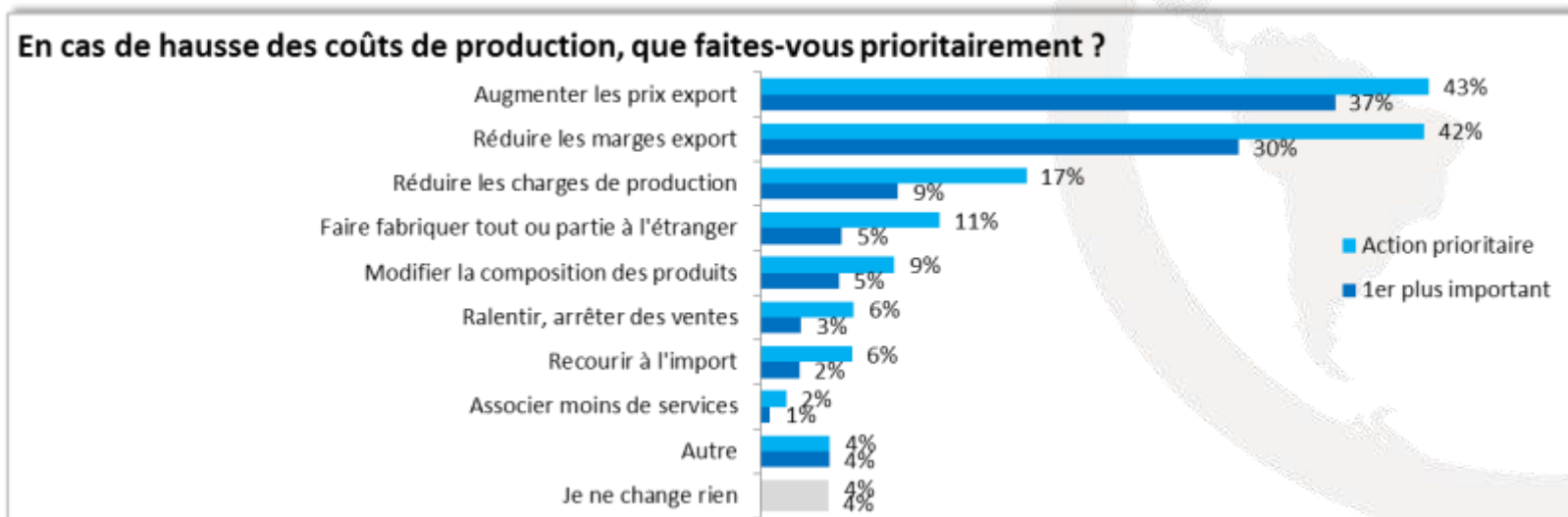
## Répercuter ou non les hausses des charges

- **43%** des exportateurs **augmentent** en priorité **leur prix** export (37% en premier lieu)
- **42% réduisent leurs marges** (30% en premier), plus les 4 % de ceux qui ne changent rien

Parmi les actions plus structurelles, sont citées comme prioritaires

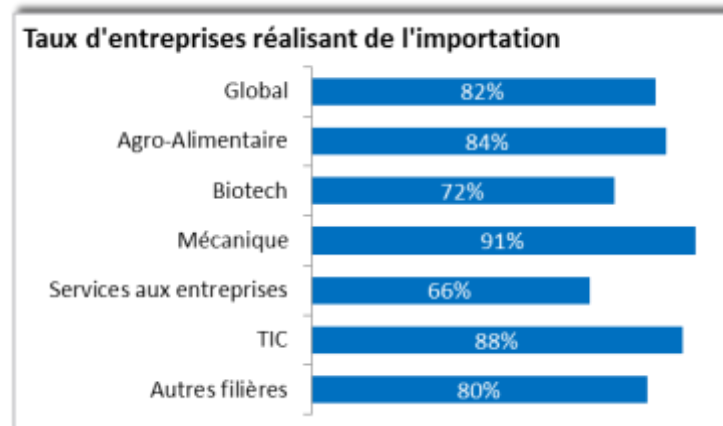
- **réduire les charges** de production : 17%
- **faire fabriquer** tout ou partie **à l'étranger** : 11%, recourir à **l'import** : 6%
- modifier la composition des produits : 9%

Jusqu'aux **6%** des exportateurs, qui prioritairement, **réduisent ou arrêtent** les ventes

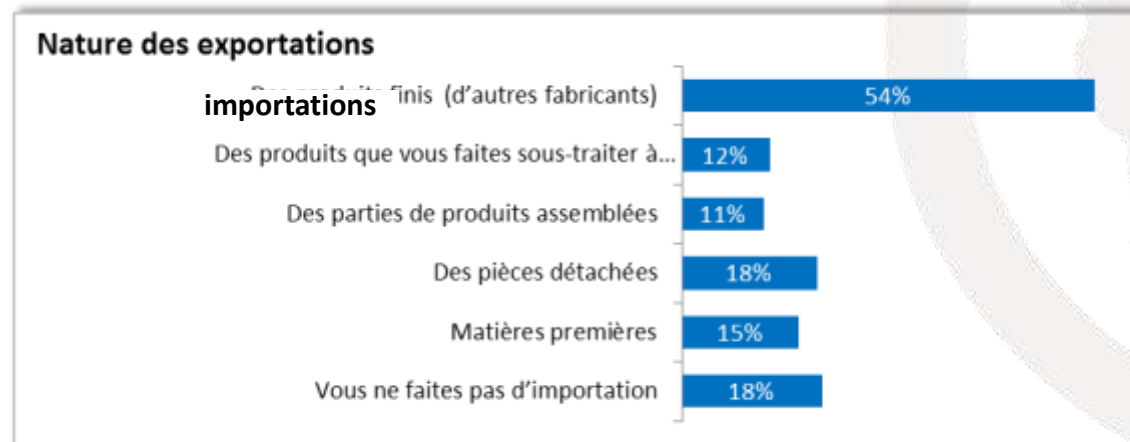


# Les importations

- **82% des entreprises interrogées importent** (66%, enquête 2014)



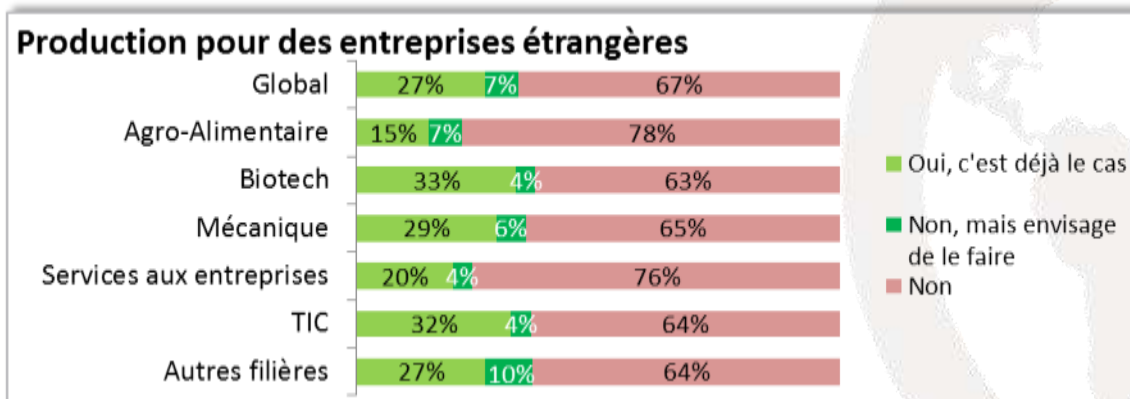
- **2/3 des entreprises importent des produits finis ou sous-traités.**



- Recours modeste aux produits ou sous-ensembles à intégrer en France (source de compétitivité non mobilisée)

## Une relative intégration dans les chaînes de valeur mondiales

- **27%** des exportateurs **produisent** également **pour des entreprises étrangères** (y compris en intra-groupe)
  - 20% dans les Services aux entreprises, 15% en agro-alimentaire
- **33%** des entreprises produisent **pour des sociétés françaises**
  - 47% en mécanique, 16% des entreprises agro-alimentaires





INTERNATIONAL

# ***Besoins, perspectives, préoccupations***

# Nouveaux pays envisagés pour exporter

## Nouveaux marchés à prospector : un rebond des intentions

- **50%** des entreprises envisagent d'exporter vers de **nouveaux pays** (35% en 2014)
  - Les biotech sont les plus actives, avec 66% d'intentions d'expansion
- Les **principales destinations** visées par ordre décroissant :
  - États-Unis, Brésil, Maghreb, Chine, Russie, Royaume Uni, Canada, Allemagne, Espagne...

|              | Global | Entreprises exportatrices |         |           |                          |     |                 |
|--------------|--------|---------------------------|---------|-----------|--------------------------|-----|-----------------|
|              |        | Agro-Alimentaire          | Biotech | Mécanique | Services aux entreprises | TIC | Autres filières |
| <b>Total</b> | 408    | 55                        | 66      | 47        | 45                       | 49  | 146             |
| Etats-Unis   | 15%    | 16%                       | 15%     | 4%        | 22%                      | 4%  | 21%             |
| Bresil       | 9%     | 7%                        | 9%      | 15%       | 11%                      | 10% | 7%              |
| Algérie      | 9%     |                           | 6%      | 17%       | 2%                       | 24% | 4%              |
| Chine        | 8%     | 11%                       | 6%      | 2%        | 18%                      | 6%  | 8%              |
| Maroc        | 8%     |                           | 8%      | 9%        | 4%                       | 18% | 5%              |
| RUSSIE       | 7%     | 7%                        | 12%     | 6%        | 4%                       | 2%  | 9%              |
| Tunisie      | 7%     | 4%                        | 6%      | 9%        | 2%                       | 16% | 4%              |
| Royaume-Uni  | 7%     | 5%                        | 2%      | 6%        | 7%                       | 10% | 6%              |
| Canada       | 6%     | 4%                        | 5%      | 6%        | 9%                       | 6%  | 6%              |
| Allemagne    | 6%     | 4%                        | 3%      | 9%        | 16%                      | 2%  | 5%              |
| Monde        | 6%     | 5%                        | 3%      | 6%        | 9%                       | 2%  | 7%              |
| Espagne      | 6%     | 5%                        | 3%      | 6%        | 9%                       | 8%  | 4%              |
| Corée        | 5%     | 5%                        | 5%      |           | 11%                      |     | 8%              |
| Japon        | 5%     | 9%                        | 6%      |           | 9%                       | 2%  | 5%              |

## Exprimés 2015

- **50%** des exportateurs envisagent de se lancer sur **de nouveaux pays**.  
Avec principalement les **États-Unis** (15%), le **Brésil** et l'**Algérie** (à 9%) la **Chine** (8%), les préférences étant assez proches pour tous les secteurs.
- **Pas de redistribution des cartes** dans les destinations existantes, mais on suit activement toutes les **opportunités**.
- **75%** des entreprises n'ont **pas de « préoccupation particulière »** à l'export.  
Parmi les propos des 25% restants :
  - *Trop de charges face aux concurrents*
  - *La contrefaçon et la concurrence empêchent d'exporter plus*
  - *Les demandes de certificats de normalisation tuent l'export*
  - *Les fluctuations des marchés (Brésil, Russie) sont une préoccupation.*

## Implicites 2015

- **Besoin d'informations** pointues pour **85%** des entreprises, essentiellement dans le domaine réglementaire.
- **71%** d'entreprises estimant leur **personnel bien formé**, pour les 29% restants la formation s'avère un axe de progrès
- **20%** des entreprises font **appel à des stagiaires**, propension augmentant avec le nombre de salariés dédiés à l'export
- Mieux « coller au marché » par **l'adaptation des produits** et valeur ajoutée par les **services complémentaires**
- **Sites internet** à créer (14% des « sans site ») et à adapter à l'export (33% des franco-français)
- *Recours encore modeste à l'importation de parties de produits à intégrer et à la production pour d'autres à l'étranger. Les facilités de la mondialisation restent à être mieux prises en compte dans les stratégies des entreprises.*



INTERNATIONAL

***[www.international.cci-paris-idf.fr](http://www.international.cci-paris-idf.fr)***

***[www.iledefrance-international.fr](http://www.iledefrance-international.fr)***