



L'INTERNATIONALISATION DES PME

- Synthèse du sondage de l'institut CSA -

N° 0701248

Novembre 2007



Fiche technique du sondage

Sondage exclusif CSA / ACFCI réalisé par téléphone sur le lieu de travail des personnes interrogées du 29 octobre au 8 novembre 2007.

Echantillon de 500 dirigeants de PME françaises de 20 à 499 salariés, constitué d'après la méthode des quotas (secteurs d'activité, taille de l'entreprise et région).

(Tous les sondages publiés par CSA sont disponibles sur le site : <http://www.csa.eu>)



L'ACFCI a demandé à l'institut CSA de réaliser une étude permettant d'évaluer l'intérêt des petites et moyennes entreprises françaises de 20 à 499 salariés pour le développement de leur activité à l'international et leurs besoins en terme d'accompagnement.

Aujourd'hui une PME sur trois est en relation d'exportation, d'importation ou implantée à l'international et une sur cinq envisage de se développer vers l'étranger. Cette relative timidité s'explique avant tout par un sentiment des dirigeants de complexité des démarches règlementaires et financières. Pour les dirigeants des PME tournées vers l'international, le réseau des CCI apparaît comme l'acteur le plus connu et l'un des plus utiles pour l'accompagnement à l'internationalisation.

I. Les PME françaises et l'international aujourd'hui

Une PME (de 20 à 499 salariés) sur trois en relation avec l'étranger

Alors que 27% des petites et moyennes entreprises françaises importent des produits de l'étranger, 22% en exportent et 10% ont des implantations en dehors des frontières nationales et **65% n'entretiennent aucune relation avec l'étranger.**

Dans le détail, on constate que, de manière générale, **plus une entreprise a de salariés, plus elle est susceptible d'avoir des relations avec l'étranger** : ainsi 21% des PME de 20 à 49 salariés exportent leurs produits, contre 33% pour les PME de 250 à 499 salariés.

Des relations surtout avec la zone Euro

Parmi les entreprises exportatrices, importatrices ou implantées à l'étranger, **88% sont en relation avec un pays de ce qu'on peut appeler « l'étranger proche »** (pays de la zone Euro -78%- , pays de l'Europe Centrale et Orientale et autres pays européens hors zone Euro et pays du Maghreb), **34% avec un pays de « l'étranger connu »** (les Brics, - Brésil, Russie, Inde, Chine- et les pays de l'Amérique du Nord), et **34% avec un pays de « l'étranger mal connu »** (pays africains, autres pays asiatiques, autres pays du bassin méditerranéen, et pays d'Amérique Latine).



II. Le développement des PME françaises à l'international

20% des PME interrogées intéressées par un développement vers l'international

Un cinquième des PME (20%) se disent intéressées par le fait de développer leurs activités à l'international.

A l'inverse, deux tiers se déclarent 'pas du tout intéressées' et 11% 'plutôt pas intéressées'. Dans le détail, près d'un tiers des dirigeants des PME de plus de 100 salariés se disent plutôt ou très intéressés par le développement de leurs activités à l'international contre 21% des dirigeants des PME de 50 à 99 salariés et 17% des dirigeants des PME de 20 à 49 salariés.

Le développement à l'international intéresse avant tout le secteur de l'industrie manufacturière : en effet, 40% des dirigeants de ce secteur se déclarent intéressés par l'internationalisation.

Pour expliquer leur timidité à l'ouverture vers l'étranger, les dirigeants qui n'envisagent pas de développement étranger évoquent en premier lieu des contraintes exogènes (34%), comme la complexité de l'environnement financier (taux de change, 23%) ou les contraintes réglementaires (16%), puis des contraintes internes (mauvaise connaissance des marchés _ 17% _ et manque de maîtrise des langues _ 18%). Enfin sont citées des difficultés à obtenir de l'aide (23%).

Les zones privilégiées pour le développement : la zone Euro en tête

Pour les dirigeants tournés vers l'extérieur, la zone Euro (65%) reste de loin **la zone privilégiée pour élaborer de nouveaux échanges. Ainsi, 65% des dirigeants souhaitent développer leurs activités au sein de cette zone.** Les autres pays appartenant à «l'étranger proche» sont également relativement attractifs puisque 19% des dirigeants de PME sont attirés par le Maghreb et 18% par les PECO et autres pays européens hors zone Euro. Au total, ce sont donc 94% des PME qui souhaitent se développer au sein de «l'étranger proche». Notons toutefois que les autres zones ne sont pas en reste puisque 25% des dirigeants se déclarent attirés par des pays de «l'étranger connu» et 37% se disent même attirés par des pays de «l'étranger mal connu» (dont 17% par les pays africains et 15% par les autres pays asiatiques).



III. Les acteurs de l'accompagnement au développement international

Une forte notoriété du réseau des CCI en France sur l'accompagnement à l'internationalisation

Interrogés sur les acteurs dont l'une des missions est d'accompagner le processus d'internationalisation des entreprises françaises, **43% des dirigeants ayant des relations avec l'étranger ou souhaitant en établir ont cité spontanément le réseau des CCI en France.**

33% ont cité la Coface, 25% les banques et partenaires financiers et 20% le réseau des CCI à l'étranger. Tous les autres acteurs n'ont été cités spontanément que par moins d'un cinquième des répondants (12% UBIFRANCE, 6% les missions économiques, 3% les collectivités territoriales, et 2% les cabinets de conseil spécialisés).

21% des dirigeants interrogés sur cette question n'ont guère été capables de citer ne serait-ce qu'un seul acteur en charge de les accompagner dans le processus d'internationalisation de leur entreprise.

Sur l'indicateur de notoriété assistée, le réseau des CCI en France est à nouveau le plus connu : **52% des dirigeants de PME interrogés intéressés par l'international ou ayant déjà un contact avec l'étranger ont déclaré le connaître et avoir été en contact avec lui sur des questions liées à l'internationalisation de leur activité.**

Cela fait du réseau des CCI en France à la fois l'acteur le plus consulté et le plus connu sur les questions liées à l'internationalisation. Ses « concurrents » les plus sérieux sont les banques et partenaires financiers (47%) ainsi que la Coface (47%). En quatrième position, on retrouve le réseau des CCI à l'étranger avec 31% des entreprises interrogées les ont consultées.

Par ailleurs, **55% des dirigeants se disent satisfaits de la complémentarité entre ces différents acteurs** dans leur rôle d'accompagnement du processus d'internationalisation des entreprises (dont 10% très satisfaits).

IV. Les traits d'image des différents acteurs

Une bonne image du réseau consulaire en France

Le réseau des CCI en France peut se prévaloir d'une bonne image auprès des dirigeants de PME tournés vers l'international. Il apparaît dans le domaine de compétence de l'accompagnement vers l'internationalisation comme **le mieux noté au sein de son « univers de concurrence »** sur de nombreux points : **une bonne compréhension des intérêts des entreprises, une bonne connaissance de l'environnement juridique et**



administratif et commercial des marchés, un accompagnement personnalisé, une proximité avec les préoccupations des entreprises, une bonne information sur le processus d'internationalisation.

En revanche, le réseau consulaire, s'il n'est pas premier sur les aspects suivants, figure dans le trio de tête : **l'accompagnement dans la durée** (les CCI en France sont troisième derrière les banques et la Coface), **la réactivité et la disponibilité** (devancé par les banques et à égalité avec la Coface), **l'efficacité des solutions** proposées (deuxième derrière les banques) et **la modernité et l'innovation** (en deuxième derrière la Coface).