BAROMÈTRE DE L'EXPORT 2023

OPINION WAY

CAPITAL EXPORT™

édito

Dans un contexte inédit et marqué par une succession de crises, la 3ème édition du Baromètre révèle un niveau de maturité des PME et ETI à l'export en forte progression : en 2023, près de 7 PME sur 10 sont présentes à l'international, contre 4 sur 10 il y a deux ans lorsque nous avons lancé cet observatoire. Et, sur la période, la part de CA réalisée à l'international a doublé pour atteindre 25 %.

Ces bons résultats soulignent la capacité d'adaptation des entreprises au contexte géopolitique actuel. Mieux encore : ils révèlent à quel point nos entreprises considèrent l'international à sa juste valeur, comme un impératif stratégique pour la solidité de leur développement à long terme.

Ce constat corrobore clairement la thèse d'investissement et la mission de Capital Export : accompagner les entreprises de nos territoires à la conquête de l'international. Nos dix années d'expérience, renforcées par trois années de crises successives, démontrent, s'il en était besoin, que l'apport d'un professionnel de l'international permet d'aller plus loin, de mieux cibler les gisements et les modes optimaux d'accès aux principaux marchés mondiaux, de bien identifier et analyser les risques et les opportunités hors de France, et de mettre en place des stratégies offensives pour gagner des années de développement en s'ouvrant à la croissance externe sélective en Europe et aux Etats-Unis.

Plus que jamais, c'est ma conviction : la source d'une croissance pérenne se trouve à l'international !

Jean-Mathieu Sahy,
Président-fondateur
de Capital Export

sommaire

4 LES ENTREPRISES FRANÇAISES TOUJOURS PLUS INTERNATIONALISÉES

10 PRIME À L'EUROPE ET À L'AMÉRIQUE DU NORD

13 VOLONTÉ ET SAVOIR-FAIRE, LES FACTEURS CLÉS POUR L'INTERNATIONALISATION

16 LES PME/ETI EN DEMANDE D'ACCOMPAGNEMENT MAIS...

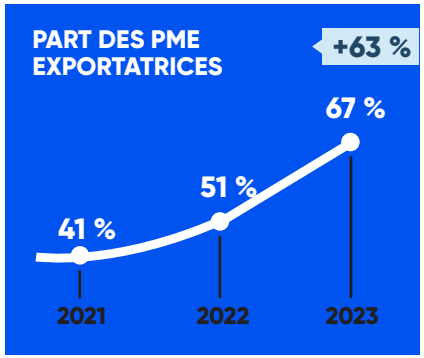
MÉTHODOLOGIE

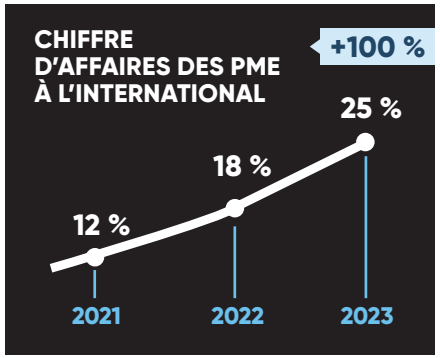
L'étude *« Le Baromètre de l'Export »* est destinée à analyser le rapport des entreprises à l'export et à identifier leurs difficultés et leurs besoins. Cette étude a été réalisée auprès d'un **échantillon de 300 chefs d'entreprises, représentatif des entreprises françaises dont le chiffre d'affaires est compris entre 10 et 100 millions d'euros.** L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de taille d'entreprise, de secteur d'activité et de région d'implantation.

Les interviews ont été réalisées par **téléphone** sur système CATI (Computer Assisted Telephone Interview). Les interviews ont été réalisées **du 27 février au 16 mars 2023.**

LES ENTREPRISES FRANÇAISES TOUJOURS PLUS INTERNATIONALISÉES

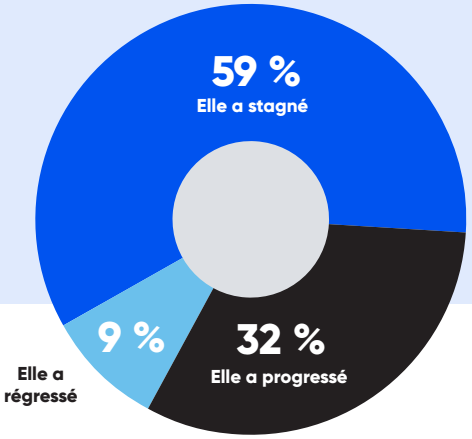
Cette année encore, les dirigeants restent confiants dans l'avenir de leur entreprise (95 %). Un optimisme qui rejaillit sur l'export : 45 % estiment que la période actuelle est propice à l'internationalisation (+ 11 points par rapport à 2022).
Un tiers des dirigeants déclare dans ce contexte que l'activité internationale de leur entreprise a progressé en 2022 (32 %).





ÉVOLUTION DE L'ACTIVITÉ INTERNATIONALE EN 2022

En 2022, l'activité internationale de votre entreprise a-t-elle progressé, stagné ou régressé ?



Dans les faits, malgré la succession de crises depuis trois ans, **la part des entreprises présentes à l'international affiche une nette progression** (67 %, contre 51 % en 2022 et 41 % en 2021). Mieux : la proportion d'entreprises dont les activités sont majoritairement internationales augmente notamment (20 %, +8 points). A l'inverse, trois dirigeants sur dix déclarent encore n'avoir aucune part de leur chiffre d'affaires réalisée à l'international (30 %, -12 points).

En parallèle, l'international représente maintenant 25 % en moyenne du chiffre d'affaires des sondés, contre 12 % en 2021, **+ 100 % en deux ans. Cette activité est susceptible de progresser encore davantage à l'avenir :** un dirigeant sur deux dont l'entreprise est active à l'étranger projette de renforcer l'activité internationale dans les mois et les années à venir (50 %, +10 points).

Parmi ceux qui n'ont pas pris le virage international, 88 % n'envisagent pas de s'y développer invoquant une activité exclusivement basée en France (57 %), un secteur d'activité trop spécifique pour l'export (33 %), ou un manque d'intérêt pour le développement international (39 %).

“On sent que les entreprises ont retrouvé de l’appétence pour l’export et appris à naviguer dans un contexte d’incertitudes.”

Les entreprises s'adaptent à un contexte géopolitique instable

L'actualité internationale perturbée et incertaine impacte toujours l'activité des entreprises françaises à l'étranger en termes de coûts.

Les dirigeants exportateurs mentionnent des répercussions sur les prix des approvisionnements, qu'il s'agisse des matières premières et marchandises (77 %) ou du transport de marchandises (66 %). 38 % évoquent également un allongement des délais de livraison, 28 % des pénuries.

Face à ces contraintes de prix des achats en biens et services à l'étranger, 50 % des sondés jugent le niveau de l'euro relativement neutre.

A contrario, un dirigeant exportateur sur quatre perçoit la baisse de l'euro plutôt comme une menace (25 %) pouvant renchérir les coûts d'achats. Les derniers 25 % estiment que le niveau de l'euro est une opportunité (25 %).

LES CONSÉQUENCES DE LA CRISE GÉOPOLITIQUE ACTUELLE SUR L'ACTIVITÉ

Quelles conséquences de la crise géopolitique actuelle avez-vous constatées sur votre activité ?

Question posée uniquement aux dirigeants d'entreprise qui réalisent une partie de leur chiffre d'affaires à l'international soit 67 % de l'échantillon. Plusieurs réponses possibles. Total supérieur à 100 %.

L'AVIS DE JEAN-MATHIEU SAHY, FONDATEUR ET ASSOCIÉ DE CAPITAL EXPORT

On sent que les entreprises ont retrouvé de l'appétence pour l'export et appris à naviguer dans un contexte d'incertitudes. Les entreprises que nous accompagnons témoignent toutes de l'atout d'un euro plus compétitif par rapport au dollar, qui reste une devise déterminante pour le commerce international. Leur offre est caractérisée par un degré élevé d'innovation procurant un haut niveau de valeur ajoutée. Dès lors, elles sont moins impactées par les variations de prix sur les achats et les approvisionnements, qui, a contrario, pèsent fortement sur les coûts de revient des entreprises moins innovantes.

L'actualité internationale impacte également l'activité des entreprises françaises à l'étranger en termes de stratégie, pour une bonne moitié d'entre elles.

57 % des dirigeants qui réalisent une partie de leur chiffre d'affaires à l'international estiment que la situation géopolitique influence leur stratégie de développement international.

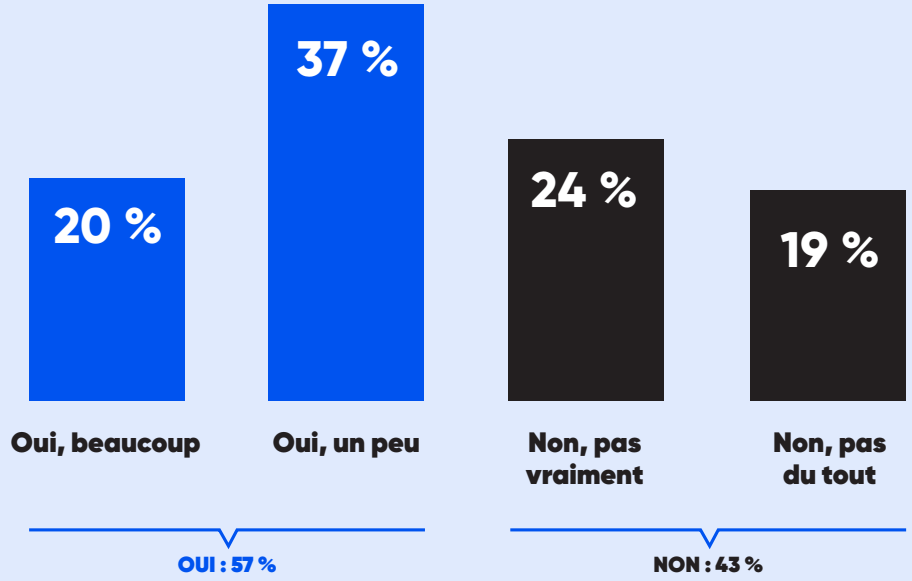
Parmi eux, 68 % pointent spontanément la situation économique et ses incidences, comme la perte de clients à cause de difficultés financières (14 %).

Des problèmes opérationnels sont également rencontrés (42 %), liés à l'instabilité de la situation géopolitique créée par le conflit russo-ukrainien (16 %), à l'impact sur les approvisionnements (13 %) et au transport des marchandises (11 %).

Toutefois, plus de 40 % des dirigeants sondés ne constatent pas d'impact sur leur stratégie de développement international (43%), principalement parce que leur secteur n'est pas concerné par la crise (62 %).

L'INFLUENCE DU CONTEXTE GÉOPOLITIQUE ACTUEL SUR LA STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL

Le contexte géopolitique actuel influence-t-il ou non la stratégie de développement international de votre entreprise ?



Question posée uniquement aux dirigeants d'entreprise qui réalisent une partie de leur chiffre d'affaires à l'international soit 67 % de l'échantillon.

L'AVIS DE CHARLES-ANTOINE ELIARD, ASSOCIÉ DE CAPITAL EXPORT

Cette disparité sectorielle face à l'international s'est fortement renforcée. Si l'on s'en réfère à la croissance continue et soutenue des sociétés que nous accompagnons, les offres distinctives, innovantes, à forte valeur ajoutée, ne semblent pas être touchées, quel que soit l'environnement (Covid, pénuries et hausses d'approvisionnement, conflit russo-ukrainien ...).

PRIME À L'EUROPE ET À L'AMÉRIQUE DU NORD

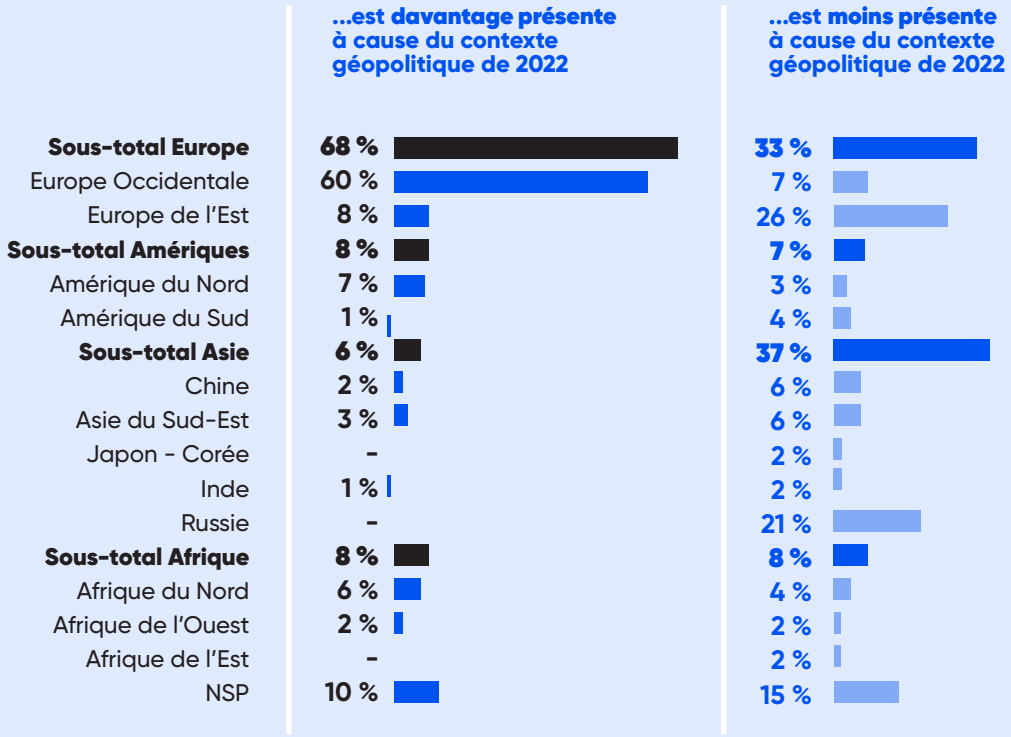
Dans ce contexte, les deux zones géographiques dans lesquelles les entreprises sont moins présentes du fait du contexte géopolitique sont, sans surprise, l'Europe de l'Est (26 %) et la Russie (21 %).

A l'inverse, les entreprises internationalisées ont fortement accru leurs efforts commerciaux **en Europe occidentale où elles sont davantage présentes depuis 2022 (60 %) et en Amérique du Nord.** L'Europe occidentale représente la zone prioritaire de développement dans les années à venir (44 % des dirigeants sondés). L'Amérique du Nord enregistre la plus forte hausse d'intentions de développement avec 5 points de progression dans les citations (12 %, soit + 71 % par rapport à 2022).

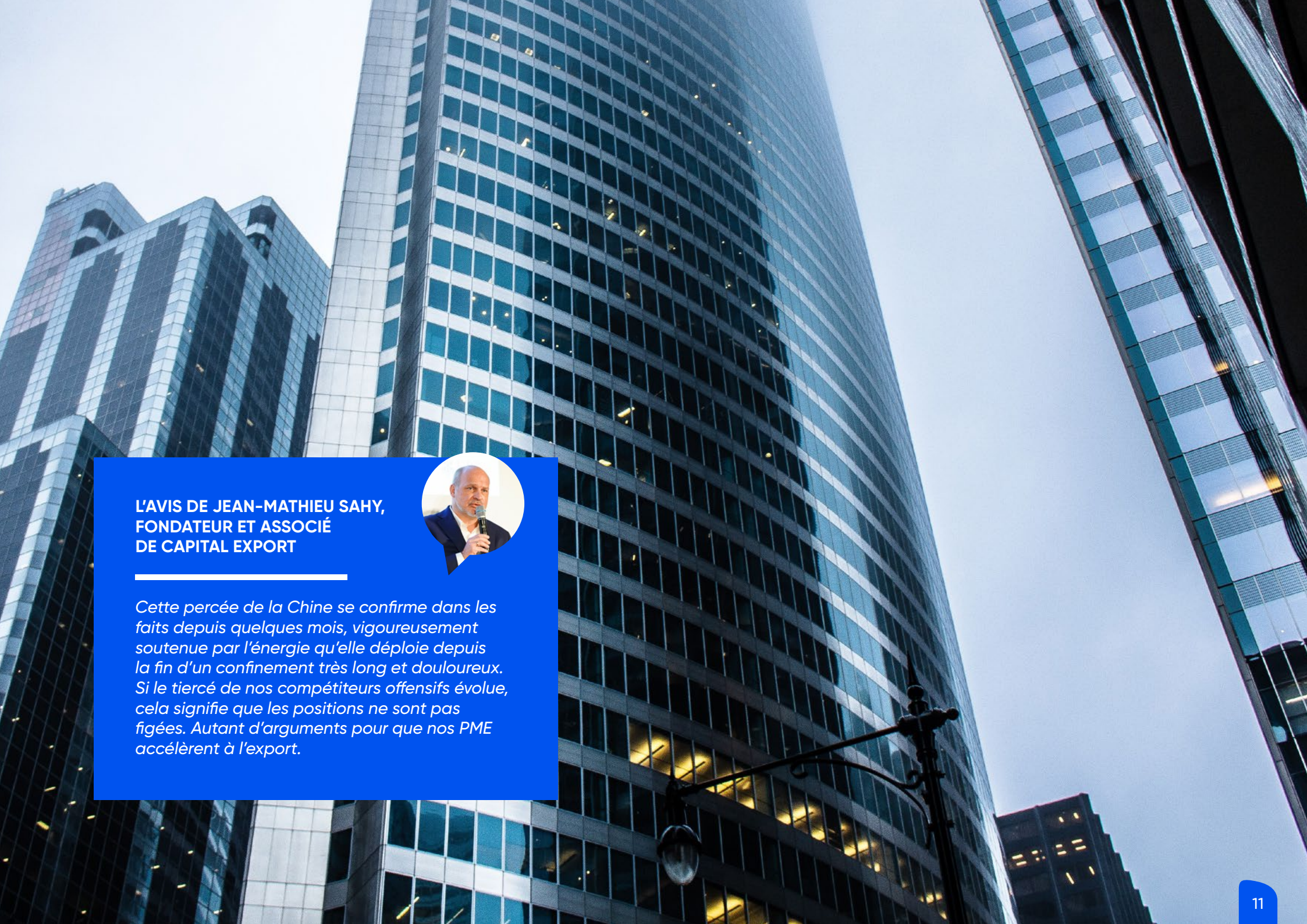
Par ailleurs, le Baromètre révèle un **changement de perception étonnant vis-à-vis de l'Allemagne :** en 2022, un interviewé sur deux la considérait comme la plus grande menace à l'export (52 %) quand ils ne sont plus qu'un sur quatre en 2023 (27 %). Dans une moindre mesure, les Etats-Unis ont également connu une diminution (39 %, - 6 points). La Chine fait désormais figure de pays le plus offensif à l'international (53 %, + 6 points).

L'IMPACT DU CONTEXTE GÉOPOLITIQUE SUR LA LOCALISATION DES ACTIVITÉS À L'INTERNATIONAL

Quelle est la zone géographique où votre entreprise...



Question posée uniquement aux dirigeants d'entreprise qui réalisent une partie de leur chiffre d'affaires à l'international soit 67 % de l'échantillon.



L'AVIS DE JEAN-MATHIEU SAHY, FONDATEUR ET ASSOCIÉ DE CAPITAL EXPORT

Cette percée de la Chine se confirme dans les faits depuis quelques mois, vigoureusement soutenue par l'énergie qu'elle déploie depuis la fin d'un confinement très long et douloureux. Si le tiercé de nos compétiteurs offensifs évolue, cela signifie que les positions ne sont pas figées. Autant d'arguments pour que nos PME accélèrent à l'export.

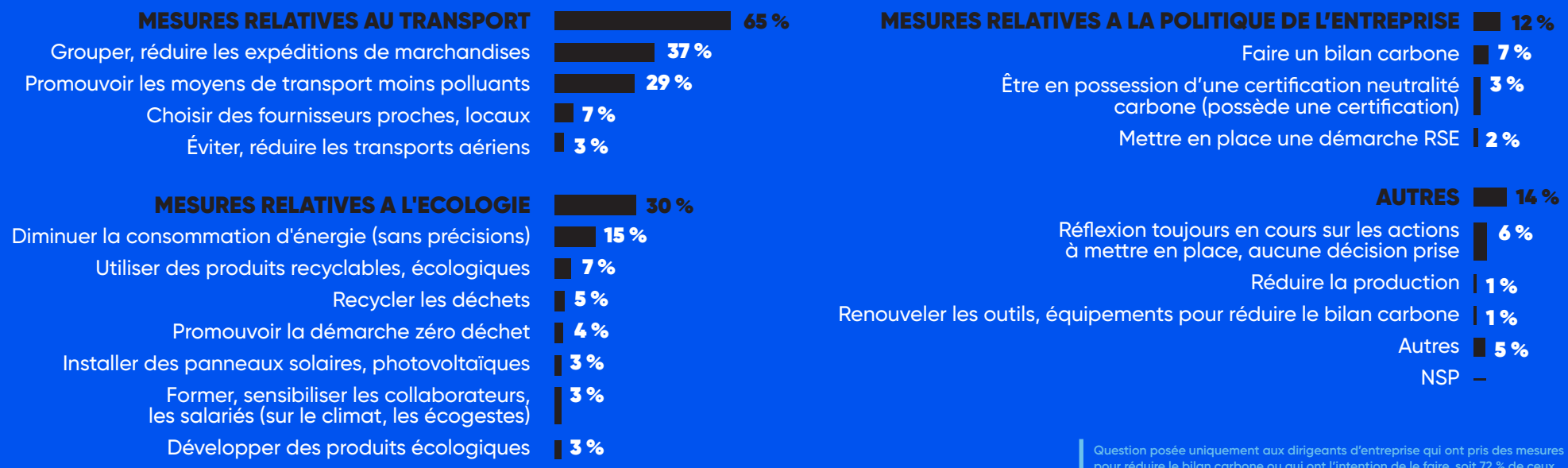
ESG : une nouvelle donne pour le transport

En plus du contexte actuel, l'enjeu environnemental d'un déploiement des activités à l'international oriente également la stratégie des dirigeants.

Près des trois quarts d'entre eux ont déjà mis en place ou ont l'intention de mettre en place des mesures dans le but de réduire le bilan carbone de leurs activités à l'international (72 % dont 35 % l'ont déjà fait et 37 % ont l'intention de le faire). Les entreprises de 50 à 99 salariés (82 %) et de 100 salariés et plus (79 %) sont plus enclines à le faire que les petites entreprises d'1 à 9 salariés (50 %). Ces mesures concernent avant tout les transports (65 %). Pour participer à la décarbonation, les dirigeants ont / vont d'abord grouper, réduire les expéditions de marchandises (37 %) et promouvoir les moyens de transport les moins polluants (29 %).

LES MESURES PRISES POUR RÉDUIRE LE BILAN CARBONE DES ACTIVITÉS À L'INTERNATIONAL

Quelles mesures avez-vous prises / avez-vous l'intention de prendre pour réduire le bilan carbone de vos activités à l'international?



Question posée uniquement aux dirigeants d'entreprise qui ont pris des mesures pour réduire le bilan carbone ou qui ont l'intention de le faire, soit 72 % de ceux qui réalisent une partie de leur chiffre d'affaires à l'international (48 % de l'échantilfon global). Question ouverte- Réponses spontanées.

VOLONTÉ ET SAVOIR-FAIRE, LES FACTEURS CLÉS POUR L'INTERNATIONALISATION

Bien que 61 % des dirigeants déclarent que toutes les entreprises peuvent se développer sur le marché mondial, quelle que soit leur taille, de nombreux éléments sont jugés importants pour faciliter ce développement (de 51 % à 96 %), même si ces aspects organisationnels paraissent moins essentiels qu'en 2022 face aux enjeux externes actuels.

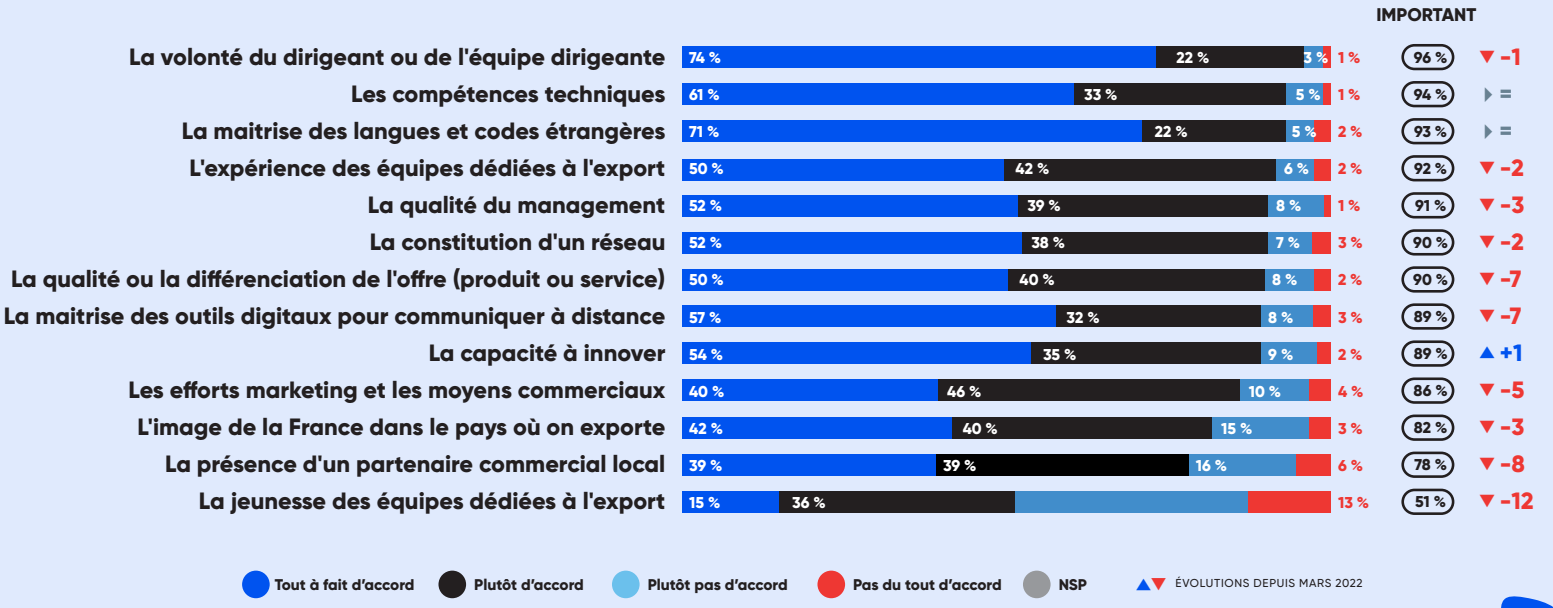
Le facteur prioritaire reste, encore et toujours, la volonté des équipes dirigeantes pour 96 % des sondés, niveau stable depuis deux ans. Les compétences techniques (94 %, stable), la maîtrise des langues et codes étrangers (93 %, stable), la qualité ou la différenciation de l'offre (90 %, -4 points par rapport à 2021) et la capacité à innover (89 %, +1 point sur deux ans) sont des leviers primordiaux selon les sondés. Enfin, la jeunesse des équipes dédiées à l'export est moins considérée comme une composante fondamentale mais 51 % des dirigeants la jugent importante (-12 points par rapport à 2022), et un sur quatre (23 %) citent le manque de compétences internes comme un frein au développement international. « Un chiffre à relier à la course aux talents et au phénomène de Grande démission » souligne Charles-Antoine Eliard, associé de Capital Export.

L'AVIS DE CHARLES-ANTOINE ELIARD, ASSOCIÉ DE CAPITAL EXPORT

Les signes de confiance des dirigeants exportateurs dans la compétitivité des offres françaises sont très encourageants pour l'avenir. Ces dirigeants constatent avec le temps que la marque France fait partie des quatre leaders mondiaux en termes de qualité globale de l'offre. En 2021, elle était considérée comme un frein au développement à l'international pour 43 % des sondés quand ils ne sont plus que 30 % à l'évoquer en 2023.

LES DIFFÉRENTS ÉLÉMENTS FACILITANT LE DÉVELOPPEMENT D'UNE ENTREPRISE À L'INTERNATIONAL

Selon vous, chacun des éléments suivants est-il important ou pas pour faciliter le développement d'une entreprise à l'international?



Pour se développer à l'international, les entreprises investissent dans leur implantation locale.

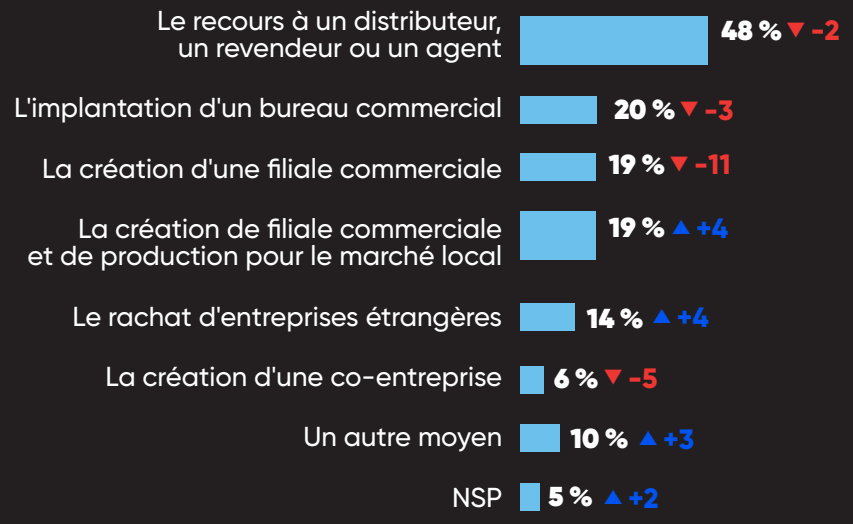
Près d'une sur deux a recours à un distributeur, un revendeur ou un agent (48 %, contre 50 % en 2022 et 63 % en 2021).

L'ouverture d'un bureau ou d'une filiale commerciale réunit un interviewé sur cinq (respectivement 20 % et 19 %), contre 23 % et 30 % en 2022 et 26 % et 23 % en 2021. Cette baisse provient peut-être d'un contrecoup en 2022 après une année 2021 très active pour rattraper les blocages et pertes d'activité pendant le Covid.

Malgré le contexte actuel d'incertitude, les rachats d'entreprises sont cités par 14 % des dirigeants interrogés, proches des 16 % de 2021 après un étiage à 11 % en 2022.

LES MOYENS UTILISÉS DANS LA STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT DE L'ENTREPRISE À L'INTERNATIONAL

Quels sont les moyens que votre entreprise utilise dans sa stratégie de développement international ?



Question posée uniquement aux dirigeants d'entreprise qui réalisent une partie de leur chiffre d'affaires à l'international,soit 67 % de l'échantillon. Plusieurs réponses possibles. Total supérieur à 100 %.

▲▼ ÉVOLUTIONS DEPUIS MARS 2022

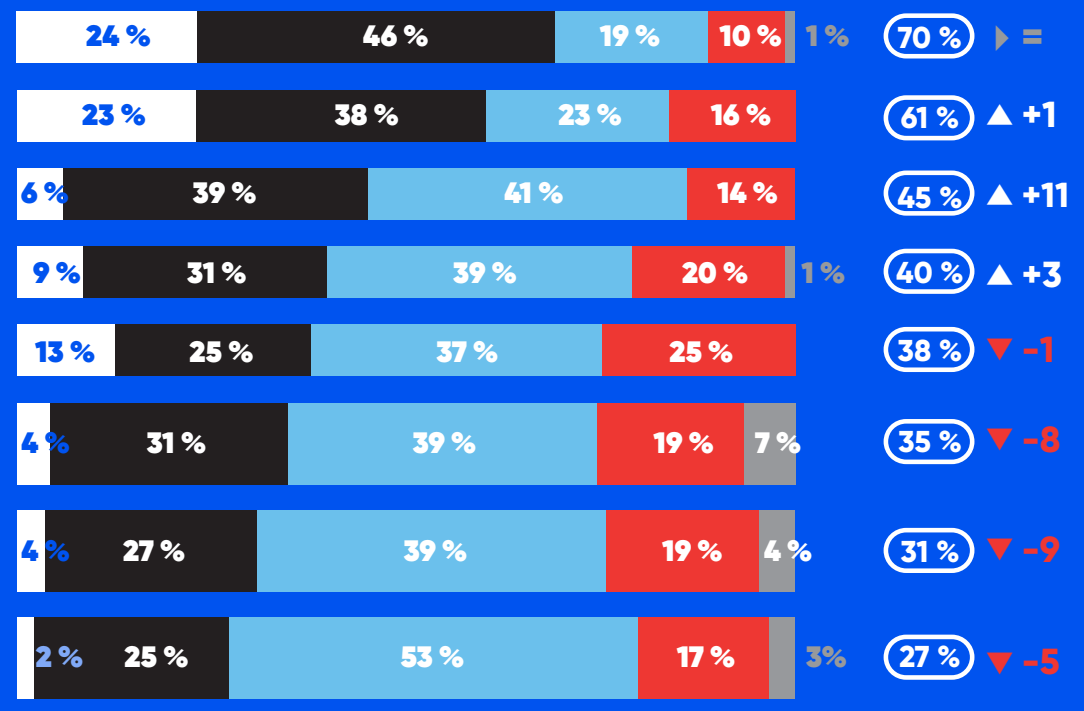
L'AVIS DE MICHEL CLARET, ASSOCIÉ DE CAPITAL EXPORT

C'est un axe stratégique impératif pour nous que d'identifier et d'approcher des cibles d'acquisitions dans les zones qui s'y prêtent, principalement l'Europe occidentale et les Etats-Unis. Grâce à notre réseau de partenaires locaux exclusifs, nous avons étudié des projets de croissance externe en Espagne, aux Etats-Unis, en Scandinavie dont plusieurs d'entre eux ont été réalisés, ou sont en passe de l'être. Les exportateurs deviennent plus ambitieux, plus performants sur tous les plans, et sont aussi plus ouverts aux opportunités d'acquisition.

LES PME/ETI EN DEMANDE D'ACCOMPAGNEMENT, MAIS...

L'OPINION SUR LES CARACTÉRISTIQUES REQUISES POUR LE DÉVELOPPEMENT À L'INTERNATIONAL

Êtes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes ?



Près de trois dirigeants sur cinq sont conscients qu'une entreprise ne peut pas se développer à l'international sans l'aide d'experts (62 %) et de relais locaux dans les pays visés (59 %). Les délais ou risques de paiement des clients étrangers (40 %) et la difficulté à se faire connaître, à identifier des clients ou partenaires commerciaux étrangers (34 %) ou encore les barrières douanières (33 %), en tête des obstacles rencontrés par les dirigeants à l'international, seraient certainement mieux gérés.

Les dirigeants d'entreprises françaises ne se sentent pas assez soutenus par l'écosystème français dans leur stratégie d'internationalisation. Le sujet de l'exportation des entreprises n'est pas suffisamment évoqué dans le débat public selon les interviewés (70 %).

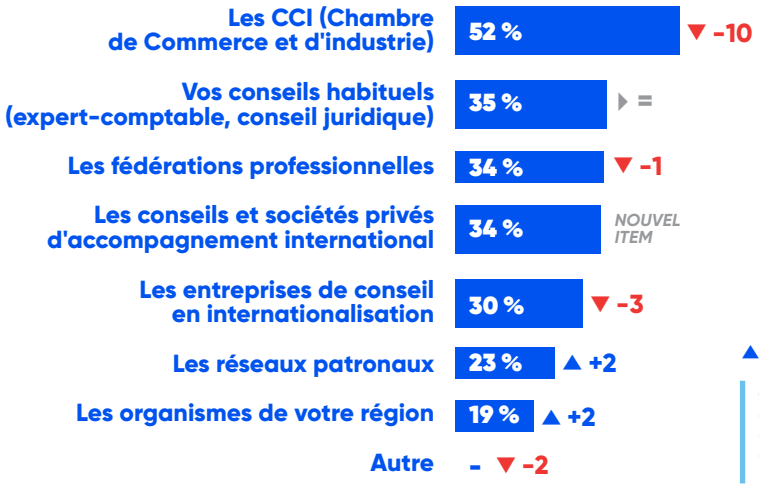
Concrètement, seuls 35 % des dirigeants estiment que les entreprises françaises sont plus accompagnées dans leurs efforts de développement international que leurs pairs étrangers (-8 points par rapport à 2022).

Ces attentes sont d'autant plus prégnantes que les acteurs institutionnels sont perçus comme particulièrement légitimes sur le sujet de l'internationalisation. Malgré une baisse de 10 points, les chambres de commerce et d'industrie restent le premier acteur jugé légitime pour accompagner les entreprises (cité par 52 % des dirigeants qui font appel à des professionnels ou pourraient le faire).

Les acteurs privés ne sont pas en reste : trois répondants sur dix citent les fédérations professionnelles (34 %), les conseils et sociétés privés d'accompagnement international (34 %) ou encore les entreprises de conseil en internationalisation (30 %).

LES PROFESSIONNELS LES PLUS LÉGITIMES POUR AIDER LES ENTREPRISES À L'INTERNATIONAL

Quels sont les professionnels qui vous semblent les plus légitimes pour aider votre entreprise à son internationalisation?



▲▼ ÉVOLUTIONS DEPUIS MARS 2022

Question posée aux entreprises qui font appel à des professionnels ou pourraient le faire, soit 34 % de l'échantillon. Plusieurs réponses possibles. Total supérieur à 100 %.

L'AVIS DE MICHEL CLARET, ASSOCIÉ DE CAPITAL EXPORT

Les dirigeants français sont moins habitués que les Anglo-Saxons à rémunérer des conseils extérieurs pour les aider. Faire appel à des professionnels de l'export est aussi moins répandu dans les structures de 20 à 49 salariés (31 %).

conclusion

CETTE NOUVELLE ÉDITION DU BAROMÈTRE RÉVÈLE QUELQUES GRANDS ENSEIGNEMENTS...

L'intérêt marqué des dirigeants d'entreprise pour l'internationalisation se confirme d'année en année : la part des entreprises qui ont des activités à l'international poursuit sa forte progression, une dynamique de croissance nourrie par la confiance des dirigeants dans la pérennité de leur organisation.

Malgré le contexte actuel, les PME/ETI démontrent leur capacité d'adaptation avec une prime marquée pour l'Europe occidentale et les Etats-Unis.

Afin d'accélérer à l'international, les entreprises expriment le besoin d'un professionnel de l'export capable d'apporter des réseaux, des relais locaux et une expérience avérée sur les marchés étrangers.

À PROPOS DE CAPITAL EXPORT

Créé en 2010, Capital Export (Paris et Lyon) est un fonds d'investissement indépendant, dédié aux entreprises exportatrices en croissance. Capital Export accompagne des sociétés qui expriment des savoir-faire distinctifs, en leur apportant des capitaux (8 à 15 M€ par opération) pour engager ou accélérer leur expansion internationale, et des appuis opérationnels dans leur stratégie export (identification et financement d'acquisitions à l'étranger, recherche de partenaires commerciaux, correspondants locaux et experts dans le monde entier, recrutements, montage d'aides et de subventions internationales, etc.).

Fort de 300 M€ sous gestion, Capital Export compte 17 entreprises en portefeuille.

CAPITAL EXPORT™

POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS
www.capital-export.fr

Suivez également l'actualité de Capital Export sur **LinkedIn**