

Observatoire régional
de l'information économique
des CCI des Pays de la Loire

LES ENTREPRISES EXPORTATRICES DES PAYS DE LA LOIRE



RÉALITÉ, BESOINS & PERSPECTIVES

CHIFFRES ET DONNÉES 2009



ÉDITION 2010

Les CCI, leader de
l'information économique
sur les entreprises



EDITORIAL

Connaître le tissu du territoire et les entreprises qui le composent, appréhender la structuration, les caractéristiques, les besoins et les attentes de ces entreprises de manière concrète, apporter un éclairage différent sur leurs évolutions : tels sont les objectifs de la politique d'observatoires menée par les CCI des Pays de la Loire.

La troisième édition de l'observatoire des entreprises des Pays de la Loire à l'international s'inscrit dans cette démarche. Cette étude a été menée par nos CCI sur 6 000 entreprises (dont 2 400 "exportateurs directs" ont fait l'objet d'un questionnaire approfondi), et permet d'appréhender qui sont les exportateurs, où et comment exportent-ils, quelles sont leurs attentes, leurs besoins, leurs difficultés, comment se structurent-ils, quelles évolutions peut-on percevoir depuis les études précédentes... ?

L'analyse de ces données mais aussi et surtout des éléments qualitatifs sur les typologies d'exportateurs et d'importateurs sont cruciaux pour apporter un regard objectif sur la situation spécifique des PME de notre région et pour guider l'action des CCI des Pays de la Loire afin de pouvoir accompagner les entreprises, aux côtés de nos partenaires, pour relever les défis des marchés internationaux et répondre aux enjeux de demain.



Joël BLANDIN

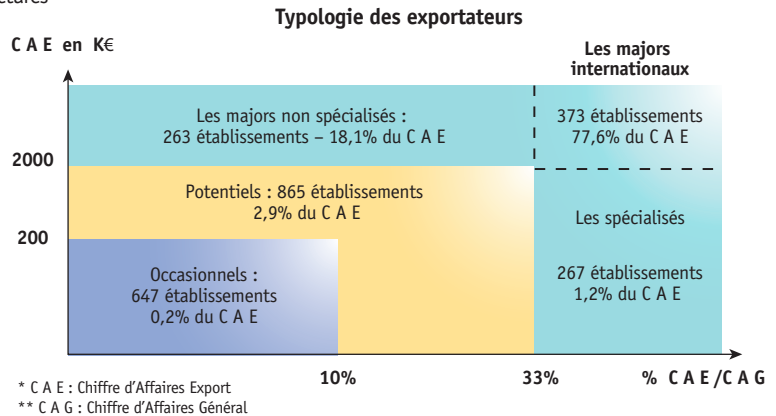
Président de la CCI des Pays de la Loire

3 « Profils » d'exportateurs... mais un chiffre d'affaires export concentré sur les plus structurés

Nous avons classé les exportateurs en 3 grandes familles selon le chiffre d'affaires réalisé, et son impact dans le chiffre d'affaires global de l'entreprise :

- Les occasionnels
- les potentiels
- les structurés

La part relative du chiffre d'affaires export régional réalisé pour chacune des catégories met en évidence la corrélation directe entre la structuration de la démarche et son impact économique.



Les occasionnels

(27% des établissements, soit un peu moins qu'en 2006 avec 31%) constituent une population pour laquelle l'export reste très marginal, avec une structuration faible de leur activité à l'export, tant du point de vue des ressources humaines que des modes de commercialisation utilisés. Cette famille d'exportateurs se caractérise également par une part très importante de TPE.

Les potentiels

(36%, proportion en légère augmentation par rapport aux 34% de 2006) se distinguent des occasionnels par un impact plus fort de l'activité export dans leur activité globale et un rayonnement géographique plus vaste accompagné d'une meilleure structuration de leur démarche à l'export.

Les structurés

(37% contre 35% en 2006, soit 903 établissements) concentrent l'essentiel du CA export régional (97%), soit 14,5 milliards d'euros. Ils se démarquent par un bon niveau de structuration de leur activité export. A l'intérieur de cette famille, trois catégories se dégagent :

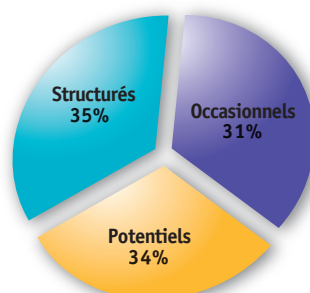
- Les « majors internationaux », qui concentrent 78% des exportations régionales, entreprises souvent leaders sur leur marché, et pour qui l'international est une composante essentielle et structurante.
- Les « spécialisés » composés notamment de TPE à vocation principalement internationale, malgré un chiffre d'affaires plutôt limité.
- Les « majors non spécialisés » pour lesquels l'export est moins prioritaire, mais dont la taille leur permet de réaliser un chiffre d'affaires export important.

Une fragilité de la présence à l'export des moins structurés

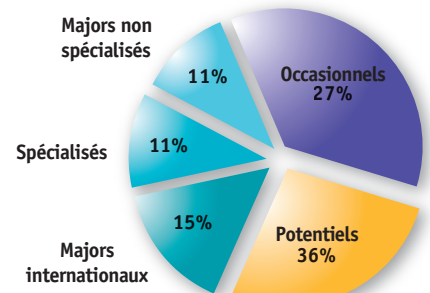
Si le tissu des exportateurs a eu globalement tendance à évoluer vers une plus grande structuration, cette évolution est aussi due à une diminution sensible de la catégorie des occasionnels : **près d'un sur 3 a cessé son activité export.**

Le degré de structuration et d'investissement dans l'activité export a été un facteur déterminant dans la pérennisation de la démarche internationale, en particulier dans une période économique difficile.

Typologies des exportateurs en 2006



Typologies des exportateurs en 2009

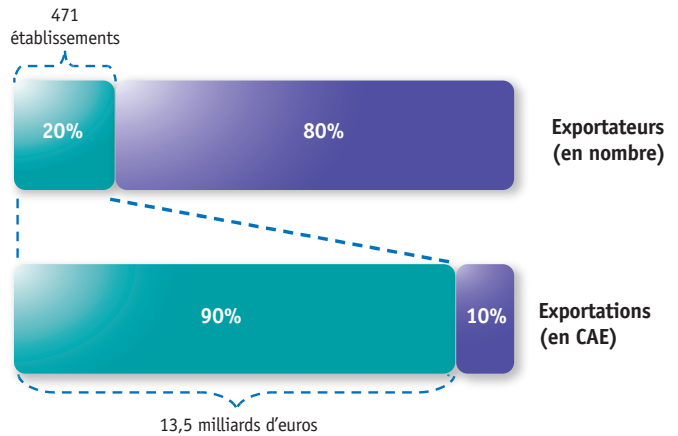




Des exportations concentrées sur quelques exportateurs majeurs

96% des établissements présents à l'export sont des PME (dont la moitié TPE). Néanmoins le chiffre d'affaires export régional est fortement concentré sur quelques majors. Ainsi, les 40 premiers exportateurs représentent à eux seuls la moitié du chiffre d'affaires export régional.

Enjeu : Cette concentration induit une dépendance du territoire vis-à-vis de quelques « majors », dont le centre de décision est souvent extérieur à la région, voire à la France. L'enjeu de l'international repose donc aussi sur un rééquilibrage de l'activité en stimulant l'export au sein des PME.



... mais une répartition inégale sur le territoire

La structure du tissu des exportateurs laisse apparaître des disparités départementales significatives. 3 « profils » se distinguent en fonction de la part des « majors » versus PME dans le chiffre d'affaires export du département :

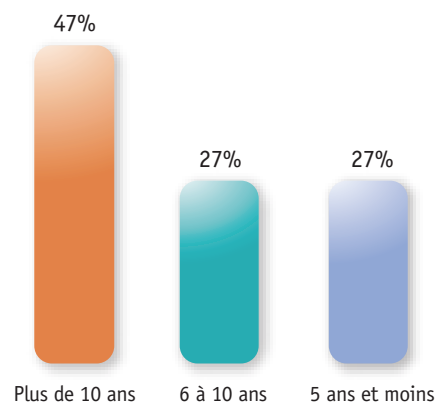
- **Profil « concentrés » :** avec une forte concentration autour de quelques « majors » et une présence relativement faible des PME, c'est la situation de la Sarthe avec plus de 80% du CAE concentrés sur les majors
- **Profil « mixtes » :** un relatif équilibre entre majors et PME, comme en Mayenne et en Loire-Atlantique où les majors représentent entre 75 et 80% du CAE
- **Profil « atomisé » :** la Vendée et le Maine-et-Loire affichent un grand nombre de « petits » exportateurs, qui s'approprient plus d'un quart de l'activité export du département.

Enjeu : miser sur la diversité de nos territoires et déployer un plan d'actions adapté et spécifique pour répondre aux enjeux et aux besoins des entreprises, capitaliser sur les spécificités de chaque territoire pour renforcer la dynamique régionale, par exemple autour des logiques de filières.

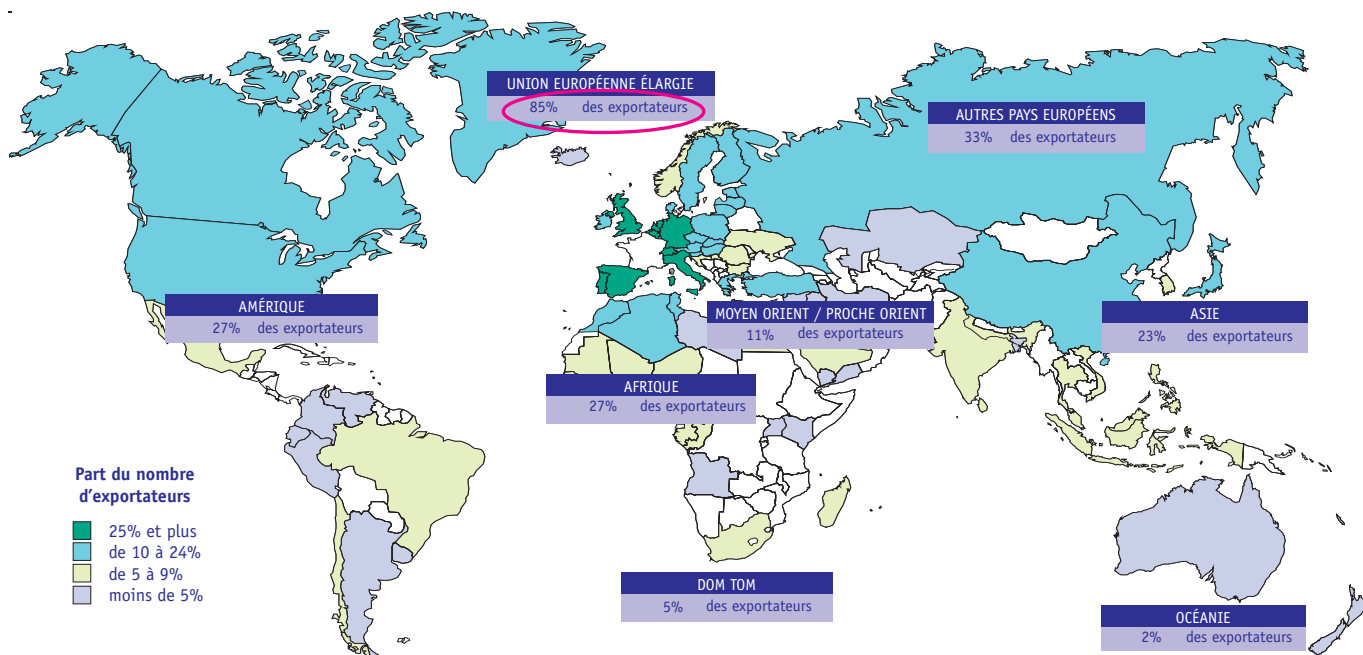
Une réelle dynamique export au sein des PME et TPE

Plus de 650 PME dont un grand nombre de TPE ont démarré une activité internationale au cours des dernières années.

Enjeu : Stimuler et accompagner la découverte de l'international mais aussi la structuration de la démarche export parmi les PME et TPE régionales.



Des exportations fortement orientées vers nos voisins européens

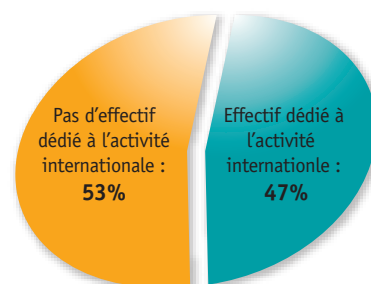


Déjà fortement orientée vers nos proches voisins européens, la stratégie export des entreprises régionales a été marquée ces dernières années par un **RECENTRAGE géographique** sur quelques zones ou pays. Cependant, si le chiffre d'affaires réalisé sur les **destinations plus lointaines reste faible**, le nombre d'entreprises présentes y est significatif : ainsi, **plus d'un quart des établissements exporte en Afrique ou en Amérique** bien qu'ils ne réalisent que moins de 10% de leur CAE sur ces zones.

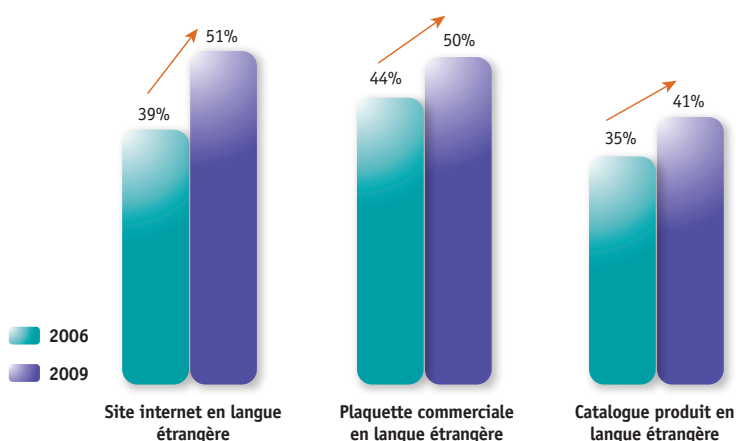
Enjeu : Aider les entreprises à aller chercher la croissance là où elle se trouve, à conquérir des marchés où leur positionnement concurrentiel et marketing serait pertinent et à sortir de notre marché proche et d'une UE qui subit les mêmes fluctuations économiques que la France. Cet enjeu est d'autant plus porteur que plus de la moitié des entreprises exportatrices pensent élargir leur champ d'action vers de nouvelles zones, notamment vers l'Asie (30%), l'Amérique (25%), l'Europe de l'Est (20%) et l'Afrique du Nord (15%).

Le déficit en ressources humaines export reste un frein

On constate une évolution positive de l'investissement des entreprises dans leur activité internationale. Certains indicateurs révèlent néanmoins une marge de progression encore considérable et primordiale : moins d'1 exportateur sur 2 a un effectif dédié à son activité internationale. Ce taux est similaire en terme « marketing » puisque à peine plus d'un sur deux dispose d'une plaquette ou d'un site internet en langue étrangère.



Outils de communication mis en place



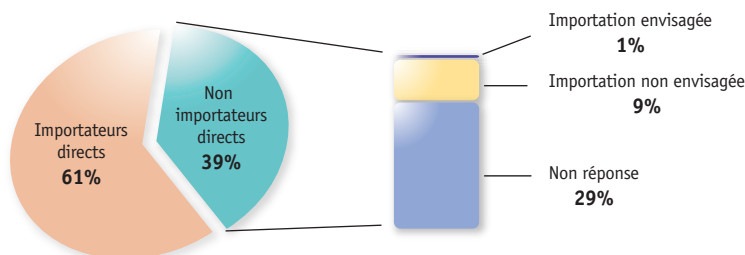
Enjeu : La **STRUCTURATION INTERNE**, notamment au niveau « RH » est l'un des enjeux majeurs pour permettre un réel développement de nos PME à l'international. Pourtant, de nombreuses solutions existent déjà, y compris à moindre coût, il importe de les faire connaître et de guider l'entreprise dans le choix de celles qui lui sont adaptées. D'autres sont sûrement à inventer.

L'international, une stratégie globale : 6 exportateurs sur 10 sont également importateurs

61% des exportateurs ont parallèlement recours à l'achat direct de produits à l'étranger. La grande majorité travaille avec des pays européens et achète des produits intégrés à un process de fabrication. **Mieux acheter pour mieux vendre devient un axe stratégique.**

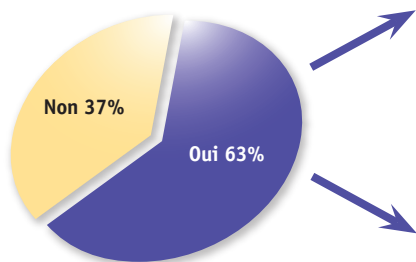
Accompagner les entreprises dans une réflexion raisonnée sur une réelle stratégie internationale représente un nouvel enjeu.

Achats et intention d'achats de produits à l'étranger



Deux tiers des entreprises rencontrent des difficultés

Difficultés rencontrées à l'international ?



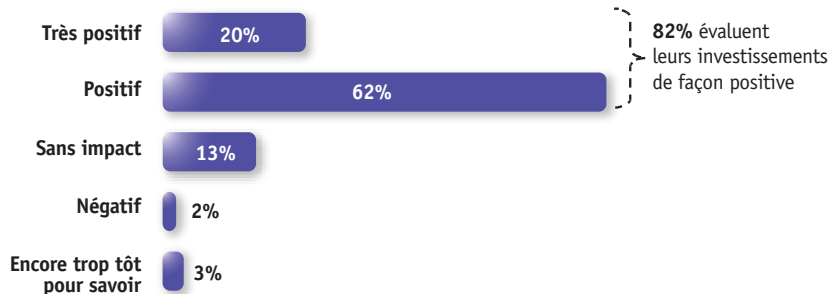
Principales difficultés à l'international	%
Paiement/règlement (garantie, taux de change, taxes, modes, délais...)	25%
Langues	13%
Administratif	8%
Logistique et transport (délais, coûts)	7%
Concurrence	7%
Barrière douanière	6%
Barrière culturelle	3%
Fiabilité des clients, trouver le bon interlocuteur	3%
Problème de temps	2%
Distance	2%
Se faire connaître	2%

Enjeu : Accompagner les entreprises pour répondre aux freins et difficultés qui entravent leur développement international doit être une priorité : développer la mise à disposition d'informations ciblées notamment sur les modes de règlement, renforcer l'apprentissage des langues étrangères, faciliter l'approche administrative, douanière, réglementaire, font partie des attentes majeures auxquelles, avec les partenaires du développement international, nous souhaitons nous attacher à répondre.

Un investissement à l'international jugé bénéfique

Les efforts d'investissement pour développer l'activité internationale sont jugés bénéfiques par plus de 8 exportateurs sur 10 et même très bénéfiques par 20% d'entre eux. Plus les établissements exportent depuis longtemps, plus ils sont nombreux à estimer « très positif » leur investissement lié à l'international.

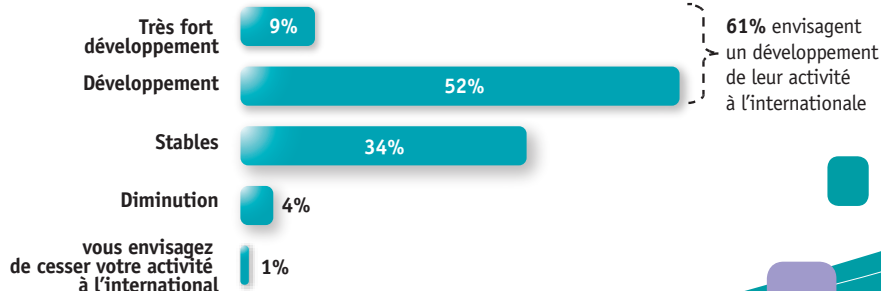
Evaluation de l'investissement lié à l'internationalisation



Des perspectives d'activités à l'international encourageantes

Malgré une conjoncture économique difficile, les entreprises affichent une réelle confiance : 61% des établissements envisagent en effet une croissance de leur activité à l'international, un taux qui reste très positif, bien qu'en recul sensible par rapport aux 70% de l'étude de 2007.

Evolution pressentie de l'activité à l'export



LES ENJEUX vus par les CCI

- L'international représente un enjeu majeur pour notre territoire et pour nos entreprises.
- Les résultats de cette 3^e édition de l'observatoire mettent en lumière des leviers fondamentaux pour stimuler et accompagner le développement de nos PME sur les marchés de demain.
- Plusieurs défis sont à relever, ensemble, dans les mois et les années à venir : augmenter le nombre d'exportateurs, rééquilibrer la place des PME dans l'activité export de la région, renforcer leur structuration notamment en terme de ressources humaines, élargir et cibler les pays à potentiel, mais aussi comprendre et lever les freins et les difficultés qui empêchent nos PME de se lancer à l'export et découragent certaines de pérenniser leurs efforts.
- Il s'agit d'insuffler une « culture internationale » au sein du territoire, en stimulant le partage d'expérience des entreprises déjà exportatrices et en accompagnant individuellement chaque projet.
- 2 axes majeurs guideront notre action consulaire : aller chercher parmi nos entreprises celles qui ont un potentiel à l'international pour élargir ce « vivier » d'exportateurs régional mais aussi pérenniser la démarche export des exportateurs « opportunistes » qui représentent une grande partie des « disparus » en les accompagnant dans leur stratégie et leur structuration. Contacter chaque entreprise, comprendre son besoin et l'orienter vers les dispositifs adaptés à son besoin, puis suivre son projet dans le temps, telle est la mission que nous avons confiée à notre service mutualisé CCI International, en étroite relation avec ses partenaires de l'équipe de France de l'export.

Jean-François GENDRON
Président de CCI International Pays de la Loire

MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

L'observatoire de l'international vise à identifier et interroger les exportateurs ligériens. Un travail de qualification systématique de tous les exportateurs potentiels a été réalisé à partir d'une base de 6 288 établissements potentiellement exportateurs. Cette base a été constituée à partir de sources multiples : CCI, douanes, Astrée et Diane...

Seuls les exportateurs directs (c'est-à-dire facturant directement leurs produits et/ou services à l'étranger) ont été interrogés de façon approfondie, soit **2 415 établissements**.

Le questionnaire porte sur les thématiques suivantes :

- Le positionnement à l'export de l'établissement
- Son organisation et ses ressources humaines
- L'impact de l'activité export
- Le positionnement à l'import
- Les perspectives et attentes

CCI de Nantes
16, quai Ernest Renaud
BP 90517
44105 NANTES CEDEX 4
Tél. 02 40 44 60 60
Fax 02 40 44 60 90
www.nantes.cci.fr

CCI de Maine-et-Loire
8, boulevard du Roi René
BP 60626
49006 ANGERS CEDEX 01
Tél. 02 41 20 49 00
Fax 02 41 20 54 14
www.maineetloire.cci.fr

CCI du Mans et de la Sarthe
1, boulevard René Levasseur
BP 22385
72002 LE MANS CEDEX 1
Tél. 02 43 21 00 00
Fax 02 43 21 00 50
www.lemans.sarthe.cci.fr

CCI de Saint-Nazaire
35, rue du général de Gaulle
BP 405
44602 SAINT NAZAIRE CEDEX
Tél. 02 40 17 21 00
Fax 02 40 66 68 35
www.saint-nazaire.cci.fr

CCI de la Mayenne
12, rue de Verdun
BP 239
53002 LAVAL CEDEX
Tél. 02 43 49 50 00
Fax 02 43 49 33 16
www.mayenne.cci.fr

CCI de la Vendée
16, rue Olivier de Clisson
BP 49
85002 LA ROCHE SUR YON CEDEX
Tél. 02 51 45 32 32
Fax 02 51 62 72 17
www.vendee.cci.fr



Vous pouvez avoir accès aux études régulières menées par nos services dans les domaines du commerce, de l'industrie, de l'international, des ressources humaines, des services aux entreprises, des TIC (Technologies de l'Information et de la Communication). Toutes ces informations sont accessibles gratuitement en ligne sur le site de votre CCI ou sur le site portail des CCI des Pays de la Loire.

www.paysdelaloire.cci.fr

Pour toute information complémentaire, n'hésitez pas à contacter notre service CCI International.
a.rebuffet@paysdelaloire.cci.fr



CHAMBRE RÉGIONALE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DES PAYS DE LA LOIRE
Centre des Salorges • 16, Quai Ernest Renaud • BP 70515 • 44105 NANTES Cedex 4 • FRANCE
Tél. +33 (0)2 40 44 63 00 • Fax +33 (0)2 40 44 63 20 • www.paysdelaloire.cci.fr

