



KANTAR

HSBC NAVIGATOR ENQUETE

Sondage - France

Mars 2018

PUBLIC

HSBC 

Synthèse France

Introduction

Cette courte présentation reprend les résultats de l'enquête sur les échanges commerciaux menée en France entre décembre 2017 et janvier 2018 auprès de 350 entreprises de taille moyenne. Ces résultats sont intégrés aux données prévisionnelles d'Oxford Economics dans le rapport France. Des tableaux chiffrés sont à disposition pour une étude plus approfondie des sous-groupes clés.

Les perspectives commerciales futures sont assez positives, soutenues par « l'effet Macron ». L'Europe et les États-Unis restent les principaux marchés partenaires

Près des deux tiers des entreprises françaises (66%) estiment que le volume de leurs échanges commerciaux à l'international augmentera l'année prochaine. C'est inférieur à la moyenne mondiale (77 %), largement portée par les marchés émergents, mais également inférieur au Royaume-Uni (72 %), ou encore l'Allemagne (73%).

- L'environnement économique et politique favorable, ainsi que l'élection d'un président favorable aux entreprises, ont été cités par plus de la moitié des entreprises (52 %) comme faisant partie des principaux moteurs de croissance. L'augmentation de la demande pour leurs produits a également été citée à hauteur de 29 %.
- Au sein de l'UE, l'Allemagne (27 %) et la Belgique (18 %) sont les deux premiers partenaires commerciaux. Hors Union-Européenne, les États-Unis sont le principal partenaire commercial (24 %) et sont d'ailleurs considérés comme le premier relais de croissance à l'international par les entreprises interrogées (16%). Les autres marchés sur lesquelles ces dernières souhaitent se développer encore davantage sont : l'Allemagne pour 13 %, l'Italie (10 %) et la Belgique (8 %).

Les entreprises françaises anticipent une augmentation des échanges dans le secteur des services et adoptent une stratégie de développement passant par la conquête de nouveaux marchés

Dans le domaine des services, un peu plus de la moitié (51 %) des entreprises en France prévoient d'augmenter les volumes exportés au cours des douze prochains mois, ce qui est un peu moins optimiste que la moyenne mondiale (61 %), tirée par des marchés émergents très dynamiques (notamment le Bangladesh, l'Inde, la Thaïlande, le Vietnam).

- Les moteurs de croissance des échanges de services pour la France sont sensiblement les mêmes qu'au niveau mondial : l'environnement économique (27 %), la demande croissante de services (27 %), mais le recours croissant aux technologies (26 %) est cité plus largement
- Il existe trois principales stratégies de croissance : l'expansion due à l'acquisition de nouveaux marchés (24 %) ou à la création/acquisition de nouvelles filiales ; le développement de services à valeur ajoutée (20 %) et l'amélioration des compétences des employés (19 %) autour des nouvelles technologies.

Synthèse France

L'incertitude autour des politiques gouvernementales et des accords commerciaux reflète le sentiment d'un protectionnisme croissant mais aussi l'impact positif de la réglementation européenne

Près de la moitié des entreprises (49 %) estiment que les gouvernements sont de plus en plus protectionnistes vis-à-vis de leurs marchés domestiques et que cette situation accroît le coût des échanges internationaux (30 %) et le besoin d'implantation de filiales (24 %). Près d'un quart des entreprises (24 %) ont également le sentiment que ces politiques entraînent une pénurie de main-d'œuvre qualifiée.

- Alors que près de deux entreprises sur cinq (39 %) estiment que la politique de l'UE aura une incidence positive sur leur développement au cours des 2 prochaines années, près d'un quart (24 %) pense néanmoins que cet environnement aura un impact négatif. L'impact du Brexit suscite des réactions mitigées et près de la moitié des entreprises (43 %) pense qu'il n'aura aucun impact.
- À l'exception de l'environnement politique volatile des marchés émergents, plus de la moitié des entreprises en France ne prévoient aucun impact de la politique sur leurs activités, ce qui s'explique par la place de l'Europe et des Etats-Unis dans leurs relations commerciales.
- L'Espace Economique Européen est clairement l'accord le plus pertinent pour les entreprises en France (47 %) et près de la moitié des entreprises (48 %) estiment que cette union économique servira leurs intérêts dans les 2 prochaines années.

Le développement attendu du commerce international devrait s'accompagner de besoins de financement plus importants

Plus de la moitié (56 %) des entreprises françaises anticipent un besoin accru de financement pour leurs activités de commerce international et s'attendent à ce que leur capacité à y accéder augmente. Dans les deux cas, leurs projections sont légèrement inférieures aux moyennes mondiales (62 % et 59 % respectivement).

- Les principales barrières pouvant entraver l'accès aux financements sont les contraintes réglementaires, les coûts de transaction élevés et l'environnement politique, qui peut également avoir une incidence sur la disponibilité du financement.

La cybersécurité est une préoccupation majeure et la digitalisation est vue comme source d'opportunités mais aussi d'obstacles

Plus de trois quarts (77 %) des entreprises en France sont de plus en plus préoccupées par la cybersécurité

- Près des deux tiers (65 %) des entreprises pensent que le passage au numérique permet d'améliorer sa compétitivité, mais 56 % ont le sentiment que cela pourrait également être un frein à l'arrivée de nouveaux concurrents. Pour 60% des entreprises, la future réglementation sur les données est perçue comme une potentielle barrière au commerce transfrontalier.

Perspectives commerciales 2018

Perspectives commerciales

Attendent une hausse du volume d'échanges (Q14)

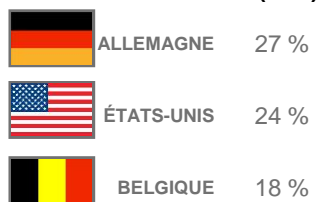
France
66 %

Monde
77 %

Pays ayant les perspectives les plus positives - 3 premiers (Q14)



Les 3 principaux partenaires commerciaux actuellement (Q11)



Les 3 principaux marchés de croissance (Q12)



Les 3 principaux moteurs de la croissance commerciale (Q13)

1. Un environnement économique favorable
2. Une demande croissante pour les produits
3. Un environnement politique favorable

Perspectives de financement commercial

Besoin de financement commercial (Q15) Capacité à accéder au financement commercial (Q16)

	France	Monde	France	Monde
Attendent une hausse*	56 %	62 %	56 %	59 %
Attendent une baisse*	9 %	4 %	7 %	4 %

Les 3 principales difficultés pour répondre aux besoins en financement commercial (Q17)

1. Barrières réglementaires
2. Coûts de transaction élevés
3. Environnement politique

*Attendent une hausse = hausse significative + légère hausse

*Attendent une baisse = baisse significative + légère baisse

Perspectives des échanges dans le secteur des services

Attendent une hausse du volume des échanges dans les services (Q23)

France
51 %

Monde
61 %

Pays ayant les perspectives les plus positives dans les services - 3 premiers (Q23)



Les 3 principaux moteurs de la croissance des services (Q24)

	France	Monde
1. Un environnement économique favorable	27 %	30 %
2. Une demande croissante en services	27 %	31 %
3. Un plus grand recours à la technologie	26 %	30 %

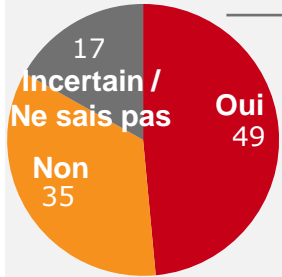
Les 3 principales approches de la croissance des affaires dans les services (%) (Q26)



Rôle du commerce dans l'économie mondiale. Impact des politiques et de la numérisation sur le commerce.

Protectionnisme et politiques commerciales

Les gouvernements protègent davantage leurs entreprises nationales (%) (Q27)



Importance d'un environnement politique/économique favorable à la croissance du commerce : 52 % (Q13)

Incidence des politiques gouvernementales/économiques sur mon entreprise au cours des 2 prochaines années (Q29)

	Positive	Aucune incidence	Négative
Environnement politique/réglementaire de l'Union européenne	39 %	37 %	24 %
Environnement politique/réglementaire américain	27 %	45 %	27 %
Brexit	27 %	43 %	30 %
Initiative de l'ASEAN 2025	26 %	59 %	15 %
Initiative « la ceinture et la route » de la Chine	26 %	53 %	21 %
Environnement politique au Moyen-Orient	25 %	45 %	29 %
Environnement politique/réglementaire latino-américain	23 %	61 %	16 %

Les 3 principales répercussions des politiques protectionnistes sur mon entreprise (Q28)

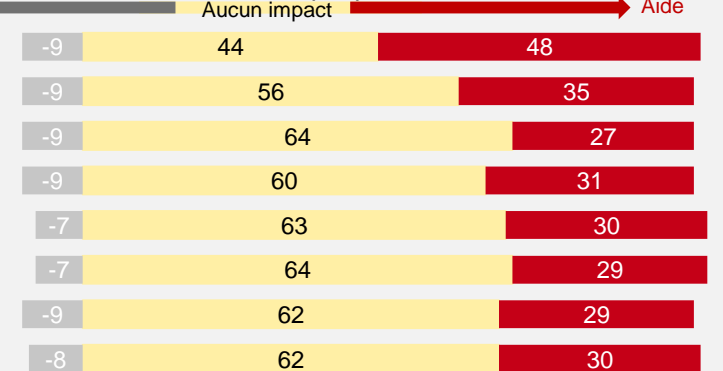
	France	Monde
1. Le coût du commerce international a augmenté	30 %	40 %
2. Le besoin pour l'entreprise de mettre en place des filiales locales	24 %	25 %
3. Pénurie de compétences/main d'œuvre	24 %	28 %

Rôle des accords commerciaux

Pertinence pour mon entreprise (%) (Q30)

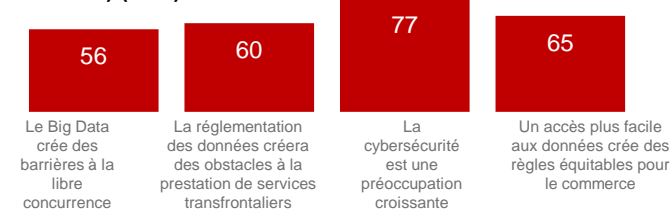
Accord	Pertinence (%) (Q30)
EEA	47
CETA – EU-Canada	30
NAFTA	29
ASEAN	28
SAFTA	27
EU - Japan	27
TPP / CPTPP	25
PA	23

Répercussions sur mon entreprise au cours des 2 prochaines années (%) (Q31)



Le rôle du numérique

Le rôle du numérique et des données (% d'entreprises d'accord) (Q35)



Introduction à l'enquête sur le commerce

Qu'est-ce que l'enquête commerciale ?

Il s'agit d'une enquête mondiale parrainée par HSBC.

L'étude évalue le sentiment et les attentes des entreprises à court et à moyen terme et couvre les domaines suivants :

1. Perspectives commerciales générales
2. Échanges dans le secteur des services
3. Chaîne d'approvisionnement
4. Politiques commerciales
5. Financement du commerce
6. Avantages du commerce

Qui répond à cette enquête ?

Les principaux responsables de la prise de décisions, ou les personnes ayant un rôle important dans le processus de prise de décision au sein des entreprises éligibles.

Au total, 26 marchés ont répondu à cette enquête.

Pour cette enquête, le travail sur le terrain a eu lieu en décembre 2017 - janvier 2018.

Pays interrogés

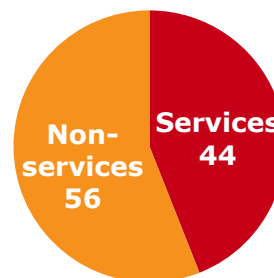
- **Europe** : France, Allemagne, Irlande, Pays-Bas, Pologne, Royaume-Uni, République tchèque
- **Asie Pacifique** : Australie, Bangladesh, Chine, Hong Kong, Inde, Indonésie, Malaisie, Singapour, Corée du Sud, Thaïlande, Vietnam
- **MOAN** : Égypte, Arabie Saoudite, Émirats Arabes Unis
- **Amérique du Nord** : Canada, Mexique, Argentine
- **Amérique du Sud** : Argentine

Échantillon et notes méthodologiques

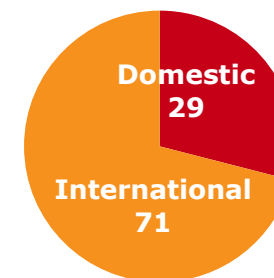
- Échantillon mondial total : 6033
- Échantillon de la France : 350
- Méthode d'enquête : un questionnaire auto-administré via une interface web en ligne
- Chiffre d'affaires limite par entreprise : 5 millions USD ou plus
- Chiffre d'affaires limite pour l'ensemble des entreprises : 50 millions USD ou plus

Structure de l'échantillon France (%)

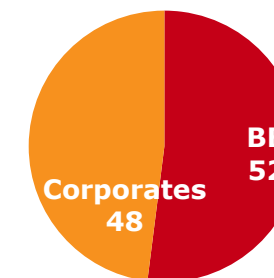
Secteur



Commerce national/international



Chiffre d'affaires de l'entreprise



The background of the slide is a light-colored, marbled paper with a complex, organic pattern of veins and swirls. A prominent feature is a vertical crackle pattern on the right side, where the paper has been cracked and a gold-leaf material has been applied, creating a shimmering, textured effect. The overall aesthetic is elegant and sophisticated.

Nous vous remercions.