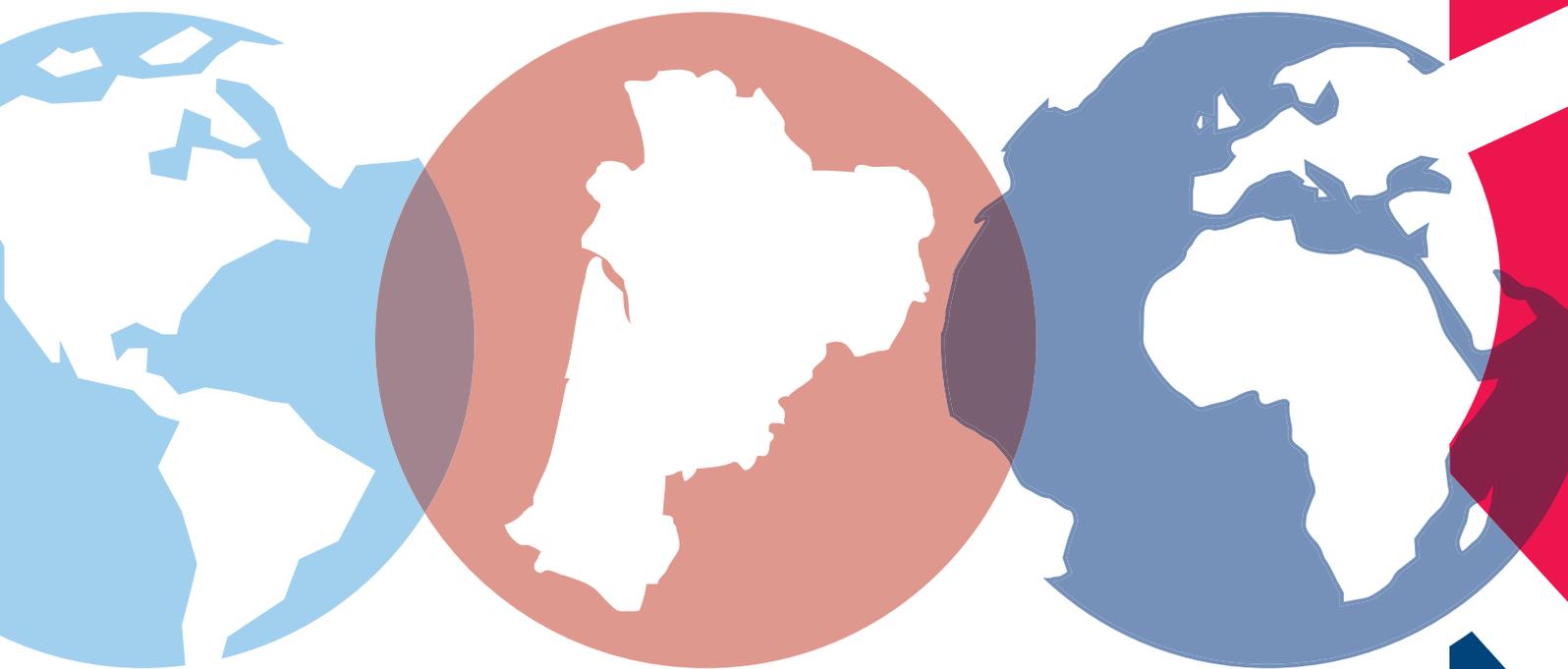


JUIN 2018

# LES ENTREPRISES DE NOUVELLE-AQUITAINE À L'INTERNATIONAL EN 2018



# LES ENTREPRISES DE NOUVELLE-AQUITAINE À L'INTERNATIONAL EN 2018

## LES ENTREPRISES EXPORTATRICES

- Qui sont les exportateurs de Nouvelle-Aquitaine ?
- Les exportateurs en Nouvelle-Aquitaine : quelle organisation ?
- Vers quelles zones les entreprises régionales exportent-elles ?
- Quels sont les marchés visés ?

5  
7  
8  
10

## LES ENTREPRISES IMPLANTÉES À L'ÉTRANGER

- Quelles sont les entreprises implantées à l'étranger ?
- Où les entreprises de Nouvelle-Aquitaine sont-elles implantées ?
- Où les entreprises de Nouvelle-Aquitaine envisagent-elles de s'implanter dans l'année à venir ?

14  
15  
16

## STRATÉGIES ET PERSPECTIVES À L'INTERNATIONAL

- Quelles perspectives d'activité à l'international ?
- Quels freins à l'international ?

19  
19

## ACCOMPAGNEMENT

- Quel accompagnement par les partenaires de l'export ?
- Quelles concrétisations suite à l'accompagnement par les partenaires de l'export ?
- Quels impacts sur l'activité des entreprises accompagnées ?
- Quels besoins d'accompagnement à l'international ?

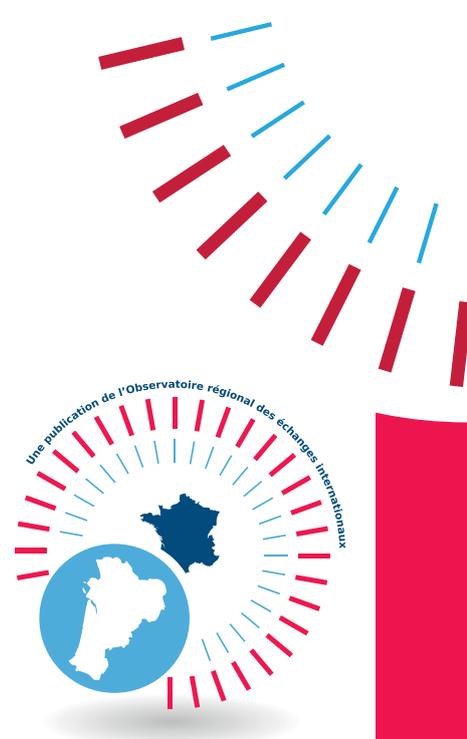
21  
21  
22  
22



# L'OBSERVATOIRE RÉGIONAL DES ÉCHANGES INTERNATIONAUX

L'Observatoire régional des échanges internationaux a pour objectif d'apporter des éléments de réflexion stratégiques nécessaires pour guider la politique d'appui à l'internationalisation des entreprises.

Co-piloté par la Région Nouvelle-Aquitaine et la CCI Nouvelle-Aquitaine, en partenariat avec la Direccte, la Douane et Business France, dans le cadre du Schéma Régional de Développement Economique d'Innovation et d'Internationalisation, cet observatoire est mis à disposition des partenaires de l'export, mais aussi de l'ensemble des acteurs et des entreprises régionales.



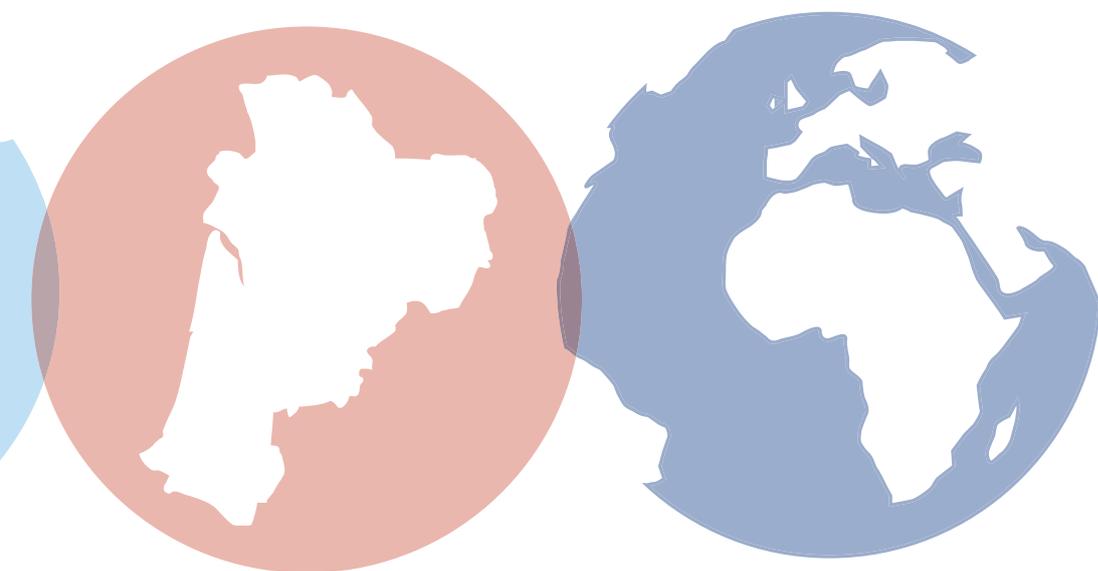
## MÉTHODOLOGIE

**2 521 entreprises de Nouvelle-Aquitaine présentes à l'international** ont répondu à l'enquête réalisée par l'Observatoire régional des échanges internationaux. En termes méthodologiques, cette enquête a été réalisée avec l'appui d'un cabinet d'études par téléphone du 19 avril au 18 mai 2018 auprès de 5 200 dirigeants d'entreprises identifiées comme "potentiellement exportatrices".

**Les résultats suivants s'entendent pour les entreprises répondantes.** Ils se basent sur un poids identique donné aux répondants quelle que soit l'importance de leurs échanges à l'international.

**Ils diffèrent donc des analyses réalisées à partir des statistiques douanières qui portent sur les valeurs échangées.**

Cette enquête vise à connaître le profil, les pratiques et les besoins des entreprises exportatrices de Nouvelle-Aquitaine.





# LES ENTREPRISES EXPORTATRICES



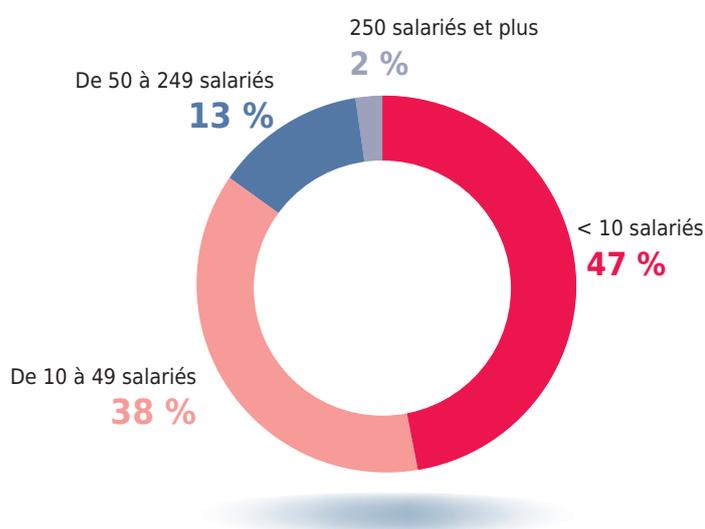
# QUI SONT LES EXPORTATEURS DE NOUVELLE-AQUITAINE ?

## UNE TAILLE SALARIALE SUPÉRIEURE À CELLE DE L'ENSEMBLE DES ENTREPRISES DE NOUVELLE-AQUITAINE

47 % d'entre elles emploient moins de 10 salariés contre 94 % pour la moyenne régionale toutes entreprises confondues.

L'effectif médian des entreprises est de 10 personnes.

### RÉPARTITION DES ENTREPRISES RÉPONDANTES PAR TRANCHE D'EFFECTIFS



**Note de lecture :**  
2 % des entreprises répondantes ont 250 salariés ou plus

# 10

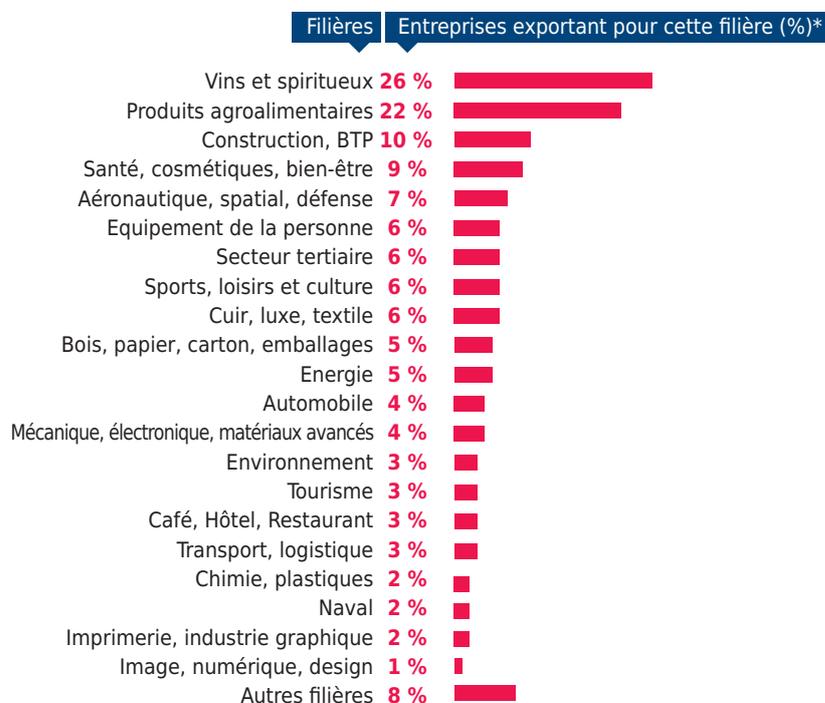
L'effectif médian des entreprises exportatrices



### NOTE MÉTHODOLOGIQUE

La médiane est le nombre qui sépare la série ordonnée en deux groupes de même effectif. Elle est préférée à la moyenne dans ce document car elle permet de neutraliser l'influence des valeurs extrêmes et d'éviter des distorsions majeures susceptibles de fausser l'interprétation des données.

## PRÈS DE LA MOITIÉ DES ENTREPRISES PRÉSENTES À L'INTERNATIONAL EXPORTENT POUR LA FILIÈRE VIN ET SPIRITUEUX ET AGRO-ALIMENTAIRE



### Note de lecture :

26% des entreprises exportatrices répondantes exportent pour la filière vins et spiritueux.

\*Plusieurs réponses possibles

En termes de valeur des exportations de biens, la hiérarchie des quatre premiers grands secteurs diffère de celle en nombre d'entreprises, présentée ci-dessus :



• **Agriculture et agro-alimentaire :**  
37 % du montant des exportations régionales



• **Chimie :** 10 %



• **Construction aéronautique et spatiale :** 9 %



• **Industrie du bois :** 7 %

• **Santé, cosmétique :** 5 %

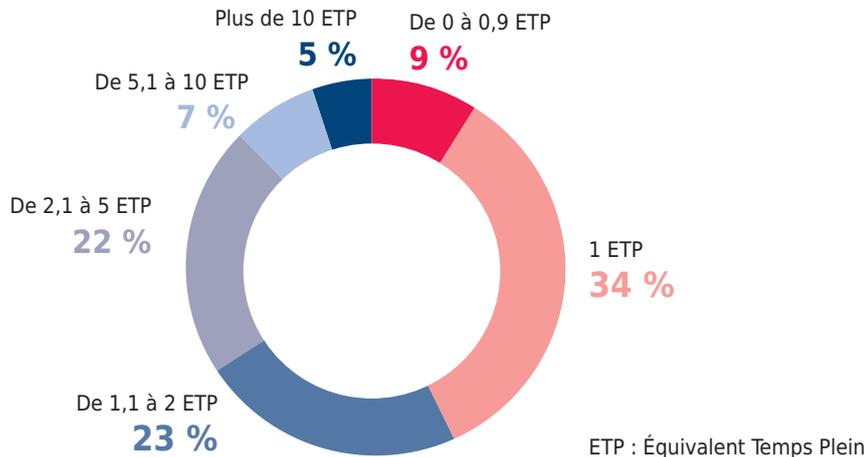
• **Automobile :** 5 %

Source : Publication "Commerce international de la Nouvelle-Aquitaine en 2017"  
Douanes - traitement Observatoire régional des échanges à l'international

# LES EXPORTATEURS EN NOUVELLE-AQUITAINE : QUELLE ORGANISATION ?

## UNE STRUCTURATION DES RESSOURCES HUMAINES À RENFORCER

40 % des établissements ont des emplois exclusivement ou partiellement dédiés à l'export.



**Note de lecture :**

Parmi les 40 % d'entreprises ayant des emplois partiellement ou exclusivement dédiés à l'export, 34 % en ont 1.

La filière la plus structurée à l'export est la "Santé, cosmétique, bien-être" : 52 % des entreprises exportatrices de cette filière ont des emplois exclusivement ou partiellement dédiés à l'export.

Cette proportion est de 45 % pour la filière "Environnement" ; elle chute à 35 % pour la filière "Équipement de la personne" et "Bois, papier, carton, emballage", 34 % pour la filière "Sport, loisir et culture".

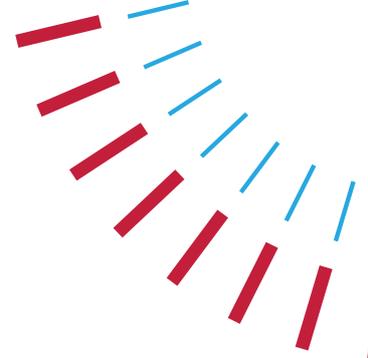
## 17 % DES ENTREPRISES EXPORTATRICES ENVISAGENT DE RENFORCER LEUR FONCTION EXPORT DANS L'ANNÉE À VENIR

**Parmi elles, 30 % n'ont pas encore d'emploi export au sein de leur organisation.**

Cette proportion est plus élevée pour les entreprises exportatrices de la filière "Tourisme" (25 %), "Santé, cosmétique, bien être" (24 %) et "Énergie" (23 %).

Les entreprises exportatrices des filières "Bois, papier, carton, emballage" et "Mécanique, électronique, matériaux avancés" semblent moins enclines à renforcer leur fonction export dans l'année à venir. Moins structurées à l'export que la moyenne toutes filières confondues, seulement 13 % des entreprises exportatrices de ces deux filières envisagent d'accroître leurs compétences export.

**Deux tiers des entreprises qui souhaitent renforcer leur compétence export souhaitent embaucher un cadre export**, un quart une assistante export. 10 % des entreprises exportatrices souhaitent faire appel à un VIE.

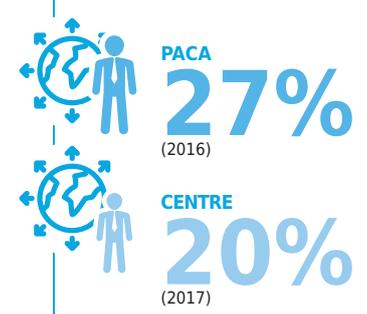


Le nombre médian d'emplois dédiés exclusivement ou partiellement à l'export au sein des établissements de Nouvelle-Aquitaine disposant de collaborateurs export

LES ENTREPRISES EXPORTATRICES

### DANS D'AUTRES RÉGIONS

Part des entreprises exportatrices qui envisagent de renforcer leur fonction export dans l'année à venir :



## VERS QUELLES ZONES LES ENTREPRISES RÉGIONALES EXPORTENT-ELLES ?

### 9 ENTREPRISES SUR 10 EXPORTENT VERS AU MOINS L'UN DES PAYS D'EUROPE

La première zone vers laquelle se tournent neuf entreprises exportatrices de Nouvelle-Aquitaine sur dix est **l'Europe**.

Les trois premiers pays cités font partie de cette zone :

- **Belgique**, 46 % des entreprises exportatrices, cette proportion s'élève à 55 % pour les entreprises de la filière vins et spiritueux.
- **Allemagne** (43 %), pays d'export privilégié des entreprises des filières aéronautique, spatial, défense (53 %), vins et spiritueux (53 %) et cuir, luxe, textile (46 %).
- **Espagne** (39 %), cité en proportion plus importante par les entreprises des filières bois, papier, cartons, emballage (58 %), environnement (56 %), tourisme (54 %), automobile (51 %) ou encore agro-alimentaire (51 %).

Parmi les 20 premiers pays vers lesquels exportent les entreprises régionales, 9 font partie de la zone Europe. Ce chiffre est cependant en baisse par rapport à l'enquête 2016 : 11 pays d'Europe figuraient dans les 20 premiers pays cités par les entreprises exportatrices. Les Pays-Bas et le Danemark ne font plus partie de ce classement en 2018.

### LA ZONE ASIE-OCÉANIE PLÉBISCITÉE PAR LES ENTREPRISES DE LA FILIÈRE VINS ET SPIRITUEUX

Loin derrière l'Europe, **l'Asie-Océanie** est la deuxième zone vers laquelle les entreprises régionales exportent (49 %).

Quatre pays de cette zone sont cités parmi les 20 premiers pays export :

- **Chine**, 32 % des entreprises exportatrices, 5<sup>e</sup> rang des pays cités, un rang de mieux par rapport à 2016. La proportion explose pour les entreprises exportatrices de la filière vins et spiritueux : deux tiers d'entre elles exportent vers la Chine.
- **Japon**, 20 % des entreprises exportatrices, 10<sup>e</sup> rang des pays cités, un rang de moins par rapport à 2016. Dans la filière vins et spiritueux, près de 4 entreprises sur 10 exportent vers le Japon. Les entreprises de la filières cuir, luxe, textile sont également plus enclines à exporter vers ce pays (27 %).
- **Corée du Sud**, 7 % des entreprises exportatrices, 19<sup>e</sup> rang des pays cités. Ce pays ne faisait pas partie du top 20 en 2016. La proportion d'entreprises exportatrices atteint 19 % dans la filière santé, cosmétique, bien-être.
- **Australie**, 7 % des entreprises exportatrices, 20<sup>e</sup> rang des pays cités. Ce pays ne faisait pas partie du top 20 en 2016. La proportion d'entreprises exportatrice atteint 22 % dans la filière navale.

### OUTRE ATLANTIQUE, LES ENTREPRISES EXPORTATRICES SE CONCENTRENT SUR LES ÉTATS-UNIS ET LE CANADA

La zone Amérique Nord et Sud complète le podium, citée par 44 % des entreprises exportatrices régionales.

Parmi les 20 premiers pays, deux pays de cette zone rassemblent principalement les entreprises :

- **États-Unis**, 34 % des entreprises exportatrices (4<sup>e</sup> rang des pays cités comme en 2016), cette proportion atteint 55 % dans la filière vins et spiritueux, 48 % dans la filière cuir, luxe, textile et 41 % dans la filière aéronautique, spatial, défense.
- **Canada**, 20 % des entreprises exportatrices, (9<sup>e</sup> rang des pays cités, un rang de mieux qu'en 2016), principalement des entreprises de la filière vins et spiritueux.

Le premier pays d'Amérique du Sud cité par les entreprises exportatrices est **le Mexique**, en 26<sup>e</sup> position (5 % des entreprises exportatrices régionales).

### 4 PAYS D'AFRIQUE CITÉS DANS LES 20 PREMIERS PAYS EXPORT

36 % des entreprises exportatrices régionales citent au moins un pays d'**Afrique** parmi leurs marchés d'exportation :

- **Maroc** (15 % des entreprises exportatrices, 11<sup>e</sup> rang des pays cités, un rang de mieux qu'en 2016),
- **Tunisie** (10 % des entreprises exportatrices, 12<sup>e</sup> rang des pays cités),
- **Algérie** (8 % des entreprises exportatrices, 15<sup>e</sup> rang des pays cités),
- **Côte d'Ivoire** (8 % des entreprises exportatrices, 16<sup>e</sup> rang des pays cités). Ce dernier pays ne faisait pas partie du top 20 en 2016.

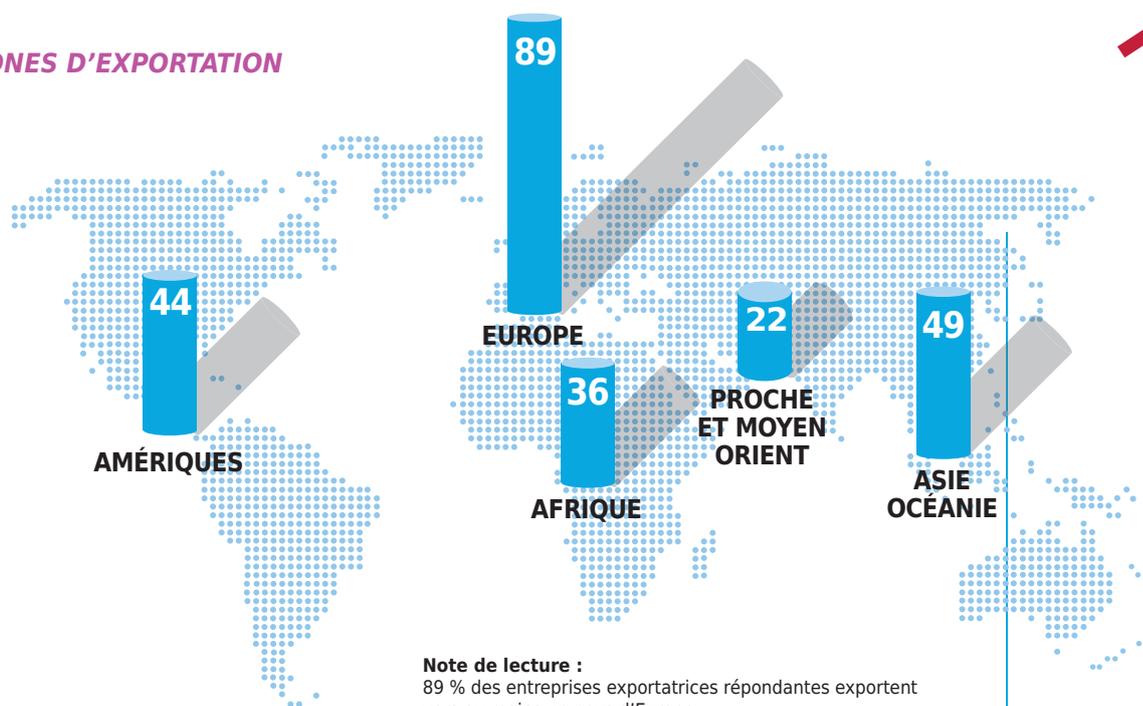
Les entreprises de la filière construction, BTP, énergie, environnement et mécanique, électronique, matériaux avancés sont particulièrement présentes dans les exportations vers l'Afrique.

### PROCHE-ET-MOYEN-ORIENT : FORTE PROGRESSION DES ÉMIRATS-ARABES-UNIS DANS LE CLASSEMENT DES PAYS EXPORT

Les pays du **Proche-et-Moyen-Orient** sont cités par 22 % des entreprises exportatrices de Nouvelle-Aquitaine. Cette proportion est légèrement plus importante si l'on considère des filières comme la santé, cosmétique, bien-être ou le cuir, luxe, textile.

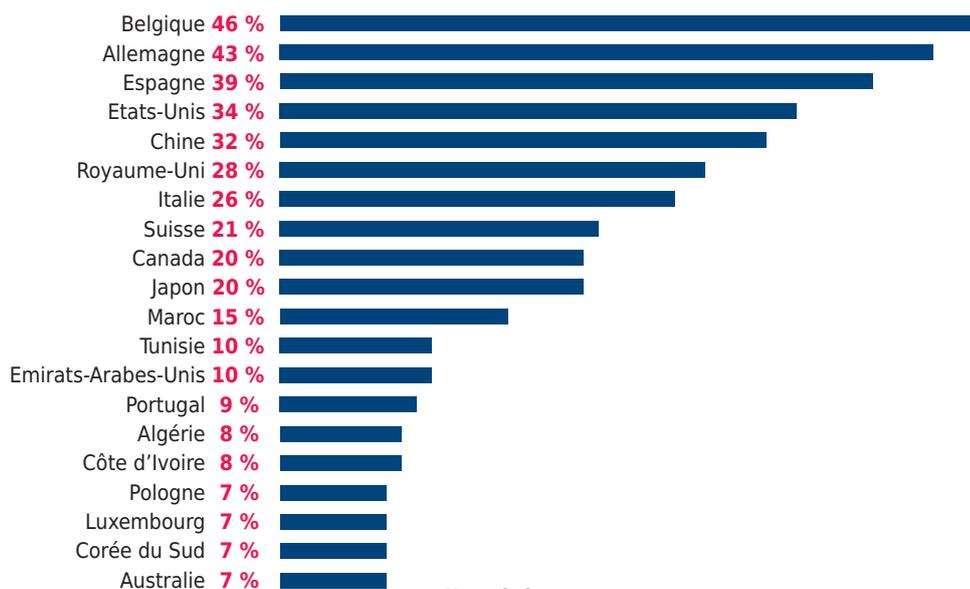
Au 33<sup>e</sup> rang des pays cités en 2016, **les Émirats-Arabes-Unis**, premier pays de cette zone, pointe au 13<sup>e</sup> rang, cité par 10 % des entreprises exportatrices régionales.

## ZONES D'EXPORTATION



**Note de lecture :**  
89 % des entreprises exportatrices répondantes exportent vers au moins un pays d'Europe.  
Plusieurs réponses possibles.

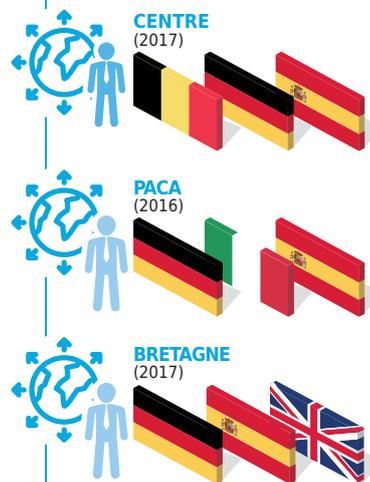
## PAYS D'EXPORTATION



**Note de lecture :**  
46 % des entreprises exportatrices répondantes exportent vers la Belgique.  
Plusieurs réponses possibles.

## DANS D'AUTRES RÉGIONS

Premiers pays clients cités par les entreprises exportatrices



En termes de valeur des exportations de biens, la hiérarchie des trois premiers pays clients diffère de celle présentée ci-dessus en nombre d'entreprises :

- **Etats-Unis** : 14 % du montant des exportations régionales (principalement des produits de la construction aéronautique et spatiale, à forte valeur marchande)
- **Espagne** : 13 % du montant des exportations régionales
- **Allemagne** : 11 % du montant des exportations régionales

La **Belgique**, premier pays cité par les entreprises exportatrices régionales, est au 7<sup>e</sup> rang des exportations en valeur (46 % des entreprises exportatrices, 4 % des exportations régionales en valeur). Ceci est lié au fait que ce sont plutôt des petites entreprises qui exportent vers ce marché de proximité, pour des filières où le nombre d'entreprises est important mais les valeurs exportées plus faibles (par exemple l'agro-alimentaire).

Source : Publication "Commerce international de la Nouvelle-Aquitaine en 2017"  
Douanes - traitement Observatoire régional des échanges à l'international

## QUELS SONT LES MARCHÉS VISÉS ?

### 55 % DES ENTREPRISES EXPORTATRICES SOUHAITENT DÉVELOPPER LEUR ACTIVITÉ À L'EXPORT DANS L'ANNÉE À VENIR



#### 8 PAYS D'EUROPE PARMIS LES 20 PREMIERS PAYS DE PROSPECTION

- **L'Europe** est une cible prioritaire pour près de 6 entreprises sur 10 qui souhaitent développer leur activité à l'export dans l'année à venir.

Le premier pays de prospection cité dans cette zone est l'Allemagne (2<sup>e</sup> rang, 21 % des entreprises qui souhaitent développer leur activité export dans l'année à venir). La proportion est particulièrement importante parmi les entreprises de la filière aéronautique, spatial, défense et de la filière mécanique, électronique et matériaux (34 %).

Viennent ensuite l'**Espagne**, le **Royaume-Uni** et l'**Italie**.

Au total, 10 pays d'Europe figurent parmi les 20 premiers pays de prospection des entreprises qui souhaitent développer leur activité export dans l'année à venir.



#### ASIE-OCÉANIE ET AMÉRIQUES, ZONES DE PROSPECTION CITÉES PAR 4 ENTREPRISES SUR 10

- 2<sup>e</sup> zone de prospection, l'**Asie-Océanie** est citée par 41 % des entreprises qui souhaitent développer leur activité export dans l'année à venir.

Par pays, ces souhaits se concentrent sur la **Chine**, au 3<sup>e</sup> rang des pays de prospection, citée par 20% des entreprises qui souhaitent développer leur activité export dans l'année à venir. Ce sont les entreprises de la filière vins et spiritueux qui sont, en proportion, les plus nombreuses à souhaiter développer de leur activité export vers la Chine (34 %).

Le **Japon** (7<sup>e</sup> rang, 10 %), la **Corée du Sud** (13<sup>e</sup> rang, 5 %) et **Singapour** (18<sup>e</sup>, 4 %) sont les trois autres pays d'Asie qui figurent parmi les 20 premiers pays de prospection.

- A égalité avec l'Asie-Océanie, la **zone Amérique nord et sud** est citée par 41 % des entreprises qui souhaitent développer leur activité à l'export dans l'année à venir. Par pays, les **Etats-Unis** sont plébiscités par 27 % des entreprises (1<sup>er</sup> rang). Cette proportion atteint 49 % pour les entreprises de la filière vins et spiritueux qui souhaitent développer leur activité à l'export dans l'année à venir. Elle est de 35 % dans la filière sport, loisirs, culture et 32 % pour les entreprises qui exportent pour la filière cuir, luxe, textile.

Le **Canada** (6<sup>e</sup> rang des pays de prospection, 11 % des entreprises qui souhaitent développer leur activité export dans l'année à venir) est également cité parmi les 20 premiers pays de prospection.

Le **Brésil**, premier pays de prospection d'Amérique du sud est en 21<sup>e</sup> position (3,6 %), il était en 13<sup>e</sup> position en 2016.

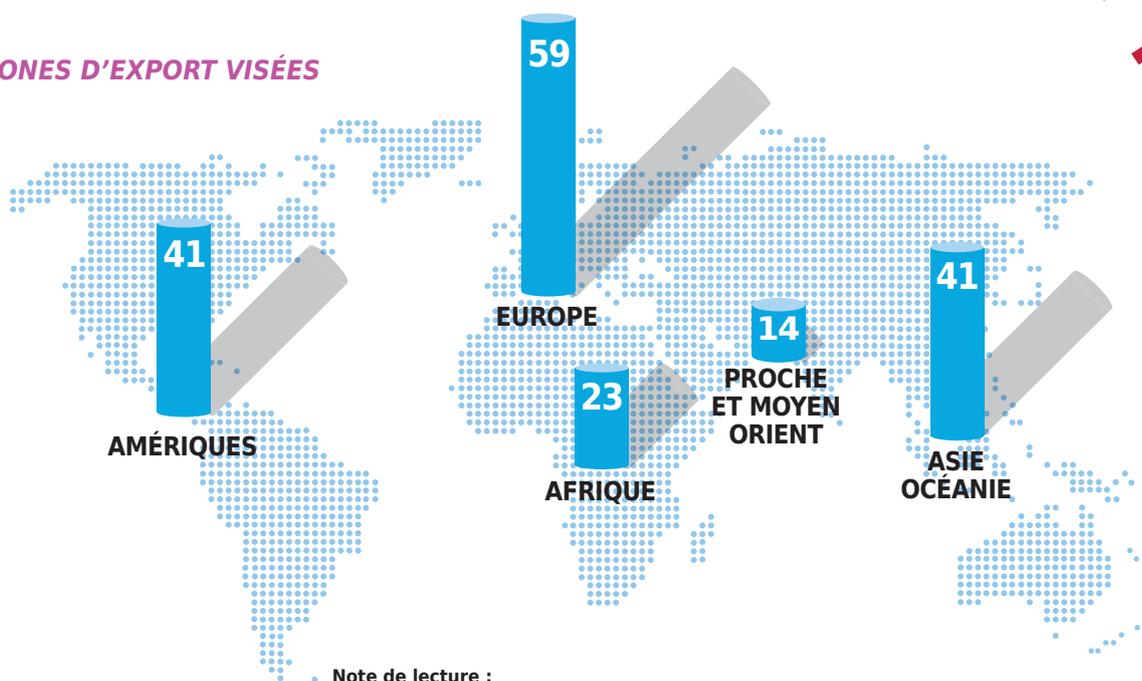


#### AFRIQUE ET PROCHE-ET-MOYEN ORIENT : 3 PAYS PARMIS LES 20 PREMIERS PAYS DE PROSPECTION

- L'**Afrique** (23 % des entreprises qui souhaitent développer leur activité à l'export) et le **Proche-et-Moyen-Orient** (14 %) sont deux zones de prospection moins fréquemment citées par les entreprises au travers de pays comme :

- les **Émirats-Arabes-Unis**, cités principalement par les entreprises des filières aéronautique, spatial, défense et énergie,
- le **Maroc**, plébiscité par les entreprises des filières environnement, énergie et par celles du secteur tertiaire.
- le **Sénégal** qui fait son apparition dans les 20 premiers pays de prospection, est une des cibles des entreprises des filières environnement, santé, cosmétique, bien-être et énergie.

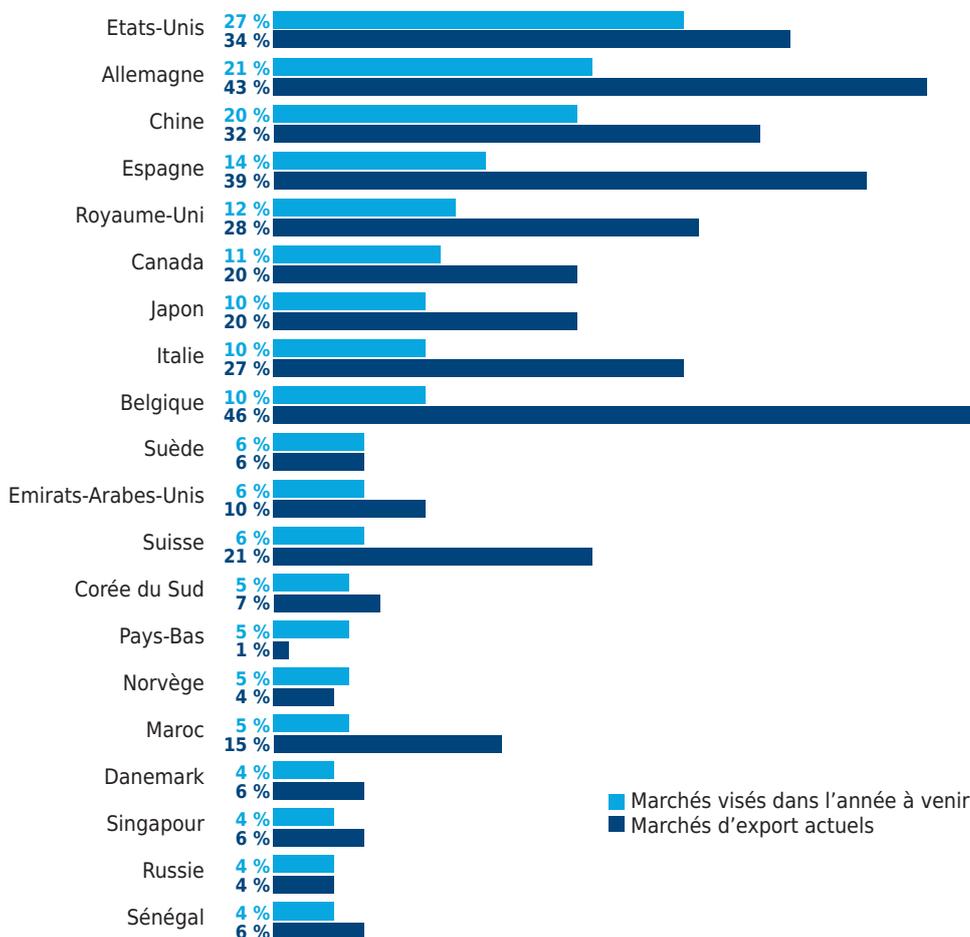
## ZONES D'EXPORT VISÉES



**Note de lecture :**

Parmi les 55 % d'entreprises qui envisagent de développer leur activité export dans l'année à venir, 59 % citent au moins un pays d'Europe. Plusieurs réponses possibles.

## QUELS SONT LES PAYS PRIORITAIRES POUR DÉVELOPPER L'ACTIVITÉ EXPORT ?

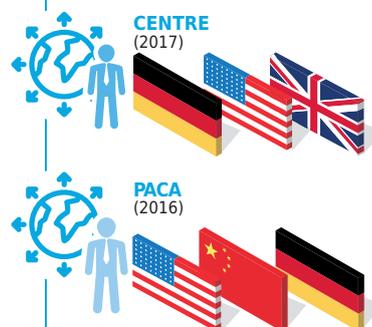


**Note de lecture :**

Parmi les 55 % d'entreprises qui envisagent de développer leur activité export, 27 % citent les Etats-Unis. Plusieurs réponses possibles.

## DANS D'AUTRES RÉGIONS

Premiers pays de prospection





# LES ENTREPRISES IMPLANTÉES À L'ÉTRANGER





**14 %** des entreprises ayant répondu déclarent avoir une ou plusieurs implantations à l'étranger.

Par filière, la part des entreprises implantées à l'étranger varie :



**25 %**

pour les entreprises de la filière aéronautique, spatial, défense,



**22 %**

pour celles de la filière transport, logistique et de la filière navale,



**20 %**

pour celles de la filière santé / cosmétiques / bien-être,



**12 %**

pour celles de la filière agro-alimentaire et de la filière équipement de la personne,



**9 %**

pour celles de la filière vins et spiritueux.

#### DANS D'AUTRES RÉGIONS

Part des entreprises exportatrices implantées à l'étranger



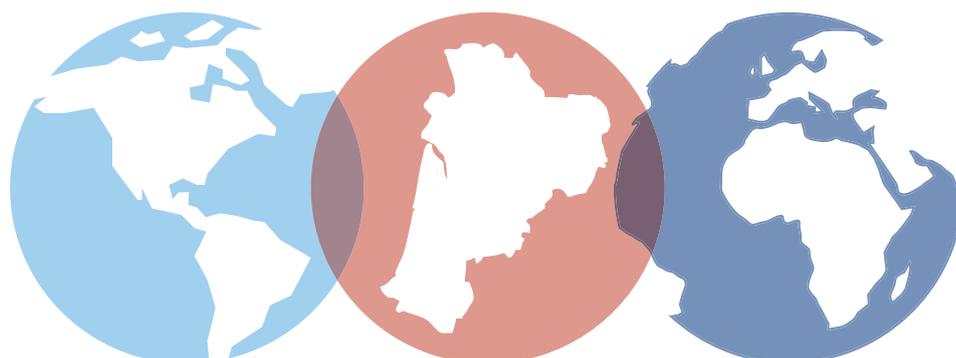
PACA  
(2016)

**13 %**



BRETAGNE  
(2017)

**36 %**



## QUELLES SONT LES ENTREPRISES IMPLANTÉES À L'ÉTRANGER ?



**Le nombre médian d'implantations à l'étranger**

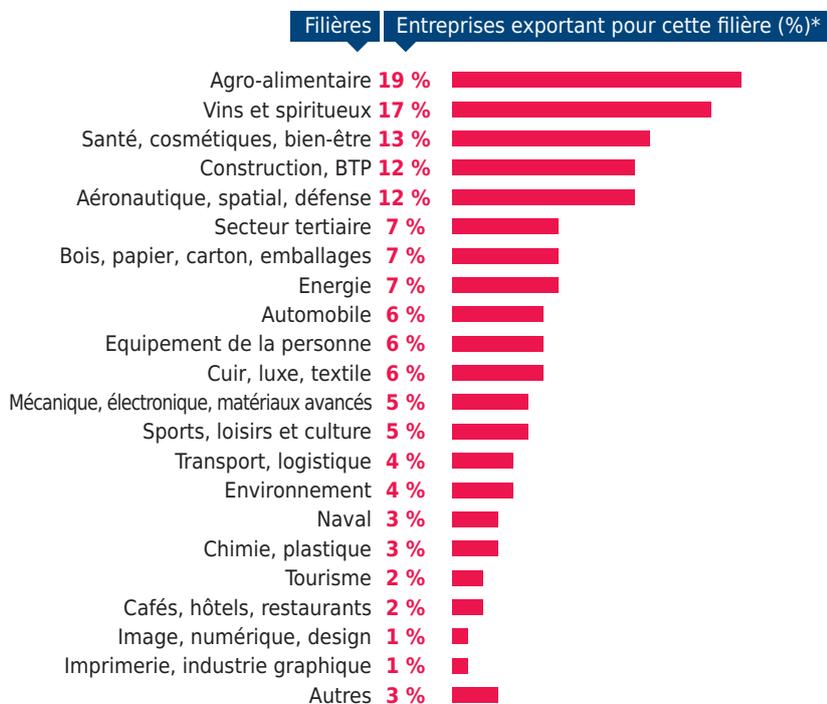


**Taille médiane des entreprises de Nouvelle-Aquitaine qui déclarent avoir des implantations à l'étranger**



**des entreprises implantées le sont sous forme de filiale**

### DES IMPLANTATIONS SURTOUT DANS L'AGRO-ALIMENTAIRE, LES VINS ET SPIRITUEUX, LA SANTÉ/COSMÉTIQUE, LE BTP ET L'AÉRONAUTIQUE



#### Note de lecture :

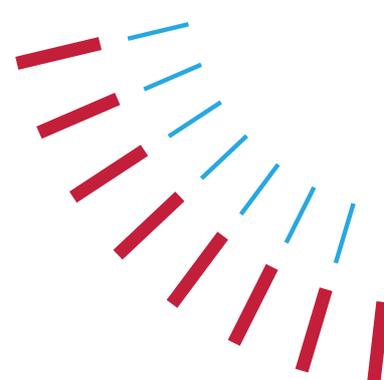
19 % des entreprises qui ont des implantations exportent pour la filière agro-alimentaire. Plusieurs réponses possibles.



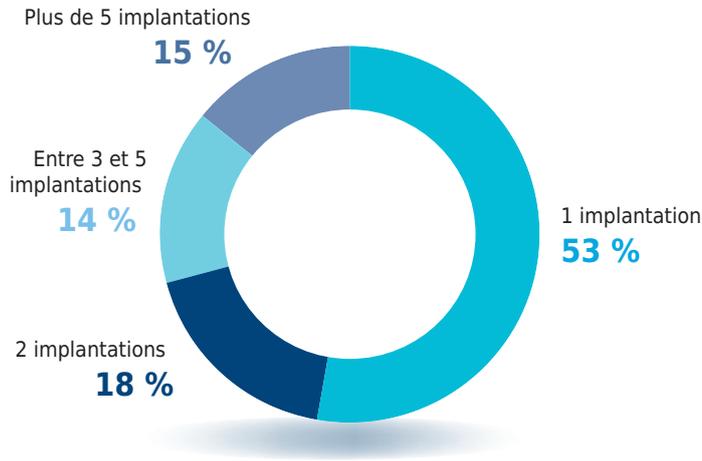
#### ATTENTION

Si la filière vins et spiritueux est la première filière en nombre d'entreprises implantées à l'étranger (19 % des entreprises de Nouvelle-Aquitaine implantées à l'étranger), cela est lié au tissu économique régional dans lequel cette filière est sur-représentée en nombre d'entreprises.

**En observant la part des entreprises implantées à l'étranger pour chacune des filières**, celle-ci est relativement faible pour la filière vin et spiritueux (9 % des entreprises de cette filière sont implantées à l'étranger), elle est plus importante pour la filière aéronautique par exemple (25 %).

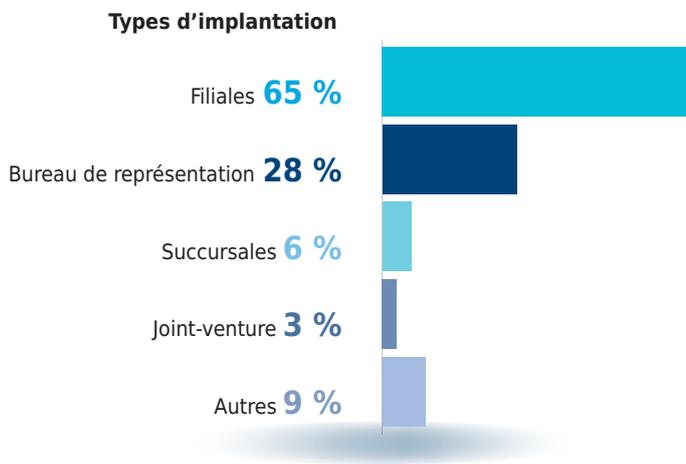


## PLUS DE LA MOITIÉ N'A QU'UNE IMPLANTATION



**Note de lecture :**  
15 % des entreprises qui ont des implantations en ont plus de 5.

## DEUX TIERS DES ENTREPRISES IMPLANTÉES ONT DES FILIALES, PRINCIPALEMENT COMMERCIALES



**Note de lecture :**  
70 % des entreprises ayant une implantation déclarent avoir des filiales.  
Plusieurs réponses possibles.

Parmi les entreprises qui ont une implantation,



**78 %**  
ont des implantations  
de nature commerciale



**36 %**  
de nature industrielle

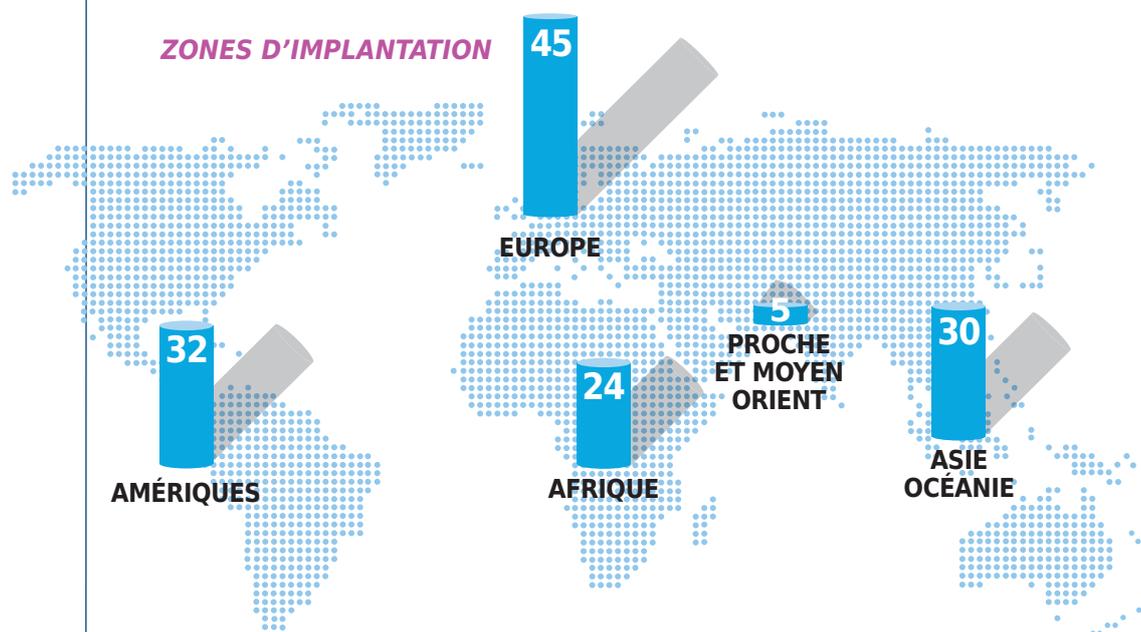
Plusieurs réponses possibles.

# OÙ LES ENTREPRISES DE NOUVELLE-AQUITAINE SONT-ELLES IMPLANTÉES ?

## DES ENTREPRISES IMPLANTÉES SUR DES MARCHÉS CONNUS

Les entreprises de Nouvelle-Aquitaine sont essentiellement implantées dans les pays d'Europe, aux Etats-Unis et en Chine, leurs principaux marchés en termes de débouchés.

A noter également dans ce palmarès la présence du Maroc et du Canada avec lesquels la Nouvelle-Aquitaine entretient des liens privilégiés.



**Note de lecture :**

45 % des entreprises ayant une implantation citent au moins un pays d'Europe. Plusieurs réponses possibles.

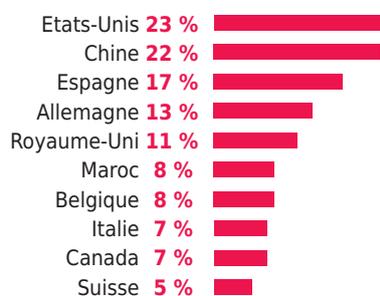
## DANS D'AUTRES RÉGIONS

Premiers pays de prospection

PACA (2016)



## PAYS D'IMPLANTATION



**Note de lecture :**

23 % des entreprises ayant une implantation citent les Etats-Unis. Plusieurs réponses possibles.

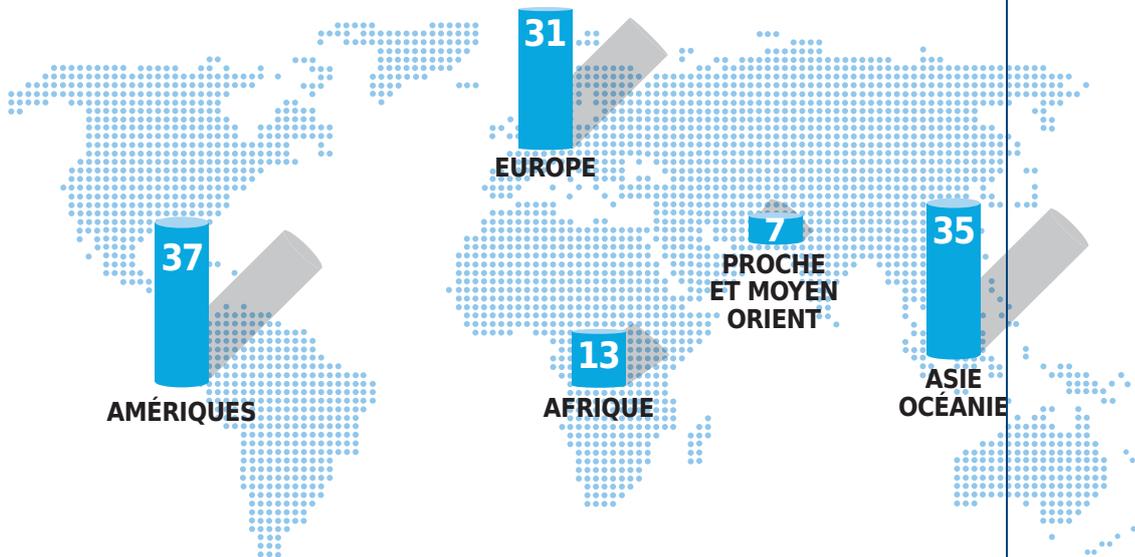
## OÙ ENVISAGENT-ELLES DE S'IMPLANTER DANS L'ANNÉE À VENIR ?

**8 %**

des entreprises de Nouvelle-Aquitaine déjà présentes à l'international (exportatrices et/ou implantées) **souhaitent développer des implantations à l'étranger dans les années à venir**. Parmi elles, 61 % n'ont pas encore d'implantation à l'étranger.

La proportion atteint 11 % dans la filière santé / cosmétique / bien-être, 10 % dans la filière sport, loisirs, culture. Elle est de seulement 5 % dans la filière aéronautique, spatial, défense et 6 % dans la filière des équipements à la personne.

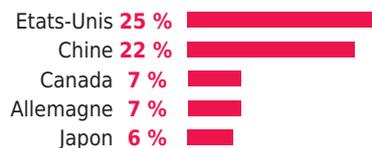
### ZONES DE DÉVELOPPEMENT DES IMPLANTATIONS



**Note de lecture :**

Parmi les 8 % d'entreprises qui envisagent de s'implanter, 31 % citent l'Europe. Plusieurs réponses possibles.

### PAYS DE DÉVELOPPEMENT DES IMPLANTATIONS



**Note de lecture :**

Parmi les 8 % d'entreprises qui envisagent de s'implanter, 25 % citent les Etats-Unis. Plusieurs réponses possibles.



# STRATÉGIES ET PERSPECTIVES À L'INTERNATIONAL



## QUELLES PERSPECTIVES D'ACTIVITÉ À L'INTERNATIONAL ?

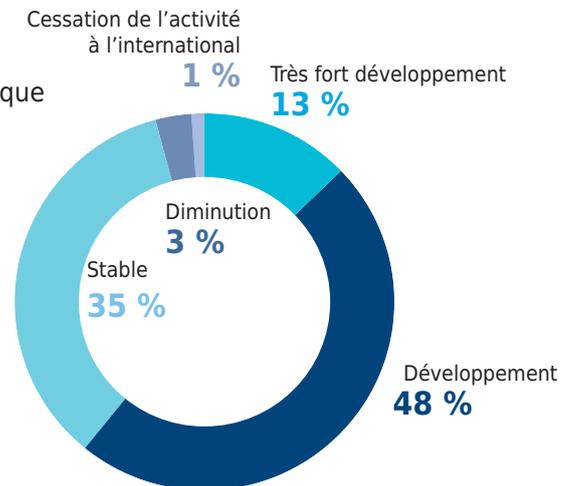
**30 %** des entreprises exportatrices ont formalisé un **plan d'actions à l'international** dont près de deux tiers ont un business plan finalisé. Dans la filière énergie, cette part atteint 46 %. Elle est de 39 % dans la filière santé, cosmétique, bien-être.

En proportion, les dirigeants des entreprises exportatrices de la filière bois, papier, carton, emballage sont moins nombreux à avoir établi une stratégie export (21 %).

**62 %** des entreprises exportatrices estiment que **leur activité à l'international est en développement ou en fort développement.**

Cette part est la plus élevée pour les filières "vins et spiritueux" et "santé, cosmétique, bien-être" avec respectivement 73 % et 72 %.

Elle est la moins importante pour la filière "bois, papier, carton, emballage".



## QUELS FREINS À L'INTERNATIONAL ?

**2/3** des entreprises ayant répondu déclarent avoir rencontré des freins pour développer leur activité à l'international.

Les trois premiers freins sont :

- les démarches administratives trop lourdes
- le manque de moyens financiers
- les coûts trop élevés.

Le podium des freins cités par les entreprises exportatrices peut varier selon la filière export considérée : les entreprises des filières "vins et spiritueux", "cuir, luxe, textile" ou "équipement de la personne" sont, en proportion, plus nombreuses à déclarer être freinées par le **manque de moyens financiers**.

Les entreprises de la filière "bois, papiers, cartons" citent en premier lieu **les coûts trop élevés du transport et de la main d'œuvre** comme frein au développement de leur activité export.

Les entreprises qui exportent pour les filières "santé, cosmétique, bien-être" et "cafés, hôtels, restaurants" pointent la **nécessité de connaître et de s'adapter aux normes** comme principal frein de leur activité export.



**Note de lecture :**

Parmi les deux tiers d'entreprises qui ont rencontré des freins pour développer leur activité à l'international, 32 % citent le manque de moyens financiers. Plusieurs réponses possibles.



# ACCOMPAGNEMENT



## QUEL ACCOMPAGNEMENT PAR LES PARTENAIRES DE L'EXPORT ?

**1/3** des entreprises présentes à l'international ayant répondu ont été accompagnées par l'un des partenaires de l'export.

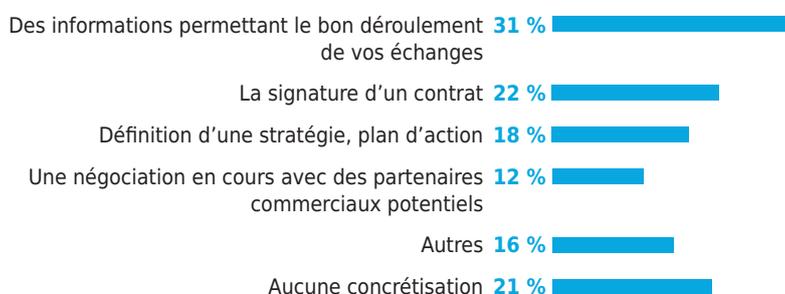
Cette proportion atteint 46 % pour les entreprises qui exportent pour la filière environnement, 42 % et 41 % pour les filières énergie et santé, cosmétique, bien-être.

Les entreprises des filières automobile, bois, papier, carton, emballage et aéronautique, spatial, défense, sont moins nombreuses, en proportion, à avoir reçu un accompagnement de l'un des partenaires de l'export (respectivement 21 %, 23 % et 25 %).

## QUELLES CONCRÉTISATIONS SUITE À L'ACCOMPAGNEMENT PAR LES PARTENAIRES DE L'EXPORT ?

**PRÈS DE 80 % DES ENTREPRISES EXPORTATRICES ACCOMPAGNÉES PAR L'UN DES PARTENAIRES DE L'EXPORT DÉCLARENT AVOIR OBSERVÉ UNE CONCRÉTISATION.**

22 % des entreprises accompagnées déclarent avoir **signé un contrat** à la suite de l'accompagnement ; 18 % déclarent que l'accompagnement leur a permis de définir **une stratégie, un plan d'action à l'international**. 12 % sont en négociation avec des partenaires commerciaux grâce à cet accompagnement.

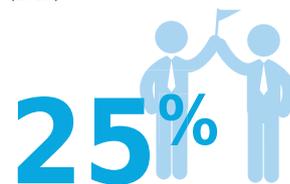


**Note de lecture :**

Parmi les 33 % d'entreprises accompagnées, 22 % ont signé un contrat suite à l'accompagnement. Plusieurs réponses possibles.

### DANS D'AUTRES RÉGIONS

PACA  
(2016)

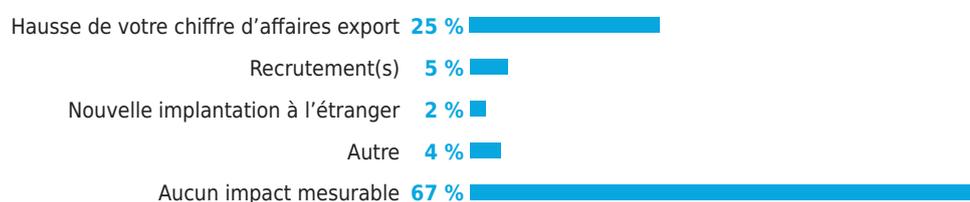


des entreprises exportatrices ont bénéficié d'un accompagnement à l'export

## QUELS IMPACTS SUR L'ACTIVITÉ DES ENTREPRISES ACCOMPAGNÉES ?

**1/3** des entreprises exportatrices suivies par l'un des partenaires de l'export déclare que l'accompagnement a eu un impact mesurable sur leur activité.

Un quart des entreprises suivies **ont augmenté leur chiffre d'affaires** suite à l'accompagnement, 5 % **ont recruté**.



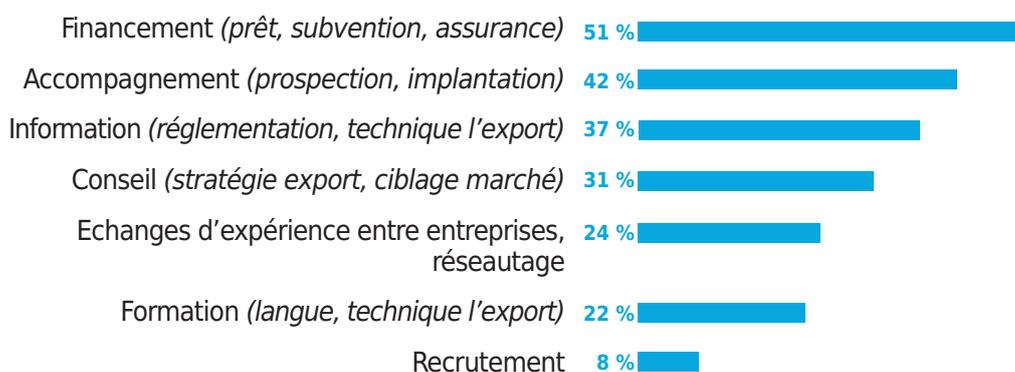
**Note de lecture :**

Parmi les 33 % d'entreprises accompagnées, 25 % ont augmenté leur chiffre d'affaires suite à l'accompagnement.  
Plusieurs réponses possibles.

## QUELS BESOINS D'ACCOMPAGNEMENT À L'INTERNATIONAL ?

**44 % DES ENTREPRISES EXPORTATRICES AYANT RÉPONDU SOUHAITENT UN ACCOMPAGNEMENT À L'INTERNATIONAL.**

Le financement de la démarche à l'international arrive en tête des besoins (cité par plus de la moitié des répondants), suivi du besoin d'accompagnement à la prospection. Les attentes en matière d'informations sur la réglementation et les marchés complètent le podium.



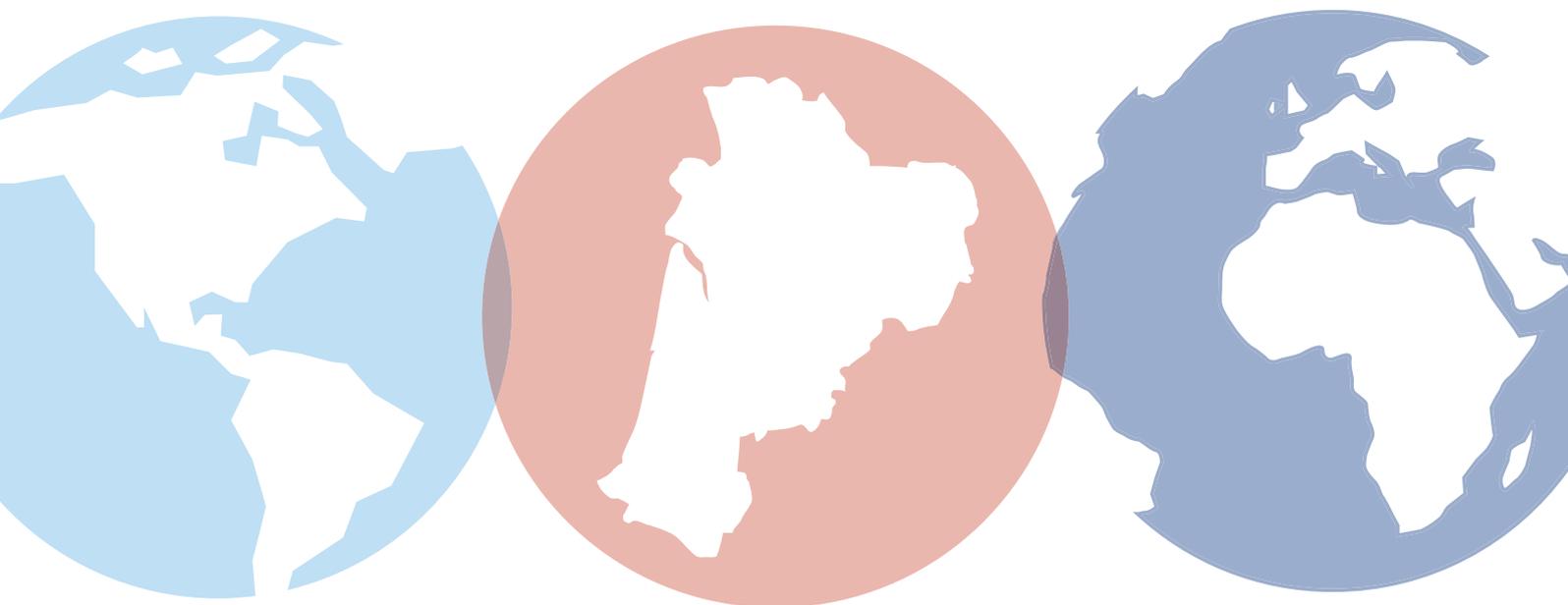
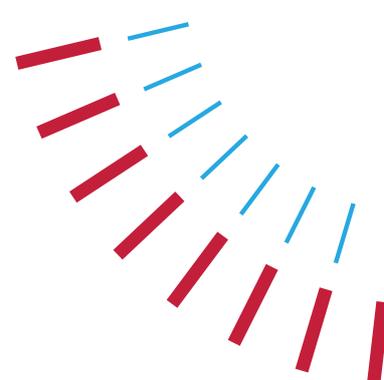
**Note de lecture :**

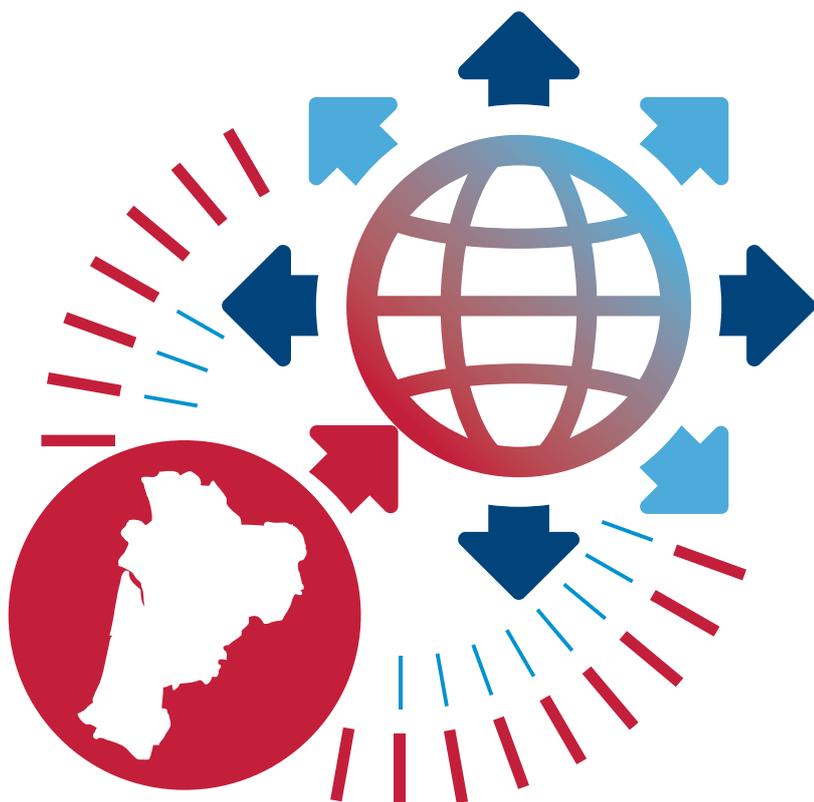
Parmi les 44 % d'entreprises qui souhaitent un accompagnement à l'international, 51 % souhaitent des financements.  
Plusieurs réponses possibles.

**DANS D'AUTRES RÉGIONS**  
Premiers besoins d'accompagnement exprimés

**PACA**  
(2016)  
**43%**  
Financement

**BRETAGNE**  
(2017)  
**34%**  
Financement





Une publication de l'Observatoire régional des échanges internationaux

réalisé par :



en collaboration avec :



**CCI Nouvelle-Aquitaine**  
2, place de la Bourse  
CS 91942 33050 Bordeaux Cedex

Contact : Martine Domecq  
information@nouvelle-aquitaine.cci.fr  
05 56 11 94 91