



TEAM FRANCE EXPORT
Dossier de presse
6 février 2019

Sommaire:

1^{ère} partie: Team France Export

I – Contexte et objectifs de la réforme Team France Export

II – Où en est la mise en place d'un « guichet unique de l'export » dans chaque région?

III – Mise en place des outils digitaux Team France Export

IV – La mise en place d'un correspondant unique Team France Export à l'étranger

2^{ème} partie: la France à l'export

I – L'export français en chiffres clés

II - Exporter depuis la France

III – Stratégie à l'exportation des firmes implantées en France (baromètre Kantar Public – volet export – pour Business France)



I- Contexte et objectifs de la réforme TEAM FRANCE EXPORT

Alors que l'internationalisation de notre économie est un facteur clé de croissance et un moyen de diversifier le chiffre d'affaires, elle reste trop concentrée sur un nombre restreint d'exportateurs et de filières.

Parmi les trois priorités annoncées par le Premier Ministre à Roubaix, le 23 février 2018, pour améliorer nos performances à l'export, et au niveau des outils publics d'accompagnement : la diffusion bien plus large d'une culture de l'export, un soutien public plus simple et des modes de financement plus compétitifs.

Sur la base des propositions du « rapport Lecourtier », la volonté du gouvernement est de transformer le modèle d'accompagnement des PME à l'export, afin que l'international constitue maintenant le débouché naturel de l'économie française. Pour ce faire, l'ambition est de faire émerger une « Team France Export », une équipe de France, unissant tous les acteurs dans un service public solidaire, intégré et respectant les spécificités de chacun.

La réforme doit répondre à un double objectif : plus d'exportateurs, plus d'exportations.

Le dispositif français d'accompagnement doit en prendre sa part de responsabilité : il s'est caractérisé trop longtemps par trop d'acteurs pour trop peu de résultats. Des légitimités concurrentes, et non coopératives, empêchaient de partager une vision stratégique et de s'organiser efficacement en conséquence.

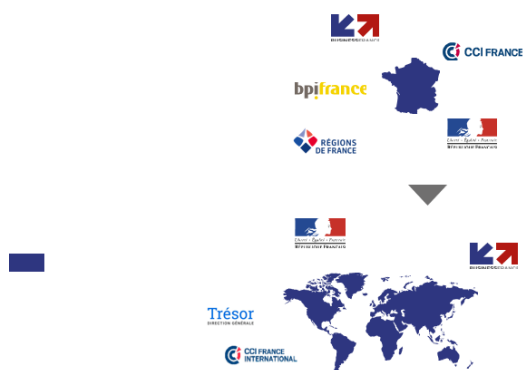
Les trois carences principales qui en résultaient étaient un manque de lisibilité du dispositif, un problème d'efficacité, et in fine, une véritable question de gouvernance.

La réforme du dispositif de soutien à l'export vise à le rapprocher de la réalité du terrain, et à le ré-agencer en fonction des besoins des entreprises, en le rendant plus simple, plus accessible, notamment aux PME et ETI, et plus efficace, en organisant l'ensemble des acteurs au sein d'une « Team France export ».

Cette transformation repose sur 3 axes principaux : i/la mise en œuvre de guichets uniques dans les régions en France ; ii/la mise en œuvre d'outils digitaux partagés et performants ; iii/ la désignation d'un correspondant unique à l'étranger.

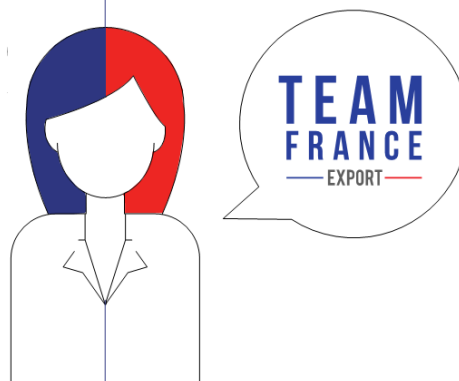
UNE REFONTE
DU DISPOSITIF PUBLIC
D'ACCOMPAGNEMENT
POUR FAIRE GAGNER LES
PME À L'INTERNATIONAL

À qui
s'adresser ?



AVANT

MAINTENANT



II- Où en est la mise en place d'un « guichet unique de l'export » dans chaque Région ?

II-1. Les opérateurs en ordre de marche.

Concernant les 6 000 à 8 000 ETI et PME de croissance disposant des capacités pour faire de l'international un levier principal de leur développement, le partenariat Bpifrance/Business France, initié depuis 2013, a prouvé qu'il répondait aux besoins des entreprises à fort potentiel. Celles-ci ont plébiscité un dispositif qui associe à leur bénéfice le banquier, l'assureur et le conseil en développement international qui les aide à transformer commercialement à l'export. Cette démarche repose sur un accompagnement personnalisé dans la durée vers les marchés pertinents. Portée par des chargés d'affaires internationaux de Business France hébergés dans les directions régionales de Bpifrance, adossés aux spécialistes du financement et le l'assurance export, elle s'intègre en pleine transparence dans le dispositif Team France Export.

Dans la même logique, les CCI de France et Business France ont associé leurs ressources pour proposer, dans le cadre de la Team France Export et sur l'ensemble du territoire, un accompagnement de proximité aux autres entreprises qui présentent un potentiel à l'export. Rassembler les équipes internationales des CCI et des équipes redéployées par Business France permet de mutualiser trois atouts : connaissance du tissu local, des enjeux sectoriels et des marchés étrangers.

L'ACCOMPAGNEMENT DE L'ENTREPRISE
PAR UN CONSEILLER INTERNATIONAL RÉFÉRENT

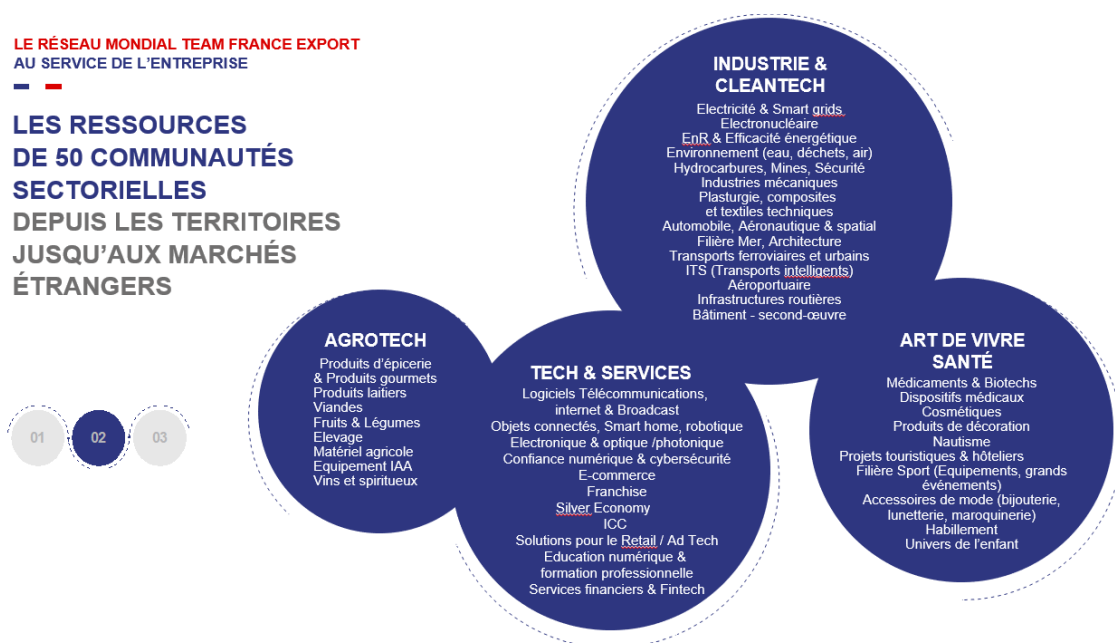
UNE APPROCHE TERRAIN ET SECTORIELLE



Localisées dans les CCI régionales et territoriales, ces équipes mixtes sont organisées, depuis le 1^{er} janvier 2019, selon une logique de « portefeuille » à majeure sectorielle à raison de 150 entreprises en moyenne par conseiller international. Elles co-construisent actuellement (cf infra) des outils partagés de suivi de la relation entreprises (CRM et plateforme des solutions) et ont défini les services communs qu'elles pourront offrir aux entreprises accompagnées. Elles seront en réseau avec les équipes d'experts sectoriels de Business France siège et s'adosseront au réseau international du « service public » (750 conseillers Team France Export à l'étranger dans 65 pays), lui-même organisé par filières.

LE RÉSEAU MONDIAL TEAM FRANCE EXPORT
AU SERVICE DE L'ENTREPRISE

LES RESSOURCES DE 50 COMMUNAUTÉS SECTORIELLES DEPUIS LES TERRITOIRES JUSQU'AUX MARCHÉS ÉTRANGERS



Compte tenu des effectifs actuels des CCI et du redéploiement d'une cinquantaine de collaborateurs de Business France, ce dispositif rénové permettra de proposer des référents à plus de 30 000 entreprises. Ce sont près de 250 conseillers internationaux qui vont approcher de façon organisée et volontariste les entreprises à potentiel export dans chaque région de France. Ils disposeront de toute la connaissance des opportunités de marchés par filières à l'étranger.

Dans une posture d'écoute et de conseil, ils s'appuieront sur tous les services proposés par le dispositif public - diagnostic, préparation export, information et ciblage marchés, recherche de clients ou d'intermédiaires commerciaux, prospection terrain individuelle ou collective (salons internationaux, rencontres BtoB), mise en place de V.I.E...) – sur les produits spécialisés de financement, de garantie et d'assurance de Bpifrance et sur les outils et programmes mis en place par les Régions.

L'ACCOMPAGNEMENT DE L'ENTREPRISE
PAR UN CONSEILLER INTERNATIONAL RÉFÉRENT

UN SUIVI PERSONNALISÉ
TOUT AU LONG
DU PARCOURS DE L'ENTREPRISE



Ils pourront préconiser également toutes les solutions adaptées proposées par le secteur privé (formations, solutions RH, solutions d'exportation indirecte...) et le réseau des Conseillers du Commerce Extérieur.

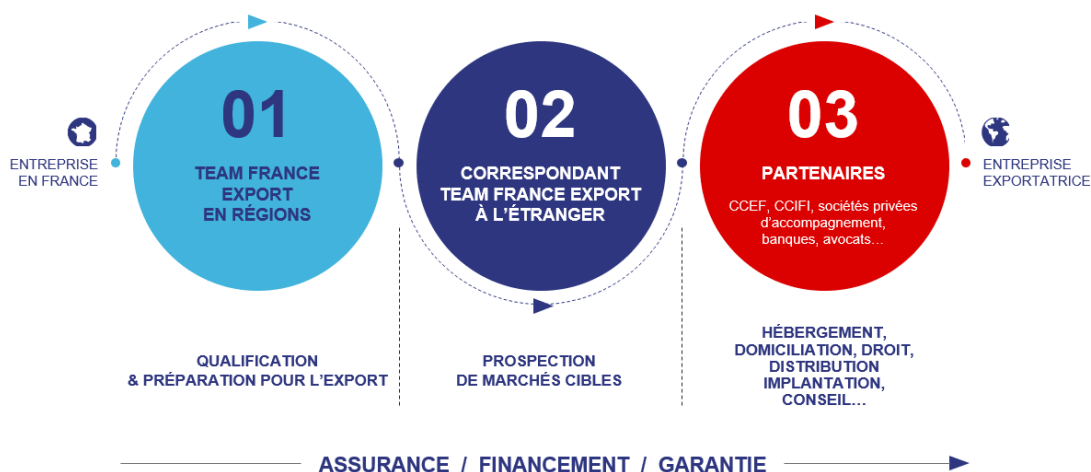
UNE TEAM FRANCE EXPORT
« AUGMENTÉE »

**LE + : LES MEILLEURES
SOLUTIONS DU SECTEUR
PRIVÉ COMPLÈTENT
LE DISPOSITIF PUBLIC**



Team France Export, c'est une dynamique nouvelle de prospection, de préparation et de projection de nouveaux exportateurs à potentiel sur de premiers marchés à l'étranger et sur l'ouverture de nouveaux marchés pour des exportateurs plus réguliers. Ce sont 1 000 conseillers au service de nos entreprises à l'international.

**UN PARCOURS EXPORT SIMPLIFIÉ
POUR L'ENTREPRISE**



II-2- Les régions au rendez-vous de Team France Export.

Les régions ont un rôle central en matière d'appui à l'export. Disposant d'une compétence générale en matière de développement économique au titre de la loi NOTRe, elles assurent le co-pilotage de la réforme aux côtés de l'État.

Régions de France a manifesté dès le début un intérêt marqué pour une nouvelle organisation du dispositif public de soutien à l'export, dans la mesure où son action viendra renforcer le déploiement des SRDEII (Schémas régionaux de développement économique, d'innovation et d'internationalisation) et où l'articulation sera fluide avec les nouvelles Agences régionales de développement.

A date, huit conventions Team France Export ont été déjà été signées en Normandie, Hauts-de-France, Sud PACA, Pays de la Loire, Bourgogne-France-Comté, Centre-Val de Loire, Nouvelle-Aquitaine et Auvergne-Rhône-Alpes. Les déclinaisons régionales sont très avancées en Ile-de-France, en Corse et en Occitanie.

La Région Normandie, pilote en la matière, a ainsi « accéléré », avec la Team France export Normandie, 162 PME en quelques mois dont 50% étaient des exportateurs occasionnels ou néophytes.

III- Mise en place des outils digitaux TEAM France EXPORT.

La mise en œuvre de la réforme s'appuie sur le déploiement au niveau national d'une plateforme numérique des solutions regroupant l'ensemble des offres d'accompagnement à l'export et de financement export. Cette plateforme alimentera un outil de CRM permettant d'assurer de manière mutualisée le suivi des entreprises qui s'appuieront sur la Team France Export. Ces outils ont été co-financés par le FTAP (Fonds de transformation de l'action publique) et par Business France.

III -1- Les plateformes régionales de solutions export.

La plateforme des solutions export portera la relation digitale entre d'une part la Team France Export (et ses partenaires) et d'autre part les entreprises s'intéressant à l'international ou souhaitant exporter ou se renforcer sur les marchés internationaux. Elle s'appuiera sur un socle conçu au niveau national et permettant ainsi de mutualiser les fonctionnalités, l'ergonomie et la navigation, les contenus et partenaires nationaux. Ce socle sera décliné, personnalisé et enrichi en contenu pour chaque région.

La plateforme des solutions constituera une matérialisation numérique du guichet unique d'accompagnement à l'export notamment à travers les objectifs suivants :

- Fournir des outils digitaux et des solutions innovantes et adaptées aux entreprises en fonction de leurs profils pour les aider à démarrer, structurer et accélérer leur développement à l'international
- Constituer de manière organisée un véritable centre de ressource et de conseil
- Structurer l'alliance des opérateurs publics et impliquer tous les acteurs publics régionaux ou nationaux et les acteurs privés.

LES SOLUTIONS EXPORT LES PLUS EFFICACES, ADAPTÉES À LA MATURITÉ DE CHAQUE PROJET

Dans un rapport de confiance, votre conseiller export vous délivrera conseils et opportunités de business

Il garantira la mobilisation autour de vos projets du réseau mondial d'experts **TEAM FRANCE EXPORT**, vous proposera les solutions de financement de votre plan d'action. Il vous accompagnera dans la durée pour ouvrir de nouveaux marchés.



Le +

Les meilleures solutions du secteur privé embarquent dans la conquête à vos côtés : formation, négoce, juridique, RH, animation de réseau commercial, implantation... Elles sont « labellisées » **TEAM FRANCE EXPORT**. Votre conseiller référent les connaît et les intègre pour vous proposer les bons outils pour réussir.

L'export 24H/24H

Au printemps 2019, la plateforme digitale des solutions export sera déployée dans chaque région. Toute l'info sur les marchés du monde, des parcours personnalisés, des opportunités d'affaires, les soutiens de la Région.

Si la plateforme pourra être utile à toutes les PME quel que soit leur état d'avancement dans leur démarche d'internationalisation, elle s'adressera principalement aux entreprises non exportatrices qui pourraient le devenir, aux exportatrices irrégulières ou très peu exportatrices qui ne bénéficient pas d'un accompagnement personnalisé par un référent unique de proximité (conseiller international) et qui ont besoin d'être informées sur les opportunités offertes par les marchés internationaux, rassurées (ex : manque de savoir-faire, crainte d'impayés, ...) et guidées, dans leurs premières expériences à l'international, par des parcours pédagogiques et une mise en relation simplifiée avec les acteurs en mesure de les accompagner..

A/ Les contenus proposés aux entreprises sont de 3 types :

1. Des propositions d'actions/solutions regroupées sur une « place de marché des solutions » permettant à l'entreprise de franchir une étape dans sa démarche d'internationalisation, d'accélérer son développement international et répertoriées selon les besoins suivants : Préparation à l'export, Expertise conseil, Choix des marchés, Solutions RH, Marketing et communication, Export avec négociants, Financement et aides, Prospection, Implantation, e-export, Optimisation des flux de marchandises, Formalisation et sécurisation des flux commerciaux, Propriété Industrielle, Portage par Grandes Groupes, , Mentoring / Peering...

Selon les catégories de besoins, les solutions seront des services rendus par les membres fondateurs de la Team France Export et/ou par des opérateurs publics ou privés (Douane, INPI, APEC ou Pôle Emploi, OSCI, CCEF, organismes de formation spécialisés...).

Chaque offre de solution pourra faire l'objet de la part de l'entreprise d'une demande de mise en relation avec le fournisseur de solutions (Team France Export ou partenaire) auquel grâce à un bref jeu de questionnement, les informations nécessaires à un traitement adapté seront transmises et qui disposera d'un délai limité pour répondre.

2. Une base d'informations : contenus pédagogiques sous diverses formes (vidéo, mooc,...) fiches sectorielles ou marché, statistiques douanières agrégées, décryptage des potentiels de marché,...
3. Des opportunités d'affaires à l'international (issues de bases d'appels d'offres publics internationaux, sourcées par les bureaux de la Team France Export à l'étranger auprès d'acheteurs locaux, ou sourcées par des plateformes telles que Pacte International (Pacte PME) auprès des grands groupes français,). Les entreprises pourront manifester leur intérêt en ligne pour ces opportunités, qui présentent par ailleurs une matérialisation concrète du potentiel des marchés, par l'intermédiaire de la Team France Export.

B/ Des parcours de navigation personnalisés faciliteront grandement l'accès au contenu,

- selon le profil de l'entreprise (débutant à l'export, start-up, exportateur occasionnel ou exportateur aguerri) et ses centres d'intérêt déterminé par un jeu de questions simples permettant de leur apporter des premières informations et conseils.

Pour les entreprises qui l'acceptent, ces profils ou critères seront mémorisés afin d'optimiser l'expérience de navigation et la proposition de contenu lors des visites suivantes.

C/ La plate-forme embarquera également des fonctionnalités telles que :

- La prise de rendez-vous en ligne avec un référent de la Team France Export.
- Un Agenda des évènements en France ou à l'étranger, notamment le Programme France Export mais également les évènements en Région
- L'accès à des communautés virtuelles dès lors qu'elles sont actives sur chaque territoire

Le projet Plateforme des Solutions Export s'étendra sur 3 ans. Une première version sera ouverte en avril 2019 suivie de livraisons d'améliorations et fonctionnalités successives selon la méthode de développement dite agile.

III- 2 – Un outil de suivi de la relation entreprises.

La solution de CRM partagée entre les équipes opérationnelles de conseillers internationaux référents sera la clé d'une meilleure connaissance des entreprises afin de leur proposer une offre de solutions adaptée à leur stratégie d'internationalisation. Il assurera aussi une mutualisation de l'information entre les acteurs de la Team France Export et une meilleure gouvernance grâce à une vision précise des besoins export de chaque entreprise, secteur et territoire, et des réponses apportées.

La construction et l'utilisation du e-CRM Team France Export reposent sur le principe du « parcours client », depuis l'expression (spontanée ou suscitée) d'un intérêt par l'entreprise, jusqu'à l'enquête de sa satisfaction (à la suite d'un service fourni par la Team France).

Prenons l'exemple d'une PME, qui produit des roulements d'éolienne entamant une démarche export. Grâce à son utilisation des services proposés sur la Plateforme numérique des solutions, le e-CRM a automatiquement recueilli sur elle de nombreuses informations :

- *sur ses caractéristiques actuelles : PME de 25 salariés, secteur innovant des énergies renouvelables*
- *son historique export : un chiffre d'affaires export encore modeste (inférieur à 200K EUR), révélant une capacité à se projeter en dehors de la France mais indiquant un possible besoin pour structurer la démarche export ;*
- *ses centres d'intérêt : l'Europe, l'Amérique du Nord et l'ASEAN.*
- *ses besoins exprimés : l'accès à une connaissance précise sur l'accès aux marchés visés, le droit du travail local, la réglementation sur les énergies renouvelables et les possibilités de financer une éventuelle implantation aux Etats Unis.*

Toutes ces informations sont ainsi disponibles pour les collaborateurs concernés au sein de la Team France Export, à commencer par le Conseiller International qui agira en tant que référent pour cette entreprise. Le premier entretien avec le dirigeant de la PME sera ainsi conduit de manière plus efficace, ce qui est une attente des entrepreneurs.

Cet exemple concret montre l'ambition que la Team France Export porte grâce à cet e-CRM, dont les fonctionnalités en font, bien plus qu'un outil commercial et marketing intelligent, une véritable plateforme collaborative.

IV- La mise en place d'un correspondant unique TEAM FRANCE EXPORT à l'étranger.

A l'étranger, le service public de l'export sera progressivement exercé par des acteurs issus du public ou du privé qui formeront, sous l'enseigne « Team France Export », un réseau de tiers de confiance partageant une offre, des standards et des systèmes d'information communs. Dans un certain nombre de pays dans lesquels Business France ne disposera plus de bureaux chargés d'exercer une activité « export » une procédure de mise en concurrence a été mise en place (lancée le 18 septembre 2018) pour des avis de concession Team France Export.

A date, ont été attribuées des concessions en Norvège, à Singapour, en Belgique, Hongrie, aux Philippines et au Maroc. Les Chambres de Commerce et d'Industrie françaises, qui ont remporté ces contrats, deviennent, dans ces pays, , dès le début 2019, le correspondant unique et identifié de la Team France Export.

Pour d'autres pays, afin d'assurer la continuité de service lié à la volumétrie d'activité enregistrée jusqu'à ce jour par le Bureau Business France ainsi qu'à la nature des prestations collectives réalisées ne pouvant pas faire l'objet d'une concession, il a été lancé le 26 septembre 2018 un marché public de services via un appel d'offres concernant Hong-Kong et le Japon.

Les CCIFI, qui ont été choisies, deviennent ainsi, dans le cadre d'un contrat de sous-traitance, le prestataire de Business France, au sein de la Team France Export. Elles réalisent une partie de l'offre du service de l'export de Business France, déterminée en fonction du contexte local. Le marché de service se traduit par une dégressivité des équipes du bureau Business France dans le pays.

In fine, comme dans le cas du dispositif déployé sur le territoire national, il ne s'agit pas d'arrêter un schéma identique sur tous les continents mais de proposer un accompagnement adapté aux différentes situations géographiques et aux différents marchés, l'État veillant à garantir une qualité de services homogène.

1 000 CONSEILLERS INTERNATIONAUX
POUR LES ENTREPRISES QUI ONT
ENVIE D'EXPORT

L'export, ça peut être un formidable booster de croissance !

Pour vous faire gagner à l'international, votre Région, les services de l'Etat, Business France, votre Chambre de Commerce et d'Industrie et Bpifrance créent TEAM FRANCE EXPORT. Ils mettent en commun l'ensemble de leurs solutions publiques d'accompagnement pour vous donner les bons leviers en fonction de votre stratégie, de vos ambitions et de vos moyens.

250
conseillers
internationaux
dans les régions



■ Implantations
TEAM FRANCE EXPORT
(Business France et
concessionnaires)

750
conseillers
internationaux
à l'étranger

50
communautés
sectorielles pour
connaître les **marchés
gagnables** pour vos
produits et services

L'export ça se prépare dans les territoires

TEAM FRANCE EXPORT met en place 250 conseillers internationaux (CCI, Business France, Bpifrance) dans toute la France. Spécialistes de l'export et de votre secteur d'activité, l'un d'entre eux sera **votre référent de proximité** et mobilisera toutes les ressources utiles pour vous aider à vous préparer ou à ouvrir de nouveaux marchés.

Les contrats ça se gagne sur le terrain

TEAM FRANCE EXPORT ce sont 750 conseillers internationaux à l'étranger, répartis dans 65 pays, qui mettent en œuvre votre plan d'action pour **développer du business** (identification de clients ou d'intermédiaires commerciaux, opérations collectives, suivi des contacts, V.I.E...).

65
marchés,
c'est le réseau
TEAM FRANCE EXPORT
à l'étranger

TEAM FRANCE

— EXPORT —



Et les partenaires

Conseillers du Commerce Extérieur de la France, la Douane, INPI, Chambres de Commerce et d'Industrie françaises à l'international, sociétés de négoce et d'accompagnement à l'international, banques, organismes de formation spécialisés, sociétés de conseil...

LES EXPORTATIONS FRANÇAISES

I- L'export français en quelques chiffres clés

- L'exportation est pour 84% des entreprises implantées en France, stratégique.
- 81% des décideurs attendent une croissance de leur chiffre d'affaires dans les trois prochaines années.
- La France est identifiée comme un hub à l'export vers l'Afrique (70% des entreprises) et l'Europe (81% des entreprises)
- L'Europe demeure la zone privilégiée : 91% des entreprises interrogées déclarent exportées vers l'Europe.
- 64% des entreprises implantées en France confirment vouloir exporter vers de nouvelles destinations dans les 3 prochaines années.
- La qualité des produits et services fabriqués en France (93%) est le 1^{er} atout de la France en matière d'exportation.
- La politique gouvernementale commence à porter ses fruits : l'accompagnement des entreprises souhaitant exporter est considéré comme un atout par 68 % des décideurs interrogés (en hausse de 5 points).
- 3 leviers pour se développer à l'exportation : avoir une bonne connaissance des marchés (93%), disposer d'informations sur la réglementation locale (93%), bien identifier les partenaires locaux (89%).
- Pour 72% des entreprises les industries françaises sont attractives.
- 62% des entreprises exportatrices considèrent que l'industrie française a innové au cours des trois dernières années.

II – Exporter depuis la France

Améliorer les performances de notre économie à l'export, tel est l'un des objectifs du gouvernement. Six entreprises françaises et étrangères nous expliquent pourquoi elles ont choisi de produire en France, avant d'exporter leurs produits dans le monde entier.

Sur l'ensemble de l'année 2018, les exportations de biens depuis la France ont progressé de 3,8 % pour atteindre (491,6 milliards d'euros). Selon les données douane, la hausse est essentiellement portée par les véhicules automobiles et le textile / habillement / cuir, qui connaissent de fortes progressions (respectivement + 7,9 % et + 8,2 %).

Des chiffres suivis de près par le gouvernement, qui a fait de l'amélioration de nos performances à l'export l'une de ses priorités. L'enjeu est de taille puisque près de six millions d'emplois sont directement ou indirectement induits par l'export en France, soit près d'un quart de la population active employée¹.

Autre signe encourageant, selon le baromètre Euler Hermes, plus de huit entreprises exportatrices sur dix souhaitent accroître leurs ventes à l'étranger, soit cinq points de plus que lors de la dernière édition². Par ailleurs, 72 % des entreprises expliquent que leur développement à l'international passe par des exportations depuis la France, illustrant un fort regain d'intérêt des entreprises exportatrices françaises pour le site France. Sur le même registre et selon le dernier *Baromètre Export* publié par Business France, la grande majorité des entreprises interrogées prévoient une augmentation de leur chiffre d'affaires à l'exportation dans les trois prochaines années. Une croissance qui passe par la conquête de nouveaux marchés : 64% des entreprises implantées en France (deux-tiers pour les entreprises françaises et 52% pour les entreprises sous contrôle étranger) confirment vouloir exporter vers de nouvelles destinations d'ici trois ans.

Les décideurs considèrent que la France bénéficie de nombreux atouts en matière d'exportation. Ces derniers mettent en avant : la qualité des produits et services en France (93 %), la réputation du pays (87 %), la qualité de la logistique sur l'ensemble du territoire (85 %), les infrastructures de transport (84 %), ainsi que la stabilité de l'euro (82 %). Par ailleurs, 68 % des décideurs interrogés mettent en avant les différents dispositifs d'accompagnement à l'export.

La France jouit également d'un positionnement géographique favorable, qui, associé à des infrastructures de transport de qualité, en font un « hub » vers l'Europe et l'Afrique. Ainsi, 70 % des entreprises étrangères implantées en France affirment que la France est un hub à l'exportation notamment vers l'Afrique et 81 % vers les autres pays européens.

¹ Rapport d'activité 2016 Business France

² Euler Hermes a publié en mai dernier son 6e baromètre Export

PME, grands groupes français ou étrangers : voici le témoignage de six entreprises qui exportent depuis la France, tous secteurs confondus.

Témoignages réalisés par Constance de Cambiaire de l'AFP

Hélioscopie

Siège à Vienne (Isère)

Effectifs : 12 salariés

Chiffre d'affaires : non communiqué

Hélioscopie, une entreprise du groupe Santé Actions (plus de 500 collaborateurs et plus de 50 millions d'euros de chiffre d'affaires) propose des solutions mini invasives pour les personnes souffrant d'obésité (anneaux gastriques, ballons intragastriques...). Ses produits sont commercialisés dans une cinquantaine de pays. « *Nous avons commencé à développer sérieusement l'export en 2011* », explique Jean-Pierre Duterlay, directeur commercial France et International au sein du Groupe Santé Actions. A l'époque, les exportations ne représentent que 25 % du chiffre d'affaires de l'entreprise. « *Aujourd'hui c'est l'inverse, 75 % de notre chiffre d'affaires est généré par l'export, principalement en Italie et au Moyen-Orient. Sans l'export, nous n'existerions plus* », ajoute-t-il. Prochains objectifs : la Chine et le Brésil. « *Depuis 2012 Business France nous apporte un précieux soutien logistique ce qui nous permet de participer à deux salons chaque année : Arab Health au Moyen Orient et Medica en Allemagne* », souligne Jean-Pierre Duterlay.

Cimel Electronique

Siège à Paris (11^e)

Effectifs : 25 salariés

Chiffre d'affaires 2017 : 5 millions d'euros

Cimel Electronique est spécialisée dans la conception, la construction et la commercialisation d'instruments de météorologie et de mesure de la pollution.

« *85 % de nos ventes se font à l'export et nos premiers marchés sont les Etats-Unis, la Chine et l'Europe*, explique son PDG Didier Crozel. *Cimel Electronique est par exemple le seul fournisseur de photomètre - un instrument servant à mesurer les intensités lumineuses de l'atmosphère - pour le réseau mondial fédéré par la Nasa qui contribue à l'étude du changement climatique* ». L'entreprise a également noué des partenariats avec le CNRS. « *La France dispose de centres de recherche de très haut niveau et d'une politique active de soutien à l'innovation, avec notamment le crédit d'impôt recherche* », souligne Didier Crozel.

L'entreprise bénéficie également du soutien de Business France depuis 25 ans, via notamment l'organisation de séminaires autour de la météorologie dans le monde entier, permettant à l'entreprise de nouer des contacts avec de futurs clients.

VFP Ink Technologies

Siège à Villeneuve-la-Garenne (Hauts-de-Seine)

Effectifs : 40 salariés

Chiffre d'affaires : 8 millions d'euros en 2017

Lorsque Arnaud Maquinghen reprend les rênes de l'entreprise en 2010, seules 5 % des ventes de l'entreprise sont réalisées à l'étranger. « *Nous avons totalement changé l'orientation de l'entreprise en investissant dans la R&D pour devenir leader sur un marché*

de niche : celui des encres pour les cartes de crédit », explique-t-il.

Désormais, l'entreprise exporte dans 37 pays, principalement en Chine et aux Etats-Unis et ses ventes à l'étranger représentent 60 % de son chiffre d'affaires. L'objectif est d'atteindre 80 % des ventes à l'export d'ici trois ans avec l'ouverture de nouveaux marchés comme l'Inde et l'Amérique du sud.

« Depuis 2010, Business France nous offre une aide logistique et financière qui nous permet d'être présents sur de grands salons internationaux, souligne Arnaud Maquinghen. Nous étions au CES de Las Vegas (le Consumer Electronics Show, NDLR) sous la bannière Business France dans le pavillon automobile français pour présenter notre nouvelle solution : une encre conductrice flexible et étirable, pour imprimer de l'électronique sur tout type de supports et tout type d'objet du quotidien. Le réseau de Business France nous a permis de rencontrer de grands fournisseurs d'équipements automobiles et de leur présenter notre solution ».

Groupe PSA

Siège à Rueil-Malmaison (Hauts-de-Seine)

Effectifs : 212 000 collaborateurs

Chiffre d'affaires 2017 : 65,2 milliards d'euros

Le deuxième constructeur automobile européen détient 17 centres de production en France (dont cinq usines de production de véhicules), qui produisent pour la France mais aussi pour les autres pays d'Europe, l'Afrique, le Moyen Orient et même l'Amérique Latine pour certains modèles. *« Le Groupe a intérêt à produire à proximité de ses points de distribution et de ses clients. Or, la France reste très bien située pour desservir les principaux pays européens »,* explique Yann Vincent, Executive vice president, direction Industrielle et Supply Chain.

Le Groupe PSA emploie plus de 68 000 personnes en France à fin 2017 et ses 5 usines d'assemblage de véhicules ont produit 1,1 million de véhicules, soit plus d'un tiers de la production mondiale de véhicules du Groupe. *« Les plans de transformation de nos usines, engagés depuis plusieurs années pour les rendre plus flexibles et plus performantes, nous permettent aujourd'hui d'avoir une production industrielle en France de très bon niveau, précise Yann Vincent. Par ailleurs, nous nous sommes engagés auprès de nos partenaires sociaux, dans le cadre de l'accord Nouvel Elan pour la Croissance à produire un million de véhicules par an en France ».*

Avec près de six milliards d'euros d'excédent commercial automobile, le Groupe PSA est le premier constructeur automobile contributeur à la balance commerciale de la France en 2017.

Bayer

Entreprise allemande

Effectifs : 99 800 salariés

Chiffre d'affaires 2017 : 35 milliards d'euros

Le groupe Bayer, dont les cœurs de métier se situent dans les secteurs de la santé et de l'agriculture, est présent en France depuis le début du XX^e siècle. L'entreprise allemande compte aujourd'hui 13 sites dans l'Hexagone - dont quatre dédiés à la R&D et trois à la production - et emploie 3 036 salariés. Bayer France a enregistré un chiffre d'affaires de 1,4 milliard d'euros, dont 783 millions d'euros à l'export (70 % à destination de l'Europe).

La France est le septième marché mondial pour le groupe allemand.

« Nos centres de recherche en France disposent d'un très haut niveau de qualification, en raison notamment de la formation des ingénieurs français, explique-t-on chez Bayer. Le groupe a également choisi de produire et d'exporter depuis la France pour la qualité de ses infrastructures et son dynamisme économique ».

Adisseo

Ancienne division du groupe Rhône Poulenc, Adisseo est depuis 2006 une filiale du groupe China National BlueStar, (23 000 employés 6,4 milliards d'euros de CA)

Effectifs : 2 200 salariés

Chiffre d'affaires 2017 : 1,36 milliard d'euros

Adisseo - l'un des leaders mondiaux de la nutrition animale - exploite sept sites industriels dans le monde dont six en France et emploie 1000 salariés dans l'Hexagone.

« Plus de 90 % de nos ventes sont réalisées à l'export. L'Europe et le Moyen Orient/Afrique représentent 50 %, l'Asie Pacifique, l'Amérique du Sud, l'Amérique du Nord et la Chine se partagent équitablement les 50% restant », détaille Jean-Marc Dublanc, PDG d'Adisseo.

Selon lui, notre pays possède de nombreux atouts pour exporter dans le monde entier (100 pays différents) : *« La France est au cœur de l'Europe, avec des ouvertures maritimes vers l'Afrique et le Moyen Orient, et vers les Amériques. Côté logistique, ses infrastructures de transport (air, route, fer) sont de qualité et avec un maillage complet. »* Parmi les autres avantages, il cite une main-d'œuvre qualifiée ainsi que la qualité de vie, les acquis sociaux (santé, éducation,) qui *« attirent et fidélisent une main-d'œuvre qualifiée et des talents, indispensables pour développer et produire en France ».*

« Enfin, le Crédit d'impôt recherche représente aussi un intérêt majeur pour les entreprises qui investissent dans leur R&D », conclut-il.

III – Stratégie à l’exportation des firmes implantées en France (baromètre Kantar Public – volet export – pour Business France)

L’exportation occupe une place importante dans la stratégie des entreprises

- **Les stratégies en matière d’exportation restent très importantes** pour les entreprises qui sont implantées sur le territoire français (plus de 8 décideurs économiques sur 10). De plus, les perspectives sont positives puisque 81% des décideurs attendent une croissance de leur chiffre d’affaires dans les trois prochaines années.
- **La France est identifiée comme un hub à l’export** grâce à son positionnement géographique et à ses infrastructures de transport de qualité et multimodales. Les entreprises étrangères implantées en France affirment que la France est un hub à l’exportation notamment vers l’Afrique (70% des entreprises) et l’Europe (81% des entreprises).
- **L’Europe demeure la zone privilégiée** vers laquelle des entreprises implantées en France exportent (91% des entreprises interrogées). Vient ensuite l’Afrique pour plus de 5 entreprises sur 10. Les principaux pays africains cibles sont le Maroc, la Tunisie, l’Algérie, l’Afrique du Sud et la Côte d’Ivoire.
- **L’élargissement du périmètre géographique des exportations envisagé par les entreprises est un peu plus limité qu’en 2017**. 64% des entreprises implantées en France (deux-tiers pour les entreprises françaises et 52% pour les entreprises sous contrôle étranger) confirment vouloir exporter vers de nouvelles destinations dans les 3 prochaines années. Les principaux pays ciblés sont la Russie, le Royaume-Uni, l’Allemagne et la Chine.

Dans la stratégie d’internationalisation des firmes, les projets d’implantation sont nettement moins nombreux.

- Seule une entreprise sur sept présente sur le territoire français envisage d’implanter une partie de son activité dans un autre pays dans les trois années à venir.
- Pour ce panel, s’implanter dans un autre pays que la France répond majoritairement aux besoins de bénéficier d’un meilleur accès à un marché de plus grande taille. Pour les entreprises étrangères, la flexibilité du marché du travail local, l’identification d’un distributeur sur place ainsi que la simplicité de la législation locale sont également soulignées.

La France bénéficie de nombreux atouts en matière d’exportation.

- Les principaux atouts identifiés par les entreprises sont la qualité des produits et services en France (93%), la réputation de la France (87%), la qualité de la logistique sur l’ensemble du territoire (85%), les infrastructures de transport (84%) ainsi que la stabilité de l’euro (82%). Outre ces atouts récurrents, les influenceurs sont plus positifs sur les atouts de la France et soulignent également l’avantage que représente le positionnement géographique de la France.
- La politique gouvernementale commence à porter ses fruits : les coûts de production apparaissent pour 61% des entreprises comme un atout (+9 points). A noter également que l’accompagnement des entreprises souhaitant exporter est considéré comme un atout par 68 % des décideurs interrogés (en progression de 5 points).
- Pour se développer à l’export, les quatre principaux leviers sont identiques à ceux de 2017: avoir une bonne connaissance du ou des marchés visés (93%), disposer d’informations sur la réglementation locale et son évolution (93%), bien identifier les partenaires locaux et les offres locales (89%), connaître son potentiel d’exportation (83%).

- Pour 6 entreprises sur 10, il est facile d'exporter depuis la France. Néanmoins, 43% des entreprises françaises considèrent qu'il est difficile d'exporter depuis la France. Les difficultés évoquées sont nombreuses et diverses, avec en tête les frais de douane, les coûts de transport, l'inadaptation de la réglementation, les coûts de production élevés.

La qualité de l'industrie française est reconnue par les entreprises et représente à ce titre un levier pour les exportations françaises.

- Pour trois-quart des entreprises (72%), les industries françaises sont attractives. Ce taux atteint 81% pour les influenceurs.
- Cette attractivité repose sur 5 piliers : la qualité des salariés (81%), la montée en gamme des produits (77%), l'automatisation de l'outil de production (70%), la qualité du management (68%) et la promotion des savoir-faire français (67%).
- En revanche, les entreprises constatent un déficit en matière de partenariat avec des start-up innovantes et de digitalisation des process industriels.
- Selon les entreprises exportatrices, l'industrie aéronautique, et dans une moindre mesure, l'industrie pharmaceutique française se distinguent de celles des autres économies européennes.
- 62% des entreprises exportatrices considèrent que l'industrie française a innové au cours des trois dernières années. Parmi les entreprises qui déclarent avoir mis en place des innovations, les innovations de procédés et technologiques sont prédominantes.

ENCADRE METHODOLOGIQUE

SONDAGE KANTAR PUBLIC – BUSINESS FRANCE : STRATEGIE A L'EXPORTATION DES FIRMES IMPLANTEES EN FRANCE

Kantar Public a interrogé, en septembre 2018, 341 cadres dirigeants d'entreprise exportant depuis la France répartis comme suit :

- 199 entreprises de nationalité française
- 142 entreprises de nationalité étrangère

L'objectif est d'identifier la stratégie à l'exportation des firmes implantées en France ainsi que la perception des entreprises à l'égard des atouts du Made in France.

Contact presse :

Business France

Maxime Juestz de Mire – Tel : 01.40.73.35.22 – Email : maxime.juestzdemire@businessfrance.fr

Séverine De Carvalho – Tel : 01.40.74.73.88 – Email : severine.decarvalho@businessfrance.fr

Bpifrance

Annelot Huijgen – Tel : 01 41 79 94 48 - annelot.huijgen@bpifrance.fr

CCI France

Françoise Fraysse – Tel : 01 40 69 37 16 – f.fraysse@ccifrance.fr