

Baromètre Export Euler Hermes 2021

L'export, la clé de la reprise pour les entreprises françaises ?

- La demande additionnelle adressée aux exportateurs français devrait croître de +59 Mds EUR en 2021 et de +47 Mds EUR en 2022 (-125 Mds EUR en 2020).
- Plus d'un exportateur sur 3 a enregistré une hausse de ses exportations en 2020 malgré la crise. Les secteurs concernés sont les services aux entreprises, les biens d'équipement et le numérique.
- 8 entreprises sur 10 envisagent d'accroître leur chiffre d'affaires à l'export en 2021. Les secteurs les plus volontaristes sont les biens d'équipement, l'agriculture, l'énergie et le bâtiment.
- 70% des exportateurs favorisent l'export depuis la France à l'implantation locale, et 77% comptent utiliser leur trésorerie pour financer leur développement export.
- Le risque d'impayés est la principale menace identifiée par les exportateurs français (62%), et le risque sanitaire surpasse désormais le risque politique dans les craintes des exportateurs.

PARIS, 27 MAI 2021 – L'export et ses débouchés sont au centre de la reprise pour les entreprises françaises, plus encore après une année 2020 de fortes perturbations sanitaires, économiques et commerciales. Dans ce contexte, [Euler Hermes](#), le leader mondial de l'assurance-crédit, a interrogé début 2021 plus de 300 exportateurs français afin d'en savoir plus sur leur bilan 2020, leurs perspectives 2021 et les risques et menaces qu'ils identifient à l'international. En résulte la 7^{ème} édition du Baromètre Export Euler Hermes, qui apporte une analyse exclusive de la perception du contexte international par les entreprises françaises.

En 2021, +59 Mds EUR d'exportations supplémentaires à saisir pour les entreprises françaises

Selon Euler Hermes, le commerce mondial de biens et services en volume devrait rebondir de +7,9% en 2021 et de +6% en 2022 (-8,1% en 2020). Un rebond important, principalement dû à la reprise progressive de l'activité économique dans la plupart des régions, mais qui aurait pu être encore plus fort sans les nombreux facteurs qui perturbent depuis plusieurs mois les chaînes d'approvisionnement internationales (tensions sur le fret maritime, pénuries de conteneurs et des intrants, etc). Euler Hermes estime que ces perturbations coûteront cette année -1,7 point de croissance au commerce mondial.

Les exportateurs français pourront également saisir les opportunités provenant du rebond des échanges internationaux : selon Euler Hermes, les exportations françaises de biens et services en volume croîtront de +8% en 2021 et de +5,7% en 2022 (-16,6% en 2020). De réelles opportunités existent à l'international pour les entreprises françaises : Euler Hermes estime que la demande additionnelle de biens et services adressée à la France croîtra de +59 Mds EUR en 2021 et de +47 Mds EUR en 2022 (-125 Mds EUR en 2020).

Ces débouchés additionnels à capter à l'export pour les entreprises françaises se situeront principalement en Europe, avec +7,2 Mds EUR à saisir en Allemagne en 2021, +4,5 Mds EUR en Belgique et +4,3 Mds EUR en Espagne. Mais le Grand Export offrira également des opportunités intéressantes aux exportateurs français, avec +6,6 Mds EUR à saisir aux Etats-Unis en 2021, et +2,3 Mds EUR en Chine. Certains secteurs bénéficieront plus directement de ce surplus de demande externe, dont les équipements de transport (+5,2 Mds EUR), l'agroalimentaire (+4,9 Mds EUR) et le secteur pharmaceutique (+4,8 Mds EUR).

« En 2021, l'export sera indéniablement la clé de la reprise pour les entreprises françaises. De belles opportunités existent pour combler les manques à gagner de 2020, avec +59 Mds EUR de débouchés additionnels export à capter en 2021 et +47 Mds EUR en 2022, tant chez nos voisins européens que dans les régions plus éloignées témoignant d'un rebond économique rapide et dynamique. Pour les saisir, il faudra faire preuve d'audace et de vigilance, au niveau de l'organisation des chaînes logistiques mais aussi des zones ciblées. Nos exportateurs l'ont compris : optimisme et volontarisme seront, à n'en pas

douter, les maîtres mots de l'appareil exportateur français cette année », décrit Clarisse Kopff, CEO et Présidente du Directoire du Groupe Euler Hermes.

Baromètre Export 2021 : la crise sanitaire a fait évoluer les pratiques des exportateurs français

La première conclusion de ce Baromètre Export Euler Hermes 2021 concerne le bilan 2020 des exportateurs français. Sans surprise, il est plutôt mitigé : 4 entreprises françaises sur 10 ont observé un recul de leurs exportations l'année dernière. Parmi les facteurs les plus cités pour expliquer cette baisse, on retrouve la décélération de la demande externe due aux restrictions sanitaires, les perturbations des chaînes de valeur dues à l'épidémie Covid-19, et le Brexit. Toutefois, la crise sanitaire a également représenté une opportunité pour de nombreuses entreprises.

« 36% des entreprises interrogées font état d'une hausse de leurs exportations en 2020. Le point commun de ces entreprises, c'est qu'elles évoluent dans des secteurs stratégiques, qui ont permis de combler des manques observés dans les chaînes de valeur internationales l'an passé. On peut notamment penser aux secteurs des services aux entreprises, des biens d'équipements et du numérique », explique Selin Ozyurt, économiste France chez Euler Hermes.

Par ailleurs, l'épidémie Covid-19 a profondément changé la façon dont les entreprises françaises appréhendent l'export : 81% des entreprises interrogées déclarent avoir fait évoluer leur approche export à cause de la crise sanitaire. Ces dernières déclarent notamment avoir révisé leurs relations avec leurs fournisseurs (24%), revu les conditions contractuelles offertes à leurs clients (21%), et changé leurs modes de transports et leurs choix logistiques (21%).

« La crise sanitaire a engendré une refonte des stratégies d'approvisionnement chez les exportateurs français. De nombreuses entreprises sont passées d'une logique de « just in time », avec des chaînes de valeur pensées pour produire dans les meilleurs délais, à une logique de « just in case », avec le développement de nouvelles relations fournisseurs pour pallier d'éventuelles perturbations de l'activité productive. Il en va de même du côté des relations avec les clients, avec une nécessité de trouver de nouveaux marchés de croissance pour faire face au recul global de la demande externe, et une volonté de se protéger de potentiels incidents de paiement », ajoute Selin Ozyurt.

Près de 8 entreprises sur 10 envisagent d'accroître leur chiffre d'affaires à l'export en 2021

Après une année 2020 durant laquelle les échanges commerciaux ont été perturbés, et malgré une crise sanitaire qui s'est prolongée sur le début de l'année 2021, l'optimisme est de retour du côté des exportateurs français : 78% des entreprises interrogées lors du Baromètre Export envisagent d'augmenter leur chiffre d'affaires à l'export cette année. Les intentions fermes sont également à un niveau élevé, avec 42% des entreprises qui déclarent envisager avec certitude une croissance de leurs exportations en 2021. Ces intentions fermes sont particulièrement élevées dans les secteurs des biens d'équipement (63%), de l'agriculture, de l'énergie et du bâtiment (62%), des travaux publics (44%) et des biens de consommation (44%).

« L'Allemagne, les Etats-Unis et la Belgique sont les 3 principales destinations export 2021 des entreprises françaises, suivies par l'Espagne et le Royaume-Uni. Le tropisme européen reste fort, signe que les exportateurs français misent encore sur des marchés qu'ils maîtrisent. Mais le Grand Export est toujours présent dans leur esprit, pour aller chercher la croissance où qu'elle soit », analyse Ana Boata, Directrice des recherches macroéconomiques d'Euler Hermes.

Les entreprises françaises veulent exporter plus, mais elles veulent également se lancer à l'assaut de nouveaux marchés. En effet, 51% des entreprises interrogées veulent accroître leurs exportations vers de nouveaux pays, contre seulement 38% lors du précédent baromètre. Les destinations les plus citées sont les Emirats Arabes Unis, le Canada, le Cameroun, le Maroc et le Sénégal.

« Il semblerait que les exportateurs français souhaitent diversifier les marchés de croissance ciblés. C'est un indicateur positif concernant le volontarisme des entreprises tricolores, mais également le signe qu'elles ont tiré un apprentissage crucial de la crise Covid-19 : pour préserver leurs activités et anticiper les imprévus, mieux vaut réduire sa dépendance à une zone d'exportations », décrit Ana Boata.

Pour financer leur développement export, les entreprises françaises misent sur leur trésorerie

Pour la 3^{ème} édition consécutive du Baromètre Export Euler Hermes, les entreprises françaises favorisent les exportations depuis la France (70%) à l'implantation locale (30%) pour leur stratégie d'internationalisation. Les principaux motifs avancés pour justifier cette stratégie sont le choix du Made in France pour une question d'image et de qualité (63%), le coût d'implantation à l'étranger trop élevé (54%), et la volonté de garder une certaine proximité géographique avec ses fournisseurs (37%). La baisse de la taxe de production dans le cadre du plan de relance est également citée (36%) par les répondants.

L'un des enseignements majeurs de ce Baromètre Export est que les entreprises françaises sont prêtes à puiser dans leur *cash* pour financer leur développement export : 77% des entreprises déclarent qu'elles utiliseront leur trésorerie pour financer leur internationalisation cette année, contre 48% lors de la précédente édition du Baromètre Export. Viennent ensuite un ou plusieurs dispositifs d'aide publique (13%) et le financement par prêt bancaire (8%).

« Le fait que les entreprises soient majoritairement prêtes à utiliser leur trésorerie pour financer leur développement export est un réel indicateur de confiance. Grâce aux mesures publiques de soutien face à la crise Covid-19, les entreprises françaises ont pu renforcer leurs réserves de liquidités, qui s'élèvent aujourd'hui en cumulé à 88 Mds EUR. Si elles sont prêtes à puiser dans cette réserve, c'est qu'elles voient l'export comme un véritable relais de croissance qui leur permettra de sortir plus vite de la crise et de combler le manque à gagner de 2020 », justifie Ana Boata.

Le risque d'impayés comme principale menace, le risque sanitaire surpasse le risque politique

Le risque d'impayés est cité comme la principale menace à l'international par les exportateurs français (62%). Une crainte justifiée, puisque 38% des répondants ont remarqué une hausse du délai moyen de paiement à l'export lors des 12 derniers mois (+22 points par rapport à la précédente édition du Baromètre) et 22% déclarent avoir subi au moins un impayé sur la même période (+7 points). Les autres risques cités par les exportateurs français sont les risques légaux (59%), les barrières douanières (55%) et les risques liés aux transports (55%). Mais la grande nouveauté, c'est l'apparition du risque sanitaire dans le classement (45%), qui dépasse le risque politique (41%).

« Il s'agit d'une évolution majeure de la perception du contexte international par les entreprises françaises : ces dernières craignent désormais plus d'être affectées par un évènement sanitaire, comme une épidémie, que par un évènement politique, comme un soulèvement populaire ou un embargo. La crise Covid-19 a marqué les esprits et a profondément changé la façon dont les exportateurs français appréhendent leur environnement », détaille Selin Ozyurt.

La RSE, nouveau *game changer* du commerce international ?

Pour conclure, un autre facteur vient influencer la stratégie export des entreprises françaises : l'émergence de la Responsabilité Sociétale d'Entreprise (RSE). En effet, selon le Baromètre Export Euler Hermes, 46% des exportateurs reconnaissent que l'émergence de la RSE les a poussés à modifier leur stratégie d'internationalisation.

La révision des relations avec les fournisseurs est l'évolution la plus citée par les répondants (32,5%). Viennent ensuite la révision des conditions commerciales et contractuelles accordées aux clients (23%) et la révision des modes de transports et des choix logistiques (20%).

Contact médias

MAXIME DEMORY
Euler Hermes France
+33 (0)1 84 11 35 43
maxime.demory@eulerhermes.com

Réseaux sociaux



Suivez-nous sur Twitter [@eulerhermesFR](https://twitter.com/eulerhermesFR)



Suivez-nous sur LinkedIn [Euler Hermes France](https://www.linkedin.com/company/euler-hermes-france)



Suivez-nous sur YouTube [Euler Hermes France](https://www.youtube.com/channel/UC...)

Euler Hermes est le leader mondial de l'assurance-crédit et un expert reconnu dans les domaines de la caution, du recouvrement, du financement structuré et du risque politique. Notre réseau international de collecte et d'analyse d'informations nous permet de suivre l'évolution de la santé financière des entreprises dans des marchés représentant 92% du PIB mondial. Nous donnons aux entreprises la confiance nécessaire pour développer leurs échanges commerciaux sans s'exposer au risque d'impayés. Notre priorité est de vous éviter de subir des incidents de paiement grâce à notre système de protection prédictive. Mais si l'imprévu se matérialise, et que vous subissez un impayé, nous vous indemnisons. Notre notation de crédit AA et notre appartenance au Groupe Allianz, attestent de notre solidité financière et de notre capacité à vous aider à préserver votre entreprise. Basé à Paris, Euler Hermes est présent dans plus de 50 pays avec 5 800 employés. En 2020, Euler Hermes garantissait 824 milliards d'euros de transactions commerciales dans le monde. Plus d'informations : eulerhermes.com



Cautionary note regarding forward-looking statements: The statements contained herein may include prospects, statements of future expectations and other forward-looking statements that are based on management's current views and assumptions and involve known and unknown risks and uncertainties. Actual results, performance or events may differ materially from those expressed or implied in such forward-looking statements. Such deviations may arise due to, without limitation, (i) changes of the general economic conditions and competitive situation, particularly in the Allianz Group's core business and core markets, (ii) performance of financial markets (particularly market volatility, liquidity and credit events), (iii) frequency and severity of insured loss events, including from natural catastrophes, and the development of loss expenses, (iv) mortality and morbidity levels and trends, (v) persistency levels, (vi) particularly in the banking business, the extent of credit defaults, (vii) interest rate levels, (viii) currency exchange rates including the euro/US-dollar exchange rate, (ix) changes in laws and regulations, including tax regulations, (x) the impact of acquisitions, including related integration issues, and reorganization measures, and (xi) general competitive factors, in each case on a local, regional, national and/or global basis. Many of these factors may be more likely to occur, or more pronounced, as a result of terrorist activities and their consequences.