

Contacts :
01 45 84 14 44
Frédéric Dabi
Adeline Merceron
prenom.nom@ifop.com

La perception des entreprises françaises du dispositif d'accompagnement à l'export

Paris
Toronto
Shanghai
Buenos Aires



Connection creates value

pour



Etude réalisée pour :

OSCI

Echantillon :

Echantillon de **401** dirigeants de TPE-PME réalisant une part de leur chiffre d'affaires à l'export.

Cet échantillon est représentatif des TPE/PME ayant une activité à l'export. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas sur les critères de secteur d'activité de l'entreprise et taille de l'entreprise.

Mode de recueil :

Les interviews ont eu lieu par téléphone au lieu de travail des personnes interrogées.

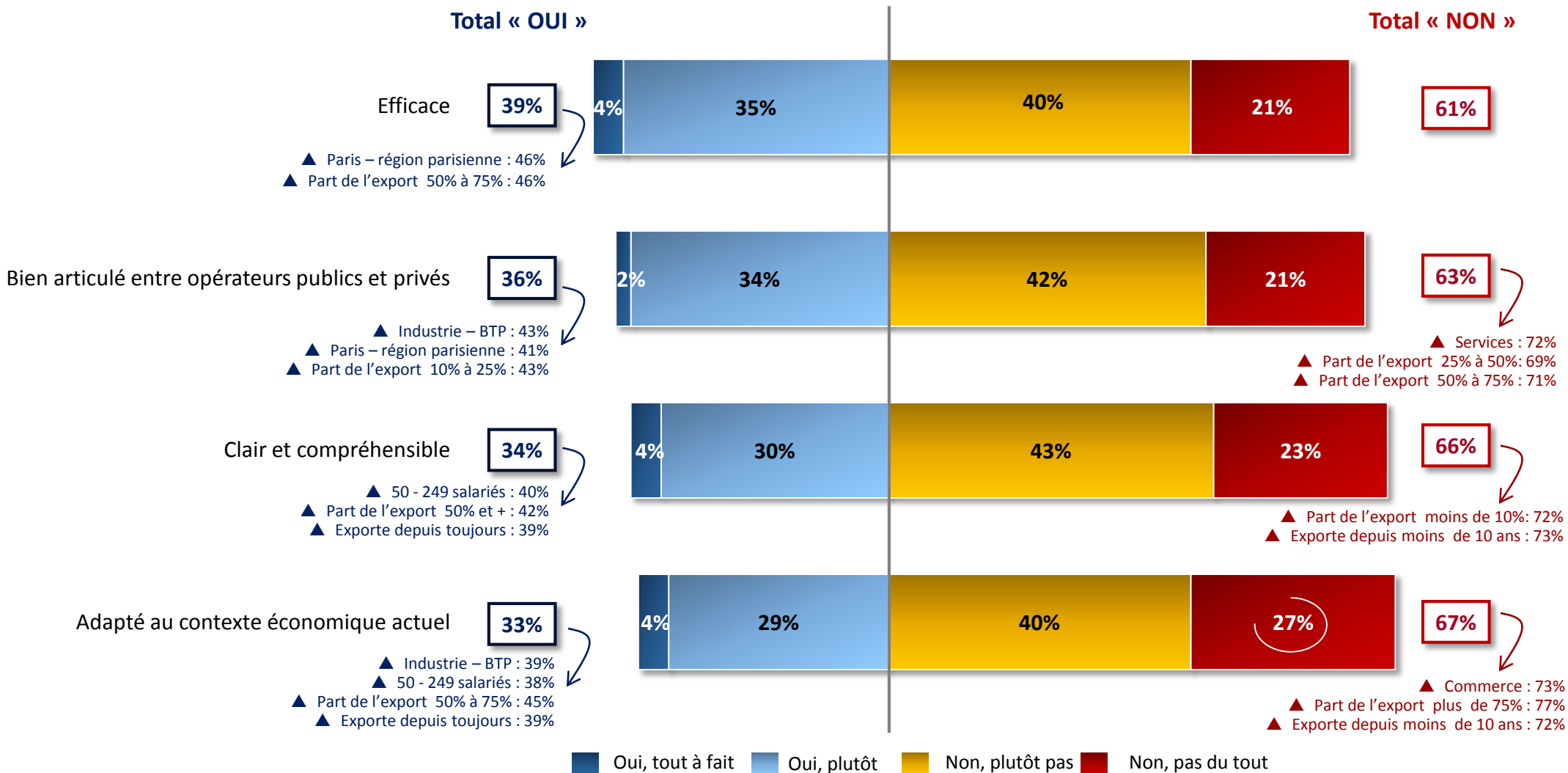
Dates de terrain :

Du 14 janvier au 17 janvier 2013

A

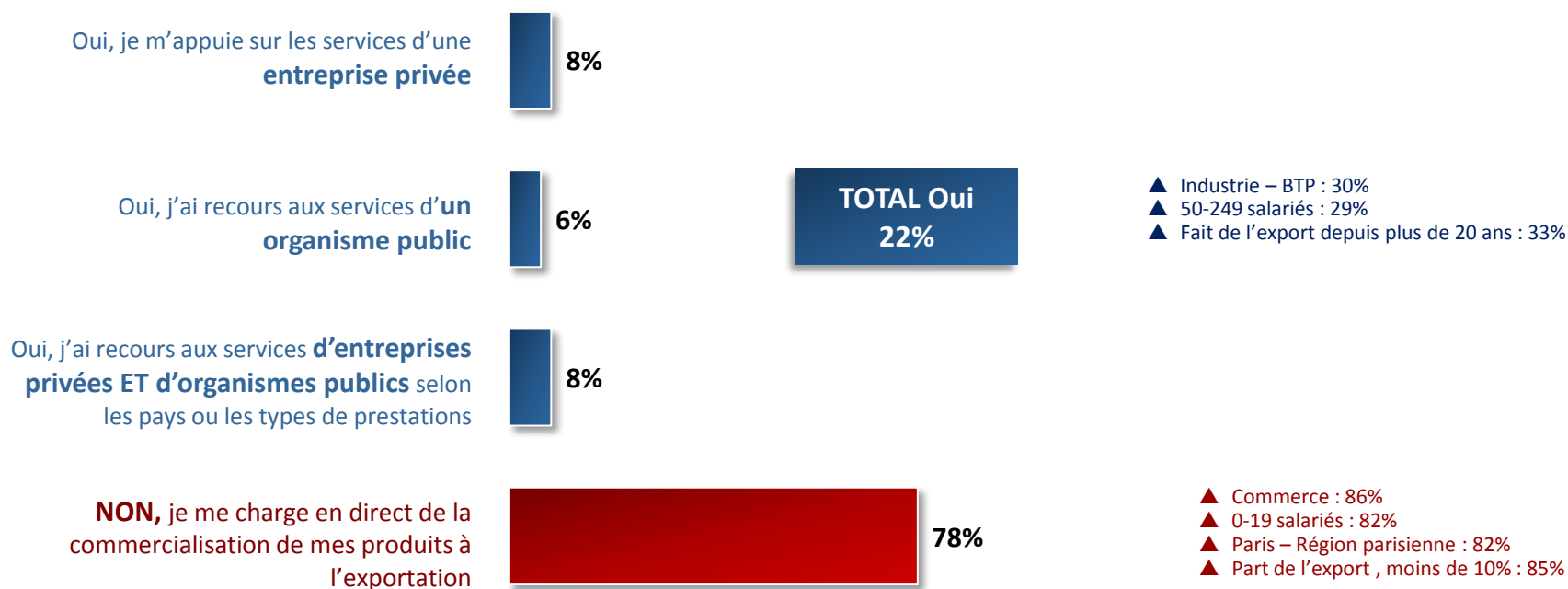
Quel regard sur le système de soutien à l'export en France ?

Question : D'une manière générale, diriez-vous que globalement le système français de soutien à l'export à destination des entreprises est ... ?



⇒ **Un système de soutien à l'export jugé très sévèrement par les chefs d'entreprise.**

Question : *Actuellement, avez-vous recours aux services d'un tiers pour vous accompagner dans la mise en place et le développement de votre stratégie et de vos actions à l'export ?*



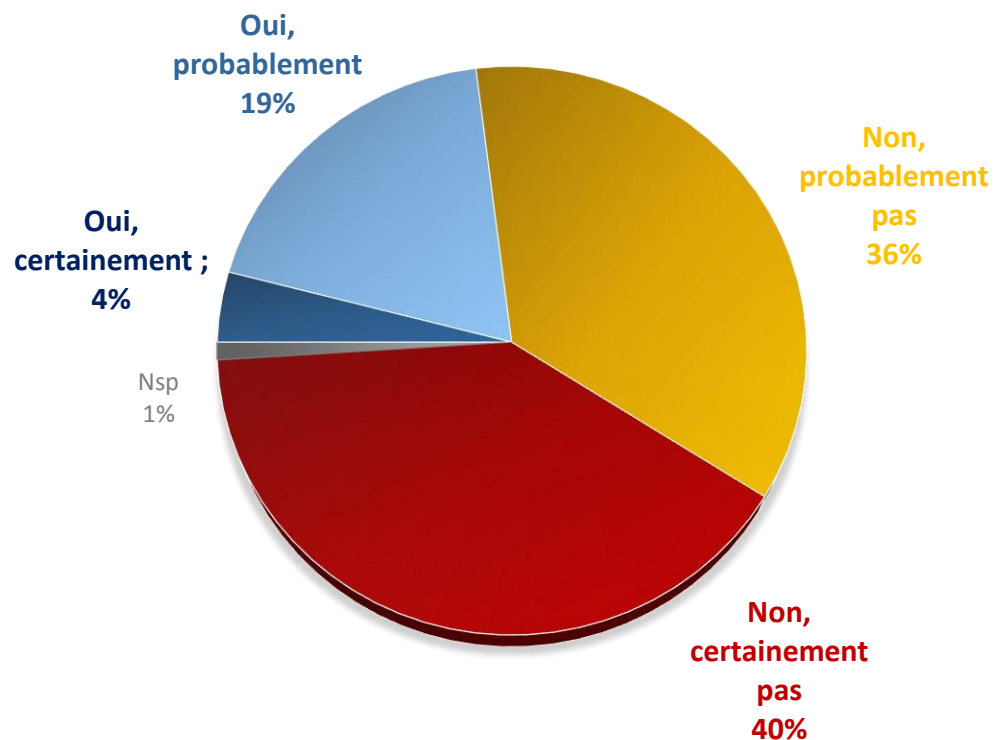
=> Seul un dirigeant d'entreprise sur cinq déclare être aujourd'hui accompagné dans son développement international.

Question : Envisagez-vous à l'avenir la possibilité de vous faire accompagner par un tiers pour développer vos activités à l'exportation ?

Base : Aux entreprises non accompagnées, soit 78% de l'échantillon

TOTAL Oui
23%

▲ Fait de l'export depuis moins de 10 ans : 29%



TOTAL Non
76%

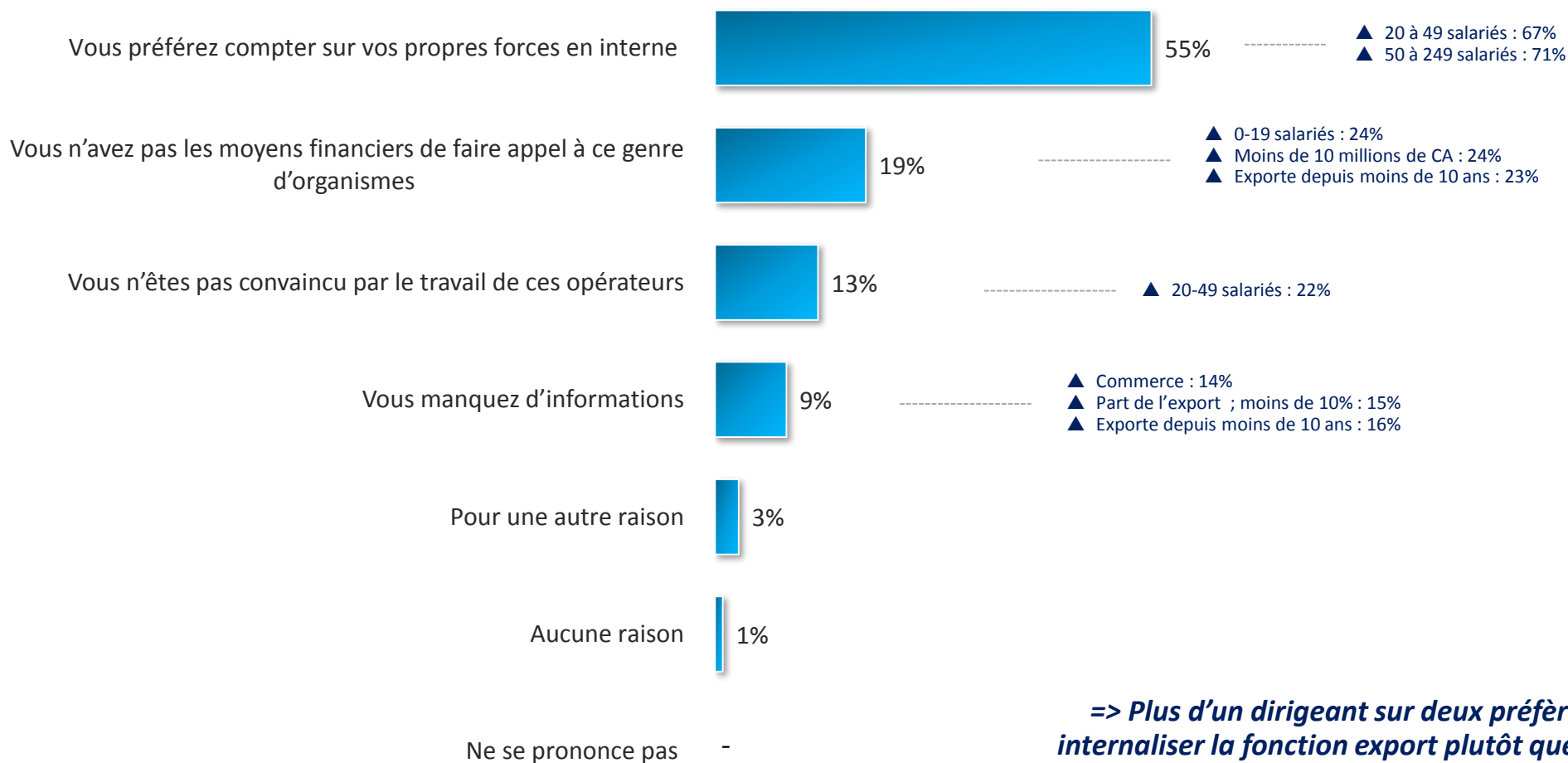
▲ Fait de l'export depuis plus de 20 ans : 83%
▲ Région parisienne : 82%
▲ Part de l'export - 50% à 75% : 85%

=> Près du quart des entreprises non accompagnées pourrait se faire accompagner à l'avenir pour se développer à l'international.

Question : Pour quelles raisons votre entreprise n'a-t-elle pas fait le choix d'être accompagnée pour développer ses activités d'exportation ? En premier ? En deuxième ?

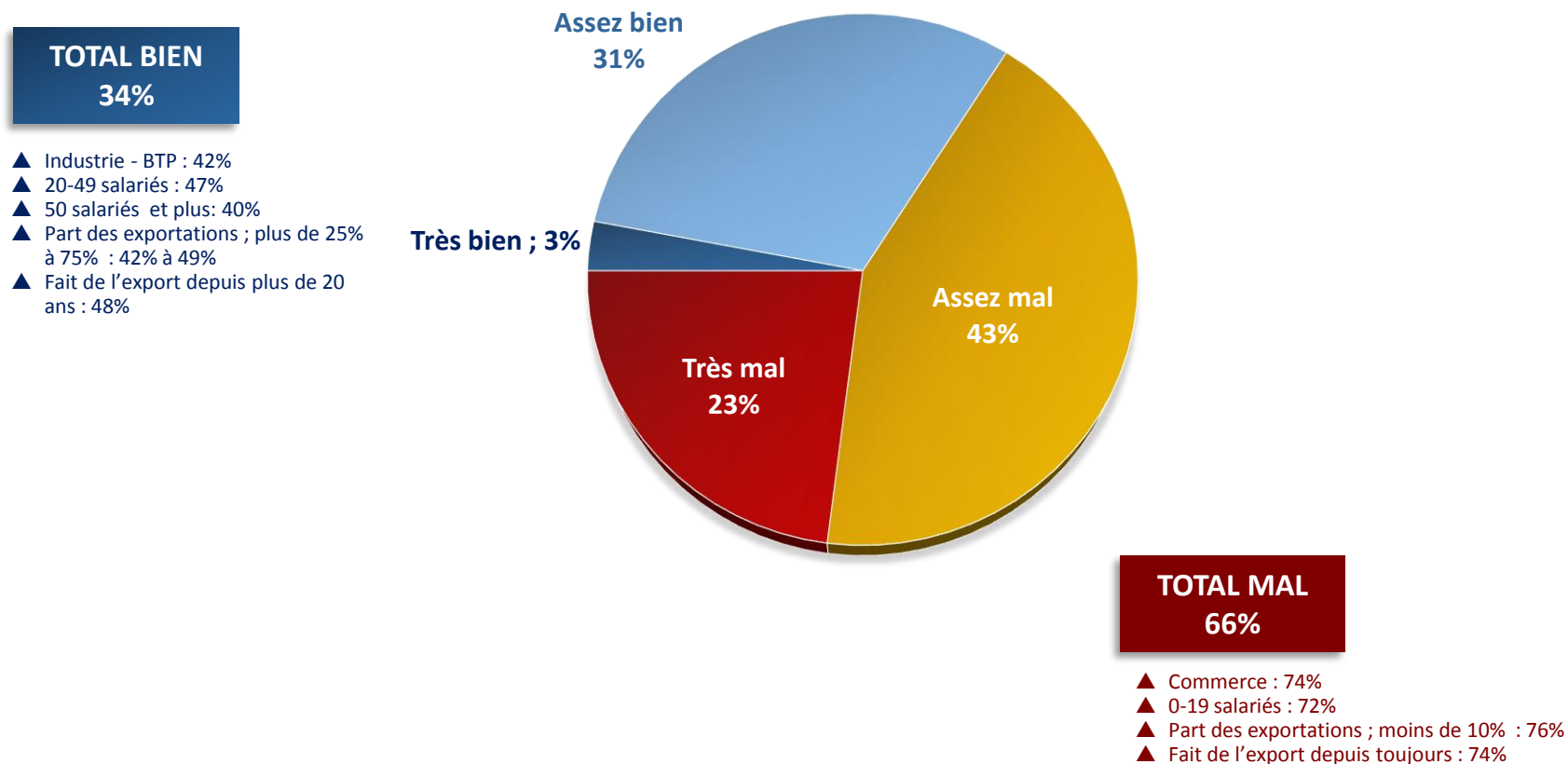
Base : Aux entreprises non accompagnées, soit **78%** de l'échantillon

« En premier »



=> Plus d'un dirigeant sur deux préfère internaliser la fonction export plutôt que de s'appuyer sur un opérateur extérieur.

Question : En matière d'accompagnement à l'export, diriez-vous que vous connaissez très bien, assez bien, assez mal ou très mal l'offre des entreprises privées du commerce international ?



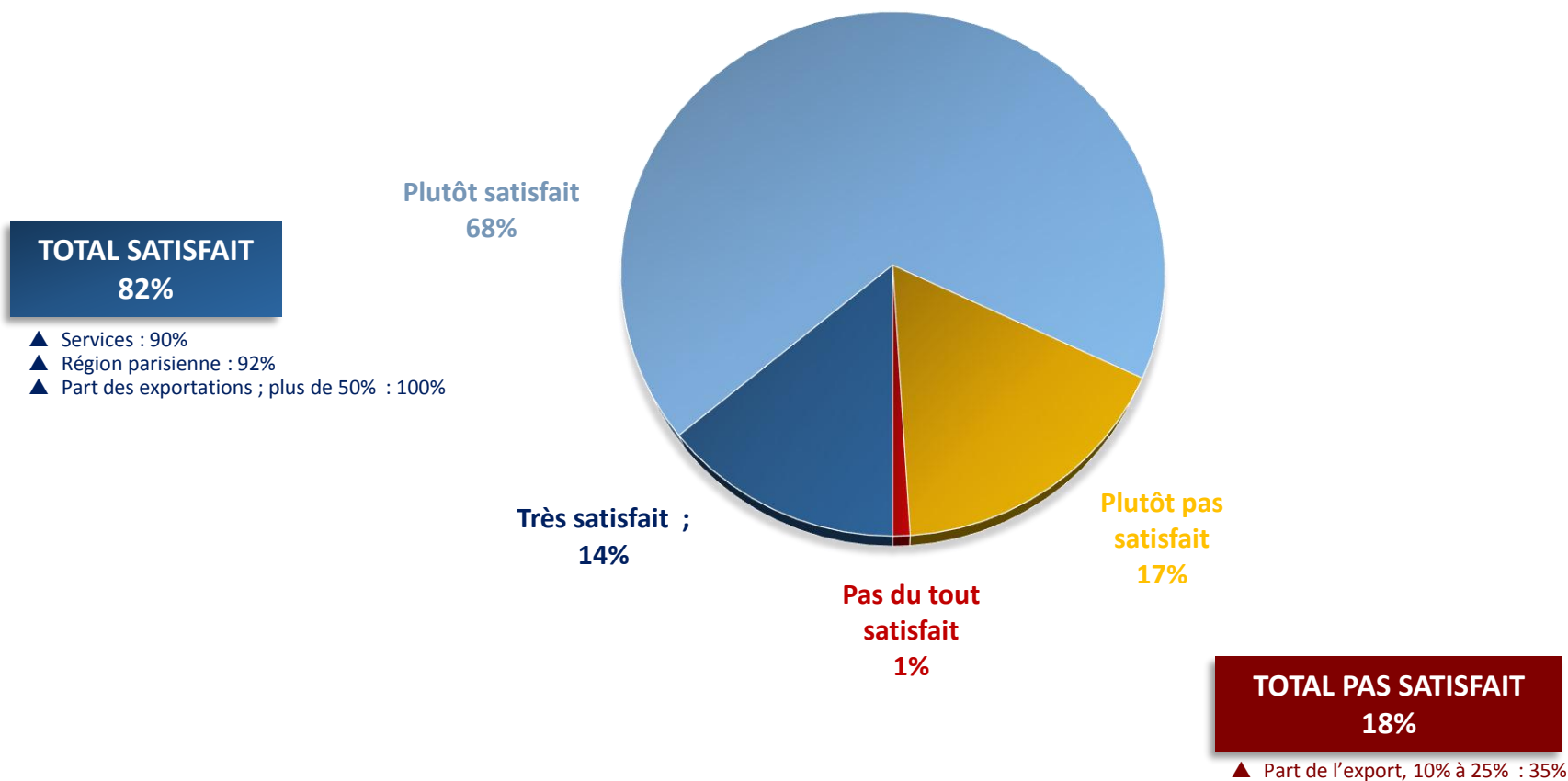
=> Une offre d'accompagnement encore majoritairement méconnue des dirigeants ayant une activité à l'export.

B

***Image et satisfaction à l'égard des acteurs chargés
d'accompagner les entreprises dans leur
développement international***

Question : Diriez-vous que vous êtes très, assez, peu ou pas du tout satisfait de l'ensemble de l'offre de services d'accompagnement à l'international ?

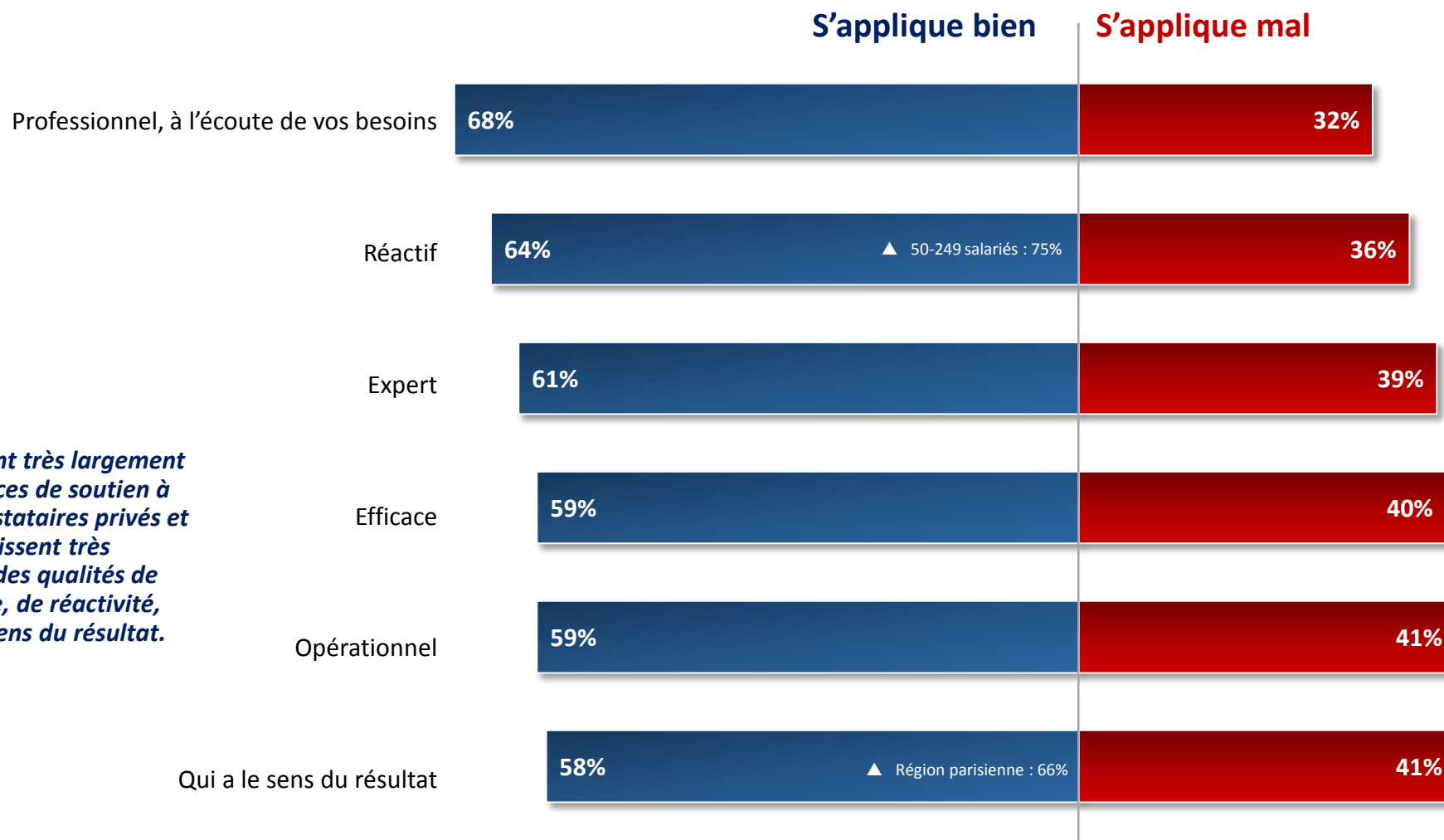
Base : Aux entreprises accompagnées, soit 22% de l'échantillon



=> Les chefs d'entreprises accompagnés sont très majoritairement satisfaits des services proposés.

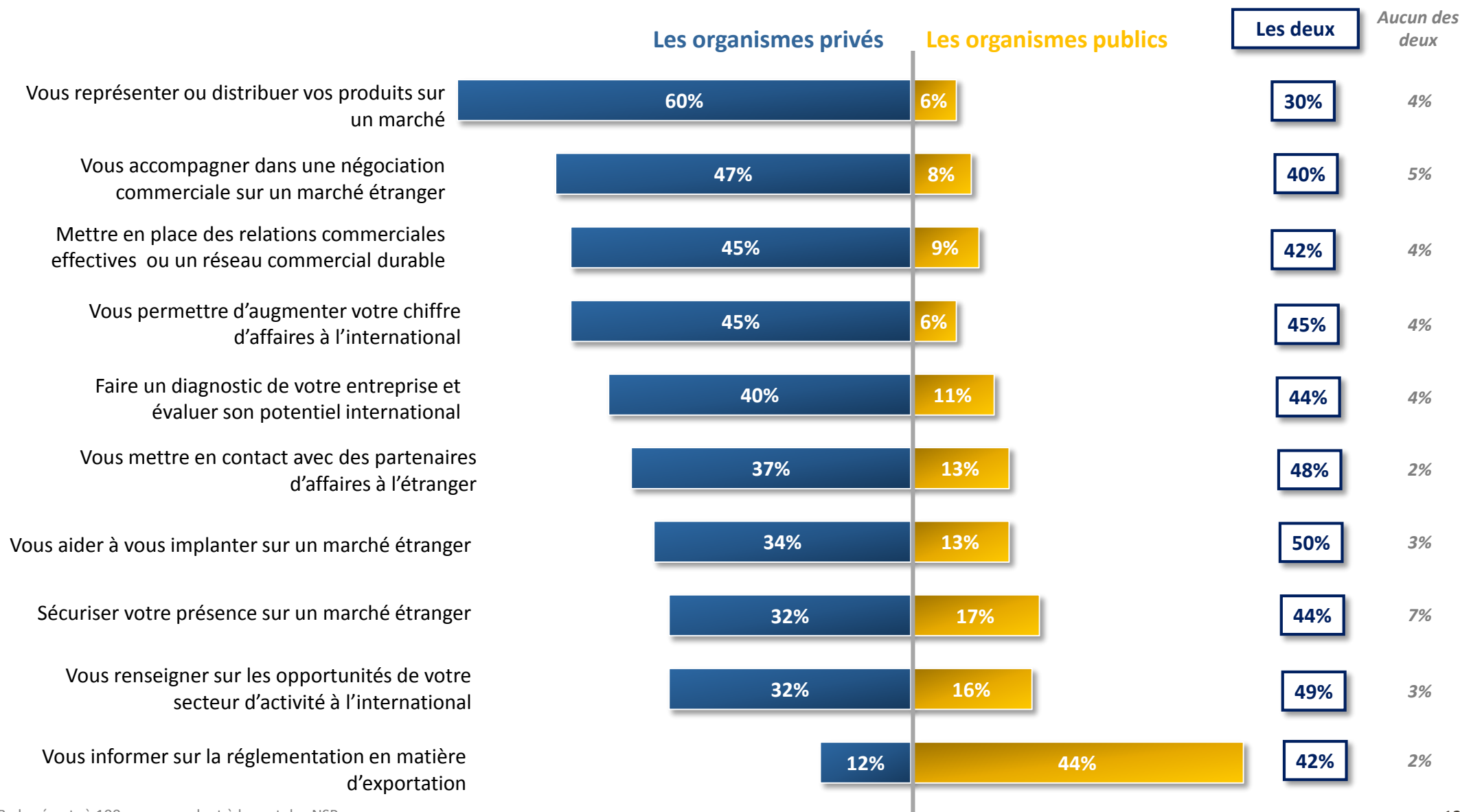
Question : Pour chacun des qualificatifs suivants, diriez-vous qu'il s'applique bien ou mal aux entreprises du commerce international (sociétés privées d'accompagnement à l'international et sociétés de commerce international) qui ont vocation à aider les entreprises à se développer à l'international ?

Base : Aux entreprises accompagnées, soit 22% de l'échantillon



=> Les dirigeants sont très largement satisfaits des services de soutien à l'export de leurs prestataires privés et leur reconnaissent très majoritairement des qualités de professionnalisme, de réactivité, d'expertise et de sens du résultat.

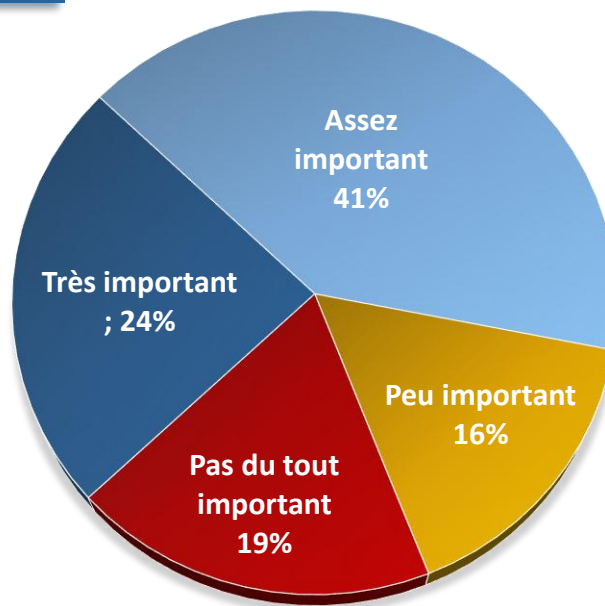
Question : Parmi les différents acteurs qui ont vocation à aider les entreprises à se développer à l'international, qui des entreprises privées ou des organismes publics sont selon vous les plus efficaces pour... ?



C | *Questions d'actualités*

Question : Selon vous, pour une entreprise française qui souhaite promouvoir ses produits à l'export, le fait d'afficher le label Made in France constitue-t-il un atout très, assez, peu ou pas du tout important ?

TOTAL IMPORTANT
65%



TOTAL PAS IMPORTANT
35%

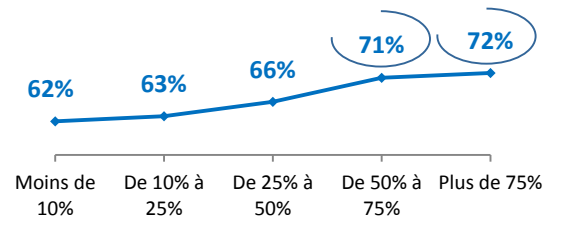
Secteur



Taille de l'entreprise

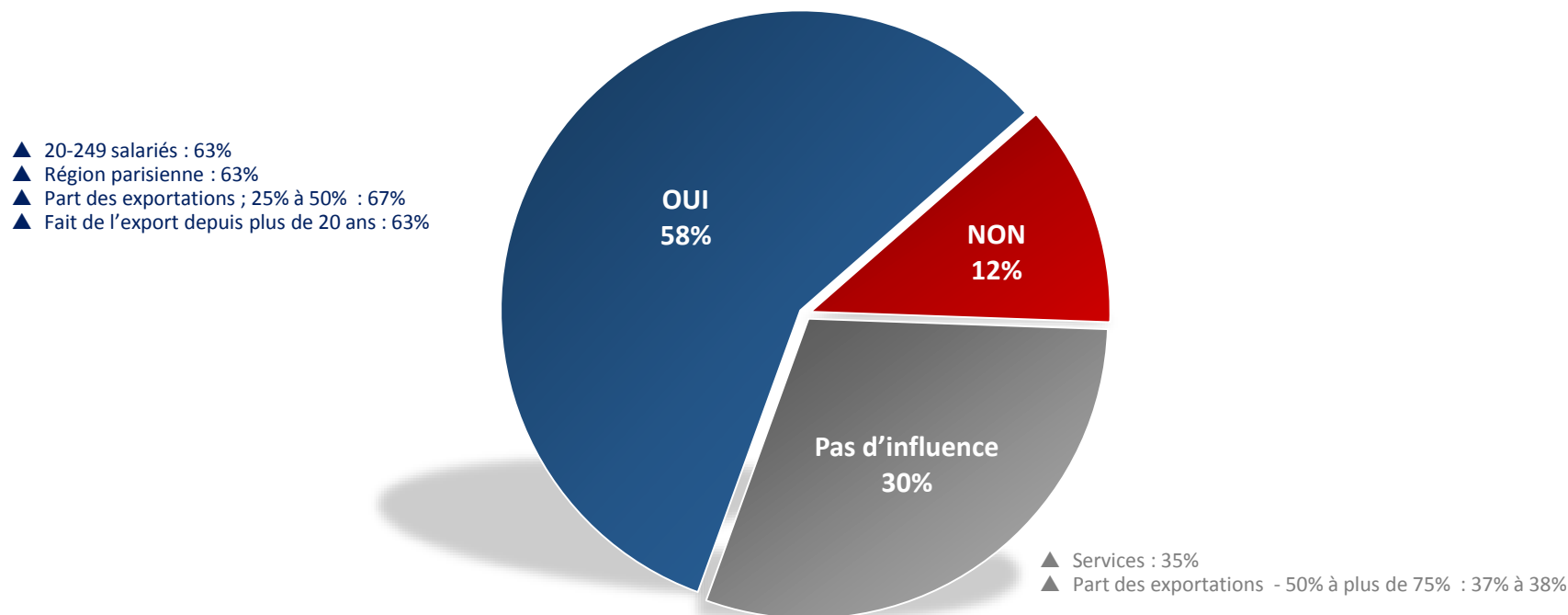


Part des exportations dans le CA



=> Le « Made in France », un avantage compétitif et comparatif pour les entreprises françaises sur les marchés extérieurs.

Question : Pensez-vous qu'un interlocuteur unique en région et au plan national, présentant l'intégralité de l'offre publique et privée, serait de nature à simplifier votre développement export ?

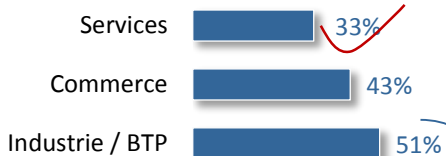


=> Une très large majorité des interviewés approuve l'idée d'un interlocuteur unique en région et au plan national, gage de lisibilité du dispositif et d'accès à la totalité de l'offre publique et privée.

Question : Diriez-vous que le principe d'une prime à l'export (ou d'un crédit d'impôt export) est une très bonne, assez bonne, assez mauvaise ou très mauvaise chose pour aider les entreprises à développer leurs activités à l'export ?

(précision : Plutôt que d'encourager en pure perte des PME qui n'ont pas les capacités à exporter (sur 100 entreprises qui se lancent à l'export 70 n'y sont plus l'année suivante), ce dispositif permettrait de consolider celles qui ont fait leur preuve à l'international, de renforcer leurs fonds propres et donc leur développement export)

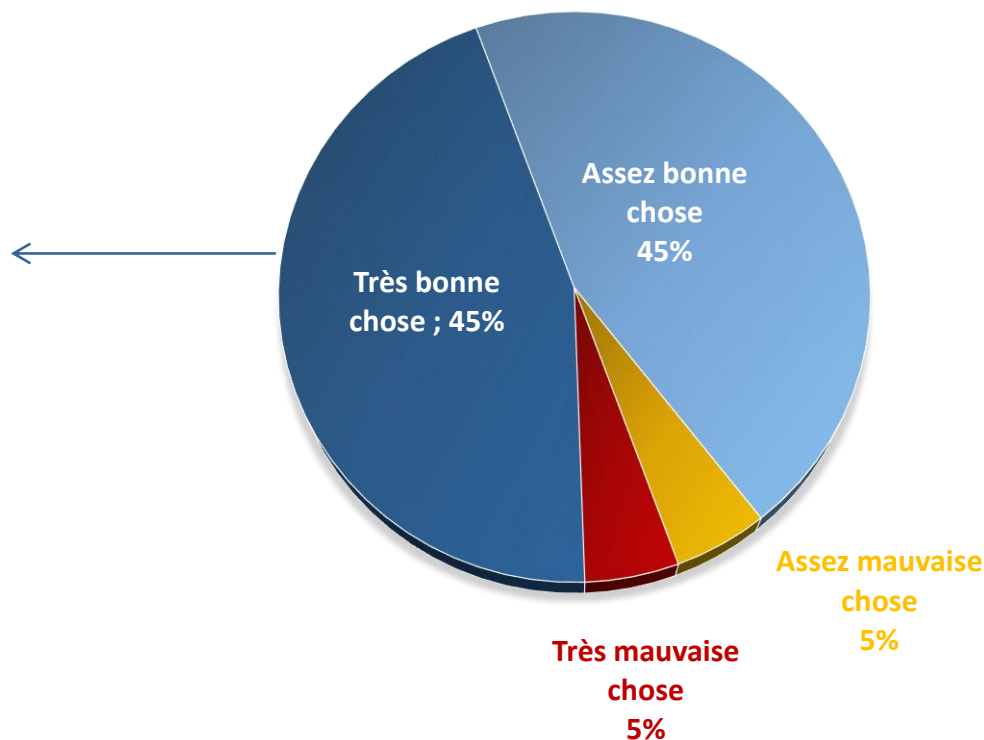
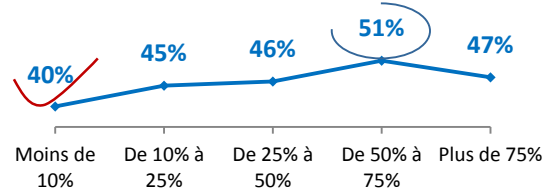
Secteur



Taille de l'entreprise



Part des exportations dans le CA



=> Vers plus de sélectivité dans le soutien : le principe d'une prime à l'export massivement approuvé.