

Les entreprises exportatrices souffrent

MARIE VISOT @MarieVisot

Confinements aux quatre coins du monde et économies en berne ont raison des échanges commerciaux. En France, cela s'est traduit en mars par un recul de 7,3 % des exportations et de 6,2 % des importations de biens, selon les douanes. Si on y ajoute les services, la chute atteint environ 20 %, précise la Banque de France. Pourtant, les entreprises tricolores tentent tant bien que mal de continuer à exporter. Malgré des frontières fermées, une logistique chamboulée et une production malmenée, 55 % des entreprises exportatrices continuent à vendre leurs produits à l'étranger, selon une étude réalisée en avril par la Team France Export (Business France, chambres de commerce et d'industrie, Bpifrance). A contrario, elles sont donc 45 % à avoir totalement arrêté leur activité export.

Il faut dire que les difficultés se multiplient : les entreprises citent d'abord le manque de visibilité sur l'avenir (37 %). Vient ensuite l'aspect logistique (27 %), qui concerne

aussi bien la capacité à expédier des commandes qu'à s'approvisionner à l'import de pièces. La baisse rapide des commandes en provenance de l'étranger (22 %) ou encore leur situation financière à venir (17 %) ne viennent rien arranger. Certains secteurs, comme la mode, le design, les cosmétiques ou l'agroalimentaire souffrent davantage.

Pour sauver ce qui peut encore l'être, dans un contexte où elles n'ont plus de commerciaux qui sillonnent le monde et où les grands événements sont annulés, les entreprises doivent s'adapter. « *Le salon Beautyworld à Dubaï ayant été décalé au mois d'août, nous essayons de stimuler les prospects potentiels au Moyen-Orient*, témoigne-t-on par exemple chez Azur Adhésifs, un concepteur et fabricant d'étiquettes en Auvergne-Rhône-Alpes. *Nous allons réaliser des e-rendez-vous en visioconférence.* » Les équipes Team France Export organiseront les premiers échanges, la société ne disposant pas de bureau sur place.

Car du côté des soutiens publics à l'export, tout est également repensé pour s'adapter au nouveau contex-

te. « *Demain, les places vont être chères dans la compétition internationale et nous ne retrouverons pas d'un claquement de doigts nos parts de marchés. Certains pays, qui sont de bons exportateurs, sont déjà en train de repartir. Il ne faut pas que nous prenions de retard* », analyse le directeur général de Business France, Christophe Lecourtier.

Information en temps réel

L'agence a ainsi construit une offre importante d'information en temps réel par pays et par filière, elle organise des webinaires et digitalise ses prestations, notamment de prospection. Patrons des chambres de commerce à l'étranger, diplomates, conseillers du commerce extérieur (CCE)... tout le monde est mobilisé. « *Les outils modernes permettent aux CCE de continuer à orienter les entrepreneurs et répondre à leurs inquiétudes* », souligne Alain Bentejac, le président de ce réseau de 4 500 chefs d'entreprise nommés par le premier ministre, qui met bénévolement son expérience au service des exportateurs.

Certaines entreprises s'impli-



Certains pays qui sont de bons exportateurs sont déjà en train de repartir. Il ne faut pas que nous prenions de retard

CHRISTOPHE LECOURTIER, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE BUSINESS FRANCE COLLECTION PARTICULIÈRE

14,3 milliards d'euros

Sur l'ensemble du premier trimestre, le déficit commercial s'est dégradé de 500 millions d'euros par rapport au dernier trimestre 2019.

20 % de baisse

des exportations et des importations de biens et de services en mars 2020.

quent aussi aux côtés de la Team France Export. Chez Mazars, par exemple, on a ouvert plus d'une cinquantaine de « French Desk ». « *En tant que seul cabinet d'envergure mondiale d'origine française, nous considérons que c'est important d'accompagner les efforts des institutions publiques, explique Marc Biasibetti, associé chez le spécialiste de l'audit. Pour les entreprises qui ont besoin d'appui concret, de trouver des experts, de monter des opérations financières, nous proposons un point de contact au départ et un à l'arrivée.* »

Par ailleurs, au-delà des aides spécifiques export (caution, préfinancement, assurance crédit...) mi-

ses en place en urgence fin mars via Bpifrance, les acteurs réfléchissent déjà au plan de relance export qui doit arriver en juin. Il s'articulerait en 4 axes : une information précise de la nouvelle cartographie où il fera bon exporter, une aide à la prospection pour ramener les entreprises sur les marchés étrangers, un coup de pouce aux VIE via des partenariats approfondis avec le privé, et la redéfinition du message que la France veut faire passer au monde pour se distinguer des autres. ■