



Baromètre de l'activité internationale des entreprises françaises - *période Covid.19*

Numéro 1

Entretiens conduits entre le 30/03 et le 30/04/2020 par les équipes de conseillers Team France Export

**TEAM
FRANCE**
— EXPORT —

Méthodologie de recueil des remontées d'entreprises

Depuis le début du confinement dû au Covid-19, les **Conseillers *International Team France Export* (TFE)** basés dans les **CCI** (consulaires ou collaborateurs de **Business France**) et les **Chargés d'Affaires Internationaux TFE** (issus de **Business France**) basés dans les **directions régionales de Bpifrance** se mobilisent au quotidien dans toute la France, au côté de nos entreprises ayant des intérêts à l'export et suivies par la TFE, faire des points de situation, répondre à leurs besoins et leur présenter le plan d'urgence « international » annoncé le 30 mars 2020 par le Gouvernement et les mesures régionales export qui l'accompagnent.

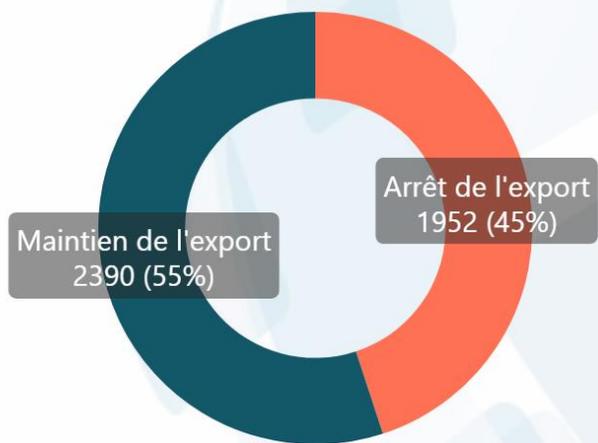
Ce document, issu de **l'écoute terrain**, tente de refléter les problématiques **spontanément évoquées** par les entreprises **pour l'international**, les solutions mises en place ou recherchées par celles-ci dans cette phase de transition et pour la préparation de l'avenir.

Nous publions ci-après des **remontées quantitatives et qualitatives**, qui nous semblent illustratives, **issues de 4342 entretiens argumentés entre le 30 mars et le 30 avril 2020** auprès de 4679 entreprises.

Par rapport au baromètre Numéro 0 publié portant sur 2 semaines, des **filtres d'analyse** permettent **au fur et à mesure** de la montée en nombre de ces témoignages, de **dégager des lignes de force (par secteur, par taille d'entreprise, en fonction de la part du CA à l'export)**. S'agissant d'un recueil de terrain et non d'une enquête par échantillonnage ou quotas, les analyses ne prétendent pas à la rigueur statistique.

NB : ne sont pas évoquées ici les nombreuses questions sur les problématiques, majeures, de trésorerie, de RH, qui ont été prises en compte par les hotlines mises en place par les services de l'Etat, des Régions, les CCI, Bpifrance et qui trouvent progressivement réponses avec la mise en place effective des volets économiques/ travail des plans d'urgence Etat et Régions.

Répartition des entreprises selon le maintien ou l'arrêt de leurs activités export



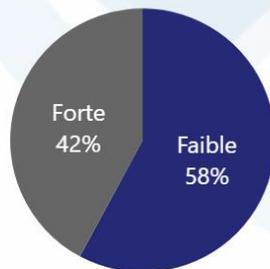
Données basées sur un échantillon de

4342

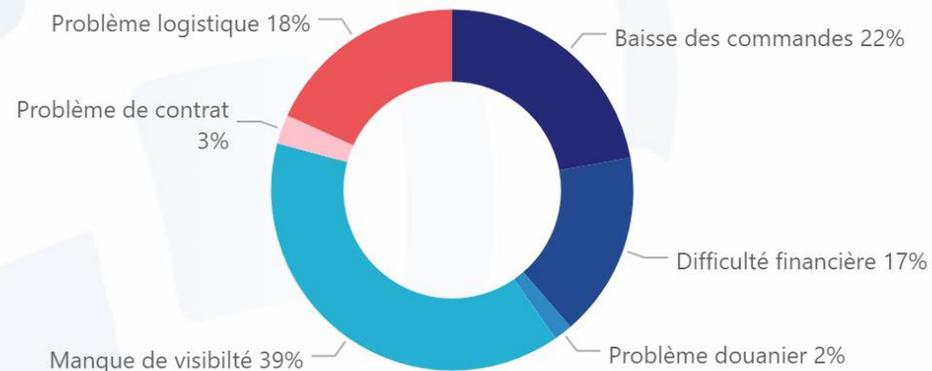
entreprises

nous ayant indiqué si elles stoppaient ou maintenaient leurs activités export.

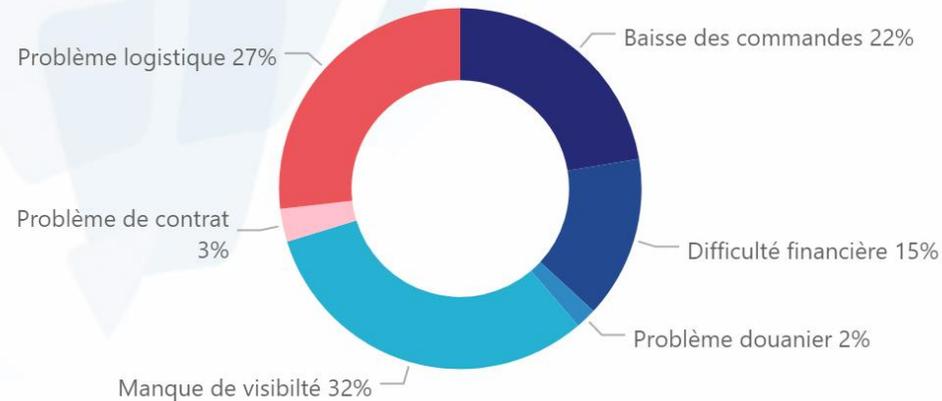
Importance de l'export dans l'activité de l'entreprise



Part des motifs exprimés pour les entreprises ayant **stoppé** leurs activités export



Part des difficultés exprimées par les entreprises ayant **maintenu** leurs activités export



Population, volonté de poursuivre à l'export et problématiques

Sur 4342 entretiens avec des TPE (37%), PME (57%) et ETI (6%) exportatrices (42% réalisent + de 30% du CA à l'export et 58% moins de 30%*) : * la barre des 30% à l'export est un parti-pris = l'international est un élément très substantiel du modèle économique de l'entreprise.

- **55% déclarent continuer résolument à exporter même en mode dégradé**
- 45% ont stoppé l'export ou mis en stand-by

Malgré le doublement du nombre d'entreprises documentées, les motifs invoqués, au global, par celles qui ont décidé à ce stade de mettre l'export en stand-by ou de poursuivre, ont connu peu d'évolution entre semaine 1 et 2 (30 mars au 10 avril) et semaine 3 et 4 (13 au 30 avril) = amplitudes maximales < à 3%.

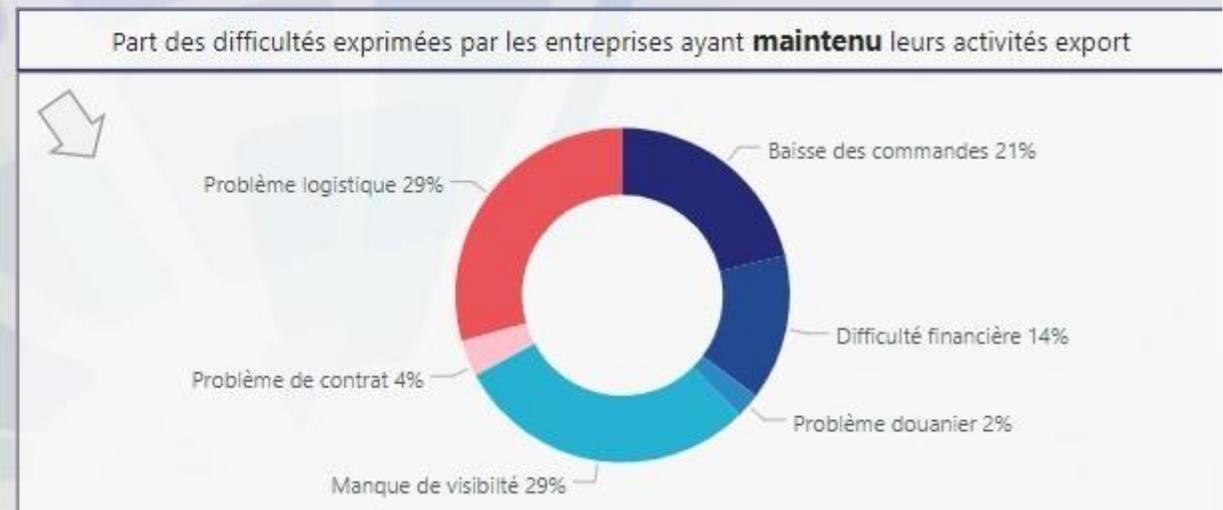
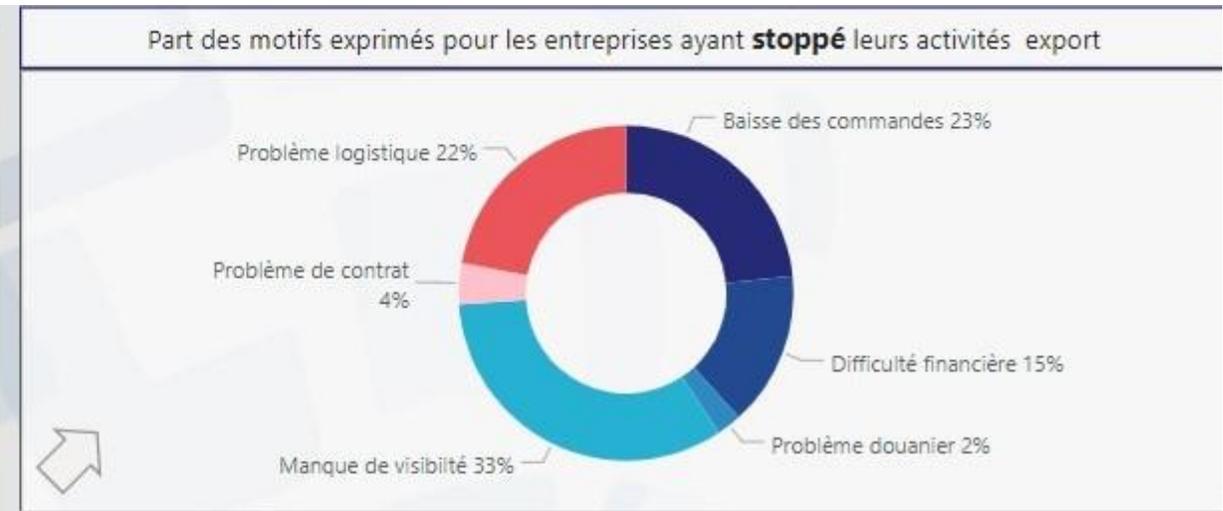
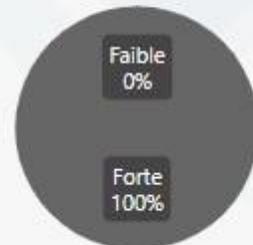
- Le **manque de visibilité sur l'avenir (32 à 37%) arrive toujours en premier cité** ie « tout est stoppé » : déplacements, production , décisions des pays, RH = manque d'information sur l'international en temps réel....
- le deuxième item est pratique: **la logistique (18% pour les stand by et 27% pour celles qui souhaitent poursuivre)** : ce sujet regroupe aussi bien la capacité à expédier des commandes export *ante Covid* que de s'approvisionner à l'import de pièces ou demi-produits.
- le troisième est la **baisse rapide de commandes en provenance de l'étranger (22%)**.
- le quatrième, quasi ex aequo, est la **situation financière à venir (15 à 17%)** pour continuer à financer l'export.
- les difficultés d'**exécution des contrats export (3%)** et **douanières (2%)** sont peu évoquées à ce stade.

Une singularité forte : les entreprises dont la part du CA export est > à 30% souhaitent poursuivre à l'international pour 67% d'entre elles



Données basées sur un échantillon de **1396** entreprises nous ayant indiqué si elles stoppaient ou maintenaient leurs activités export.

Importance de l'export dans l'activité de l'entreprise



Une singularité forte : la grande résilience des entreprises dont la part du CA export est > à 30%

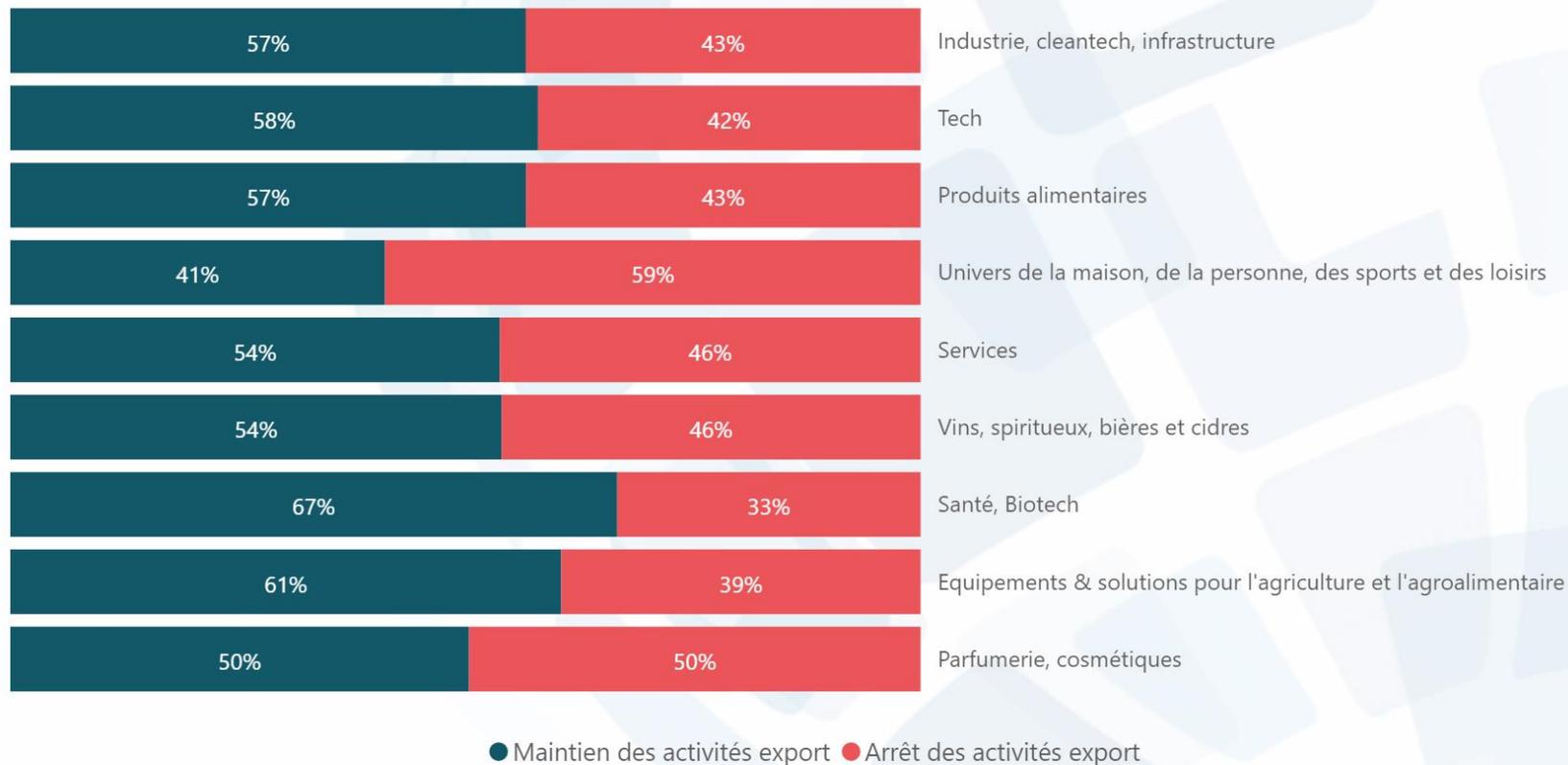
Les entreprises dont le **CA export est < à 30%** du CA global ont mis **l'international en stand-by pour 52% d'entre elles.**

A contrario, les entreprises impliquées à l'export pour plus de 30% de leur activité globale souhaitent poursuivre à 67%.

Ces **entreprises fortement impliquées à l'export ne peuvent faire l'impasse sur l'international.** Elle se **plaignent moins d'un manque de visibilité** (29% vs 40% pour celles qui ont stoppé l'export et exportent peu); elles sont plus aguerries et en contact avec des interlocuteurs locaux.

Elles sont par contre **plus confrontées aux problèmes logistiques réels** (29% vs 17% pour les moins exportatrices qui ont mis l'export en stand-by) = difficultés à trouver des slots d'expédition et augmentation importante des tarifs (20 à 30% évoqués).

Répartition sectorielle des entreprises selon l'état de leurs activités export



Sur un échantillon de

4302

entreprises

Univers sectoriel	Nombre d'entreprises contactées
Equipements & solutions pour l'agriculture et l'agroalimentaire	228
Industrie, cleantech, infrastructure	1582
Parfumerie, cosmétiques	129
Produits alimentaires	450
Santé, Biotech	216
Services	370
Tech	464
Univers de la maison, de la personne, des sports et des loisirs	498
Vins, spiritueux, bières et cidres	365
Total	4302

Univers sectoriel

Notes :

Observation des spécificités pour les entreprises dont la part du CA export est > à 30% (1)

Filière Agrotech : souhait de poursuivre à l'export pour 70% d'entre elles malgré des baisses de commandes déclarées à -25%.

- Pour **les produits alimentaires**, volonté de poursuivre à l'export à 77% mais des difficultés logistiques mentionnées dans 34% des échanges.
- Pour **les vins et spiritueux**, volonté de poursuivre à 64% mais les baisses de commandes sont déclarées à -30% et les difficultés financières à 25%.

➤ **Filière Industries et Cleantech** :

Volonté de poursuivre à l'export dans 68% des déclarations. Les baisses de commande sont encore peu invoquées (17%) mais la logistique est citée dans 33% des cas. Il existe des interrogations spécifiques en zone frontalière où les interactions sont fortes (Grand Est avec l'Allemagne notamment).

Observation des spécificités pour les entreprises dont la part du CA export est > à 30% (2)

- **Filière Art de Vivre Santé** : volonté de maintenir l'export à 63% malgré des baisses de commandes déclarées à - 26% à l'international.

Pour **la Parfumerie-Cosmétiques**, importants sujets logistiques (35%) reflétant non seulement le transport mais la **fermeture des points de vente à l'étranger (difficultés de distribution)**.

Pour **l'Univers de la maison, habillement, parure**, les **baisses de commandes sont, tous secteurs confondus, avec les vins et spiritueux, les plus fortes (- 30%)**.

Pour **la Santé**, **volonté de poursuivre à l'export à 76%**. Les sujets sont essentiellement logistiques (32%).

- **Filière Tech & Services** : le **manque global de visibilité est déclaré fort (37%)**. Les sujets de **logistique** sont naturellement très peu évoqués dans les Tech(- de 10%) mais fortement **dans les Services (38%) ainsi que ceux touchant l'exécution des contrats** sont plus sensibles (10% = 3 fois la moyenne nationale). Ceci recouvre notamment la difficulté de déplacement de collaborateurs au départ de France pour la mise en place d'installations, la formation de personnels locaux...et les interrogations sur l'appel de cautions notamment. .

Observation par type d'entreprises des spécificités de celles dont la part du CA export est > à 30%

- Peu de distorsions sur les **populations TPE et PME** dans les difficultés rencontrées sur cette population fortement exportatrice. Néanmoins, **les TPE souffrent d'une baisse de commandes de l'ordre de 30% avec des pointes à - 45% dans les vins et les produits alimentaires.**
- **Les ETI répondantes** (165) souhaitent **poursuivre résolument à l'export (74% vs 55% au plan national).**
- Si les ETI qui poursuivent à l'export déclarent **peu de problèmes de visibilité, peu de baisses de commandes et peu de difficultés financières** pour l'export, elles sont confrontées à **d'importants problèmes logistiques** pour acheminer leurs produits et services ou importer des produits intermédiaires ou composants dans certains cas. **Ce motif est invoqué en premier dans 50% des échanges.**

Exemples de cas recueillis par les conseillers TFE

> Ile-de-France – ETI du secteur de l'ingénierie et du BTP – 60% de CA à l'export

- Activité : groupe français d'ingénierie et d'architecture intervenant sur les secteurs Tourisme, Agroalimentaire, Chimie et Pharmacie.
- Problématiques liées à la crise : l'entreprise est impactée par l'effet covid 19 mais elle prévoit un impact à long terme dans la mesure où leurs clients sont impactés et où les cycles de développement et de production sont longs.
- Situation de l'export : l'export est dans l'ADN du groupe, mais difficile d'être dans une démarche de prospection car volonté de mobiliser les ressources en temps et les ressources financières sur les destinations dans lesquelles ils ont des projets en cours et qui pourraient exiger des ressources supplémentaires. Mais volonté de réagir en opportunité : intérêt pour l'information géographique et l'information sectorielle en live + intérêt pour les éventuels appels d'offres que la crise peut générer et qui peuvent ouvrir des opportunités d'affaires.

> Bourgogne-Franche-Comté – ETI secteur Agroalimentaire - 50 % de CA à l'export

- Activité : Fabrication de produits à base de produits laitiers
- Problématiques liées à la crise : le carnet de commandes est actuellement rempli et la production fonctionne toujours à plein dans le contexte de crise, du fait de la crainte des consommateurs de manquer de produits laitiers, en particulier conservables à température ambiante. En outre il peut y avoir un certain effet spéculatif sur les prix, et la GD a mis en oeuvre de nouveaux modes de distribution, qui favoriseraient certaines de leurs ventes (progression du Drive).
- Situation de l'export : l'activité Export est maintenue puisque la demande est forte, notamment dans les pays structurellement déficitaires en produits laitiers. L'entreprise s'appuie beaucoup sur son syndicat professionnel pour avoir les infos sur le dispositif d'aides et conseils aux entreprises exportatrices

Exemples de cas recueillis par les conseillers TFE

> Normandie – TPE du secteur des nouvelles technologies – Moins de 10% de l'activité à l'export

- Activité : solution d'intelligence artificielle universelle capable de prendre le contrôle de tout type de robot : bipède, multipède, volant à roues ou même sous-marin.
- Problématiques liées à la crise : 100% de l'équipe est en télétravail. L'activité se poursuit plus ou moins normalement sauf la partie hardware qui est à l'arrêt. Quelques soucis de lenteurs administratives avec ses clients Grands Comptes, le personnel des grands groupes sont en chômage partiel ce qui rend les décisions plus lentes
- Situation de l'export : le plan d'aide TFE est très apprécié de l'entreprise, car elle répond à ces attentes de visibilité. L'entreprise pense que la crise actuelle peut ouvrir des opportunités pour ses solutions, donc elle souhaite travailler à une stratégie Marchés. Elle projette notamment d'exporter ses solutions en Chine en 2020.

> Nouvelle-Aquitaine – TPE secteur Industrie - 30 % de CA à l'export

- Activité : production et commercialisation de systèmes de capteurs à fibres optiques, en particulier pour la maintenance et la surveillance des infrastructures.
- Problématiques liées à l'export : Personnel en télétravail, mais activité qui se maintient.
- Situation de l'export : Activité ralentie, pas de déplacements donc pas de prospection physique. Les projets suivent leur cours. A l'export, il est envisagé de développer. Le VIE en place à Houston reste sur place et est largement autonome.

> Centre Val de Loire – PME du secteur de l'art de vivre (décoration) – Moins de 10 % de CA à l'export

- Activité : éditeur et fabricant de lustres anciens
- Problématiques liées à la crise : L'entreprise est en activité. Les commandes passées sont toujours en cours. Un peu compliqué d'avoir de la visibilité sur l'avenir. L'entreprise a de la trésorerie et ne souhaite pas faire appel aux aides de l'Etat pour le moment. Sa banque l'accompagne.
- Situation de l'export : export en stand-by pour le moment du fait du manque de visibilité, mais souhaite avancer dès la sortie du confinement.

Exemples de cas recueillis par les conseillers TFE

> **Sud PACA – ETI du secteur Industrie – 60 % de CA à l'export**

- Activité : constructeur de machines, d'équipements et d'outillages électroportatifs pour l'agriculture spécialisée et l'entretien des espaces verts et publics
- Problématiques liées à la crise : La majorité des employés de bureau sont en télétravail (160), les autres sont en arrêt pour garde d'enfants ou maladie. La production tourne à effectif réduit. Chômage partiel mis en place. Les moyens de protection (port du masque, gel hydroalcoolique) ont été mis à disposition pour les salariés présents sur site (environ une centaine).
- La division recherche et développement tourne au ralenti : tests et essais clients étant désormais proscrits.
- Situation de l'export : Entreprise très présente à l'international avec 19 filiales et 800 distributeurs, ainsi que quelques sites de production. La crise a touché les usines en Chine, Slovaquie, Espagne et enfin celle d'Italie (l'usine italienne continue de fonctionner). Toutefois, le responsable export souhaite continuer à explorer de nouveaux marchés relais et a identifié 3 pays prioritaires au potentiel arboricole élevé. Il souhaite faire appel aux services de la TFE pour la production d'études de marché sur ces 3 pays et évaluer le potentiel de certains produits (sécateur électrique à la perche ou à la main).

> **Occitanie – PME du secteur Art de Vivre - 50 % de CA à l'export**

- Activité : entreprise familiale spécialisés dans la fabrication de radiateurs et luminaires contemporains
- Problématiques liées à la crise : l'usine tourne toujours car le carnet de commandes de Janv/Fév. était rempli. Maintien de l'activité R&D pour préparer l'avenir, mais service commercial arrêté car show-rooms fermés depuis 17 mars, notamment Italie, Espagne. Plus de facturation ni de commandes. Grande crainte d'une seconde vague et d'une situation qui s'allonge. Toutefois, obtention d'une aide de Bpifrance qui donne de l'air.
- Situation de l'export : pour l'export, l'entreprise mise sur 2021 car tout investissement commercial ne serait pas optimum cette année, mais toujours motivée pour prospecter le marché chinois dès que les conditions sont réunies (mais préfère le présentiel).

Exemples de cas recueillis par les conseillers TFE

> **Grand-Est – Startup du secteur Santé - Démarre à l'export**

- Activité : start-up strasbourgeoise spécialisée dans les solutions innovantes pour les pathologies ORL
- Problématiques liées à la crise : obtention du marquage CE en février 2020 qui permet la commercialisation du DM en France et UE. Lancement d'un recrutement d'agents commerciaux de blocs opératoires multi-cartes en France mi-mars pour cibler hôpitaux/cliniques.
- Situation de l'export : l'entreprise a prévu de se développer à l'export en même temps qu'en France. Demande d'enregistrement auprès de la FDA en cours. Avait envisagé un développement export sur Allemagne, Italie et Espagne dans un premier temps. En raison de la crise COVID-19, changement de tactique pour prospecter des pays moins touchés comme pays nordiques. Informée des dispositifs financement BE EST EXPORT et AP Bpifrance.

> **Hauts-de-France – PME du secteur Agroalimentaire – Moins de 10% à l'export**

- Activité : fabrication et commercialisation d'épices et d'aides à la pâtisserie
- Problématiques liés à la crise : Activité plutôt stable grâce aux ventes en grande distribution. Freinage des négociations en cours, mais livraisons en France assurées avec adoption de mesures de sécurité
- Activité à l'export : prospection très difficile sur la zone en développement (Moyen-Orient). Besoin d'informations logistiques (blocage des ports ? déplacements des importateurs pour les réceptions toujours assurées ?) + Incertitude sur les contrats en cours de négociation car si avant la crise la chance de conclusion était à 80%, elle est maintenant redescendue à 40%. Surtout dû au manque de visibilité sur la solidité des partenaires sur place.

Exemples de cas recueillis par les conseillers TFE

> **Pays-de-la Loire – PME du secteur Industrie/Energie – aguerrie à l'export**

- Activité : conçoit et fabrique des systèmes d'interphonie et de contrôle d'accès pour l'habitat collectif, social ou privé, dans les domaines de la communication, de la sécurité, de la gestion de l'énergie et des télécommunications.
- Problématiques liés à la crise : poursuite de l'activité, mais limitation de déplacements, avec reprise de l'activité mardi 07/04 après arrêt complet de la production. Fonctions supports en télétravail. Difficultés d'approvisionnement.
- Activité à l'export : deux projets importants en Afrique sont en stand-by, mais les 2 V.I.E mis en place sont toujours sur place. Projet de développement aux Etats-Unis en stand-by : l'entreprise va profiter de la pause pour revoir sa stratégie. Accompagnement Stratexio : peu optimiste sur sa capacité à se libérer du temps compte-tenu du contexte.

> **Auvergne Rhône Alpes – PME du secteur des technologies – 5% de CA à l'export**

- Activité : conception, fabrication en sous-traitance et installation de sièges, tribunes et scènes pour évènements sportifs ou culturels
- Problématiques liées à la crise : le report sine die de l'organisation de tous les évènements sportifs (JO, championnats de foot, rugby, basket) et des festivals impacte fortement l'activité
- Situation de l'export : l'entreprise a obtenu des références commerciales en Europe et en Afrique mais ne fait pas de prospection organisée. Elle va profiter de la situation actuelle pour prendre du recul et définir un plan d'actions export et les marchés prioritaires à prospector, au travers du diagnostic Ambition Région International aidé par la Région Auvergne-Rhône-Alpes. La période de confinement a paru idéale au dirigeant pour mener cette réflexion au calme ; il a aussi été séduit par l'idée de confronter son projet à l'avis d'un consultant expérimenté dans le développement des PME. Enfin, le plan d'actions export défini au cours du diagnostic lui permettra d'intégrer le rôle de son stagiaire commercial actuel, qu'il prévoit d'embaucher cet été.

Exemples de cas recueillis par les conseillers TFE

> **Outremer – TPE du secteur des cleantech – 50% à l'export**

- Activité : activité de collecte et d'exportation de déchets
- Problématiques liées à la crise : Ralentissement de l'activité car diminution des acheteurs. Autre problématique sur les prix de vente à l'export qui ont chuté + difficulté de stockage des déchets en attente d'exportation.
- Situation de l'export : activité export très ralentie qui se maintient essentiellement sur les pays asiatiques (Chine et Inde). L'entreprise apprécie la mobilisation du dispositif public, mais se sent encore trop « noyée » dans la gestion de crise pour pouvoir se plonger dans l'offre de soutien. A besoin d'encore un peu plus de visibilité.

> **Corse – TPE du secteur des cosmétiques – Moins de 10% de CA à l'export**

- Activité : fabrication de parfums et produits pour la toilette
- Problématiques liées à la crise : grosse problématique financière avec une chute de 90% du CA en avril : Besoin de trésorerie à court et moyen terme pour traverser la crise.
- Situation de l'export : La prudence est de mise pour le moment sur l'activité export. Pas de moyens pour maintenir les actions évoquées.

> **Bretagne – PME du secteur des cosmétiques – 80% de CA à l'export**

- Activité : produits cosmétiques haut-de-gamme à base de produits marins
- Problématiques liées à la crise : l'usine tourne toujours. A recouru au télétravail, puis en chômage partiel. Les commandes se maintiennent.
- Situation de l'export : s'organise pour continuer la prospection en faisant des RDV Skype avec ses distributeurs. Prévoit de prospecter l'Islande. Maintient son inscription à certaines opérations qui ne sont pas annulées. A eu quelques commandes de ses distributeurs (Chine, Canada, Hongrie et République Tchèque), mais est vigilant sur les règlements.

Témoignage d'Axel Lamotte, Président d'AZUR ADHESIFS, concepteur et fabricant d'étiquettes adhésives – Auvergne-Rhône-Alpes (1)

La société AZUR ADHESIFS près de Grenoble est spécialisée, depuis sa création en 2001, dans la conception, fabrication et commercialisation d'étiquettes autocollantes techniques de haute qualité, principalement pour les fabricants de parfums et cosmétiques qui ont des exigences d'aspects ou de sécurité, ou des industriels qui ont des besoins élevés de traçabilité ou de sécurité. AZUR ADHESIFS a également des clients dans les produits alimentaires haut de gamme.

L'entreprise a investi dans un parc machines très complet qui lui permet de réaliser des étiquettes techniques et spécifiques, intégrant par exemple des hologrammes ou ayant une très bonne résistance au soleil. S'appuyant sur ses 19 années d'expérience, AZUR ADHESIFS est en mesure de conseiller ses clients sur la conception d'étiquettes répondant à leurs attentes.

AZUR ADHESIFS a acquis récemment le fabricant d'étiquettes d'adhésives techniques spécialisé dans l'industrie pharmaceutique GUIFLEX près de Lyon. Avec la société d'impression papier / édition Mexichrome Impressions à Manosque (cartes postales, posters, dépliants, calendriers, enveloppes, blocs-notes, marques-pages, catalogues ...), AZUR ADHESIFS est aujourd'hui un groupe de 3 fabricants avec un savoir-faire d'exception, en mesure d'offrir à ses clients 2 sites d'impression d'étiquettes adhésives et 1 site d'impression papier / édition.

Le groupe dispose de très belles références clients en priorité en France, mais aussi aujourd'hui certains à l'international, notamment en Suisse et dans les pays du Golfe.

Comment cela se passe-t-il pour vous dans la situation actuelle ?

Nous avons maintenu notre activité pendant la crise du Covid 19 et mettons tout en œuvre pour garantir l'approvisionnement de nos clients. Tous les services sont mobilisés et nous avons revu entièrement notre organisation (en zone de production, en télétravail et en encourageant la prospection par vidéo-conférence). A ce jour nous notons une baisse significative de 30% de chiffre d'affaires sur le mois d'avril. Nous avons également fait le choix de diversifier notre offre B2B en ouvrant un site de vente en ligne (e-shop) actuellement dédié aux marquages de sol Covid 19 pour toucher une cible que nous n'avons pas l'habitude de démarcher à savoir le retail ou GMS. Nous référençons ces nouveaux produits également auprès de distributeurs spécialisés.

Témoignage d'Axel Lamotte, Président d'AZUR ADHESIFS, concepteur et fabricant d'étiquettes adhésives – Auvergne-Rhône-Alpes (2)

Et en ce qui concerne vos actuels clients d'une part et avec vos prospects d'autre part ?

Nous continuons à livrer nos clients selon leurs besoins et avons adapté des solutions de stockage quand c'est nécessaire. Nous ajustons également notre production à leur demande et c'est ainsi que nous avons augmenté la part des impressions à destination des laboratoires pharmaceutiques et sous-traitants du domaine médical notamment. Nous faisons de notre possible pour nous adapter car notre business model est basé sur les réalisations sur-mesure.

Notez que nous avons quand cela a été possible offert des étiquettes pour les productions de gel hydroalcoolique ainsi que des identifications de sol pour les magasins de première nécessité en faisant la demande.

Comment envisagez-vous le maintien de vos activités à l'international dans les semaines à venir ?

Le salon Beautyworld à Dubaï ayant été décalé au mois d'août, nous essayons de stimuler les prospects potentiels au Moyen Orient à venir nous découvrir lors de cet événement. Par le biais de notre Conseiller International Team France Export à Grenoble, Pierre-Emmanuel Chaux, et du bureau Team France Export sur place, nous allons réaliser des e-rendez-vous en visio conférence dans les prochaines semaines avec des prospects potentiels. D'une manière plus générale, nous allons continuer à répondre aux besoins de nos clients en France et à l'étranger.

Quels sont vos besoins spécifiques ?

Nous ne disposons pas de commercial ou de bureau de vente sur place. Il est donc important d'être en lien avec un acteur sur place bon connaisseur du terrain afin d'établir les premiers échanges.

Avez-vous eu connaissance du dispositif d'aide de Bpifrance et du plan de soutien de la Team France Export ?

Oui, ces dispositifs m'ont été expliqués. Nous allons rapidement faire des demandes de Guides des affaires par pays. La carte interactive du monde Info Live Marchés est aussi un bon outil pour voir où en sont les autres pays au regard du Covid 19 et anticiper des actions marketing éventuelles. Le Plan de soutien de la Team France Export répond également à notre objectif de prospection à distance et d'identification de partenaires/clients sur place.

**TEAM
FRANCE**
— EXPORT —

Les opérateurs



bpifrance