



**Financement de l'exportation
et de la conquête de l'international**

Septembre 2018

Synthèse

Les exportations françaises de biens ont atteint 473 Mds€ en 2017. Ces exportations sont le fait d'environ 125 000 entreprises. Toutefois, l'essentiel des exportations n'est dû qu'à une petite fraction de ces entreprises, celles de grande taille. Les PME dans leur ensemble représentent la quasi-totalité (plus de 95%) des exportateurs mais 13% des exportations. Notre appareil exportateur se caractérise par son hyper-concentration, avec une population de PME exportatrices présentant un taux de rotation à l'export élevé.

Pour une entreprise (potentiellement) exportatrice, la question du financement constitue un paramètre non négligeable. Les dépenses concernées à financer sont souvent immatérielles, ce qui pose certaines difficultés pour la recherche de financements externes, aucune garantie ne pouvant être apportée au financeur. Globalement, les grandes entreprises et ETI sont davantage consommatrices de financements exports, publics et/ou privés, que les PME indépendantes. Les PME indépendantes ont pour leur part plus de mal à les connaître et à les mobiliser.

Concrètement, se lancer à l'export génère des dépenses significatives. Une entreprise qui cherche à conquérir un marché étranger doit d'abord faire de la prospection. Il est important que son offre respecte les différentes normes du pays de destination (normes techniques, sanitaires ...) et soit éventuellement ajustée pour mieux correspondre à la demande étrangère visée. Un ajustement de la production peut donc être nécessaire, générant des dépenses, notamment, d'investissement. A l'export, la question des délais de paiement, plus longs et parfois plus risqués est déterminante. L'entreprise va devoir faire face potentiellement à un BFR plus élevé pour lequel plusieurs options se présentent :

- Soit l'entreprise exige un paiement en avance. Il s'agit de l'option la plus « confortable », mais, en même temps, une telle exigence peut faire perdre des clients potentiels, qui ne seront pas en mesure d'avancer les fonds ou se tourneront vers un concurrent moins exigeant.
- Soit l'entreprise doit supporter un délai de paiement (environ 80% des cas), généralement, conséquent. L'entreprise peut alors sécuriser ses transactions, de différentes manières : dans un cadre intermédié (crédits documentaires) ou d'*open account* (sans traitement intermédié). Dans ce dernier cas, l'entreprise peut notamment recourir à l'affacturage et à l'assurance-crédit.

Pour les opérations d'une taille plus significative, s'étalant sur plusieurs années (biens d'équipement industriels, « grands contrats », BTP...), d'autres outils existent. Un crédit acheteur peut être proposé au client, pour les plus gros contrats. Dans ce cas, la banque de l'exportateur finance le client, dans certaines conditions et avec éventuellement la garantie de Bpifrance. Pour des opérations un peu moins élevées, des crédits fournisseurs,

bénéficiant directement à l'exportateur, peuvent être sollicités. Des préfinancements, des garanties ou cautions peuvent être nécessaires, engendrant un besoin d'accès à des financements et des frais financiers. La problématique du change doit enfin être intégrée, sauf si l'entreprise est réglée en euros. Des couvertures peuvent être prévues, générant aussi des frais. Ne pas se couvrir est possible mais cela suppose d'assumer un risque de perte éventuellement élevé.

Que ce soit sur du court ou sur du moyen terme, les conditions de financement proposées par l'exportateur à son client peuvent aider à faire la différence pour remporter un marché par rapport à un concurrent. De ce point de vue, les éléments de financement proposés sont l'un des éléments de la compétitivité de l'exportateur.

Il convient donc, pour se positionner durablement à l'exportation, de disposer de ressources « solides » au niveau de l'entreprise : des réserves, en cas de coup dur, l'international étant risqué ; une situation comptable et financière de nature à convaincre des financeurs d'accompagner l'entreprise ; une situation de trésorerie suffisamment robuste. Se lancer à l'export à partir d'une situation fragile et sans stratégie de financement revient à s'exposer à des risques importants. Vu le taux de rotation ou d'échec suite à une première exportation, il semble que ces cas de figure soient malheureusement bien présents.

Les dirigeants des PME françaises considèrent, plus que leurs homologues européens qu'il existe des barrières élevées pour se lancer à l'international, liées à la complexité des démarches à effectuer, au coût et au risque financier des stratégies exports ou encore au manque de compétences internes pour s'engager dans cette voie. La capacité des dirigeants de PME à envisager concrètement l'international est donc déterminante : pour aller à l'international, il faut en avoir les moyens et faire preuve d'un certain volontarisme. Les produits de financement ou de couverture sont peut-être insuffisamment accessibles aux PME, mais cela peut aussi être le résultat d'un manque de demande ou d'intérêt pour ce type de produit.

En théorie, la palette des outils de financement ou de couverture est complète :

- Pour se préparer à l'exportation ou pour financer sa prospection, des prêts sans garantie peuvent être proposés par les banques et Bpifrance distribue une assurance-prospection. Cette dernière s'adresse spécifiquement aux PME, 2 000 d'entre elles bénéficiant chaque année de flux de financements. Des aides régionales peuvent aussi être mobilisées, dans cette phase amont de mise en œuvre de la stratégie export.
- Lorsque les exportations ont commencé, des outils visant à traiter la question des délais de paiement, du financement de ces délais, de la sécurisation des paiements peuvent être mobilisés : soit de manière intermédiaire (crédits documentaires), soit, de plus en plus, en *open account*, les entreprises exportatrices pouvant dans ce cas

mobiliser leurs factures et s'assurer-crédit. Lorsque les opérations s'effectuent en devises, des produits de couverture permettent de neutraliser le risque de change. Tous ces outils sont théoriquement accessibles à l'ensemble des entreprises, mais, au niveau des PME, peu les utilisent.

- Pour les opérations d'une certaine taille et s'étalant sur plusieurs années, des outils spécifiques ont été conçus. Des lignes de préfinancement peuvent être sollicitées, des cautions peuvent aussi être demandées et les entreprises doivent donc trouver des établissements pour les émettre. Des garanties de Bpifrance peuvent être utilisées pour faciliter ces opérations. Des crédits exports peuvent être mis en place, soit pour financer les acheteurs, soit pour financer les exportateurs. Ces financements peuvent aussi bénéficier de garanties publiques proposées par Bpifrance, dans un cadre précis, avec des règles établies à un niveau international. Enfin, des produits spécifiques sont prévus pour le financement de l'implantation de filiales à l'étranger. L'ensemble de ces outils concerne par définition prioritairement les grandes entreprises et ETI, mais très peu de PME.

Ces différentes familles d'outils de financement et de couverture comportent de nombreuses options et sont marquées par un niveau de technicité et de complexité élevé. **Cette complexité constitue un frein pour des dirigeants de petites ou moyennes structures, disposant d'équipes dédiées à ces questions très limitées.**

Cette complexité dans les outils se double d'une complexité dans l'écosystème lui-même qui porte cette offre. Au sein des banques, les organisations en France sont différentes d'un réseau à l'autre mais on observe souvent une distinction entre ce qui relève de la banque de financement des investissements, qui va traiter « *l'export finance* » (en particulier, des crédits export, des montages complexes, intéressant, notamment, les grands comptes) et ce qui relève de la banque de détail, qui va traiter des opérations courantes de commerce international, le « *trade finance* » (comme les crédits documentaires). L'affacturage international est traité à part (mais distribué par les équipes commerciales de la banque de détail) par les filiales d'affacturage des banques. Les salles de marché sont également logées dans des entités spécifiques au sein des banques. Bpifrance présente de même une organisation bicéphale, avec, d'un côté, Bpifrance Assurance Export, qui a repris en janvier 2017 les activités de garanties publiques précédemment prises en charge par la Coface, et, d'un autre côté, Bpifrance Financement, qui propose des produits de financement export. L'écosystème de l'assurance-crédit est complexe, avec des lignes de partage ou de recoupement entre assureurs-crédits privés et publics (Bpifrance AE), selon la nature des opérations couvertes, l'horizon des transactions, le niveau de subsidiarité sur un marché donné etc. D'autres entités ont aussi un rôle déterminant à jouer (des organisations publiques : administration du Trésor, Business France, AFD, Régions ..., fintech).

Des voies d'amélioration

⇒ Renforcer la concertation relative aux évolutions des modalités techniques de financement export

Pour les grands comptes, la panoplie des instruments existants de financement export est satisfaisante, même si certains dispositifs pourraient être améliorés. Les réformes récentes sont allées dans le bon sens mais des axes d'amélioration existent, l'enjeu étant surtout de disposer d'un arsenal d'outils qui soit compétitif au niveau international. Certaines mesures annoncées par le Premier ministre à Roubaix le 23 février 2018 permettent d'aller dans ce sens. D'une manière générale, la nécessité de consulter de façon plus approfondie les différentes parties avant toute réforme ou évolution des outils est souvent revenue lors des discussions.

⇒ Mieux coordonner les différentes offres de financement et de garantie

La poursuite des efforts en matière de coordination des différents acteurs du financement est nécessaire pour renforcer la cohérence et la complémentarité des offres (coordination au sein des réseaux bancaires, entre les entités publiques) et pour accroître la lisibilité de l'offre de financement. En ce sens, les mesures visant à mettre en place un guichet unique, piloté par les régions, ainsi qu'une plate-forme numérique de solutions doivent être mises en œuvre, avec le concours actif de tous les acteurs de l'accompagnement financier à l'export des entreprises.

⇒ Sensibiliser et accompagner les entreprises sur les sujets du financement à l'exportation

La problématique du financement export est particulièrement complexe et l'écosystème des financeurs concernés, privés ou publics, ainsi que le rôle de chacun de ces acteurs peut également s'avérer difficile à maîtriser. Dans ce contexte, le rôle d'accompagnement des entreprises par des organisations socio-professionnelles est déterminant, en matière d'information, de sensibilisation, de formation. Il est important, dans ce cadre, de favoriser le rapprochement des entreprises, entre elles (entreprises exportatrices et/ou potentiellement exportatrices). A l'international et, en particulier, sur les questions de financement, de risque-pays/client et de couverture, le partage d'expérience est précieux. A cet égard, l'action conduite par STRATEXIO est particulièrement intéressante.

Dans les différents accompagnateurs possibles des entreprises, le rôle des experts-comptables, qui se renforce sur les questions liées au financement export, doit être souligné, d'autant qu'il est peu connu. Les sociétés spécialisées du commerce international constituent traditionnellement des acteurs-clés pour aider les entreprises à vendre leur production sur des marchés étrangers. Les courtiers peuvent, dans le domaine de l'accès au

financement, apporter une expertise précieuse aux entreprises. Le rôle de ces différents accompagnateurs doit être bien connu des chefs d'entreprise.

L'offre générée par l'aide publique au développement (APD) française doit également être mieux connue. Les montants concernés sont élevés. Les retombées françaises directes et indirectes de l'activité de l'AFD à l'international se sont élevées à 7 Mds€ sur la période 2013-2016. Les autorités publiques souhaitent pouvoir sensibiliser davantage de PME françaises sur ces opportunités. Des actions sont conduites en ce sens et pourraient être relayées par les acteurs de l'accompagnement et du financement des entreprises à l'international pour mieux faire connaître cette offre.

De façon transversale, la Fédération bancaire française (FBF) a édité, en mars 2018, un mini-guide, public et accessible sur son site internet, concernant le financement des exportations.

⇒ ***Mieux orienter l'offre vers les PME : la simplifier, la rendre plus accessible***

Pour faciliter l'accès des PME aux financements exports, l'offre pourrait être davantage adaptée. Certains réseaux bancaires et assureurs-crédit ont mis en place des offres particulièrement bien adaptées aux PME (simplifiées, dématérialisées, lisibles et transparentes, avec une tarification adaptée...). Une condition paraît essentielle pour que cette offre, ciblée, soit distribuée avec succès : la formation et la sensibilisation à ces produits des forces de vente, ce qui peut aussi parfois passer par des adaptations des systèmes informatiques. Des efforts pourraient être entrepris par les différents acteurs, privés comme publics, dans cette direction.

⇒ ***Favoriser le dialogue avec les banquiers grâce aux informations douanières***

Dans le cadre de la relation dirigeant-financeur, tout élément objectif de nature à faciliter le dialogue et créer de la confiance est utile. Dans ce cadre, les Douanes proposent d'établir un document, gratuit, que les chefs d'entreprise pourraient demander afin de le produire lors du dialogue avec leur banquier. Ce document attesterait la situation de l'entreprise en matière d'exportation au vu des informations douanières (statistiques, situation par rapport aux différents labels douaniers). Les banquiers ont marqué leur intérêt pour cette initiative.

⇒ ***Faciliter l'accès des PME à l'export grâce aux innovations numériques***

Le développement de l'innovation technologique et financière peut se faire au bénéfice des PME, pour leur faciliter l'accès à des produits de financement export. Différentes fintech proposent des solutions agiles, simplifiées et dématérialisées, avec une tarification adaptée pour financer et couvrir les entreprises, en particulier, les PME lorsqu'elles se projettent à l'international : *crowdfunding*, affacturage, couverture de change, systèmes de paiement ... Dans ce cadre, les perspectives de mise en place de *blockchains* dédiées au financement des transactions commerciales internationales vont aussi dans le sens de la simplification des

procédures encadrant aujourd'hui ce type de financement (par exemple, les CREDOC, très sécurisés mais lourds et formalistes). Des grands réseaux bancaires français sont impliqués dans ces projets. Toutes ces solutions doivent être bien connues. Le Pôle de compétitivité Finance Innovation produira une publication sur ces thèmes rassemblant les nouveaux acteurs de la « FinExportTech ».

⇒ ***Sensibiliser aux spécificités des besoins de financement générés par l'e-export et les places de marché internationales***

Enfin, en matière de solutions alternatives à l'exportation traditionnelle, l'e-export se développe rapidement depuis quelques années. Le modèle de coût en termes de financement de ces opérations peut être sensiblement différent de celui de l'exportation traditionnelle, certains coûts pouvant être réduits (prospection), d'autres relevés (marketing, logistique). Des actions d'information et de sensibilisation doivent être menées auprès des chefs d'entreprise pour les éclairer sur cette modalité d'export.

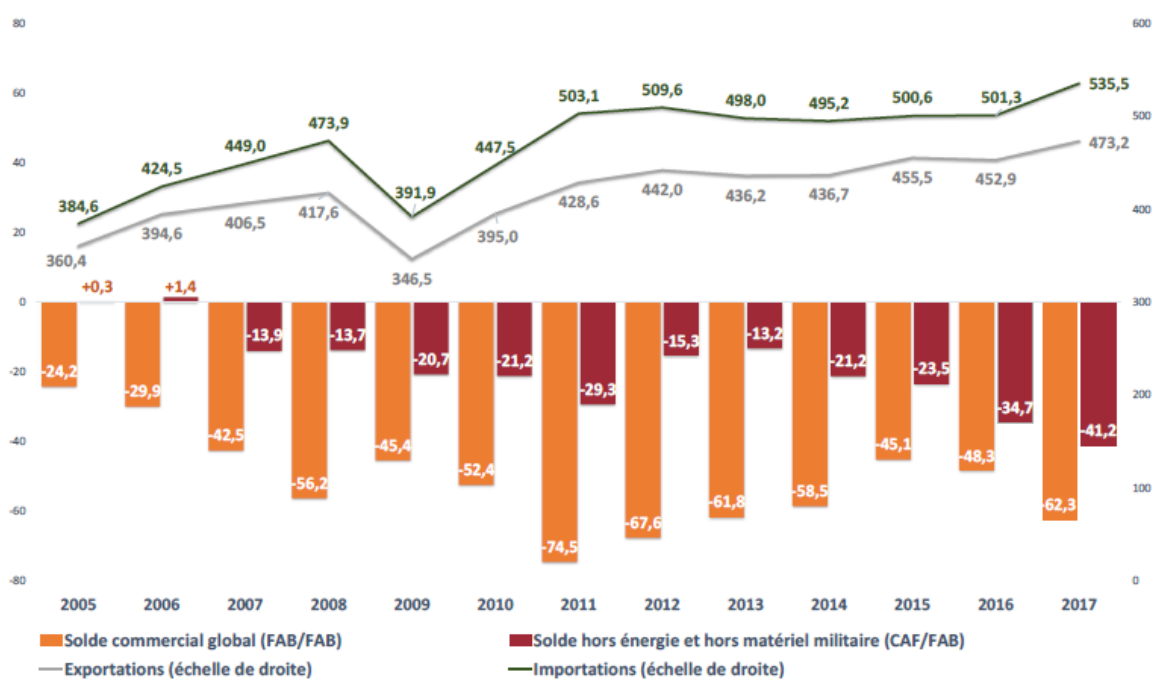
Table des matières

Synthèse	2
Partie I : Les enjeux du financement des exportations françaises.....	9
1. Les spécificités du financement des exportations.....	11
1.1 Des coûts spécifiques aux exportations	11
1.2 Les enjeux en termes de financement	15
2. La barrière du financement identifiée par les économistes comme enjeu significatif	18
3. Le financement également ressenti comme enjeu important par les dirigeants.....	22
Partie II : Un état des lieux de l'offre du financement de l'exportation.....	29
1. Les produits portant sur la prospection et la préparation des opérations d'exportation	29
2. Les produits portant sur les transactions.....	36
2.1 Court terme	36
2.2 Moyen et long termes	50
3. De nombreux acteurs avec des organisations spécifiques	56
Partie III – Les voies d'amélioration.....	63
1. Renforcer la concertation relative aux évolutions des modalités techniques des financements export .	63
2. Un système satisfaisant au niveau des grands comptes mais qui peut être encore amélioré	63
3. Mieux coordonner les différentes offres de financement et de garantie	66
4. Sensibiliser les PME et mieux faire connaître l'offre, mieux accompagner	68
5. Simplifier et rendre plus accessible l'offre aux PME	76
6. Favoriser le dialogue avec les banquiers grâce aux informations douanières	79
7. Faciliter l'accès des PME à l'export grâce aux innovations numériques	81
8. Sensibiliser aux spécificités des besoins de financement générés par l'e-export	85

Partie I : Les enjeux du financement des exportations françaises

La dégradation des performances à l'exportation de la France depuis le début des années 2000, en lien avec des difficultés en termes de compétitivité prix et hors-prix qui ont également favorisé les importations, a entraîné un alourdissement du déficit commercial (cf. annexe 1). Celui-ci a atteint 62,3 Mds€ d'après les chiffres rendus publics par les Douanes le 6 février 2018.

Exportations, importations, déficit commercial total et déficit hors énergie et matériel militaire, depuis 2005 - échanges de biens, en valeur (en Md€)



Les exportations françaises de biens ont atteint 473 Mds€ en 2017 (celles de services ont atteint 221 Mds€). Ces exportations sont le fait d'environ 125 000 entreprises. L'essentiel des exportations n'est cependant dû qu'à une petite fraction de ces entreprises, globalement, les plus grosses. Ainsi, les grandes entreprises (Voir Encadré pour la définition des catégories d'entreprises) représentent 0,4% des exportateurs, mais 52% des exportations. De même, les entreprises de taille intermédiaire (ETI) représentent 4,3% des exportateurs mais 35% des exportations. D'un autre côté, les PME fournissent l'essentiel du contingent des exportateurs (plus de 95%) mais ne contribuent qu'à un peu plus de 13% seulement des exportations, soit environ 63 Mds€. Les caractéristiques et les difficultés propres à notre appareil exportateur avec, en particulier, une population de PME exportatrices limitée et ayant du mal à pérenniser les marchés d'exportation sont bien connues (cf. annexe 2).

Les catégories d'entreprises

La notion d'entreprise est définie dans le décret d'application (n°2008-1354) de l'article 51 de la loi de modernisation de l'économie (2008), « *relatif aux critères permettant de déterminer la catégorie d'appartenance d'une entreprise pour les besoins de l'analyse statistique et économique* ». Quatre catégories d'entreprises sont définies par la loi, pour les besoins de l'analyse statistique et économique, à partir des données suivantes, afférentes au dernier exercice comptable clôturé et calculées sur une base annuelle : l'effectif, le chiffre d'affaires et le total du bilan.

Petites et moyennes entreprises (PME) : entreprises qui, d'une part, occupent moins de 250 personnes et, d'autre part, ont un chiffre d'affaires n'excédant pas 50 M€ ou un total de bilan n'excédant pas 43 M€. Microentreprises ou très petites entreprises (TPE) : PME de petites tailles, en l'occurrence, occupant moins de 10 personnes et ayant un CA ou un total de bilan n'excédant pas 2 M€. Entreprises de taille intermédiaire (ETI) : entreprises ne relevant pas des PME et qui, d'une part, occupent moins de 5 000 personnes et, d'autre part, ont un CA n'excédant pas 1,5 Mds€ ou un total de bilan n'excédant pas 2 Mds€. Grandes entreprises : entreprises classées ni dans les PME ni dans les ETI.

Pour une entreprise (potentiellement) exportatrice, la question du financement constitue un enjeu majeur. Il s'agit d'un enjeu d'ordre micro-économique qui porte à la fois sur la compétitivité-prix et la compétitivité hors-prix de l'entreprise. Les dépenses concernées à financer sont essentiellement immatérielles et posent certaines difficultés pour la recherche de financements externes.

Globalement, les grandes entreprises et, dans une certaine mesure, les entreprises intermédiaires sont davantage consommatrices de financements, publics ou privés, nécessaires pour leurs exportations, leur enjeu étant de pouvoir bénéficier de conditions financières compétitives face à la concurrence internationale. Les PME indépendantes vont avoir plus de mal à mobiliser des financements, que ceux-ci émanent de l'offre privée existant sur le marché ou de dispositifs publics. Si on souhaite augmenter le nombre de PME exportatrices, il est important à la fois que celles-ci soient bien tournées vers l'international et pro-actives dans ce domaine y compris en matière de recherche de financements et qu'il existe une offre de financements et de soutiens publics qui soient suffisamment adaptés aux besoins spécifiques des PME. Au-delà de la question du financement, l'intérêt de favoriser spécifiquement l'exportation des PME a bien été mise en évidence dans un rapport (mars 2018), co-réalisé par Bpifrance¹. Dans un rapport récent, le Conseil d'Analyse Economique a également mis en évidence l'importance du renouvellement du tissu d'exportateurs pour stimuler les exportations dans la durée (cf. annexe 2).

¹ Rapport co-réalisé par plusieurs banques publiques de développement : « Internationalisation of European SMEs – Taking stock and Moving Ahead ». Extrait : *“A broader participation of SMEs in international trade is important to spur aggregate export growth. The internationalization of SMEs is an important issue, not only from the perspective of the individual firm but also from an aggregate economic perspective. Several studies suggest that SMEs are more strongly affected by barriers to trade than larger firms and therefore participate less in international trade. However, they also react more strongly if these barriers are reduced.”*

1. Les spécificités du financement des exportations

Si on se place du point de vue de l'exportateur, potentiel ou existant, l'international est une source de relai de croissance déterminante pour de très nombreuses entreprises. Toutefois, de manière générale, exporter engendre des coûts spécifiques et ces coûts doivent être financés.

1.1 Des coûts spécifiques aux exportations

Par rapport à un développement commercial domestique, l'export présente des coûts spécifiques avec des besoins particuliers de financement et de garanties.

⇒ ***Un coût de prospection***

Dans un premier temps, soit le client étranger de l'entreprise vient spontanément s'adresser à l'entreprise française pour acheter ses produits, ce qui peut arriver dans certains cas, et le coût de prospection est alors nul, soit l'entreprise effectue des démarches de prospection, nécessairement plus ou moins coûteuses, qu'il convient donc de financer. Ces démarches peuvent passer par des actions commerciales ciblées, le recrutement d'une équipe export, du démarchage, de la présence sur des salons, la mise en place d'un site internet dédié etc.

Si les coûts sont certains, la démarche de prospection se caractérise par un aléa important en termes de retombées commerciales, avec l'absence de débouchés *in fine* ou au contraire l'émergence d'importants courants d'affaires. Même dans le second cas, le dirigeant de l'entreprise doit être patient : on compte généralement de deux à trois ans pour que les retombées commerciales apparaissent de manière significative et suffisante pour commencer à compenser les coûts de prospection initialement induits (cela peut être plus rapide pour certains secteurs, comme les biens de consommation courante, ou beaucoup plus long, comme dans les activités tributaires de « projets » publics ou privés).

⇒ ***Un coût d'adaptation des produits existants***

Une démarche d'exportation nécessite parfois d'adapter les produits de l'entreprise à la demande locale, ce qui amène d'autres types de dépenses (études de marché, R&D ...). Les normes techniques, sanitaires ou environnementales du pays de destination peuvent aussi, en soi, nécessiter des adaptations de la chaîne de production et donc générer des investissements, des dépenses immatérielles.

⇒ **Un coût lié aux délais clients et à la sécurisation des transactions**

Ces opérations, de montants limités (quelques dizaines de milliers d'euros) ou relativement élevés (quelques millions d'euros), constituent le quotidien de la plus grande masse des exportateurs.

Par rapport au marché domestique, l'exportation se caractérise par des délais de paiement plus longs et ce, pour différentes raisons : le temps de transport de la marchandise, qui peut souvent être supérieur à 1 ou 2 mois, en particulier, pour le grand export ; les délais négociés par les clients, dans un environnement local où les délais de paiement peuvent être relativement longs ou bien lorsque la concurrence entre fournisseurs est importante. L'allongement du délai de paiement volontairement consenti au client peut, en outre, constituer un avantage concurrentiel décisif pour l'exportateur qui vend dans un pays émergent, où le coût du financement du BFR peut être très élevé, de l'ordre de 15%, pour ses clients.

L'allongement du délai de paiement ne pose pas qu'une question de financement accru de BFR. Il accroît l'aléa sur la bonne exécution du contrat : risque d'impayé par le client, risque de non exécution du contrat pour diverses raisons (aléas logistique, politique ...). Couvrir ces risques peut engendrer des coûts si l'exportateur souhaite se protéger, notamment par un contrat d'assurance-crédit.

L'encadrement des délais de paiement

La question des transactions commerciales à l'international renvoie fondamentalement à la question des délais de paiement, fortement rallongés (mais de manière sensiblement variable selon le pays de destination) lorsqu'on s'adresse à un client étranger, et soumis à différents aléas. Le crédit inter-entreprises finance les deux tiers du commerce mondial.

A côté de l'offre, étendue, de produits financiers ou de couverture visant à « gérer » ces délais de paiement clients très spécifiques à l'international, il existe pour le paiement des fournisseurs domestiques des dispositions législatives encadrant les délais de paiement. La loi pour la modernisation de l'économie (2008) a introduit des contraintes en matière de délais de règlement des factures. Les modalités sont détaillées dans le Code de Commerce (Article 441-6). En règle générale et selon des modalités précises, le paiement peut être fait soit dans les 60 jours calendaires, soit à 45 jours fin de mois à compter de l'émission de la facture.

Certains acteurs économiques ont considéré que cette mesure n'était pas favorable aux exportateurs, dans la mesure où ceux-ci seraient soumis à des contraintes fortes pour leurs paiements domestiques alors que leurs clients, en particulier hors UE², ne seraient pas soumis à ces contraintes. Une dérogation a été introduite en décembre 2016 par le législateur pour le seul bénéfice des PME et ETI du secteur du négoce (elle ne concerne que des biens achetés et revendus « en l'état ») dans le cadre de leurs exportations hors-UE, pour porter le délai à ne pas dépasser pour

² Une directive européenne de 2011 encourage l'ensemble des Etats membres à introduire des dispositions nationales pour encadrer les délais de paiement.

leurs paiements domestiques de 60 jours à 90 jours. L'Observatoire des délais de paiement regrette dans son Rapport annuel de 2016 la mise en place de cette dérogation³ :

Les avancées votées par le législateur se sont malheureusement accompagnées de reculs en 2016. Ainsi une nouvelle dérogation, au bénéfice de certaines entreprises de négoce, a été introduite par l'article 123 de la loi n° 2016-1691 du 9 décembre 2016 et s'applique aux achats de biens destinés à faire l'objet d'une livraison en l'état hors de l'Union européenne. Déjà consulté en 2013 sur cette question, sur la base de travaux spécifiques menés à cette occasion et corroborés par l'expérience des fédérations professionnelles membres de l'Observatoire, l'Observatoire s'est à nouveau exprimé très fermement en 2016 contre cette dérogation.

De manière plus générale, il a déjà été indiqué que, selon une étude économique récente (voir *Encadré infra : Brève revue de littérature sur la question du financement des exportations*), pour une entreprise exportatrice donnée, lorsque les délais de paiement domestiques s'améliorent alors ses exportations s'accroissent.

Il convient enfin de noter qu'une entreprise exportatrice qui aurait des difficultés à se faire payer dans les délais par son client étranger peut s'adresser à la Médiation des entreprises qui pourra s'efforcer de trouver une solution à cette difficulté, en lien avec le client à l'étranger.

⇒ ***Un coût plus spécifique aux opérations de montants significatifs***

Ce point concerne les grosses PME exportatrices ainsi que les grandes entreprises et les ETI. Il concerne donc moins les PME prises globalement (et *a fortiori* les TPE) ainsi que, de manière générale, les primo-exportateurs.

Il s'agit des coûts propres à des contrats relativement lourds (quelques millions ou centaines de millions d'euros) et dont l'exécution demande du temps. Les acheteurs peuvent avoir besoin d'un financement pour régler le fournisseur. Le fournisseur peut avoir besoin d'un crédit pour pouvoir faire face au financement lié à la réalisation du contrat ou pour accorder un délai de paiement à son client. Des préfinancements peuvent être nécessaires. De même, des cautions peuvent être demandées par l'acheteur pour s'assurer de la bonne exécution du contrat par le fournisseur.

⇒ ***Un coût lié à la couverture de change***

Pour tous les contrats dont le paiement est différé par rapport à la commande et effectué en devises, la question de la couverture de change se pose. Elle peut se poser aussi dans le cadre de l'utilisation des produits de financement visant à financer les différents coûts présentés *supra* lorsqu'une problématique de change est présente.

Une entreprise peut ne pas se couvrir, mais, dans ce cas, elle porte un risque de change. Ce risque peut être à son avantage si le change évolue dans un sens favorable mais il peut se traduire par une perte, éventuellement significative, si l'évolution est défavorable. Il existe donc un coût potentiel à ne pas se couvrir. Quant à la situation dans laquelle l'entreprise se couvre, cette couverture présente elle aussi un coût financier spécifique.

³ <https://www.economie.gouv.fr/rapport-2016-observatoire-delaiss-paiement>

⇒ **Un coût lié à une implantation locale**

L'implantation à l'étranger d'un bureau de représentation commerciale ou bien d'une filiale soulève également des questions spécifiques en matière de financement. En effet, les coûts fixes liés une implantation locale sont plus lourds que ceux pour une démarche d'exportation et la détention d'une filiale implique de nouveaux risques : risque politique, risques liés aux ressources humaines...

Trois principaux types de contrats entre exportateur et acheteur

Trois modes de transactions principaux peuvent être envisagés pour la relation existant entre l'exportateur et son client étranger en matière de cadre de financement de la transaction :

- *cash-in-advance* : paiement en amont de la livraison. Il s'agit du mode de paiement le plus sécurisant pour l'exportateur. Il peut y avoir plusieurs possibilités : paiement dès la commande, juste avant le départ de la marchandise ... Cette forme de règlement est, pour l'exportateur, la plus économe en recherche de financement (aucun financement à prévoir si le paiement est à la commande ; financement du BFR et du délai de production si le paiement intervient au moment du départ de la marchandise). La contrainte de financement est reportée vers le client. Cette forme ne peut être envisagée que si l'exportateur est suffisamment en position de force et « pricemaker » pour pouvoir l'imposer à son client. En revanche, comme l'ont indiqué différents dirigeants de petites entreprises indépendantes⁴ et qui n'utilisent que ce mode de règlement, cette voie peut fermer certains marchés, des clients n'étant pas prêts, pour diverses raisons, à accepter un paiement en amont. L'exportateur est alors bridé dans l'élargissement de son portefeuille clients étranger mais assume ce manque-à-gagner potentiel car il privilégie un mode de règlement très confortable. Pour ce type d'entreprises, les délais de paiement à l'international sont souvent plus courts que sur le marché français.
- l'« *open account* » : paiement après livraison⁵. Ce mode de paiement est de loin le plus répandu et tend à progresser ces dernières années. Il implique un délai de paiement, relativement long lorsqu'il s'agit d'international, et le niveau de confiance de l'exportateur envers son acheteur est essentiel. Soit il lui fait confiance et alors l'exportateur doit gérer son BFR additionnel compte tenu des délais de paiement existants et disposer de la trésorerie suffisante, mais il ne se soucie pas des risques associés à la transaction. Soit le niveau de confiance est moindre (éventuellement, parce que la relation commerciale est récente) et, au-delà de la gestion du BFR accru, l'exportateur peut se prémunir contre différents risques (le risque d'impayé ; des risques qui ne dépendent pas forcément de l'acheteur : risque politique, juridique, de change etc.). Il peut aussi faire financer sa facture (si elle est « factorable »), mobiliser sa créance. Des produits existent (voir Partie II) pour répondre à ces différents besoins : affacturage international, mobilisation de créances nées

⁴ Rencontrés dans le cadre des travaux de l'Observatoire.

⁵ Une transaction à « compte ouvert » est une opération de vente dans laquelle les marchandises sont expédiées et livrées avant l'échéance du paiement.

à l'étranger, assurance-crédit, couverture de change ... Ils ont un coût que l'exportateur n'est pas forcément prêt à accepter. Dans le cas particulier de contrats de montants significatifs, l'*open account* peut donner lieu à un financement de l'acheteur (crédit acheteur) ou à un financement du fournisseur (crédit fournisseur).

- les « *contrats intermédiés* » : ils se distinguent de l'*open account* en ce sens qu'il existe des intermédiaires financiers, les banques de l'exportateur et de l'acheteur généralement, gérant la relation financière entre l'exportateur et l'acheteur. L'exportateur est alors certain d'être payé, si certaines conditions sont remplies (conformité des marchandises livrées avec ce qui a été facturé) et ce, au plus tard, au moment de la livraison finale. Les crédits documentaires, lettres de crédit et autres remises documentaires encadrent ces types de contrat. Ces contrats ont l'avantage de présenter une très grande sécurité pour l'exportateur, mais il doit patienter avant de recevoir le règlement, sauf à escompter les garanties qui lui sont apportées. Dans la mesure où ces contrats présentent un coût, un exportateur peut, avec son client, commencer avec ce type de contrat et, à mesure que sa confiance se renforce dans la capacité de l'acheteur à faire face à ses obligations de paiement, l'exportateur passe à un mode d'*open account*. Une autre formule de contrats intermédiés est l'exportation indirecte, via des sociétés de commerce international, dont l'une des fonctions est précisément d'assurer l'interface financière dans des conditions que l'exportateur moins solide financièrement ne pourrait supporter (ces sociétés sont à l'origine de près d'un quart des exportations françaises).

Toutes les entreprises (potentiellement) actives à l'export sont concernées par ces différents coûts et donc par la nécessité de les prendre en charge. Toutefois, leur capacité à y faire face dépend de leurs caractéristiques et, en particulier, de leur taille.

1.2 Les enjeux en termes de financement

Les cas de paiement avant livraison mis à part (*cash-in-advance*), des financements doivent être trouvés pour gérer les délais de paiement rallongés des transactions commerciales avec les clients étrangers et se couvrir le cas échéant contre les risques associés à la transaction commerciale.

⇒ ***L'exportateur ne mobilise pas de financement particulier***

L'exportateur peut autofinancer sa prospection et son accroissement de BFR et prendre les différents risques liés à la transaction internationale à son compte. L'avantage est d'épargner des frais financiers. L'inconvénient est de devoir mobiliser un surcroît de trésorerie pour financer la prospection et le BFR, et également de s'exposer à des risques importants en cas de réalisation de certains aléas négatifs (retards de paiement, litiges, impayés, risque de change...). L'entreprise doit être solide financièrement pour se permettre de conduire son opération dans ces conditions, en particulier, disposer d'une trésorerie et de fonds propres suffisants. En même temps, si l'entreprise est solide financièrement, elle

aura peu de réticences à prendre les précautions utiles, en particulier, en termes de sécurisation des paiements et de couverture face à certains risques.

Malheureusement, cette situation d'absence de recours à tout outil de financement se retrouve parfois dans le cas d'entreprises qui ne disposent pas de marges de manœuvre financières élevées. Beaucoup de PME se lancent à l'international ou évoluent à l'exportation avec peu ou pas de sécurités financières. Deux raisons peuvent les pousser à se lancer dans ces conditions : elles considèrent que leurs marges, déjà faibles, ne doivent pas être amputées par les frais financiers supplémentaires des outils de financement et de couverture ou bien elles ne peuvent pas avoir accès à ces outils, soit parce qu'elles ne les connaissent pas, soit parce qu'elles ne peuvent pas y accéder, pour différentes raisons (complexité, ne font pas partie de la cible visée par l'outil, car trop petites ou insuffisamment « solides », ne sont pas éligibles à certains dispositifs publics etc.).

C'est aussi pour cette raison que, dans cette dernière catégorie d'entreprises, pour celles qui sont les plus prudentes, soit elles parviennent à se faire régler à l'avance par leurs clients, soit elles renoncent à l'exportation.

Cette problématique montre bien qu'exporter a un coût et il faut donc avoir les moyens d'y faire face. Si ces moyens ne sont pas au rendez-vous, exporter comporte un risque important.

⇒ **L'exportateur mobilise des financements**

L'exportateur peut mobiliser des financements ou des produits de couverture proposés par ses partenaires financiers.

Cela peut venir complètement de son fait : il souhaite utiliser des produits pour financer sa prospection, il ne souhaite pas consommer de la trésorerie pour financer son BFR, ni prendre aucun risque quant aux aléas relatifs à son paiement et à la gestion de son délai de paiement de même que par rapport aux différents risques possibles entourant la transaction.

Cette démarche peut, en revanche, être en partie « dictée » par d'autres facteurs. Par exemple, elle peut être liée au fait que l'entreprise n'a pas les moyens de s'autofinancer mais tout en ayant la capacité de capter les financements et les couvertures proposés par le marché.

Cela peut aussi venir du fait d'exigences spécifiques de son client. Par exemple, pour des contrats importants, l'acheteur peut avoir besoin d'un crédit, qui peut être un « crédit acheteur » octroyé par la banque, française, de l'exportateur, pour pouvoir régler son fournisseur⁶. Ce faisant, le coût de l'opération d'exportation peut *in fine* être pris en charge,

⁶ L'acheteur, dans certaines zones géographiques et vu les conditions de financement des entreprises dans ces zones, ne sera pas intéressé par un crédit obtenu localement. En effet, dans la majorité des pays émergents, l'écart entre les taux d'intérêt pratiqués en France (et dans les autres pays développés) et ceux pratiqués localement peut atteindre plusieurs centaines de points de base.

en partie, par l'acheteur lui-même. Pour des contrats plus courants, l'acheteur peut imposer des délais de paiement particulièrement longs, ce qui peut être difficilement possible pour l'exportateur sans mobiliser des outils de financement. L'un des outils considérés peut être l'ouverture de crédits documentaires. Dans ce cas de figure, l'acheteur lui aussi participera au coût lié à l'utilisation de ce dispositif. Beaucoup de montages sont possibles pour financer les exportations, en fonction de la nature de l'opération (montant, calendrier) et faisant participer plutôt l'exportateur, ou bien l'acheteur ou encore l'exportateur et l'acheteur (voir Partie II sur les différents produits possibles).

Il ressort en tout cas qu'en matière de gestion de la relation commerciale et dans le cadre d'une pression concurrentielle, en particulier, internationale, la question du financement est cruciale. L'acheteur va, en effet, être attentif à la qualité de l'offre de financement qui lui sera proposée pour pouvoir régler le fournisseur (délais de paiement, modalités retenues pour traiter ces délais, existence d'un crédit acheteur / conditions de ce crédit etc.). Si un concurrent de l'exportateur est en mesure de proposer une offre commerciale équivalente (même produit, même prix), avec des conditions de financement plus avantageuses, l'exportateur risque de perdre le marché⁷.

Il est donc essentiel que le système bancaire et financier soit en mesure d'accompagner les entreprises exportatrices, avec le soutien de dispositifs publics lorsque cela est pertinent. Comme il a déjà été souligné, l'accès aux financements extérieurs est variable d'une entreprise à l'autre. Une grande entreprise internationalisée sera en mesure de capter des financements privés, en s'appuyant ou non sur des dispositifs de soutien publics, alors qu'une PME indépendante n'aura souvent pas la même facilité, que ce soit pour mobiliser l'offre privée ou publique⁸. D'une manière plus générale, la taille de l'entreprise et sa solidité financière sont des facteurs déterminants pour apprécier les capacités à la fois pour faire face par elles-mêmes aux contraintes financières liées à l'export et aussi pour mobiliser des financements extérieurs spécifiques pour faire face à ces contraintes.

Parmi les nombreuses PME qui se lancent dans l'exportation ou exportent de manière occasionnelle, il serait intéressant de connaître la proportion d'entre elles pour lesquelles l'interruption de l'exportation est liée à la simple non reconduction d'un contrat (ce qui relève de la vie des affaires) et la proportion d'entre elles pour lesquelles une mésaventure à l'exportation a découragé le dirigeant de renouveler l'expérience à l'exportation (ou a même précipité l'entreprise dans de graves difficultés), parce que des précautions n'auront pas été prises, de manière assumée, ou parce que les financements et couvertures n'étaient pas accessibles. Il semble, au vu des données statistiques comme des retours d'entretiens

⁷ De manière théorique, si l'on considère les principaux déterminants de la performance à l'exportation d'une entreprise, l'offre de financement a un impact à la fois sur la compétitivité-prix, via les coûts du capital et les conditions de financement des contrats à l'export, et sur la compétitivité-hors prix, avec le financement de l'exportateur et les délais de paiement qu'il a consentis à l'acheteur.

⁸ Le fait de faire partie ou non d'un groupe est aussi déterminant pour pouvoir compter éventuellement sur des stratégies de financement intra-groupes.

réalisés dans le cadre des travaux de l'Observatoire avec des dirigeants d'entreprises, que peu des PME indépendantes, qui fournissent le plus gros contingent d'entreprises exportatrices, mobilisent des produits de financement des exportations et/ou se couvrent contre les différents risques possibles (voir la Partie II), surtout lorsqu'elles exportent peu ou peu souvent.

Une dernière remarque d'ordre transversal porte sur la nature des dépenses à prévoir ou mises en œuvre dans le cadre d'une stratégie d'exportation : elles sont fondamentalement immatérielles. Qu'il s'agisse de financer des actions de prospection, le recrutement d'une équipe export, du BFR et de la gestion de délai de paiement, des crédits fournisseurs ou acheteurs, il n'existe pas de garantie tangible à apporter par le prêteur au financeur. Dans ce contexte, les garanties publiques et les instruments de soutien publics plus généralement, comme l'assurance-crédit, sont recherchés par les établissements de crédit. Les difficultés propres au financement des dépenses immatérielles, qui sont assimilables, en l'occurrence et d'un point de vue économique, à de l'investissement immatériel, ont été précisément décrites dans le cadre du rapport précédent de l'Observatoire du financement des entreprises, intitulé « *Financement des entreprises et nouveaux défis de la transformation numérique* » (octobre 2017). Là aussi on retrouve la nécessité de distinguer les différentes catégories d'entreprises pour évaluer la capacité à attirer des financements externes.

2. La barrière du financement identifiée par les économistes comme enjeu significatif

La question du rôle du financement des exportateurs dans les flux de volumes d'exportations a été particulièrement examinée par les économistes à partir de la crise financière mondiale de 2007-2008. Pendant quelques trimestres, du printemps 2007 à l'hiver 2008, le commerce mondial a fortement chuté (-17% en 3 trimestres) et ce, trois fois plus que le PIB mondial. La question de savoir si le système de financement des opérations relatives au commerce international avait bien fonctionné pendant cette période critique s'est posée. Les économistes ont conclu plutôt de manière négative, la chute du commerce mondial s'étant expliquée surtout par le choc de demande⁹. Un mérite de ces études est cependant d'avoir donné une impulsion nouvelle aux travaux questionnant le rôle du financement dans les flux commerciaux internationaux (voir Encadré).

Certains auteurs ont pu identifier sur des données spécifiques des effets sur les flux commerciaux liés à un choc de crédit¹⁰. Pour ce qui est de la France, durant la crise financière mondiale de 2008, les exportateurs ont été touchés moins par l'arrêt du crédit que par la chute des échanges internationaux. Plus de 60% de la baisse des exportations françaises s'explique par l'évolution de la marge intensive (le courant d'affaires structurel, voir Annexe 2) des très grandes entreprises (le « top 1% » des exportateurs), entreprises qui,

⁹ Eaton *et al.* (2016) ; Behrens *et al.* (2013)

¹⁰ Paravisini *et al.* (2014)

par définition, ont été très peu touchées par des contraintes de crédit. L'effet du resserrement du crédit a été, en revanche, ressenti par les entreprises déjà en difficultés financières. Ainsi, environ un cinquième de la baisse des exportations enregistrées par des entreprises françaises financièrement « fragiles » peut s'expliquer par le renforcement des contraintes financières observé au cours de la crise¹¹. D'un point de vue macro-économique, compte tenu de la très faible contribution de ces entreprises aux exportations, l'impact de cet effet a été peu visible sur l'évolution globale des exportations françaises.

Une étude, récente et sur données françaises¹² porte sur les effets de la réforme française de 2008 sur les délais de paiement. Pour un exportateur donné et sur un marché sur lequel il est déjà présent, une réduction de 10 jours de CA de délais clients, au niveau domestique, se traduit par une augmentation de ses exportations de 3,8%. L'étude montre que les délais de paiement domestiques peuvent influencer sur le comportement à l'exportation des PME, révélant ce faisant un rôle des conditions de financement sur l'accès au commerce international.

Brève revue de littérature sur la question du financement des exportations

Les transactions internationales génèrent plus de besoins de financement que les opérations domestiques. Il apparaît, par exemple, que dans près de 80% des cas l'exportateur est payé après réception du produit¹³ : ceci implique que le temps de transport s'ajoute au délai de paiement de l'importateur. Le temps de transport médian est estimé à 2 mois, mais l'hétérogénéité des situations est très élevée¹⁴. Ce besoin additionnel en fonds de roulement peut être prohibitif pour l'entrée à l'export.

Les transactions internationales sont par ailleurs entachées de différents risques : risques liés au transport mais aussi risques liés au caractère international de l'échange (taux de change, risque politique, conformité des produits) et à la plus grande difficulté de gérer des litiges si ceux-ci devaient survenir, dans un environnement mondial marqué par une très grande hétérogénéité des environnements juridiques¹⁵. Les produits de couverture et de sécurisation des transactions peuvent permettre de répondre à ces problématiques.

Des travaux s'intéressent à la possibilité de mobiliser davantage le poste-client (affacturation, affacturation inversé) des exportateurs. D'après la BIS (2014), les deux tiers du commerce mondial sont, en effet, financés par le crédit interentreprises. Les outils de financement du poste-client semblent constituer un angle mort dans la panoplie des dispositifs de financement des exportations.

Analysant le cas d'une entreprise américaine exportatrice de poulets surgelés, Antràs et Foley

¹¹ Bricongne, Fontagné, Gaulier, Taglioni, Vicard (2012)

¹² Beaumont (2017), <https://www.insee.fr/en/statistiques/3287543>

¹³ Schmidt-Eisenlohr (2013)

¹⁴ Amiti et Weinstein (2011) et Djankov *et al.* (2010)

¹⁵ Il faut 320 jours pour récupérer les fonds d'un « chèque en bois » en Australie, mais 60 jours en Nouvelle-Zélande, Djankov *et al.* (2002).

mettent en avant deux modes de gestion de la relation client en termes de modalités de paiement : le « *cash-in-advance* » (paiement en amont de la livraison) et l'« *open account* » (paiement après livraison). Les auteurs font ressortir l'importance de la qualité des institutions du pays importateur dans le choix de l'exportateur de privilégier tel ou tel mode de paiement. Un passage du *cash-in-advance* à l'*open account* peut être observé à mesure que la relation exportateur-importateur dure dans le temps et que la confiance s'installe entre les deux partenaires commerciaux. Lorsque des crises surviennent, la relation avec les importateurs soumis au paiement *cash-in-advance* est plus souvent interrompue.

Sur les différents types de contrats en termes de paiement entre l'exportateur et l'acheteur étranger (*cash-in-advance*, *open account*, contrats intermédiés), la prédominance des contrats d'*open account* a été établie dans le cadre de travaux académiques¹⁶. Une entreprise exportatrice peut également faire appel à une banque pour garantir la réception du paiement (contrats intermédiés). Niepmann et Schmidt-Eisenlohr (2014) montrent sur données américaines qu'une plus grande offre de lettres de crédit par les banques tend à favoriser les exportations vers les destinations les plus risquées¹⁷.

L'étude de Paravisini *et al.* (2014) sur la réaction des exportateurs péruviens à la crise financière est également éclairante. Les entreprises péruviennes font appel aux banques pour financer leurs exportations. Ces banques locales étaient inégalement exposées à un choc financier venu des Etats-Unis. En conséquence, les entreprises péruviennes elles-mêmes ont été inégalement exposées à ce choc lorsqu'il est survenu. Les auteurs, qui ont comparé les exportations de différentes entreprises péruviennes pour un même produit et vers un même pays, ont mis en évidence un effet significatif du choc de crédit sur l'évolution du montant des exportations. En revanche, ce choc ne semble pas avoir eu d'effet sur la probabilité d'entrée ou de sortie sur un marché. Ceci suggère que le financement bancaire sert surtout à payer le coût variable des exportations (en termes de BFR notamment : si la demande du client étranger pour un produit donné augmente, les exportations augmentent et ce développement doit être financé).

Compte tenu de l'existence de contraintes financières, le degré de solidité financière de l'entreprise est un facteur déterminant pour la capacité de cette entreprise à se lancer dans l'exportation et à poursuivre une stratégie à l'international. Berman et Héricourt (2010) ont bien montré que la santé financière de l'entreprise jouait favorablement sur l'exportation de même, d'ailleurs, que sur l'importation (Bas et Barthou, 2012).

L'étude de Beaumont (2017)¹⁸ porte sur les effets de la réforme française de 2008 sur les délais de paiement¹⁹. Dans le panel utilisé, les délais de paiement sont, en moyenne, plus élevés pour les « petits » exportateurs (63 jours de CA) que pour les PME non exportatrices (32 jours). Toutefois, leurs délais fournisseurs sont également plus longs (81 jours d'achat contre 57 jours), si bien qu'en termes de solde il n'y a pas trop de différence entre les petits exportateurs et les autres entreprises. En revanche, à mesure que le niveau d'exportation devient important au sein de l'entreprise, un

¹⁶ Ahn (2015), montrant sur des données chiliennes et colombiennes que l'*open account* représente 80% à 90% des importations ; Demir et Javorcik (2015), également, sur des données turques.

¹⁷ Niepmann et Schmidt-Eisenlohr (2014)

¹⁸ <https://www.insee.fr/en/statistiques/3287543>

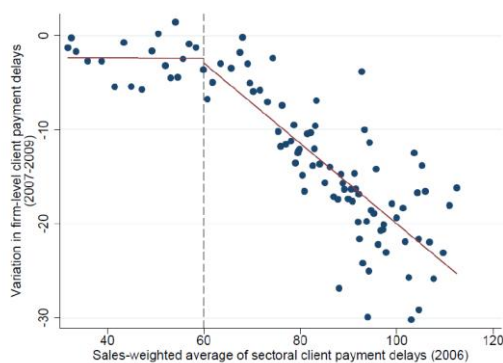
¹⁹ La Loi de modernisation de l'économie (LME) a été publiée le 5 août 2008.

écart, défavorable, se creuse et devient important pour les PME les plus exportatrices (écart de 13 jours par rapport aux autres entreprises). Les besoins de financement à court terme ont donc tendance à augmenter avec l'activité à l'exportation.

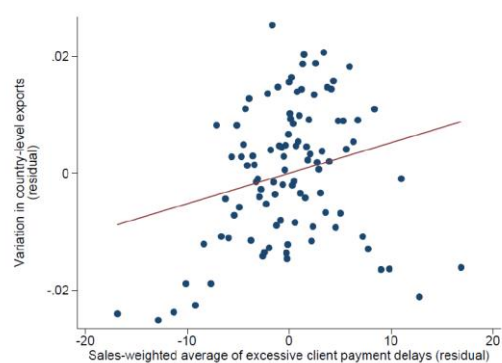
L'hypothèse testée dans l'étude est que la baisse des délais de paiement en France va favoriser la croissance à l'international des PME françaises. L'analyse compare les exportations des différentes entreprises pour un même pays et pour un même produit.

La réforme de 2008 s'est traduite par une amélioration des délais de paiement pour les délais qui étaient supérieurs à 60 jours et ce, de manière d'autant plus forte que l'écart aux 60 jours était élevé (Graphique 1). Le Graphique 2 montre que lorsque les conditions de financement, en termes de délais de paiement au niveau domestique, s'améliorent alors les exportations s'accroissent. De même, il apparaît que la capacité à entrer sur de nouveaux marchés à l'étranger s'améliore et que la sortie de marchés sur lesquels les PME étaient déjà présentes diminue.

Graphique 1



Graphique 2



Plus précisément, pour un exportateur donné et sur un marché sur lequel il est déjà présent, une réduction de 10 jours de CA de délais clients, au niveau domestique, se traduit par une augmentation des exportations de 3,8%. Cet effet, mesurable à un niveau micro-économique, doit être nuancé vu de manière macro-économique, d'autres mécanismes entrant en jeu (ce que gagnent les uns en termes de délais de paiement est perdu par d'autres et les effets nets sont incertains). Par ailleurs, il est difficile d'examiner la situation des petites entreprises, leurs flux n'étant pas suffisants pour se prêter de manière significative à ce type d'estimation.

L'étude montre donc que les délais de paiement domestiques peuvent influencer sur le comportement à l'exportation des PME, révélant ce faisant un rôle des conditions de financement sur l'accès au commerce international²⁰. Le recours à l'affacturage des créances domestiques et internationales permettrait de réduire les délais de paiement subis par l'entreprise ; faciliter l'accès de ce type de financement du poste client pourrait ainsi être une mesure de soutien indirect aux exportations des PME françaises.

²⁰ Voir aussi Feenstra, Li et Yu (2014), sur des données chinoises, qui mettent en avant le rôle des délais de paiement, de nature à renforcer les contraintes de financement des exportateurs.

Très récemment a aussi été publiée une étude montrant l'impact d'un choc de financement en dollars sur les exportations françaises²¹. A l'été 2011, le coût du financement en dollars américains a considérablement augmenté pour les banques européennes et leurs clients. Les auteurs constatent que les entreprises plus exposées au choc ont réduit davantage leurs exportations vers les Etats-Unis au cours des 12 mois suivant le choc. Cela vient du fait qu'une pratique courante de couverture consiste pour les exportateurs à emprunter aujourd'hui, auprès d'une banque, la valeur de ses recettes d'exportation futures dans la devise de l'importateur. Le succès d'une telle stratégie dépend donc essentiellement de la capacité de la banque de l'exportateur à accorder un financement en devises étrangères à un prix raisonnable. L'effet de ce coût financier des exports équivaut à celui qu'aurait eu une hausse hypothétique des tarifs douaniers américains de 2 à 5 points de pourcentage.

Enfin, il peut être noté que la localisation internationale des banques peut influencer sur les destinations desservies par les exportateurs. Les banques tendent à être spécialisées géographiquement, ce qui peut plus facilement soutenir des exportateurs à se porter vers certaines régions²². De ce point de vue, la question du degré d'internationalisation et des choix d'implantation à l'étranger des grands réseaux bancaires français n'est pas neutre sur nos flux d'exportation.

3. Le financement également ressenti comme enjeu important par les dirigeants

Des enquêtes sont menées auprès des chefs d'entreprise pour comprendre la nature des barrières qui peuvent se présenter à eux lorsqu'ils envisagent d'exporter ou lorsqu'ils exportent effectivement. Ces enquêtes sont particulièrement intéressantes quand elles offrent des angles d'approche européens, permettant de comparer les réponses des dirigeants français à celles des dirigeants des autres grands pays européens. Une enquête particulièrement aboutie et réalisée à grande échelle est celle que la Commission européenne a diligentée, en 2015, portant sur des PME européennes et sur le thème de leur internationalisation²³.

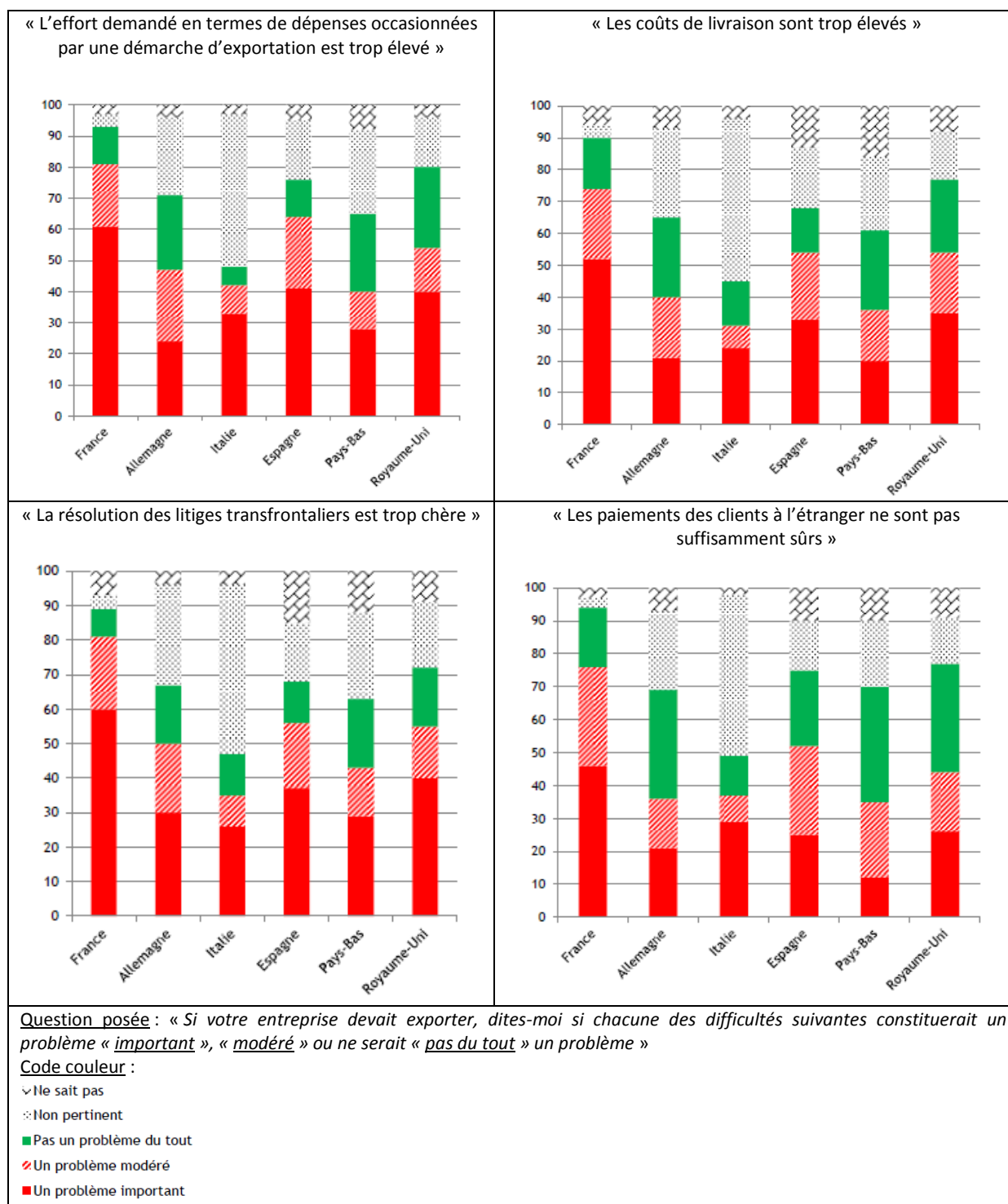
Près de 15 000 PME ont été interrogées. Il est intéressant de comparer les réponses de la France à celles de cinq autres grands pays européens : l'Allemagne, l'Italie, l'Espagne, les Pays-Bas et le Royaume-Uni. Les principaux résultats portent sur les PME non exportatrices et les raisons qui les freinent pour entrer dans une démarche d'exportation. Les PME non exportatrices ont, notamment, été interrogées sur l'importance des barrières à l'exportation qu'elles penseraient rencontrer si elles essayaient d'exporter. Il s'agit donc d'une perception sur des barrières possibles, ces entreprises n'ayant pas (encore), sur la période récente, exporté.

²¹ Berthou-Horny-Mésonnier (2018), <https://publications.banque-france.fr/financement-en-dollars-et-exportations-des-entreprises>

²² Paravisini, Rappoport et Schnabl (2017) sur données péruviennes et Bronzini et D'Ignazio (2016) sur données italiennes.

²³ <http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/FLASH/surveyKy/2090>

Résultats pour quatre barrières renvoyant à la question des coûts et de la couverture des risques liés à la transaction (voir *infra* le code couleur pour la lecture des graphiques)



Source : Commission européenne

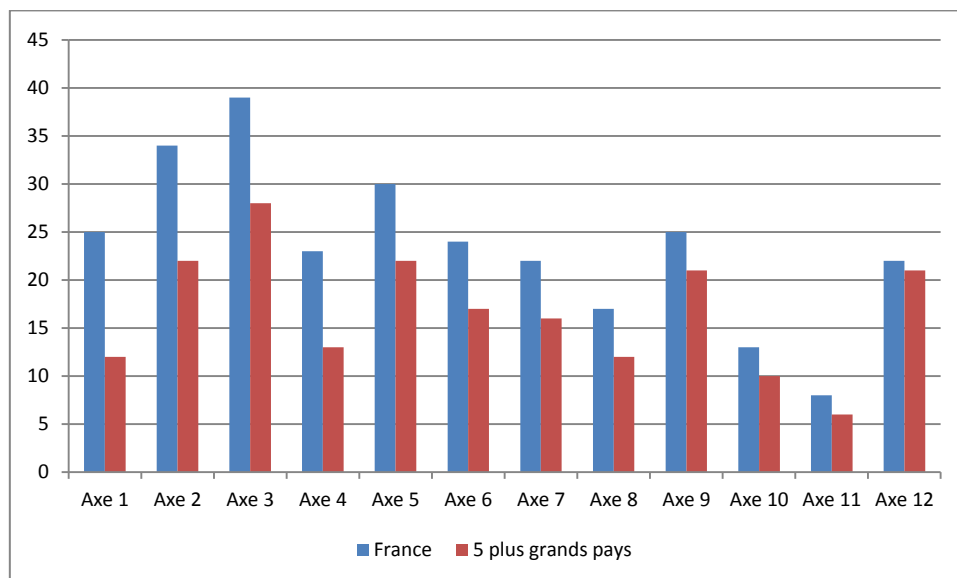
Douze barrières sont passées en revue. La position reflétée par les réponses des PME françaises interrogées est toujours la plus défavorable comparée à celle des 5 autres pays. Les barrières pour lesquelles l'écart défavorable français est le plus fort sont : les *procédures administratives* jugées trop compliquées, le *manque de personnels spécialisés* à l'export, la *maîtrise des langues étrangères*, le *niveau de dépenses à avancer* pour exporter, trop élevé,

le coût des litiges possibles avec les partenaires étrangers. Les coûts de livraison, la méconnaissance des règles à suivre et le fait que les paiements des clients étrangers soient insuffisamment sûrs constituent également des barrières significatives. Les autres barrières sont, en revanche, relativement moins fortes (difficulté d'identifier des partenaires étrangers, complexité et coût de la taxation à l'étranger, difficulté de trouver des informations sur les marchés à prospector et fait que les produits concernés seraient trop spécifiques au marché français pour être exportés).

Pour les PME françaises et par rapport aux autres pays européens comparés, « ce qui manque le plus » pour les aider à exporter sont les points suivants : davantage d'appui pour trouver des partenaires étrangers, des aides, subventions et prêts à taux réduits, des incitations fiscales et des informations sur les cadres réglementaires. En revanche, les conseils et formations, les informations sur les opportunités des marchés ou les opportunités de participer à des salons à l'étranger sont également des axes à renforcer, mais, sur ces axes, les réponses françaises sont proches de celles des autres pays.

Graphique : Barrières identifiées par les PME ayant exporté

Les barrières rencontrées par les PME exportatrices françaises et celles des 5 grands pays de l'UE²⁴ sont classées selon l'écart entre la France et les 5 autres pays, du plus grand écart (« problème » spécifique à la France) au plus petit écart (la France ne se distingue pas des autres pays)



Axe 1	Difficulté d'accès à l'information sur les marchés	Axe 7	Sécurité des paiements
Axe 2	Identification des partenaires étrangers	Axe 8	Maîtrise des langues
Axe 3	Procédures administratives	Axe 9	Coûts de livraison
Axe 4	Difficulté de trouver du personnel spécialisé	Axe 10	Connaissance des règles à suivre
Axe 5	Effort financier trop important	Axe 11	Produits trop spécifiques
Axe 6	Taxation à l'étranger	Axe 12	Litiges

Source : Commission européenne

²⁴ Allemagne, Espagne, France, Italie, Royaume-Uni. L'axe des ordonnées représente le pourcentage de dirigeants pour lesquels cette barrière est forte

Il aurait été intéressant de disposer des résultats pour les questions posées aux PME ayant effectivement exporté. Ces résultats n'ont pas été publiés, certaines données n'étant pas significatives pour plusieurs pays, mais les données ont été mises à disposition et leur exploitation pour le cas français permet d'arriver à la conclusion suivante : les résultats demeurent toujours aussi défavorables pour la France, mais les écarts ressortent de manière sensiblement moins défavorables, dans l'absolu et, en particulier, par rapport aux autres pays, pour certaines barrières en particulier (cf. graphique). Ceci met en avant les ressorts psychologiques et culturels des freins à l'exportation : une barrière peut être perçue comme élevée (avant d'exporter éventuellement) alors qu'elle se révèle être plus limitée au moment où l'on exporte effectivement.

En résumé, pour les PME françaises, exporter serait trop compliqué, nécessiterait des compétences qui sont absentes ou signifierait un effort de dépenses à avancer trop élevé et trop risqué (cf. Annexe 4). La barrière du financement semble donc bien présente, mais au même titre que d'autres types de barrières, d'ordres plus culturels (complexité des démarches, compétences RH).

D'un point de vue théorique, il apparaît bien que l'appareil exportateur français est globalement marqué par une capacité des entreprises françaises à se tourner vers l'exportation moindre que dans d'autres pays de la zone euro, y compris lors d'épisodes de faiblesse de la demande intérieure en France²⁵.

**Un exemple de population de « petites » PME exportatrices françaises :
les entreprises exportatrices dans le secteur de l'artisanat**

L'Institut Supérieur des Métiers (ISM) a publié un panorama des entreprises artisanales exportatrices à partir des résultats d'une enquête conduite auprès des entreprises artisanales en 2011 et publiée en février 2012. D'après l'ISM, ces résultats n'ont pas dû a priori être fondamentalement modifiés depuis cette date.

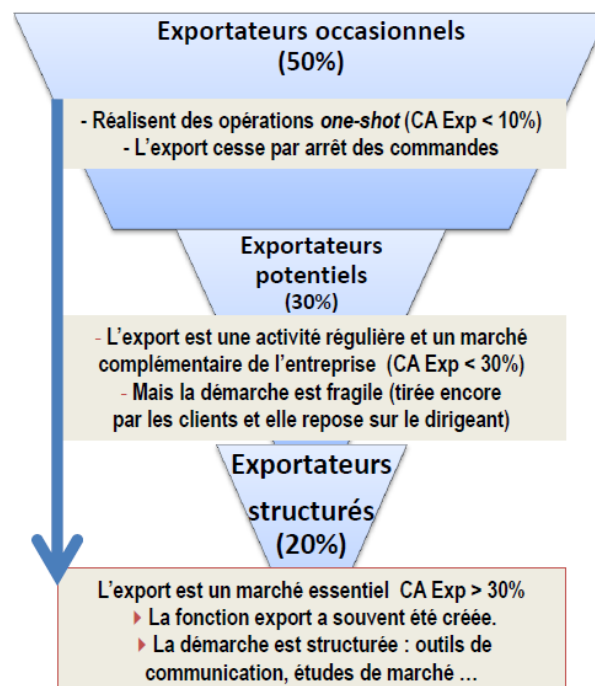
Sur l'ensemble des entreprises exportatrices françaises, 77% des exportateurs français ont moins de 20 salariés. Une bonne partie d'entre eux viennent de l'artisanat. Les entreprises artisanales exportatrices sont évaluées à 36 000 environ, soit 30% des exportateurs français, mais pour un CA à l'exportation limité (19 Mds€ en 2014). Dans les trois quarts des cas elles ont moins de 9 salariés. 69% d'entre elles ont plus de 10 ans d'existence. Plus que les autres entreprises artisanales (non exportatrices) elles sont présentes dans les activités manufacturières et la part du B2B est relativement plus élevée.

La moitié des entreprises exportatrices de l'artisanat sont des exportateurs « occasionnels », avec un CA à l'export inférieur à 5% du CA total, et ne contribuent aux exportations de l'ensemble des

²⁵ Voir, notamment, une étude de la BCE de Belke, Oekling, Setzer, *Exports and capacity constraint, a smooth transition regression model for six euro area countries*, 2014. Voir également le Rapport co-réalisé par plusieurs banques publiques de développement, dont Bpifrance (2018) : « Internationalisation of European SMEs – Taking stock and Moving Ahead ». Extrait : « Compared to their European counterparts, French SMEs are less likely to export and seem to experience more difficulties when engaging in exports. »

entreprises artisanales exportatrices qu'à hauteur de 5%. Les exportateurs « potentiels » (30%) ou « confirmés » (20%) représentent donc la quasi-totalité des exportations globales de ce secteur.

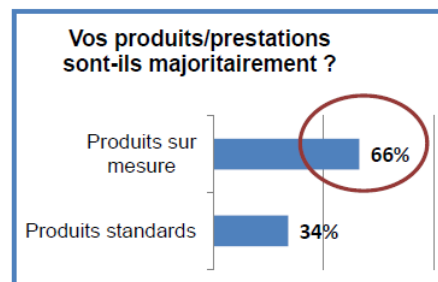
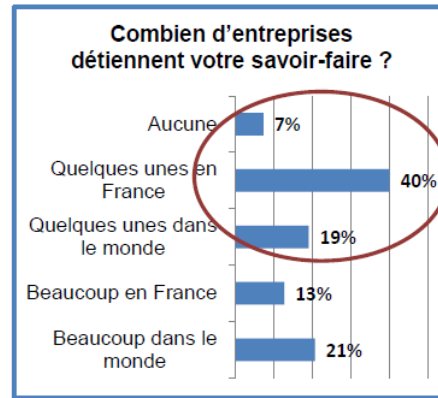
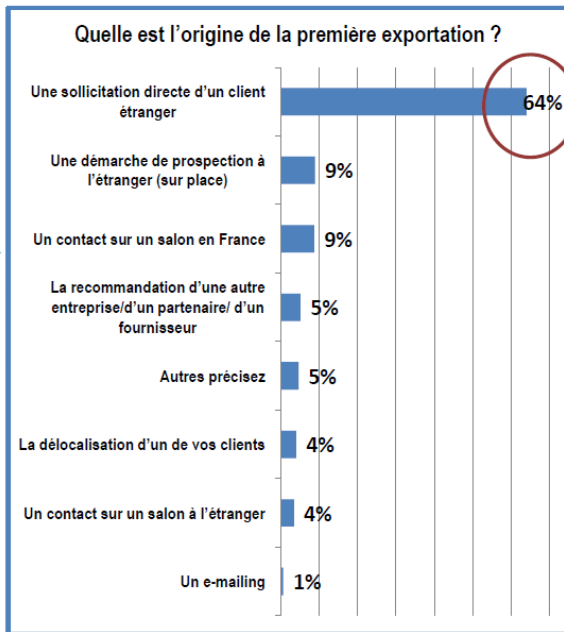
- Les exportateurs occasionnels restent dans une posture passive et répondent à des commandes de clients étrangers.
- Les exportateurs potentiels sont dans un processus d'apprentissage et entrent dans une démarche pro-active à l'exportation (prospection). Cette démarche reste néanmoins fragile, reposant sur le seul dirigeant, et contrainte financièrement.
- Les exportateurs confirmés ont, au contraire, développé des moyens commerciaux au sein de l'entreprise.



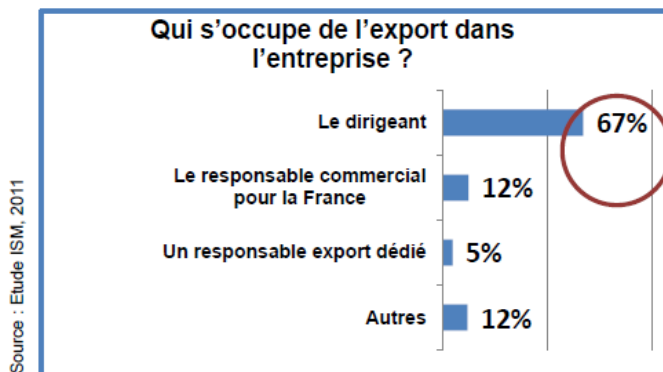
Les marchés desservis sont très souvent des marchés frontaliers ou bien du reste de l'Europe de l'Ouest (et au-delà : Etats-Unis, Maghreb et Afrique, Moyen-Orient puis Asie).

Globalement, dans près de deux cas sur trois, la première exportation a été générée par une sollicitation directe d'un client étranger. Les autres démarches sont davantage pro-actives (prospection dans le cadre d'un salon, en France souvent). Si les entreprises sont directement sollicitées cela est souvent lié au fait qu'elles disposent d'un savoir-faire rare, attaché à la « marque France » (luxe ou patrimoine culturel par exemple) et recherché à l'échelle internationale²⁶.

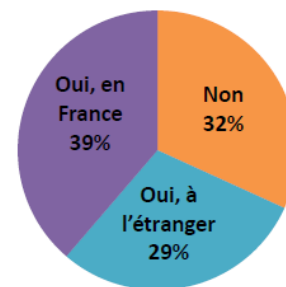
²⁶ Globalement, 66% des entreprises artisanales exportatrices détiennent un savoir-faire rare (souvent protégé avec une marque, un modèle ou un brevet) et délivrent des prestations « sur-mesure ».



67% des dirigeants-artisans pilotent directement la démarche export. Les moyens financiers consacrés à l'exportation sont très limités.



Avez-vous déjà participé à des salons internationaux en France ou à l'étranger ?



Lorsqu'il existe des actions de prospection, cela représente tout de suite une part significative du CA compte tenu de la modestie des structures. L'exemple suivant correspond à une entreprise artisanale de 6 salariés dans le domaine des petits jouets en bois. Le CA est de 350 k€ et l'essentiel (90%) du CA vient de l'export. Voici le budget qui avait été consacré par cette entreprise à la prospection au cours de la dernière année connue :

Actions	Coût
Salon Russie	5 950 €
Mission de prospection individuelle USA	4 650 €
Rencontre acheteurs Londres	2 500 €
Rencontre acheteurs Chine Hong Kong	4 600 €
Achat de conseils	2 500 €
Communication (prises de vues, documentation commerciale, échantillons...)	11 100 €
Total	31 300 €

Le budget consacré à la prospection a atteint 31 300 € soit pas loin de 10% du CA. Il s'agit donc d'un effort particulièrement conséquent.

La traduction du site internet apparaît comme un élément important. Les aides à l'exportation sont méconnues et peu mobilisées. Seules les aides pour participer à un salon sont à peu près connues. Il peut être noté que les aides proposées par Business France ne sont pas accessibles à des entreprises individuelles.

Les exportateurs de l'artisanat sollicitent auprès de leurs partenaires bancaires un peu plus de prêts que les non exportateurs, mais il n'est pas avéré que cet écart soit significatif ni directement lié au fait d'exporter (ces entreprises sont, en particulier, plus souvent « en croissance » que les autres). Par rapport aux non exportateurs, lorsqu'un prêt est demandé il s'agit davantage d'un prêt visant à répondre à une difficulté de trésorerie.

Il existe donc un potentiel d'exportation à développer. Les freins à l'exportation ne viennent pas du manque de marchés mais plutôt d'un effet taille, qui tend, pour ces petites entreprises, à élever sensiblement le poids dans le CA d'éventuelles dépenses liées à l'exportation. Les accompagnements sont peu mobilisés car mal connus ou inaccessibles (seuils planchers trop élevés, statut juridique, règles pour en bénéficier impossibles à satisfaire, comme la création d'un poste de travail dédié etc.).

Partie II : Un état des lieux de l'offre du financement de l'exportation

Cette partie présente les grandes familles de produits de financement et de garanties pour les opérations d'exportation. Il convient de constater qu'il n'existe pas de statistiques complètes et synthétiques sur les financements mobilisés en faveur des exportations françaises. Dans cette partie, des indications statistiques pourront être données sur les produits présentés, émanant de sources diverses (cf. annexe 4).

1. Les produits portant sur la prospection et la préparation des opérations d'exportation

⇒ *Les prêts sans garantie*

Les grands réseaux bancaires sont en mesure d'apporter des financements aux entreprises de nature à contribuer à la préparation ou à la réalisation de projets à l'international. Il peut s'agir de dépenses d'investissement (une nouvelle unité de production, une nouvelle machine, un ajustement du processus de production), auxquels cas il peut y avoir une garantie à proposer au prêteur, mais il peut s'agir également de dépenses immatérielles (prospection, efforts d'innovation, recrutements...) auquel cas, il n'existera pas de garantie directement mobilisable. Les banques peuvent alors chercher une garantie extérieure, en particulier celles proposées par Bpifrance ou par des organismes de cautionnement mutuel, comme la SIAGI ou la SOCAMA.

Concernant Bpifrance, une catégorie de prêts sans garantie est directement fléchée sur l'international. Il s'agit des prêts « croissance internationale » (PCI), qui ont représenté 614 M€ de production en 2017. D'après Bpifrance, 1 euro de PCI s'accompagne en moyenne de 6 euros de co-financements bancaires. Les bénéficiaires sont les PME (constituées en société) et les ETI indépendantes créées depuis plus de 3 ans et financièrement saines. Les entreprises peuvent déjà avoir une activité à l'étranger ou y accéder pour la première fois. Les dépenses à financer peuvent s'entendre de manière assez large. Elles peuvent inclure des investissements immatériels mais aussi, allant au-delà du seul volet prospection, des opérations de croissance externe ou encore une augmentation du BFR générée par le projet de développement international.

Le montant minimum est de 30 k€ et le montant maximum de 5 M€, dans la limite toutefois des fonds propres et quasi-fonds propres de l'entreprise. Comme pour les autres catégories de prêts sans garantie, les financements sont à taux fixes et leur remboursement s'étale sur 7 ans avec 2 ans de franchise. Aucune garantie n'est demandée. Au-delà de 150 k€, Bpifrance n'intervient qu'en co-financement et les financements extérieurs doivent être au moins supérieurs à la part Bpifrance.

Au-delà des PCI, les autres prêts sans garantie proposés par Bpifrance Financement peuvent jouer un rôle central dans la préparation d'une entreprise pour conduire une stratégie d'exportation. Bpifrance peut faciliter le financement de ces dépenses, au-delà des PCI.

⇒ **L'assurance-prospection**

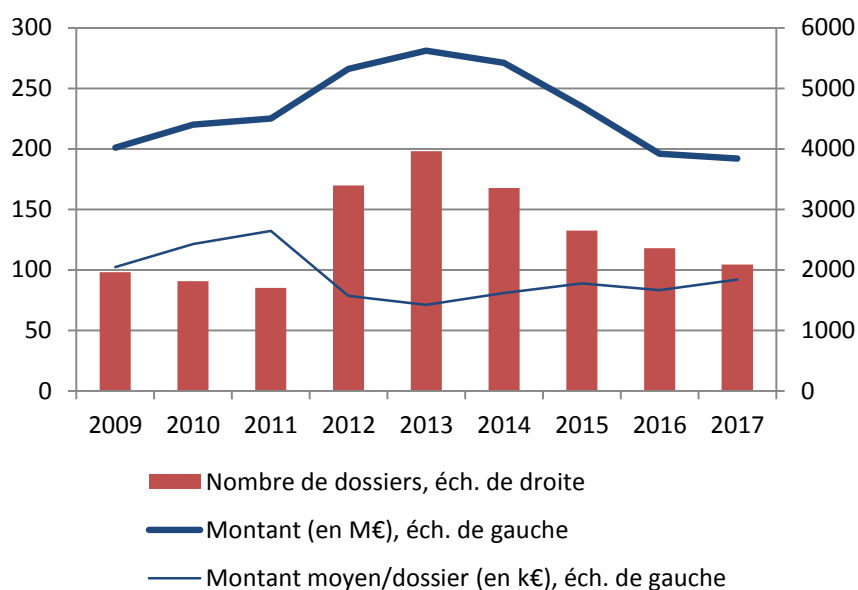
Existant depuis 1951, l'assurance-prospection (AP) est un produit phare dans l'accompagnement des efforts de prospection à l'international des entreprises. Proposé par Bpifrance depuis le 1^{er} janvier 2017 (et par la COFACE précédemment), il permet de prendre en charge les dépenses de prospection d'une entreprise. Dans les grandes lignes, le produit fonctionne de la manière suivante : l'entreprise dépose une demande, en définissant une enveloppe de dépenses portant sur des actions de prospection et entrant dans le champ des dépenses éligibles. Sur cette base, une quotité de 65% des dépenses engagées lui est remboursée à la fin de chaque année. Si les efforts de prospection ont porté leurs fruits, entraînant des flux d'exportation significatifs, l'entreprise remboursera la totalité de cette somme. En revanche, si les retombées commerciales sont insuffisantes, elle ne la remboursera que partiellement, voire pas du tout en cas d'échec total. Il convient toutefois de noter que ces paramètres du dispositif sont en cours d'évolution (cf. *infra*).

Compte tenu de ses conditions d'accès et modalités, ce produit concerne quasi-exclusivement des PME. Environ 12 000 d'entre elles sont concernées à ce jour par l'AP²⁷, pour un encours global d'environ 2 Mds€. Les nouveaux flux (y compris les renouvellements) sont de l'ordre de 200 M€ en moyenne annuelle au cours de l'actuelle décennie, soit un peu plus de 2 500 entreprises bénéficiaires de l'AP chaque année.

Les montants ont néanmoins connu une discontinuité. Courant 2012, l'assurance-prospection premiers pas (A3P) a été lancée en faveur des PME primo-exportatrices ou très peu exportatrices, correspondant à une AP classique mais plus simple, avec des paramètres plus intéressants et une procédure réactive (réponse en 48 h). Suite au lancement de ce produit, le nombre de bénéficiaires annuels de l'AP est passé d'un peu moins de 2 000 entre 2009 et 2011 à près de 4 000 en 2013. Par la suite, cet effet s'est essoufflé, le nombre total de bénéficiaires annuels revenant vers le niveau de 2000. Les montants moyens couverts par l'AP sont de l'ordre de 100 k€ (avec une baisse en 2012-2013 liée au poids élevé des dossiers d'A3P).

²⁷ Au sens où leur dossier est « actif » : elles ont ouvert une demande et vont recevoir les sommes prévues ou bien elles ont déjà reçu ces sommes et ont commencé à les rembourser, de manière étalée.

Evolution de l'assurance-prospection depuis 10 ans



Source : données retraitées à partir d'éléments chiffrés de la DG Trésor et de Bpifrance

Le Financement de l'Assurance-Prospection (FAP) est un dispositif adossé à l'AP qui permet aux entreprises, dès que leur dossier d'AP a été validé, de bénéficier, en trésorerie et à mesure que les justificatifs des dépenses effectuées remontent, des montants couverts définis dans le cadre de leur AP. Il est ouvert pour toutes les entreprises éligibles à l'AP, avec un CA minimal de 1,5 M€. La banque qui distribue cette « avance » (FAP) est garantie par Bpifrance AE à hauteur de la quotité garantie de 65% : si l'entreprise bénéficiaire ne s'avère pas en mesure de rembourser les montants reçus (par exemple, parce qu'elle est devenue insolvable), la banque peut activer sa garantie auprès de Bpifrance. Le montant est garanti à 100% pour les budgets inférieurs à 100 k€/an (et à 80% au-delà).

Il est difficile d'estimer le poids des entreprises passant par les banques pour obtenir une avance sur le financement de leur AP. Les statistiques (DG Trésor-Bpifrance AE) indiquent que, au cours des dernières années, de 10 à 15% des entreprises bénéficiant d'une AP une année donnée passent par des dossiers de montage de FAP et donc par leurs banques commerciales. Toutefois, la moitié environ des AP vient des A3P et, compte tenu des caractéristiques de l'A3P, ces entreprises n'ont pas vocation à utiliser le FAP ; quant aux autres dossiers, le FAP n'étant possible que pour des entreprises dégageant un CA d'au moins 1,5 M€ annuel, un certain nombre d'entre eux ne peuvent pas être non plus concernés par un FAP. Au total, rapporté à la population-cible le poids de l'AP passant par les banques (via le FAP) se rapproche des 25% de dossiers, ce qui n'est pas du tout négligeable. Il semblerait, au vu de différentes sources, que le groupe Crédit Mutuel – CIC soit, de loin, le premier établissement à distribuer l'AP, environ la moitié des dossiers de FAP passant par ce réseau.

Globalement, l'AP a été décrite de manière très positive par les différents membres de l'Observatoire et intervenants. En termes d'impact sur l'export, il apparaît, selon le Trésor, qu'1 euro d'AP est associé à plus de 10 € d'exportations.

Pour autant, il est possible que certaines entreprises ayant bénéficié de cet outil auraient exporté dans les mêmes proportions même si elles n'avaient pas bénéficié de l'AP. Il serait intéressant, d'un point de vue économique et pour évaluer l'intérêt de l'outil, d'examiner quelle est sa valeur ajoutée en termes de supplément d'exportation. Il faudrait pour ce faire comparer différentes populations d'entreprises exportatrices, certaines utilisant l'outil et d'autres non.

En revanche, différentes interrogations ont été avancées par certains acteurs.

- La question budgétaire revient souvent : le coût pour l'Etat de l'AP diminue régulièrement, passant d'environ 100 M€ il y a quelques années à 55 M€ en 2015 et 20 M€ en 2016, soit un niveau plus proche de l'équilibre (voir la documentation budgétaire publique²⁸). Cette évolution tend à modifier de manière significative le modèle économique du dispositif.
- Bpifrance ne s'appuie plus sur le réseau des CCI pour distribuer son produit ;
- Certaines dépenses ne peuvent pas être intégralement prises en compte : exportations à partir d'une société spécialisée dans l'accompagnement international des entreprises, dépenses liées au e-commerce et à certains développements digitaux nécessaires pour favoriser l'e-export, participation à certains salons en France importants pour pouvoir exporter, implantation à l'étranger... Des réflexions ont actuellement lieu pour voir comment répondre à certaines de ces préoccupations ;
- L'AP ne peut pas couvrir une somme supérieure aux fonds propres de la société ni une société dont plus de la moitié du résultat serait reversée sous formes de dividendes. Or dans de nombreuses TPE, les dirigeants ne se salarient pas et se rémunèrent sous forme de dividendes ;
- L'absence de possibilité de constituer des dossiers de manière pluri-annuelle ;
- Les délais de réponse, assez longs, en particulier, pour des demandes sur des budgets significatifs²⁹.

Suite à une expérimentation dans le Nord et le Pas-de-Calais conduite fin 2017/début 2018, le Premier ministre a annoncé le 23 février 2018, dans le cadre de la présentation de

²⁸ Notamment, l'Annexe 21 du Rapporteur spécial M. Forissier, dans le cadre du rapport parlementaire de la Commission des finances de l'Assemblée Nationale sur le PLF 2018.

²⁹ Voir le Rapport d'information de l'Assemblée Nationale présenté par MM. Fromantin et Prat (4 juillet 2013).

différentes mesures de soutien aux exportations³⁰, une réforme de l'AP, qui permettra de « *simplifier le fonctionnement du produit et d'améliorer sa diffusion* ». Il s'agira de « *rendre le produit plus attractif en amplifiant le soutien de trésorerie offert aux entreprises* ». Dès signature du contrat avec Bpifrance, les entreprises bénéficieront d'une « *avance de trésorerie immédiate à hauteur de 50% du budget prévisionnel garanti [càd 65% du budget prévisionnel] pour les 2 à 3 années à venir* ». Le solde de 50% serait versé au milieu de la période de prospection. Les entreprises bénéficiaires devront « *rembourser a minima 30% du montant perçu* ».

De manière générale et pour les prochaines années, le défi pour Bpifrance sera, notamment, de diffuser plus largement ce produit, pour en faire profiter davantage de PME françaises, tout en s'inscrivant dans des contraintes financières assez fortes. Comme cela a été indiqué, l'effet sur le volume de dossiers lié au lancement de l'A3P s'est essoufflé et le nombre d'entreprises bénéficiaires de l'AP et de l'A3P est revenu autour des 2 000 en 2017, soit le même niveau qu'en 2009³¹. L'objectif évoqué par Bpifrance est de parvenir à 3 000 bénéficiaires par an.

Deux points concernant les perspectives de ce dispositif réformé ont été soulevés dans le cadre des travaux de l'Observatoire :

- *Le cadre budgétaire, étroitement dépendant des paramètres financiers du dispositif.* L'avance immédiate de 50% constitue un plus pour les entreprises. En revanche, l'impératif du remboursement d'au moins 30% (y compris pour des PME qui n'auront réalisé aucun CA à l'exportation) contre 0% auparavant va dans l'autre sens. De façon plus large, la question du modèle économique de l'outil peut être posée. Si les dossiers sélectionnés ne sont que des dossiers dont la probabilité de succès est relativement bonne, la valeur ajoutée du dispositif n'est pas la même que dans un système où des dossiers un peu plus tangents sont pris en charge (avec un impact positif potentiel, pour l'entreprise, lié au « coup de pouce » permis par l'AP).
- *Le réseau de distribution du produit.* Avec près de 50 implantations sur le territoire français, Bpifrance dispose d'un réseau plus important que celui de la COFACE. Toutefois, la COFACE s'appuyait sur des réseaux de distributeurs tels que les courtiers mais aussi le réseau des CCI, dont le maillage territorial est très fin, ce qui n'est pas le cas, à ce stade, pour Bpifrance. Il paraît essentiel, si l'ambition est de toucher davantage de PME, de pouvoir s'appuyer sur des réseaux de distribution efficaces. Les pouvoirs publics vont suivre de près l'évolution du produit en termes de diffusion pour pouvoir ajuster, le cas échéant, les modalités de sa diffusion. De plus, les deux

³⁰ <http://www.gouvernement.fr/partage/9997-presentation-de-la-strategie-du-gouvernement-en-matiere-de-commerce-exterieur>

³¹ 2017 a cependant été marquée par le transfert de la gestion de cet outil à Bpifrance, ce qui a pu biaiser le chiffre du volume annuel de dossiers.

avances de 50% faites par Bpifrance AE constituent un plus pour les entreprises mais suppriment l'intérêt du FAP : si les sommes sont avancées par Bpifrance, l'intérêt d'un crédit de prospection proposé par une banque et s'appuyant sur le FAP disparaît. Selon les banques présentes à l'Observatoire, cette nouvelle disposition risque de se traduire par une moindre présence des banques dans l'accompagnement financier des entreprises au stade de la prospection. Or, selon elles, il est important d'accompagner les entreprises dès les premières étapes de la démarche à l'export et donc dès la prospection pour pouvoir bien les accompagner tout au long de leur développement.

⇒ **Les actions pour soutenir la participation aux salons**

L'un des principaux moyens de toucher des clients potentiels à l'étranger et de faire connaître son offre commerciale est de participer à des salons internationaux. Ces salons peuvent être situés en France, mais la plupart se situent à l'étranger et participer à ces salons occasionne des dépenses significatives et comprenant le coût de location des mètres carrés et les coûts liés à l'organisation du stand ainsi que les frais de déplacements des personnes qui se rendront au salon. Ces dépenses peuvent entrer dans le cadre de l'assurance-prospection.

Au-delà de la prise en charge financière par l'AP et pour l'organisation même des missions, Business France (BF) peut apporter son expertise et proposer une tarification intéressante pour participer aux salons. En pratique, BF achète des surfaces de taille significative, à l'avance, et, passant par un architecte, assure la mise en place des stands, de l'aménagement, la communication, les visuels etc. La tarification de BF permet au dirigeant de supporter un coût sensiblement moindre que celui qu'il aurait dû supporter sans passer par BF pour exposer sur le salon. Des rendez-vous peuvent être programmés pour le dirigeant en complément de l'exposition sur un stand.

La plupart des autres pays procèdent de la même manière pour leurs entreprises. Les exercices de *benchmarking* qui sont régulièrement effectués permettent de montrer que pour certains pays le subventionnement des mètres carrés est supérieur (par exemple, pour les entreprises italiennes), même s'il peut exister des nuances en fonction des secteurs. Globalement, la couverture du volume d'activité global en termes de recettes (liées à la tarification des services apportés aux entreprises) pour BF est l'une des meilleures comparées aux agences similaires des autres grands pays. Le modèle économique de l'agence est donc différent de celui d'autres agences, avec un subventionnement relatif moindre pour les entreprises françaises pour participer à des salons³².

³² Il s'agit néanmoins bien d'un subventionnement : l'activité relative aux salons (soit un quart approximativement de l'activité de BF) demeure clairement déficitaire pour BF.

D'autres acteurs publics ou privés peuvent intervenir pour faciliter la présence d'entrepreneurs sur des salons, soit en lien avec BF dans le cadre du Programme France Export (www.programme-france-export.fr), soit indépendamment. Les Régions sont, par exemple, particulièrement actives dans ce domaine ainsi que, de manière plus générale, sur le soutien des entreprises en matière de prospection.

⇒ **Les subventions régionales**

Les Régions peuvent octroyer des subventions dans le cadre de leurs actions de soutien aux entreprises. Ces aides portent sur la partie préparation de la stratégie d'exportation, la prospection, dans le cadre de dispositifs d'accompagnement individuels ou collectifs ou encore sur le recours à des ressources humaines (VIE, recrutement de cadres export ...).

Certaines régions ont des aides spécifiques à l'international et d'autres n'en ont pas mais proposent des aides plus globales dont un des volets va porter sur l'international (voir dans l'encadré ci-dessous l'exemple de l'Ile-de-France).

Dispositifs d'appui de la Région Ile-de-France

La Région a octroyé, en 2017, 330 M€ d'aides pour soutenir la création, la croissance et l'innovation de plus de 5 880 entreprises franciliennes, pour l'essentiel des PME et des TPE. Parmi les quelques grands programmes mis en œuvre, deux sont plus particulièrement intéressants par rapport à un projet à l'international : TP'up et PM'up. Il s'agit de subventions.

Ces programmes ne portent pas spécifiquement sur un projet à l'international mais abordent le développement de l'entreprise de manière globale. Hormis les entreprises unipersonnelles, toutes les PME et TPE sont éligibles au dispositif.

Direction des entreprises
et de l'emploi

PM'up et TP'up une approche intégrée des enjeux d'internationalisation

- Projets soutenus
 - ⌘ Accroissement/modernisation de l'outil de production
 - ⌘ **Developpement international**
 - ⌘ Diversification produits, clientèles
 - ⌘ Optimisation de la chaîne de valeur (qualité, design, performance, management...)
 - ⌘ Transformation numérique et écologique
- Critères de sélection
 - ⌘ Viabilité de l'entreprise
 - ⌘ Pertinence de la stratégie
 - ⌘ Potentiel de création d'emplois
 - ⌘ **Potentiel de développement international**
 - ⌘ Contribution au développement de l'Ile-de-France

14/03/2018 6

 **île de France**

Sur le volet international, différents types de dépenses peuvent être soutenues : des investissements matériels ou immatériels, de la projection de force commerciale à l'international (salons, missions export, VIE), du conseil (études de marché), des recrutements de cadres exports etc. Pour TP'up la subvention est de 55 k€ au maximum et pour PM'up elle est de 250 k€ au maximum. 30% du montant retenu sont avancés et la partie restante est distribuée en fonction de l'évolution du projet. La candidature se fait en ligne. La sélection se fait à travers des entretiens bilatéraux entre les services de la Région et le dirigeant puis le dossier passe par un jury de sélection. Une entreprise sur trois est retenue (sachant qu'un certain filtrage peut déjà exister en amont de la candidature).

Le passage par ces programmes tend à faciliter le développement à l'international. En particulier, 80% des bénéficiaires de PM'up ont un projet à l'international alors que seuls 50% de ces entreprises étaient présentes à l'internationale de manière significative au moment de leur candidature au programme. Des partenaires sont étroitement associés à l'accompagnement du projet du dirigeant, en particulier, pour le volet international : Business France, les CCI, les CCEF.

En 2017, 203 entreprises ont bénéficié de PM'up (pour un montant moyen de 158 k€ et une enveloppe globale de 32 M€) et 99 de TP-up (pour un montant moyen de 21 k€ et une enveloppe globale de 2,1 M€). Il est possible dans certains cas de bénéficier une deuxième fois du programme.

2. Les produits portant sur les transactions

2.1 Court terme

⇒ **Les crédits documentaires (CREDOC)**

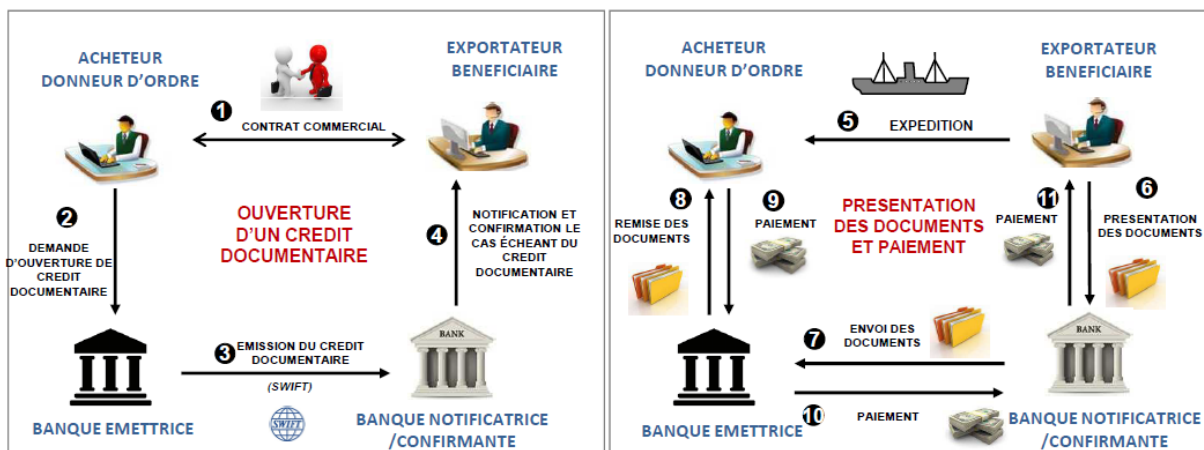
Les crédits documentaires ou CREDOC (« LC » en anglais pour *Letter of Credit*) constituent un outil essentiel pour sécuriser les transactions commerciales internationales. Le principe du CREDOC est très ancien, il a été mis en application dès les débuts du commerce international.

Il s'agit d'un mode de paiement intermédié, c'est-à-dire avec des acteurs qui se placent entre l'exportateur et l'importateur pour gérer la question du financement de l'opération. En l'occurrence il s'agit de la banque de l'exportateur et de la banque de l'importateur. Il existe de multiples formes de CREDOC ou de formules de paiement dérivant des CREDOC ou assimilables à des CREDOC. Le CREDOC est un moyen de paiement qui protège le fournisseur et l'acheteur et contraint les deux parties à respecter leurs engagements. L'objectif du CREDOC est bien de concilier les attentes antagonistes du vendeur et de l'acheteur. En l'occurrence, pour le vendeur : être payé du montant convenu à la date prévue dans le contrat ; pour l'acheteur : être livré des marchandises commandées conformément à ce qui a été prévu lors de l'ouverture du CREDOC et s'assurer de ne pas payer le vendeur avant que ce dernier ait rempli ses obligations contractuelles. Le crédit documentaire est juridiquement indépendant du contrat commercial. Cette forme de paiement représente moins de 20% des transactions liées au commerce international.

De manière simplifiée, le schéma du CREDOC est le suivant :

- Dans une première étape, l'exportateur passe un contrat commercial avec son acheteur. L'acheteur demande à sa banque (dite banque « émettrice ») d'ouvrir à son profit un crédit documentaire³³. Ce CREDOC est ensuite transmis à la banque de l'exportateur (dite banque « notificatrice »), qui « notifie » le CREDOC auprès de son client, c'est-à-dire informe l'exportateur de son émission et de la possibilité d'être payé si les documents convenus sont présentés et si la banque émettrice paye ou le « confirme » (c'est-à-dire s'engage à le payer contre les documents convenus).
- Dans une deuxième étape, l'exportateur expédie, lorsqu'elle est disponible et selon des délais éventuellement agréés avec l'acheteur, la marchandise. A ce moment-là, l'exportateur fait parvenir un certain nombre de documents administratifs, attestant notamment la nature de la marchandise livrée (documents des Douanes, nature des marchandises, quantité, prix, délais contractualisés avec l'importateur, incoterm utilisé ...), à sa banque qui elle-même les transmet à la banque émettrice une fois les documents vérifiés et reconnus conformes selon les termes définis. La banque émettrice remet ces documents à l'acheteur après vérification et reconnaissance des documents conformes. Si les documents sont conformes à ce qui avait été agréé, la banque émettrice effectue un transfert au profit de la banque notificatrice et pour le compte de l'exportateur selon les termes de paiement définis dans le cadre du CREDOC.

Exemple de schéma simplifié du fonctionnement d'un crédit documentaire



Source : Société Générale

En termes de règlement, plusieurs possibilités peuvent se présenter. Les clauses du règlement sont fixées dans le cadre du CREDOC.

³³ Pour être valide, le crédit documentaire doit comporter : les coordonnées et noms des parties concernées ; le montant du crédit ; la désignation des marchandises ; les conditions de vente et de validité.

- S'il est prévu que le règlement se fasse à vue, la banque émettrice règlera la banque notificatrice et portera l'éventuel risque de crédit de son client (l'importateur).
- S'il est prévu un paiement différé, c'est-à-dire selon un délai négocié entre le vendeur et l'acheteur, la banque émettrice donne son accord pour le règlement moyennant un certain délai (par exemple, 45 jours).
- Dans tous les cas, l'exportateur peut vouloir écarter le risque relatif à la banque émettrice (comme sa faillite) et au pays (un risque politique par exemple), auquel cas il peut demander à sa banque, la banque notificatrice, de lui « confirmer » le crédit (voir Encadré ci-dessous). Le risque « pays / banque émettrice » est alors transféré à la banque de l'exportateur. De nouveau, il peut y avoir pour l'exportateur :
 - o un paiement à vue (la banque de l'exportateur règle l'exportateur, à charge pour elle de se faire rembourser par la banque émettrice le moment venu) ou
 - o un paiement différé. Dans ce cas, soit l'exportateur n'a pas besoin de cash et il attend le paiement, soit il en a besoin et il demande une avance de fonds à sa banque. Il « escompte » alors son CREDOC.

Le CREDOC visant à sécuriser les transactions, notamment, par rapport à des clients venant de pays émergents, souvent l'exportateur souhaite faire confirmer le CREDOC par sa banque (d'une banque à l'autre, cela est variable, mais, globalement, un peu plus de la moitié des CREDOC seraient « confirmés »). En revanche, l'escompte est relativement peu demandé, peut-être en lien avec la durée relativement raisonnable du différé de paiement.

Dans le cadre général d'un CREDOC, la banque émettrice est donc engagée. Elle s'engage, pour le compte de son client importateur, à régler à l'exportateur, dans un délai déterminé et via la banque de l'exportateur, un montant déterminé contre la remise de documents strictement conformes justifiant la valeur et l'expédition des marchandises.

Le CREDOC est soumis à une codification internationale très précise, édictée par la chambre de commerce internationale : les « règles et usances uniformes » (appelées RUU 600), qui constituent un ensemble de dispositions universellement reconnues par les banques de 160 pays.

Caractéristiques du CREDOC

Le CREDOC est quasiment tout le temps « irrévocable ». Il s'agit de la forme de CREDOC essentiellement utilisée, parce que cette forme est la plus sûre pour le bénéficiaire. Le crédit irrévocable est un engagement ferme. Le banquier émetteur ne peut se soustraire à son engagement vis-à-vis du bénéficiaire et de la banque intermédiaire. Le donneur d'ordre (importateur) ne peut révoquer ou amender les instructions qu'il a données. Ce principe s'appuie sur le fait que le banquier émetteur s'engage envers le bénéficiaire, en dehors des liens établis avec

le donneur d'ordre. Le crédit, irrévocable, peut être confirmé ou non³⁴ :

Le crédit irrévocable non confirmé : Il s'agit d'un crédit simplement notifié. Le rôle de la banque notificatrice est de notifier l'ouverture du crédit documentaire à l'exportateur, de vérifier les documents, de notifier les irrégularités sans aucun engagement de sa part.

Le crédit irrévocable et confirmé : Si l'intervention d'une banque présente une réelle garantie pour le vendeur, celui-ci peut la considérer comme insuffisante. Il souhaitera souvent éviter le risque politique sur le pays de la banque émettrice et demandera à son banquier de confirmer le crédit. Ce dernier prendra un engagement ferme, s'ajoutant à celui de la banque émettrice. Dès lors, le bénéficiaire (exportateur) dispose de deux engagements fermes de paiement.

Coût du CREDOC

Des commissions sont perçues par la banque émettrice (commissions d'ouverture, d'utilisation, de risque, d'échéance) et par la banque notificatrice (commissions de notification, de confirmation, de levée de documents, commission de paiement ou d'acceptation ou de négociation). Il faut ajouter à ces commissions les frais liés à la gestion du CREDOC (téléx, modifications ...), qui peuvent renchérir de manière significative le CREDOC, ce qui doit encourager à utiliser de manière optimale cet outil.

L'usage veut que l'acheteur prenne en charge les frais et commissions de la banque émettrice. Le vendeur prend en charge les frais et commissions de la banque notificatrice. Toutefois, d'autres arrangements peuvent être trouvés (l'acheteur prend tout en charge, par exemple) au travers d'une clause dans le contrat de base.

Autres produits de la famille des CREDOC :

- Une autre forme de garantie s'est développée : **la lettre de crédit *stand by* (SBLC)**. Cet outil ressemble à un CREDOC, est régi par les mêmes RUU, mais ne constitue pas un moyen de paiement : le contrat prévoit le moyen de paiement, le plus souvent par transfert (ou chèque, traite ou billet à ordre), et prévoit en garantie une « SBLC ». Celle-ci émise, usuellement notifiée via la banque du vendeur, par la banque de l'acheteur, l'engage à payer pour compte de celui-ci au cas où il n'aurait pas réglé la fourniture livrée, par le moyen de paiement fixé au contrat³⁵. La SBLC peut aussi garantir la restitution d'un acompte en cas de non livraison ou tout autre engagement financier clairement établi dans le contrat, sur le même principe que l'appel en garantie transforme la SBLC en LC effective. Il s'agit d'un outil plus souple et, en principe, moins coûteux, que la « garantie bancaire à demande », qui dépend d'autres RUU et que le CREDOC.

- Dans la **remise documentaire**, également utilisée, avec des principes comparables à ceux du

³⁴ Voir, en particulier, <https://www.glossaire-international.com/pages/tous-les-dossiers/le-crundefineddit-documentaire-credoc.html>

³⁵ L'acheteur « appelle » alors la garantie en remettant à sa banque les documents indiqués dans la SBLC, dont une attestation émise par lui du défaut de règlement par le moyen prévu au contrat. La banque émettrice vérifie auprès de l'acheteur que la livraison a bien eu lieu et qu'il ne l'a pas payée, puis règle la somme due. Une SBLC peut donc couvrir en garantie une série de livraisons successives, elle est alors valide pour toute la durée du contrat : l'acheteur fait ouvrir une SBLC à hauteur de l'encours de crédit prévu en pointe, puis le fournisseur exécute des livraisons successives que l'acheteur règle au fur et à mesure, tandis que la LC de garantie reste « en stand-by ».

CREDOC, mais selon un schéma différent, le donneur d'ordre est l'exportateur. La remise documentaire n'est pas un instrument de paiement sécurisé, au sens de l'engagement de garantie d'un tiers solvable, mais engage néanmoins la banque de l'acheteur à ne se dessaisir des documents remis que contre le paiement convenu, ce qui constitue un niveau de sécurité intermédiaire entre le CREDOC et l'envoi direct des documents à l'acheteur. Elle permet juste d'utiliser le canal bancaire pour transmettre les documents contre paiement ou engagement de paiement de l'importateur. Il existe aussi d'autres formes de crédits documentaires.

Un intérêt des CREDOC est donc de présenter des possibilités de financement pour l'exportateur. Pour pouvoir gérer la question des délais de paiement clients, parfois longs, des possibilités d'escompte, à différentes étapes peuvent être mobilisées par l'exportateur. A partir du moment où le paiement interviendra de manière certaine, un crédit a été confirmé, un effet de commerce a été tiré et a été accepté, l'exportateur peut bénéficier d'une avance de trésorerie.

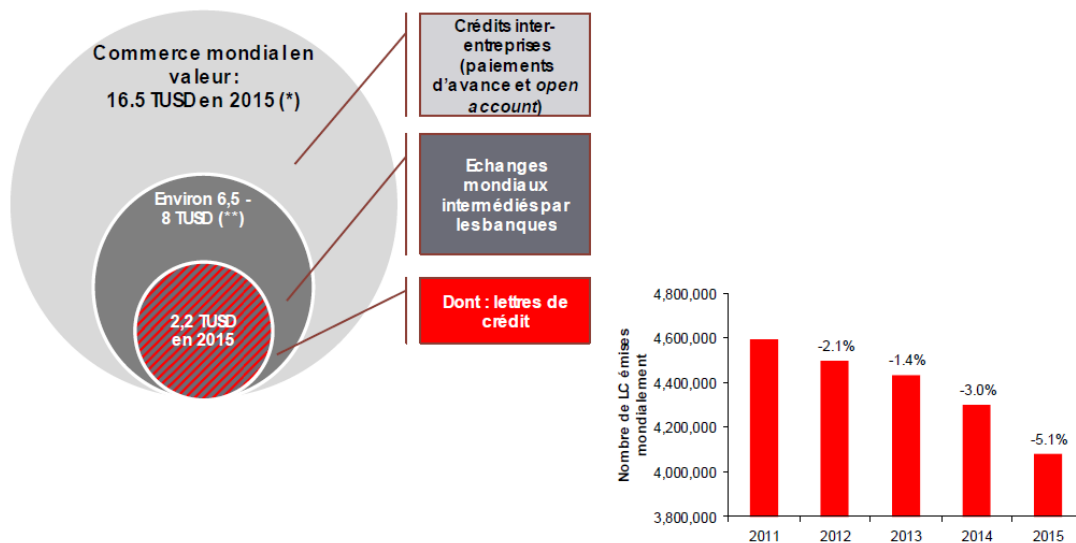
- ***Une baisse tendancielle des CREDOC***

Les CREDOC présentent donc de multiples avantages : sécurisation parfaite du volet financier de la transaction commerciale ; outil intéressant, de manière équilibrée, l'exportateur et l'importateur ; règles et normalisation bien établies, de manière internationale et ancienne ; possibilité de lever des financements etc.

En revanche, les démarches demeurent complexes et chronophages ; le niveau de technicité est élevé ; la documentation à fournir est importante et se rassemble à partir de documents papiers ; la nécessité de la conformité entre les différents documents produits est une contrainte forte ; il existe un risque de fraude ; le produit peut sembler coûteux. De plus, les banques françaises expliquent aux dirigeants le fonctionnement de ces produits, mais une difficulté peut venir des autres parties (clients à l'étranger moins habitués à ces procédures, avec des banques locales également moins familières, au niveau de leurs chargés d'affaires).

Il semble que la mobilisation des CREDOC, à un niveau mondial, se soit repliée au cours des dernières années. Plusieurs témoignages de grands réseaux bancaires sont allés en ce sens.

Les crédits documentaires représentent de 13 à 15% du commerce mondial



Source : Société Générale

D'après des données reprises par la Société Générale, la tendance était à une baisse de l'ordre de 2 à 5% chaque année depuis 2011.

Compte tenu de sa relative lourdeur et de son formalisme, cet outil est généralement réservé au grand export. Selon un banquier, les entreprises les utilisent, en général, quand il n'y a pas vraiment d'autre alternative, en particulier, lorsque leurs entreprises clientes se situent dans des pays lointains et relativement risqués, mais, dans ces cas-là, les banques peuvent alors être plus réticentes pour passer par cet outil. Il semble que la baisse des CREDOC concerne davantage certaines zones comme l'Asie, la Chine et moins l'Europe (de l'Est). Compte tenu du coût, une explication avancée à la baisse des CREDOC est également le fait que lorsque la confiance a pu s'installer entre les deux parties, vendeur et acheteur, d'un commun accord elles décident de s'en passer. Le développement de l'*open account*, jugé plus fluide, plus rapide et éventuellement moins cher aurait été plus marqué ces dernières années, notamment, dans le commerce avec l'Asie.

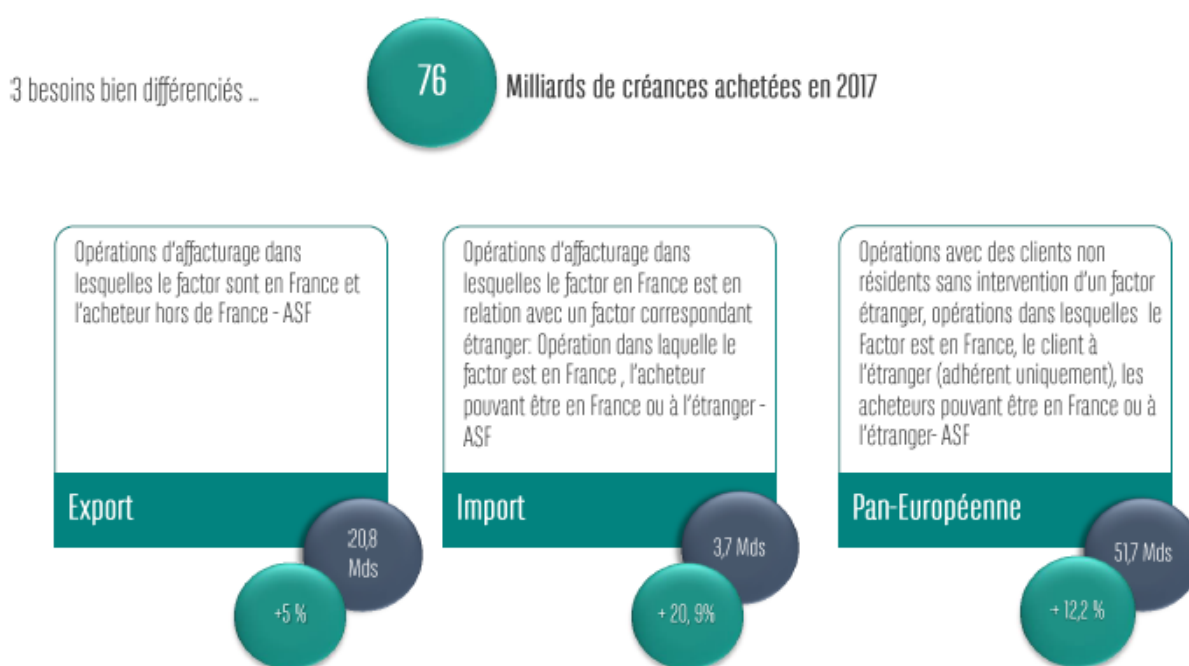
En termes de tendances, le repli des modes de paiement intermédiés s'est donc fait au profit de l'*open account*. Toutefois, dans un cadre d'*open account*, l'exportateur peut souhaiter, de manière unilatérale, améliorer sa situation de trésorerie et obtenir des financements et également se couvrir contre le risque d'impayé. Aussi certains experts auditionnés ont-ils fait un rapprochement entre le repli des CREDOC et l'accroissement du recours à l'affacturage international et à l'assurance-crédit.

⇒ **L'affacturage international**

L'affacturage international représente en France 76 Mds€ de créances achetées en 2017, dont 21 Mds pour l'exportation (dans ce cas, le factor en France peut être en relation avec

un factor à l'étranger, c'est-à-dire un « factor correspondant », dans le pays où se trouve l'acheteur), 4 Mds€ pour l'importation (le factor en France est en relation avec un factor à l'étranger ; l'acheteur peut se situer en France comme à l'étranger) et 52 Mds€ pour des opérations réalisées en direct avec des clients situés à l'étranger et sans passer par un factor correspondant. Ces dernières opérations concernent des grandes entreprises ou ETI qui ont des filiales dans les autres pays de l'Union européenne.

A ce niveau de créances, les factors français sont leaders dans le monde et devancent les factors chinois, espagnols et britanniques. En France, l'affacturage international, y compris l'affacturage à l'exportation, croît plus rapidement que l'affacturage domestique (+11%, contre +8% en 2017). La part de l'international était de l'ordre de 15% il y a 10 ans et elle est aujourd'hui de près de 30%.



Source : BNP PARIBAS FACTOR

400 factors sont représentés dans 90 pays et passent entre eux des accords dans le cadre de l'IFA (International Factoring Association), sauf pour les pays posant des problèmes de conformité (chaque factor dispose de sa « carte géographique » définissant ses zones d'intervention). Dans ce dispositif, ils se partagent les opérations, de façon neutre pour le client, en visant à optimiser les délais et les transferts de *cash* : par exemple, à l'export, un factor délivre le financement à son client et le factor correspondant s'occupe du recouvrement.

41 500 entreprises sont affacturées en France (à comparer à 20 000 en Allemagne). Seule une très petite minorité de cette population utilise l'affacturage à l'exportation (à comparer à environ 125 000 exportateurs français ou plutôt à une cible d'environ 20 000 entreprises, selon un acteur rencontré, compte tenu de certains critères de taille ou de secteur). De

même, les créances mobilisées, de 27 Mds€, peuvent être rapportées au montant des exportations, plus de 450 Mds€. Même si, globalement, les exportateurs, pris dans leur ensemble, sont davantage clients de factors que les autres entreprises, selon les affactureurs, le potentiel de croissance de pénétration au sein de la population des entreprises exportatrices paraît élevé.

Il s'agit aussi d'une activité plus rentable que l'affacturage domestique. En termes de volumes moyens affacturés par client, le montant moyen en domestique est légèrement supérieur à 5 M€ et il est d'environ 9 M€ pour l'affacturage à l'export.

Le public des PME, en particulier, des petites entreprises, est sensiblement plus difficile à toucher. Des solutions se sont toutefois développées pour accompagner ces entreprises. Les PME sont sensibles à un accompagnement à l'export, qu'il soit proche ou lointain. En principe, l'offre des factors est, dans ce domaine, congruente aux besoins exprimés : gestion des moyens de paiement propres à certains pays, gestion des encaissements, recouvrement ou encore conseils ...

L'affacturage « pur » est surtout utilisé pour des flux intra-européens alors que, hors UE, l'affacturage est souvent adossé à une assurance-crédit, incluse dans le contrat d'affacturage. De manière générale, les ETI vont plutôt être intéressées par le volet financement de l'affacturage (et non la partie recouvrement) alors que la demande des PME est plus générale.

Pour convaincre davantage de PME d'aller à l'affacturage international, la qualité du dialogue avec l'entreprise est considérée comme primordiale. Ce dialogue s'effectuera généralement à un niveau local pour les PME. Les interlocuteurs des entreprises dédiés au commerce international dans les réseaux bancaires examineront le besoin et orienteront les dirigeants vers les chargés d'affaires des factors (filiales de la banque), présents localement dans la région concernée. Pour les ETI et grandes entreprises, la discussion avec le factor se fera directement avec les équipes parisiennes des factors. Sur ce segment-là, il arrive fréquemment que ces entreprises fassent, pour ce type de besoins, un appel d'offres via un courtier spécialisé en assurance-crédit pour conserver une neutralité d'appréciation vis-à-vis de leurs partenaires bancaires.

Pour les représentants du secteur, trois pistes d'amélioration peuvent être identifiées :

- Du côté du factor lui-même, des améliorations ont déjà été apportées en interne pour mieux organiser la relation client (comme l'unicité du contrat d'affacturage, interne ou externe).
- Du côté de la banque, la promotion de l'offre d'affacturage peut être améliorée, notamment, au niveau des chargés de clientèle des réseaux.

- Du côté des clients, en particulier, les PME, il y a une nécessité de faire encore évoluer l'image de l'affacturage, celle-ci restant négative, notamment, pour les entreprises « moyennes » (de 2 à 20 M€ de CA)³⁶.

Il apparaît pour certains affactureurs que « la durée de vie » des contrats d'affacturage concernant l'international dépasse celle des contrats domestiques, sans doute en lien avec la valeur ajoutée spécifique de l'affacturage liée au service de recouvrement (relativement plus compliqué lorsqu'il s'agit de clients étrangers que lorsqu'il s'agit de clients domestiques).

Compte tenu du service plus lourd, en matière de recouvrement, notamment, de l'affacturage international, celui-ci est, globalement, un peu plus coûteux que l'affacturage domestique. Le surcoût est lié à la charge plus élevée relative au service de recouvrement (et peu au taux de défaut).

⇒ ***La mobilisation de créances nées à l'étranger (MCNE)***

Pour combler la trésorerie de l'entreprise grevée par un délai de paiement accordé à un client étranger, l'exportateur peut contracter une mobilisation de créances nées à l'étranger (MCNE). La MCNE est un mode de financement qui reprend les principes de la « Dailly ». Elle n'est accordée qu'à un exportateur qui accorde un délai de paiement de 18 mois maximum à ses clients étrangers³⁷.

Pour compenser le manque de liquidité dû à ces créances, la société cède celles-ci à une entité financière. Le cessionnaire lui verse en contrepartie une avance pouvant atteindre 100 % du montant des créances, à rembourser dès la réception du paiement des créances par l'acheteur étranger.

Conformément aux dispositions définies par la loi Dailly, la MCNE ne peut être accordée qu'à la suite d'une « convention-cadre » passée entre le cessionnaire et l'entreprise exportatrice. Ce protocole est ensuite reporté sur un bordereau de cession, qui devrait mentionner tous les détails sur les créances (échéance, nature de la prestation, valeur de la transaction, ainsi que le nom, la profession et l'adresse du client étranger). Le bordereau est également accompagné d'une copie des factures cédées en guise de pièces justificatives. Si la banque approuve la demande de MCNE, elle versera sur le poste client l'avance demandée dès la sortie des produits d'exportation du territoire français.

La rapidité des versements est un des grands atouts de la MCNE. Quelle que soit la valeur des créances cédées par l'entreprise, les cessionnaires s'engagent généralement à lui verser

³⁶ En revanche, pour les TPE, des offres au forfait ont été créées. De plus, la lisibilité globale de la tarification de l'affacturage tend à s'améliorer. La simplification peut sans doute encore se poursuivre. Concernant le cas particulier du primo-exportateur, une solution d'affacturage peut être envisageable s'il existe déjà de l'affacturage domestique.

³⁷ https://entreprises.banque-france.fr/sites/default/files/bdf_reffin_chap4_428.pdf

les fonds au plus tard dans les 48 h qui suivent la sortie des produits du territoire français. La MCNE fonctionne aussi de manière souple : l'emprunteur peut choisir de rembourser la MCNE avant même l'échéance des créances, ou prolonger le délai de recouvrement au cas où il craindrait un non-respect du délai de remboursement par son client acheteur.

Ces produits, de même que les avances en devises³⁸, sont distribués par les banques.

⇒ ***L'assurance-crédit***

Dans le cadre des opérations d'exportation, l'assurance-crédit peut recouvrir une large gamme de services proposés aux entreprises. L'assurance-crédit peut concerner des opérations de court terme ou de moyen terme, elle peut être émise par une entité privée ou publique, assurer directement une entreprise ou une banque, un factor, Bpifrance Financement ... Le tableau ci-dessous vise à donner une présentation de toute cette palette d'activités.

D'une manière générale, les opérations concernant le court terme, en particulier, lorsqu'il existe un crédit inter-entreprise, seront prises en charge par l'assurance-crédit privée. Inversement, lorsque l'opération est une opération de moyen terme, l'assurance-crédit publique sera beaucoup plus présente. Le risque est alors plus important, les montants sont plus élevés, la durée des opérations peut être longue ... La problématique est donc différente. Dans ces situations, les acteurs privés seront moins enclins à intervenir.

³⁸ Les avances en devises permettent de financer des opérations commerciales à l'étranger. Ce sont des avances consenties aux exportateurs de marchandises ou de services jusqu'à la date de règlement prévue par le contrat. Elles sont remboursées lors de la réception des devises liées au contrat. L'avance en devises constitue donc à la fois un mode de financement et une technique de protection contre le risque de change.

Typologie des services d'assurance-crédit dans le cadre d'une opération d'exportation

En vert figure le bénéficiaire de l'assurance

	Risque associé	Assurance-crédit privée	Assurance-crédit publique
Court terme	Impayé du client, risque politique, autres risques se traduisant par le non-paiement de l'opération	OUI (l'exportateur ou bien, si contrat d'affacturage, le factor ou bien, si Avance + Export, Bpifrance Financement)	NON, mais décision annoncée le 23 février de la possibilité, en cas de défaillance de marché, d'aller sur du court terme. L'assureur-crédit privé pourrait alors être réassuré par Bpifrance AE
	CREDOC (la banque notificatrice se couvre contre un risque portant sur la banque émettrice)	OUI (la banque notificatrice, donc de l'exportateur)	OUI (la banque notificatrice, donc de l'exportateur)
Moyen terme	Crédit acheteur	OUI (la banque de l'exportateur)	OUI (la banque de l'exportateur, y compris Bpifrance le cas échéant)
	Crédit fournisseur	OUI (la banque de l'exportateur)	OUI (la banque de l'exportateur, y compris Bpifrance le cas échéant)
	Préfinancements et cautions, garanties	OUI (la banque de l'exportateur)	OUI (la banque de l'exportateur)
	Impayé du client, risque politique, autres risques se traduisant par le non-paiement de l'opération	OUI (l'exportateur)	OUI (l'exportateur)

Dans cette partie, seule est évoquée l'assurance-crédit privée pour des opérations de court terme visant à assurer une entreprise française pour un risque d'impayé concernant son client étranger. Celle-ci est proposée en France par quelques acteurs (Euler-Hermes, COFACE, Atradius, Groupama ...). Les produits de l'assurance-crédit publique seront évoqués plus loin.

De manière générale, contre les risques d'impayés, domestiques ou internationaux, l'assurance-crédit protège l'entreprise, à travers trois types de services : la prévention du risque clients, le recouvrement des impayés, l'indemnisation des créances non recouvrées.

De manière plus spécifique aux exportateurs, en dehors des sociétés spécialisées dans le commerce international, il apparaît que, souvent, il est difficile pour les dirigeants de bien connaître la santé financière de leurs clients à l'étranger³⁹.

Compte tenu des informations disponibles, il semble que les exportateurs français assurés-crédit pour des clients étrangers soient très peu nombreux, par rapport aux 125 000 entreprises exportatrices totales (en termes d'encours, cette part doit être plus élevée, les entreprises assurées-crédit étant plus grandes). Pour des PME indépendantes, l'assurance-crédit reste, en effet, très peu utilisée et concentrée sur la fraction la plus internationalisée d'entre elles.

L'effet taille joue ainsi assez fortement, là aussi, sur ce type de produit, en lien également avec des considérations en termes de niveau de rentabilité de cette clientèle.

En particulier, selon des représentants du secteur, pour des exportateurs occasionnels, généralement de petite taille, mettre en place une assurance-crédit spécifiquement à l'exportation peut apparaître compliqué. Cela le sera moins si cette entreprise est déjà assurée-crédit pour des clients domestiques. Toutefois, différentes solutions d'assurance-crédit existent et sont adaptées à la taille de l'entreprise. Pour les exportations ponctuelles, il existe des solutions de couverture en assurance-crédit dite de « *single risk* » ou de « *single buyer* » adaptées en fonction de la nature de la transaction et de son terme (court ou moyen). Pour les PME qui ont déjà une expérience à l'international, des produits simplifiés dits « PME », offre une plus grande simplicité de souscription pour un coût plus modéré et surtout forfaitaire, à condition d'accepter une plus grande standardisation des process et des traitements (voir des exemples Partie III).

Les contrats d'assurance-crédit pour des acheteurs situés à l'étranger sont du même type que pour des acheteurs domestiques. En revanche, certaines dispositions, comme les taux de prime, pourront être différentes, en fonction du pays de l'acheteur. Les pays pour lesquels les exportateurs peuvent s'assurer-crédit ne couvrent pas l'ensemble du globe, certaines zones étant non couvertes (c'est aussi, notamment, pour cela que l'affacturage, à l'international, ne couvre pas tout le globe).

Les grands assureurs-crédit sont généralement connus des entreprises grâce à leurs actions en matière de prévention des risques en France et à l'international. L'assurance-crédit peut aussi être distribuée de manière indirecte : dans le cadre de contrats d'affacturage, en lien avec certains produits comme « l'Avance + Export » de Bpifrance (voir *infra*), dans le cadre de crédits documentaires etc. Par exemple, dans le cas d'un CREDOC confirmé, la banque notificatrice porte le risque, en particulier, politique, lié à la banque émettrice, c'est-à-dire la

³⁹ Notamment, quelle est la situation administrative du client, est-il *in bonis*, qui est habilité à signer un bon de commande ... ? La situation juridique précise et, notamment, l'existence d'une procédure collective, voire d'une liquidation, n'est pas toujours détectée et n'est pas simple à transposer en fonction des spécificités légales propres à chaque pays.

banque locale qui accompagne l'importateur. Dans ce cas-là, la banque notificatrice pourra rajouter une assurance-crédit pour se couvrir par rapport à la banque émettrice⁴⁰. Ce montage va plutôt concerner des entreprises d'une certaine taille avec des courants d'affaires significatifs ; il risque d'être, en effet, un peu trop onéreux pour une PME, l'intégration de l'assurance-crédit renchérissant le coût global du CREDOC.

D'une manière générale, il n'existe pas de canal de promotion privilégié pour faire connaître l'offre d'assurance-crédit, en particulier, en direction des PME.

Un effort de pédagogie est essentiel pour expliquer l'intérêt de l'assurance-crédit et ses modalités, de même que sa tarification, notamment, aux dirigeants de PME. A cet égard, un travail d'information et de pédagogie comme celui réalisé en 2017 par la Médiation du crédit aux entreprises avec « *L'assurance-crédit pour tous* » est particulièrement utile.

Il doit être noté que ces contrats d'assurance-crédit concernent essentiellement le court terme (moins de 2 ans). Pour des durées plus longues, l'assurance-crédit publique (voir *infra*, la partie concernant les « crédits exports ») peut prendre le relais de l'offre privée. Dans le cadre de la présentation du plan de mesures de soutien au financement des exportations par le Premier ministre le 23 février 2018, il a été annoncé que Bpifrance AE pourrait aussi se positionner sur de l'assurance-crédit court terme (moins de 2 ans), en particulier lorsqu'une défaillance de marché sera constatée, c'est-à-dire lorsque des assureurs-crédit privés ne seront pas prêts à intervenir. Si l'assurance-crédit publique peut bien intervenir (il faut que le pays soit éligible, donc en dehors de l'UE et des autres pays « riches » de l'OCDE), son intervention pourra se faire, en particulier, sous la forme d'une réassurance de l'assureur-crédit privé. Cela peut concerner, par exemple, certains pays africains. Cette possibilité-là n'existait pas auparavant, sauf de manière exceptionnelle (Cuba, Iran).

- A l'intersection des différents produits précédents, Bpifrance Financement propose un produit depuis quelques années : **Avance + Export**. Un assureur-crédit privé assure les factures concernées, qui peuvent donner lieu à des avances de trésorerie.

⇒ **La couverture de change**

Lorsque le client règle en devises et avec un certain délai, l'exportateur supporte un risque de change contre lequel il peut vouloir se couvrir (à moins qu'il ne mobilise une « avance sur devises », voir *supra*).

Cette couverture peut s'effectuer de manière directe, en utilisant un produit spécifique de couverture, ou bien de manière plus indirecte, en lien avec l'utilisation d'un autre produit, par exemple, l'affacturage, un CREDOC ... Dans le mode indirect, deux possibilités peuvent se

⁴⁰ En revanche, si le pays est trop risqué il est possible que l'assureur-crédit ne souhaite pas intervenir. Il est également possible de passer par Bpifrance, qui propose (à la banque de l'exportateur) de mettre en place une « *garantie de la confirmation des crédits documentaires* ».

présenter : la banque propose une offre packagée ou bien elle propose d'ajouter au produit vendu (le CREDOC, par exemple) un autre produit de couverture de change.

Tous les grands réseaux bancaires proposent des services de couverture de change. Cette couverture peut s'effectuer avec des taux de change fixes à terme ou bien avec des options, ces dernières étant de nature à permettre de bénéficier (ou non) de certaines évolutions des marchés des changes, dans des marges plus ou moins étroites (elles sont donc plus risquées).

On retrouve pour ce type de produit un effet taille. Les PME ont moins accès à ces services, les salles de marché des banques leur étant moins accessibles lorsque les montants concernés par la couverture sont insuffisamment élevés. Le risque qu'elles prennent est donc, volontairement⁴¹ ou involontairement, important. Par ailleurs, les marchés des changes et les stratégies à adopter sur ces marchés de même que les nuances entre les différents types de couverture sont relativement complexes. Le dirigeant peut s'en remettre totalement à son interlocuteur financier, mais, s'il souhaite être bien informé des spécificités de ces produits et développer une stratégie particulière, cela demandera un certain investissement et un accompagnement que les partenaires financiers seront peu, là aussi, enclins à conduire si les volumes sont limités. Le dirigeant lui-même ne sera pas forcément prêt à effectuer cet investissement personnel, en particulier, le dirigeant de petite PME.

Bpifrance AE propose aussi différents produits de couverture contre le change. Globalement ces produits ont connu récemment une baisse du nombre de souscriptions. En termes de nombre de garanties délivrées, l'année 2017 s'est située à 358 (contre 342 en 2016 et 425 en 2015). Certaines entreprises de taille relativement importante qui étaient par le passé des clients réguliers ne font plus appel à cette garantie (elles auraient potentiellement la possibilité de se couvrir par ailleurs). En revanche, il y a eu cette année, par rapport aux années précédentes, un nombre plus important dossiers de faibles montants.

Coface DGP / Bpifrance AE (en M€)	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Garantie de change (couvertures accordées)	1 650	1 732	1 494	1 360	844	673
Nombre de CLIENTS CHANGE	99	76	73	69	58	58
<i>dont PME</i>	<i>12</i>	<i>10</i>	<i>16</i>	<i>13</i>	<i>14</i>	<i>16</i>

De manière générale, ces produits restent peu connus des entreprises, en particulier, des PME, seule une soixantaine d'entreprises les utilisant, dont une dizaine seulement de PME. Aussi Bpifrance AE envisage-t-il de faire de la communication autour de ces produits. Lors de l'événement « Bercy Export » du 8 mars 2018, un atelier spécifique a porté sur des garanties de change proposées par Bpifrance. Parmi les mesures annoncées par le Premier Ministre le

⁴¹ Elles peuvent avoir accès à ces services, mais ne souhaitent pas les utiliser, car elles sont prêtes à prendre le risque ou parce qu'elles considèrent le service trop coûteux.

23 février 2018 figure l'élargissement de l'un des produits de couverture de change proposés par Bpifrance à 11 nouvelles devises.

2.2 Moyen et long termes

⇒ **Les préfinancements, le financement des cautions**

○ **Préfinancements**

Pour des opérations d'un montant significatif avec un contrat commercial dont l'exécution peut s'étaler sur la durée, avec éventuellement des étapes précises, l'exportateur peut avoir besoin de préfinancements, d'un montant élevé, qui peuvent être prévus, de manière adaptée, pour ce type de contrat.

En particulier, les établissements de crédit peuvent octroyer des préfinancements aux entreprises en s'appuyant sur la garantie publique, proposée par Bpifrance Assurance Export (Bpifrance AE), spécifique en matière de préfinancements.

Coface DGP / Bpifrance AE	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Garantie des préfinancements de l'exportateur, en M€ (enveloppes agréées)	126	118	164	116	137	161
<i>Dont PME et ETI (en M€)</i>	-	117	138	96	136	109
<i>Dont PME et ETI (en nombre de garanties)</i>	-	230	178	177	211	245

Cette garantie couvre la banque à hauteur de 80% (pour les entreprises dont le CA est inférieur ou égal à 150 M€ et 50% sinon), contre le risque de non-remboursement du crédit de préfinancement. 250 garanties pour des préfinancements ont été agréées en 2017, contre 212 en 2016 (+18%). Ces garanties profitent surtout à des ETI et des PME : ces entreprises bénéficient d'environ 200 garanties chaque année pour des montants annuels oscillant autour de 110 M€ de manière consolidée (montant moyen garanti par ETI/PME : environ 580 k€).

○ **Les cautions**

Dans le cadre de contrats à l'export, l'exportateur peut être amené, à différentes étapes, à mettre en place des cautions également appelées « garanties de marché » dans certains cas (cf. encadré ci-dessous).

Des cautions demandées à l'exportateur dans le cadre de contrats à l'exportation⁴²

Toujours exigée par un maître d'ouvrage étranger dans le cadre d'un grand projet, la caution de soumission permet de répondre à un marché public ou privé, en garantissant au bénéficiaire le versement d'une compensation, si en tant qu'adjudicataire, l'entreprise ne peut finalement exécuter le marché. Pour les marchés publics étrangers, cette caution peut aller jusqu'à 3 % du marché.

La caution de restitution d'acompte est demandée lorsqu'un acompte couvrant les premières dépenses est versé par le donneur d'ordre au démarrage du chantier. Cette garantie permet à l'acheteur de récupérer les acomptes qu'il a payés (en général, de 5 à 15 % du montant du contrat), si les marchandises ne lui ont pas été livrées ou si le service n'a pas été exécuté dans le délai fixé.

La caution de bonne fin garantit au bénéficiaire la bonne exécution du contrat ou le versement d'un pourcentage du prix du marché, si ce n'est pas le cas. Cette garantie, d'un montant généralement compris entre 10 et 20 % du contrat, peut être demandée dès le départ, en transformation de la garantie de soumission ou exigée lors de la signature du contrat.

Systematiquement demandée pour des usines clés en main, la caution de retenue de garantie permet d'être intégralement payé des travaux réalisés, sans aucune retenue de garantie couvrant les éventuelles réserves, défaillances ou malfaçons.

En additionnant toutes ces cautions, le besoin total peut représenter jusqu'à 30% d'un marché, ce qui peut créer une énorme contrainte financière pour certaines entreprises.

Les banques proposent souvent d'émettre ces cautions. Elles peuvent cependant être réticentes à le faire, compte tenu des montants en jeu et des risques présentés par l'exportateur et/ou le marché. Bpifrance AE leur offre une garantie des cautions, qui les couvre, à hauteur maximum de 80%, en cas d'appel de la caution, contre le risque de non-remboursement des sommes dues par l'entreprise exportatrice, par exemple, en cas de défaillance de l'exportateur ou d'insolvabilité judiciaire. Certains assureurs privés ont aussi la capacité d'émettre ces engagements.

Plus de 500 M€ de garanties des cautions sont distribuées annuellement par Bpifrance. En 2017, 309 garanties ont été accordées, après 280 en 2016 (+10%).

Comme pour les garanties sur les préfinancements, les ETI et les PME bénéficient principalement de ce dispositif. Ces entreprises bénéficient d'environ 500 M€ de garanties chaque année et elles sont un peu moins de 300 à en bénéficier (montant moyen garanti par ETI/PME : environ 1,8 M€).

⁴² Voir, notamment, <http://www.optionfinance.fr/services/lettres-professionnelles/la-lettre-du-risque-clients-avec-euler-hermes/les-cautions-de-marche-sesame-pour-lexport/les-cautions-contractuelles-essentielles-pour-soumissionner-des-marches-a-letranger.html>

Coface DGP / Bpifrance AE	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Garantie des cautions de l'exportateur, en M€ (enveloppes agréées)	651	450	778	662	415	575
<i>Dont PME et ETI (en M€)</i>	-	400	616	521	404	546
<i>Dont PME et ETI (en nombre de garanties)</i>	-	236	286	281	272	296

⇒ **Les crédits exports pour les opérations les plus significatives**

Pour des contrats d'un montant significatif, portant généralement sur des biens d'équipement industriels, dont l'exécution et les délais de paiement excèdent 2 ans, des produits de financement très spécifiques sont proposés aux entreprises. Ces produits peuvent être risqués : les montants sont potentiellement très élevés et les aléas sont importants, en particulier, pour du grand export, avec des pays émergents ou en développement qui, d'un point de vue financier, peuvent être considérés comme risqués. Dans ces contrats, les clients sont des entreprises mais aussi des Etats ou des organismes publics ou para-publics. Les financeurs sont par conséquent demandeurs de couvertures pour pouvoir s'impliquer aux côtés des exportateurs français (en particulier, garanties publiques).

Il s'agit, par exemple, de financer un acheteur. La banque peut financer directement l'acheteur, *a priori* en *pool* avec d'autres banques, et elle peut solliciter une garantie publique proposée par Bpifrance AE. Le crédit fournisseur, pour des contrats moins élevés, est un crédit octroyé par le vendeur à son client étranger, crédit qui est immédiatement racheté par la banque de l'exportateur, avec là aussi une couverture de Bpifrance AE possible. Dans le cadre des garanties publiques apportées aux banques pour leurs crédits acheteurs/fournisseurs, les crédits couverts peuvent être pratiqués avec un taux de marché ou un taux administré, fixe, régi par des règles internationales visant à éviter des concurrences déloyales⁴³ et permettant d'offrir aux acheteurs des conditions de taux stables et performantes. Il s'agit du mécanisme de stabilisation des taux, qui permet de proposer ces taux administrés. Depuis sa dernière réforme en 2016, il est réservé à certaines opérations (concurrence avérée, financement à taux variable non praticable pour l'acheteur). Ce dispositif, géré par NATIXIS, expose l'Etat à un risque de taux et donc à un coût potentiel latent important. Son coût est globalement proche de 0 pour l'Etat sur la période récente (l'outil a d'ailleurs été conçu pour que l'équilibre soit globalement atteint sur le long terme).

⁴³ L'« Arrangement » sur les crédits à l'exportation bénéficiant d'un soutien public, régi par l'OCDE, prévoit que des taux d'intérêt minimums doivent être appliqués à tout type de soutien financier public. Ces taux minimums sont les taux d'intérêt minimums de référence (TICR, *taux d'intérêt commercial de référence*), qui ont été établis pour les devises des « Participants » à l'Arrangement, et qui sont mis à jour chaque mois.

Les risques qui pèsent sur une exportation de ce type se manifestent à tous les stades de l'opération et peuvent, soit résulter d'incidents pendant l'exécution du contrat, soit être liés au remboursement de la créance. En dehors des crédits acheteurs/fournisseurs et des garanties qui leur sont directement associées via les banques de l'exportateur, l'exportateur de même que les banquiers peuvent aussi rechercher directement une assurance-crédit pour se couvrir contre différents risques : les assureurs privés mais aussi Bpifrance peuvent leur proposer des assurances-crédit. L'Etat peut ainsi garantir via Bpifrance AE les risques en période d'exécution du contrat commercial (risque d'interruption du contrat d'exportation et/ou de non-paiement) et/ou le risque de non remboursement du crédit. L'assuré peut choisir de faire garantir les faits générateurs de sinistre politique seuls, les faits générateurs de sinistre commercial seuls ou les deux types de faits générateurs de sinistres associés⁴⁴.

Au-delà de son intervention en garantie/assurance-crédit, Bpifrance peut lui-même financer directement l'acheteur dans le cadre d'un crédit acheteur ou effectuer des crédits fournisseurs (voir *infra*).

- **Garanties/assurances-crédit de Bpifrance AE**

En matière d'assurance-crédit, au cours des 6 dernières années, le montant garanti annuel moyen (toutes opérations confondues) pour des contrats conclus était de 12 Mds€, mais avec une volatilité forte. 2017 a été une année haute, avec 18 Mds€. Les montants acceptés en garantie en 2017 (et non correspondant à des contrats conclus, comme indiqué dans le tableau) ont atteint près de 19 Mds€, soit +13% par rapport à 2016 et ce, pour 199 contrats de garanties acceptés, contre 151 en 2016. Il convient également de noter que les contrats conclus sont de deux natures : les contrats financés avec des crédits acheteurs ou fournisseurs (chiffres en italique dans le tableau ci-dessous) et les contrats au comptant où l'exportateur se fait couvrir du risque d'interruption de marché.

L'accent mis sur les ETI/PME a été notable en 2017 : les montants garantis acceptés ont atteint 2,2 Mds€, contre 857 M€ en 2016 et ce, pour 106 contrats de garantie, contre 85 en 2016. Si on ramène ces données en termes de contrats conclus (tableau), la moyenne annuelle pour les ETI/PME était de l'ordre de 400 M€ de garanties en 2013-2014-2015, était descendue à 200 M€ en 2016 pour se redresser fortement en 2017 à 700 M€. En termes de bénéficiaires, le nombre global de garanties octroyées pour des contrats conclus et au bénéfice d'ETI/PME demeure de l'ordre de la cinquantaine chaque année depuis 5 ans (et il doit essentiellement s'agir d'ETI plutôt que de PME).

⁴⁴ Selon l'option retenue, les garanties de l'Etat couvrent donc les risques d'interruption du contrat et/ou de non paiement des créances détenues sur des débiteurs étrangers de faits générateurs de sinistre politique et/ou commercial.

Coface DGP / Bpifrance AE	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Garanties/Assurance-crédit (contrats garantis <i>conclus</i> , en Mds€)	10,1	7,2	11,2	19,4	5,3	17,8
Dont contrats pour des crédits acheteurs/fournisseurs	7,9	6,4	8,1	12,4	3,4	7,6
Dont PME et ETI (en Mds€)	-	0,4	0,4	0,4	0,2	0,7
Dont PME et ETI (en nombre de garanties)	-	45	55	47	51	57

Quelques secteurs seulement captent l'essentiel des enveloppes annuelles de garanties publiques : les secteurs militaire (38%), aéronautique (19%) et naval (19%). Le quart restant concerne le nucléaire, le spatial, les matériels de transport terrestre et quelques autres biens d'équipement. Ces « grands contrats », qui expliquent l'essentiel des montants en jeu, sont volatils, ce qui peut expliquer le caractère relativement erratique des montants garantis d'une année à l'autre.

- **La SFIL**

Pour les très grosses opérations, la création récente d'un véhicule de refinancement avec la SFIL, dont le cœur de métier était le financement des collectivités locales, a constitué également une avancée importante. La SFIL peut refinancer des très grosses opérations de financement de manière à faciliter la mise en place par les banques et les exportateurs de ces opérations. Il s'agit d'un outil relativement complémentaire à l'action de Bpifrance AE, notamment, pour des très gros contrats. Ce dispositif avait pu exister dans une forme différente il y a plus de 20 ans (BFCE⁴⁵), puis il n'a plus existé entre 2008 et 2015. Le rapport de l'Inspection générale des finances de 2013, qui avait plaidé également, par ailleurs, pour le transfert des garanties publiques de la COFACE vers Bpifrance, avait promu la création d'une entité spécialisée dans le refinancement pour les grands contrats⁴⁶ et identifié comme outil pertinent la SFIL, qui a ainsi élargi ses activités à l'international en 2015.

En 2017, dans le cadre de la mise en place du financement de plusieurs navires de croisière à hauteur de près de 4 Mds€, un refinancement a été assuré par la SFIL pour près de 60% du volume total. En tout, sur 2016 et 2017, 6 opérations ont été soutenues par la SFIL, à hauteur de 3,3 Mds€, pour un besoin de financement total de 6 Mds€, le solde étant apporté par les banques commerciales.

⁴⁵ Banque française du commerce extérieur.

⁴⁶ « Dispositif de financement à l'exportation » (décembre 2013), rapport de l'IGF (Pierre Hanotiaux, David Krieff, Guillaume Vanderheyden).

- **Les crédits exports directement délivrés par Bpifrance**

Dans le cas des crédits acheteurs octroyés directement par Bpifrance Financement, la quotité financée est de 85% de la part exportée au vu du contrat. Bpifrance intervient en euros uniquement, pour des crédits acheteurs allant de 5 à 25 M€ en prêteur seul ou jusqu'à 75 M€ pour des co-financements. Ses interventions dans le cadre de crédits fournisseurs portent sur des crédits allant de 1 à 25 M€. Ces financements, de moyen / long terme (durées de 3 à 10 ans) sont eux-mêmes couverts par l'assurance de Bpifrance AE (à 95%).

En termes de crédits-export, notamment, sous forme de crédits acheteurs, Bpifrance vise à faire baisser le « ticket moyen » pour qu'une entreprise puisse avoir accès à cet outil. Au niveau mondial, ce type d'outil est utilisé en moyenne pour des contrats de 320 M\$. De ce point de vue, en France, des opérations plus modestes peuvent en bénéficier, mais les tickets des banques privées resteront majoritairement supérieurs à 50 M€. Le montage de ces dossiers est, en effet, lourd et entraîne beaucoup de frais, avec une charge minimum incompressible, que le dossier soit de 200 M€ ou de 10 M€. En cas de difficultés, en particulier, en cas de litiges, les processus administratifs et juridiques sont lourds et coûteux, en termes de mobilisation des équipes et de frais divers.

Ces outils n'ont pas été conçus pour les PME. C'est pourquoi Bpifrance a développé son offre à destination des PME. Des objectifs ont été fixés pour couvrir environ 40 opérations par an pour un montant cumulé de 500 M€, contre 16 à 18 opérations actuellement.

⇒ **Les produits liés au financement de l'implantation de filiales**

En matière de financement de l'implantation, trois types de dispositifs d'appui existent, en complément de l'offre existante et spécifique venant des banques privées.

- Comme cela a déjà été indiqué, le prêt croissance international (PCI) de Bpifrance Financement peut financer les dépenses immatérielles et liées à la croissance du BFR générées par le projet d'implantation. Quelques dépenses matérielles, à faible valeur de gage, peuvent également être financées.

En termes de garanties :

- Bpifrance propose une garantie des projets à l'international, qui couvre le risque économique lié à la création ou le rachat d'une filiale à l'étranger (hors UE). La garantie porte sur les apports en fonds propres ou quasi-fonds propres faits à cette filiale⁴⁷. Cette garantie peut être mise en jeu en cas de risque économique, mais pas en cas de risque politique. La garantie couvre 50 % de la perte constatée, jusqu'à 1,5 M€. Elle est accessible pour des entreprises datant d'au moins 3 ans et réalisant

⁴⁷ Sous la forme : d'achats ou souscriptions d'actions ou de titres convertibles en action, d'avances d'actionnaires bloquées pour plus de 3 ans, de prêts participatifs.

un CA de moins de 460 M€. Elle est délivrée pour une période de 3 à 7 ans à la maison mère française qui crée la filiale ou rachète une position majoritaire. Le cas échéant, l'indemnité est versée à la maison mère française. La garantie ne couvre pas les opérations de délocalisation.

- Bpifrance AE propose aussi une couverture du risque politique de certains investissements

Coface DGP /Bpifrance AE	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Garantie des projets à l'international (promesses, en M€)	141	75	4	0	59	159

Cette garantie est utilisée dans des volumes assez irréguliers d'une année sur l'autre. L'année 2017 a été assez forte, avec 159 M€ garantis, en termes de promesses. Les montants restent globalement limités (73 M€ en moyenne annuelle sur les 6 dernières années), le produit demeurant peu utilisé.

La possibilité de couvrir en assurance-crédit des contrats signés par les filiales étrangères d'entreprises françaises a été annoncée dans le cadre de la présentation du plan de mesures de soutien au financement des exportations par le Premier ministre le 23 février 2018. Le dispositif va être simplifié, l'objectif étant d'accroître son utilisation par les entreprises. Le nouveau dispositif va également permettre de soutenir les exportateurs français y compris lorsqu'une implantation locale est rendue obligatoire par la législation du pays importateur afin de pouvoir remporter un contrat.

3. De nombreux acteurs avec des organisations spécifiques

Chacun des grands réseaux bancaires dispose d'une organisation qui lui est propre pour gérer les financements liés aux exportations. Il n'existe pas deux organisations semblables, les périmètres des activités couvertes au sein des organigrammes se recoupant mal. Les termes eux-mêmes n'ont pas de définition standardisée. Par exemple, les activités de « *trade finance* » ou d'« *export finance* » ne regroupent pas les mêmes métiers au sein des différents groupes. Pour autant, il est possible de distinguer plusieurs familles de métiers qui sont généralement distinguées au sein des banques :

- Globalement, la banque de financement des investissements (BFI) au sein du groupe bancaire, qui suit les grands clients, traitera des crédits à l'export, qui sont liés à des contrats d'exportation d'une certaine taille, s'étalant dans le temps, avec éventuellement des montages complexes. Les crédits acheteurs et fournisseurs sont traités dans ces départements. Il s'agit ici de ce que l'on entend généralement par l'« *export finance* ».
- De l'autre côté, la banque de détail va traiter le financement des exportations qui font appel à des outils communément utilisés, pour des opérations d'exportation de

montants sensiblement plus modestes que dans le cas de la BFI : crédits documentaires (et tous les produits de la même famille), garanties internationales etc. Il s'agit ici de ce que l'on entend généralement par le « *trade finance* ». L'AP est aussi vendue dans certains réseaux.

- Les émissions de cautions, les préfinancements peuvent être traités dans l'un ou l'autre de ces départements.
- D'autres services, en dehors de ces départements, vont traiter des produits spécifiques. Par exemple, les services de change et salles de marché des banques vont être dans une entité différente ; l'affacturage est généralement logé dans une filiale du groupe bancaire.

Des organisations différentes permettent aussi de contourner cette séparation entre BFI et banque de réseau. A titre illustratif, à la Société Générale, le financement des exportations est traité par une *business unit* spécifique qui a vocation à s'adresser à la fois au réseau et aux grands clients.

- Par ailleurs tous les grands réseaux bancaires sont représentés à l'étranger, dans le cadre de structures aux statuts divers et selon un maillage international variable d'un établissement à l'autre. Ces structures sont également au service des exportateurs français.

Bpifrance présente une organisation bicéphale pour traiter les financements à l'exportation :

- D'un côté, Bpifrance Assurance Export a repris au 1^{er} janvier 2017 les garanties publiques distribuées pour le compte de l'Etat et auparavant prises en charge par la Coface. Bpifrance Assurance Export est donc devenue la nouvelle agence française de crédit export. Les outils d'assurance-crédit, notamment adossés à des crédits acheteurs et fournisseurs se retrouvent dans cette partie de Bpifrance, de même que l'assurance-prospection, la garantie pour les préfinancements et les cautions, l'assurance change et l'assurance investissement (implantation de filiales à l'étranger).
- D'un autre côté, Bpifrance Financement développe ses outils de financement à l'exportation dans le cadre des activités de sa direction des financements export : prêts croissance internationale (PCI), crédits exports (crédits acheteurs et fournisseurs), mais aussi accompagnement, avec Business France, de l'implantation et du développement de filiales à l'étranger et fonds d'investissement *cross border*.

D'autres financeurs interviennent directement dans le financement des exportations, en particulier, les assureurs-crédit, des fintech mais également des administrations (la direction générale du trésor au Ministère de l'économie et des finances), des organisations publiques (comme Business France, l'Agence française de développement [AFD] etc.) ou des

collectivités locales (les Régions, qui concentrent désormais, depuis la loi NOTRe⁴⁸, la plupart des compétences en matière de politique économique et de soutien aux entreprises).

Les Régions ont gagné en compétences en matière de soutien à l'internationalisation des entreprises mais il convient de noter qu'il existe autant de politiques régionales de soutien aux exportateurs que de régions françaises, même si on retrouve des similitudes dans les familles de produits proposés. Certaines régions ont des aides spécifiques à l'international et d'autres n'en ont pas mais proposent des aides plus globales dont un des volets va porter sur l'international ; les montants en jeu peuvent aussi être très différents d'une région à l'autre.

Cette liste n'est pas exhaustive et bien d'autres organismes peuvent intervenir en lien avec le financement des exportations, soit au total un paysage global des structures d'appui financier relativement complexe.

* * *

Quels que soient les organisations ou les produits concernés (lorsque ceux-ci ont un caractère général et ne sont pas spécifiquement dédiés à une catégorie d'entreprises), les PME semblent souvent connaître des difficultés pour accéder aux produits proposés. L'obstacle est encore plus grand lorsque ces PME sont indépendantes, petites, exportatrices occasionnelles, primo-exportatrices ou combinent ces différentes caractéristiques. En revanche, les PME exportatrices de manière régulière et significative par rapport à leur chiffre d'affaires sont davantage utilisatrices et familières de certains produits liés au financement des exportations (notamment, l'AP et les CREDOC), mais il s'agit d'une petite minorité des PME exportatrices. Ce diagnostic ressort de la lecture des différentes données statistiques agrégées ainsi que des nombreux témoignages de chefs d'entreprise recueillis dans le cadre des travaux de l'Observatoire.

De nombreuses raisons peuvent être à l'origine de cette situation, certaines d'entre elles étant spécifiques à certaines catégories d'entreprises ou à certains produits, mais, d'un point de vue général, les raisons de cette difficulté sont à rechercher :

- ✓ du côté des financeurs : fondamentalement, les produits n'ont pas été conçus pour les PME, qui n'ont donc pas, jusqu'à présent, été des clientèles-cibles ;
- ✓ du côté des entreprises elles-mêmes, du fait de la méconnaissance des outils de financement existants, éventuellement, par manque d'intérêt et du manque d'attrait de ces produits, ceux-ci étant considérés (à tort ou à raison) par ces dirigeants de PME comme compliqués, chronophages et trop chers au vu des marges espérées.

Cette situation peut difficilement être considérée comme satisfaisante et une meilleure interaction entre l'écosystème des financeurs et les PME concernées (celles qui exportent

⁴⁸ Loi NOTRe (Nouvelle Organisation Territoriale de la République) du 7 août 2015.

déjà / qui essaient d'exporter / qui n'exportent pas mais pourraient exporter) doit être recherchée. Il en va :

- ✓ de l'accroissement du CA réalisé à l'exportation des PME déjà exportatrices,
- ✓ de la pérennisation des exportations de celles qui essaient (et arrivent parfois ou ont abandonné après une opération « *one shot* ») d'exporter, en apportant à ces entreprises de la stabilité, ou encore
- ✓ de la mise à l'étrier de PME/TPE non exportatrices mais qui disposent d'un potentiel bien identifié par les différents partenaires.

Ce mouvement permettrait de faire grossir le CA à l'export des PME exportatrices et d'accroître leur nombre. D'importants progrès ont été réalisés au cours des dernières années de la part des financeurs privés comme du côté des dispositifs d'appui publics et les dernières réformes sont allées dans ce sens. Des initiatives émanant des représentants des entreprises ont également permis des évolutions intéressantes. Les pistes qui vont suivre visent, notamment, à encourager ces mouvements et à les accélérer ainsi qu'à mettre en avant d'autres pistes.

Concernant les financements s'adressant aux grands comptes, la problématique est différente. La panoplie des instruments est assez complète et peut sans doute être encore améliorée. Toutefois, ces entreprises connaissent parfaitement l'écosystème du financement qui s'adresse à elles et savent bien le mobiliser. L'enjeu pour le financement de ces entreprises, notamment, pour les pouvoirs publics, est d'offrir un cadre qui soit au moins au même niveau que celui de la concurrence internationale. Des points plus précis de vigilance et d'amélioration vont être signalés à ce sujet.

Témoignage de l'entreprise CMF

Le groupe CMF, dirigé par M. Renaud JOSSE, est spécialisé dans la production de serres horticoles, maraîchères, de recherche et de bâtiments. Basé en Loire-Atlantique, le groupe comprend un peu moins de 250 personnes et répond au statut de PME européenne. Son CA annuel est de l'ordre de 30/35 M€. L'activité est divisée en deux grandes parties :

- Pour un tiers : construction de bâtiments vitrés bio-climatiques. Cette activité est uniquement déployée en France.
- Pour deux tiers : construction de serres, de tout type. Les tarifs peuvent aller de 10 €/m² pour des serres de base plastique jusqu'à 3 500 €/m² pour des serres verres « de recherche ». Cette activité est française et internationale.

De 20% à 30% du CA total annuel provient des exportations, la stabilisation à un minimum de 30% étant un objectif pour la société.



Les principaux clients sont : des horticulteurs, des maraîchers, des porteurs de gros projets privés ou publics, en général, des investisseurs et des grands centres de recherche (comme l'INRA). L'activité à l'export est surtout dirigée vers les serres plastiques et de recherche. Entre les deux tropiques du globe, la serre plastique est généralisée ; sinon, il peut aussi y avoir de la serre verre. En termes de destination des exportations et d'implantations à l'étranger, le groupe dispose d'une filiale de commercialisation au Mexique, d'une *joint venture* en Malaisie. Il commerce avec l'ensemble des parties du monde, à l'exception de l'Afrique hors Maghreb et des Etats-Unis. Le groupe est bien reconnu, notamment, pour la largeur de sa gamme. Ses concurrents sont des *pure players*. Peu d'acteurs sont capables de construire des serres à grande échelle, sur 10 ha, en particulier (2-3 acteurs en France de même qu'en Espagne, 1 au Canada et 1 en Israël).

⇒ La prospection

- En matière de prospection, l'entreprise conduit certaines actions. Toutefois, en règle générale, compte tenu du nombre réduit d'acteurs, les clients sont directement et spontanément orientés vers le groupe CMF. L'équipe export est composée de 5 commerciaux spécialisés qui assurent la prospection mondiale ainsi que de quelques expatriés qui travaillent également pour le groupe, notamment, des VIE. Ces efforts de prospection sont essentiellement autofinancés.
- Il existe une subvention régionale, « Prim'Export »⁴⁹, c'est-à-dire un soutien à la commercialisation via les exportations, dont bénéficie l'entreprise.
- Le groupe n'a plus trop recours à l'assurance-prospection (AP). Il est, en effet, trop internationalisé pour y prétendre. Pourtant, il y a dans ce métier, compte tenu de son fonctionnement, avec des aléas importants, notamment, politiques, une nécessité de diversification, pour réduire le risque de disparition de certains marchés. Le dirigeant comprend les raisons qui pourraient justifier le non-bénéfice de l'AP pour son groupe mais considère qu'une période de transition pourrait être prévue pour lisser le « choc »

⁴⁹ <http://www.paysdelaloire.fr/politiques-regionales/international/actu-detaillee/nb/193/browse/1/n/primexport/>

que représente l'arrêt soudain du bénéfice de l'AP. Une analyse globale de la situation du groupe devrait être privilégiée.

- Un point important concernant la prospection porte sur les VIE. La Région Pays de la Loire soutient fortement le recrutement des VIE par les entreprises. La première année, le salaire du VIE est pris en charge et le coût résiduel pour l'entreprise se limite à 20 k€. La deuxième année, ce coût est doublé. Globalement, les incitations sont donc très fortes pour recruter des VIE.

⇒ Financement

- Le dirigeant a examiné la possibilité de mettre en place des crédits acheteurs. Il s'agit toutefois d'un mécanisme complexe. Cet outil ne peut être mis en place qu'à partir de 2 M€. Pour le groupe, cela ne pourrait donc concerner que des très gros projets et pour lesquels le groupe est sollicité de manière large (installation des fondations des serres, électrification etc.), ce qui peut parfois être artificiel, l'objectif étant d'atteindre la taille critique pour pouvoir bénéficier du crédit acheteur. Il est parfois possible de mettre en place ce type de financement mais de manière exceptionnelle et cela reste très compliqué.
- Pour des contrats inférieurs, entre 500 k€ et 2 M€, le groupe peut faire appel à des crédits fournisseurs, garantis par Bpifrance. Toutefois, ces crédits passent dans le bilan de l'entreprise, dans la mesure où celle-ci porte la dette. Il s'agit d'un escompte sans retour 100% garanti, mais certaines banques déclarent à la Banque de France (alors que les règlements se font directement du client au banquier sans intervention du fournisseur), d'autres non. Ce n'est pas clair. Cette dette apparaît alors dans les ratios d'endettement, ce qui est pénalisant.

Pour le dirigeant, le crédit acheteur est plus intéressant que le crédit fournisseur et l'effort devrait porter sur l'amélioration du crédit acheteur (accessibilité, simplification, souplesse) plutôt que sur le crédit fournisseur. Globalement, sur les dispositifs d'appui aux exportations, le dirigeant considère que le système fonctionne à peu près, en ce sens, en particulier, qu'il ne paraît pas léser les exportateurs français comparativement à leurs concurrents étrangers, en tout cas pour ce qui est du groupe CMF. Il manque, en revanche, de la fluidité dans le déroulement des procédures. Il faut aussi que les banques jouent leur rôle, les discussions tripartites (société, banques, Bpifrance) pouvant être compliquées, en particulier, si des questions, voire des litiges, apparaissent. Pour M. Josse, les banques commerciales n'accompagneront pas le groupe si elles ne sont pas en mesure de s'appuyer sur les outils mis en place par Bpifrance. Le groupe n'a jamais pu financer un crédit export sans l'appui de Bpifrance.

⇒ Le court terme, les couvertures

- Les délais de paiement sont systématiques et parfois trop longs (6 mois – 1 an) pour pouvoir être acceptés. Jusqu'à 3 mois des solutions sont possibles. En moyenne, il faut compter un mois de production et, pour le grand export, un mois de transport. Le groupe CMF n'a pas recours à l'affacturage, compte tenu des spécificités de l'activité, qui ne le rendrait pas trop possible, selon le dirigeant. De même, le groupe ne passe pas par un assureur-crédit. En

revanche, il utilise des CREDOC et des Stand-By LC. Soit il peut se faire payer avant l'envoi de la marchandise, soit il mobilise des CREDOC, en particulier, avec des partenaires connus. Les banques des clients n'ont cependant pas forcément l'habitude d'en ouvrir. Cet outil peut aussi vite devenir très complexe dans des cas de systèmes de situations (scénarios se déroulant selon différents cheminements) ou lorsqu'il existe un mix de marchandises et de services.

- Pour une commande, le groupe a besoin de financer pour 2 à 6 mois de BFR (3 mois en moyenne). Les préfinancements exports proposés par Bpifrance sont parfois utilisés, mais ils ne sont envisageables que lorsque le projet est parfaitement monté. Sinon, le financement du BFR peut-être assez compliqué pour l'entreprise.
- Face au risque politique, le groupe ne prend pas d'assurance particulière, cette offre étant jugée, en particulier, très coûteuse. Ce risque est donc assumé par l'entreprise qui, si cela est possible et pertinent, peut demander un acompte au client. Il s'agit alors de limiter l'impact négatif d'une interruption possible de contrat en cours de production, par exemple.
- Le groupe est couvert contre le risque de change. Idéalement, il se fait payer en euros mais, si cela n'est pas possible, toutes les transactions en devises sont couvertes, en change fixe à terme (pas de spéculation). Les différentes banques du groupe sont mises en concurrence pour identifier la solution la moins onéreuse.

Partie III – Les voies d’amélioration

1. Renforcer la concertation relative aux évolutions des modalités techniques des financements à l’export

D’une manière générale, la nécessité de consulter de façon plus approfondie les différentes parties avant toute réforme ou évolution des outils est souvent revenue lors des discussions.

La qualité de la concertation amont est d’autant plus importante que le périmètre des financements associés aux exportations est par construction complexe à définir – nonobstant le fait que des financements de crédit d’équipement ou de crédit fournisseur peuvent indirectement renforcer les capacités des entreprises à supporter les besoins de fonds de roulement accrus que peut générer l’activité à l’exportation. Il doit s’entendre de manière large et ne correspond pas uniquement à des lignes de crédit classiques, d’autres produits financiers pouvant être utilisés (garanties, affacturage, crédit-bail ...). Les instruments de couverture doivent, en particulier, être intégrés dans la panoplie des instruments concourant au financement des exportations. Les crédits accordés peuvent l’être aux clients (court terme : CREDOC ou moyen / long terme : crédit acheteur). Il n’existe pas de réglementation particulière en termes de *reporting* et les *reportings* exigés dans le cadre de l’Eurosystème sont très limités sur ce volet. Enfin, au sein d’un groupe, une filiale ou la holding peuvent s’endetter et utiliser, notamment, ce *cash* pour financer une société sœur ou fille dans le cadre de ses activités à l’exportation ; il s’agit d’un financement indirect, difficile à retracer.

2. Un système satisfaisant au niveau des grands comptes mais qui peut être encore amélioré

Concernant les produits de financement qui s’adressent aux grands comptes, des voies d’amélioration existent, mais les outils paraissent bien utilisés et l’offre est large et diversifiée. Des propositions sont faites par certaines organisations, comme le MEDEF, la FBF et les Conseillers du Commerce extérieur (CCE) pour améliorer encore le dispositif. Globalement et selon les représentants de ces organisations, les réformes des années récentes sont allées dans la bonne direction, en particulier, le transfert des garanties publiques à Bpifrance, de nature à améliorer la lisibilité de l’offre française. Des pistes d’amélioration ont cependant été avancées au cours des travaux de l’OFE :

- ✓ la *lisibilité du soutien public* pourrait encore être améliorée, que ce soit en région, en France ou à l’étranger. La réforme des dispositifs d’appui aux exportations annoncée le 23 février 2018 par le Premier ministre devrait favoriser cette lisibilité, au bénéfice premier des entreprises concernées. En termes de transparence, il est dommage que le site internet de Bpifrance ne soit pas davantage étoffé dans sa version anglaise : ce point est essentiel dans le cadre de la présentation de l’offre française de financement aux acheteurs étrangers.

- ✓ Les *délais de réponse aux demandes d'assurance-crédit* pourraient être plus rapides.
- ✓ L'accroissement de *l'autonomie de Bpifrance* pour émettre des lettres d'intérêt est également demandé.
- ✓ La réforme de la « *part française* » (en termes d'exportations), qui est l'un des critères à prendre en compte pour les décisions d'octroi de l'accès à certains dispositifs de soutien financier public, est allée dans le bon sens. Le souhait est d'aller vers des formules souples, de nature à permettre d'affronter la concurrence internationale et en allant autant que possible vers la notion d'« intérêt » français plutôt que de « part » française, notion utilisée dans certains pays.
- ✓ Le dispositif de *stabilisation des taux* (utilisable dans le cadre de crédits exports, voir *supra*) devrait être moins opaque. Sa réforme en 2016 s'est accompagnée de conditions d'activation non explicites qui compliquent la rédaction des offres de financement ; elle rend aléatoire l'accès à ce dispositif et les taux offerts sont difficilement prévisibles, sans que les acteurs concernés ne comprennent bien pourquoi la décision a été positive dans certaines cas et négative dans d'autres. Une clarification est demandée.
- ✓ Rendre plus rapides et plus souples les décisions d'alignement *avec les conditions offertes par les agences de crédit export étrangères* quand les entreprises françaises sont en concurrence avec des entreprises étrangères est également une demande formulée par les entrepreneurs.
- ✓ L'amélioration des *retombées de l'APD française* pour les entreprises françaises et, en particulier, les exportateurs (point traité au 4).

Concernant les pays sous sanctions ou embargos, les banques françaises s'attachent à respecter scrupuleusement les réglementations internationales. Ceci peut contraindre la richesse de l'accompagnement que peuvent apporter les banques dans certaines zones géographiques. Concernant l'Iran, des réflexions, notamment, conduites avec Bpifrance, sont en cours pour mettre en place un véhicule juridique et financier permettant de faciliter des flux de financement. Des décisions devraient être prises d'ici la fin du premier semestre de 2018.

Le Premier ministre a également annoncé le 23 février 2018 la création d'un instrument, nouveau, de couverture des projets stratégiques à l'international « *afin de couvrir les projets les plus audacieux et stratégiques de nos entreprises* ». Cette garantie pourra soutenir des financements de « *projets de première importance pour l'économie française, y compris en l'absence de contrat export* ». Les crédits ainsi couverts pourraient, par ailleurs, et sous réserve d'une autorisation au niveau européen, bénéficier d'un refinancement par le dispositif de refinancement public proposé par SFIL.

Certains points qui ont été soulevés dans le cadre des travaux de l'Observatoire s'appliquent aux questions touchant les grandes entreprises comme aux ETI et PME, par exemple, la nécessité de mettre en place avec Bpifrance un organe de consultation opérationnel (en

complément des rencontres clients organisées annuellement par Bpifrance AE) associant les différents partenaires du financement, de manière à mieux les associer aux évolutions envisagées de l'offre publique et d'échanger avec eux sur ces sujets. Des dispositifs de concertation existent ou vont se mettre en place mais il s'agit d'un point important régulièrement revenu lors des travaux de l'Observatoire, avec une forte attente des acteurs concernés.

Un autre point transversal concerne la simplification des procédures et la dématérialisation des documents. De ce point de vue, l'annonce par le Premier ministre de la mise en place d'un « passeport part française », appelé « Pass'Export », va dans la bonne direction⁵⁰.

En conclusion, concernant les entreprises d'une certaine taille, la palette des différents produits de financement existe, avec un bon niveau de complétude. Cette palette a été encore améliorée avec les réformes récentes, celles des dernières années et celles annoncées en février 2018, en particulier pour optimiser certains outils et aller plus loin dans la couverture de l'ensemble des besoins par l'offre proposée. Fondamentalement, l'enjeu ici est de proposer un dispositif global (coordonné public-privé) qui soit compétitif au niveau international. Les entreprises concernées sont bien au courant de ces outils, de leurs évolutions et discutent régulièrement avec leurs banquiers et les organismes publics ou l'administration.

Les différents rapports existants sur les dispositifs d'appui pour nos exportateurs présentent des *benchmarkings* intéressants, comparant les dispositifs d'appui de différents pays européens, en particulier, et ils insistent sur la nécessité de maintenir à niveau notre offre. C'est en ce sens que certaines réformes récentes ont d'ailleurs été décidées (rapprochement des garanties publiques de Bpifrance, élargissement des missions de la SFIL)⁵¹.

La question de l'amélioration de l'écosystème du financement export porte donc plutôt sur les autres entreprises. Les ETI et les « grosses » PME internationalisées peuvent être concernées par les outils de financement prioritairement dédiés aux grands comptes et elles ont accès à la majorité des autres produits de financement (CREDOC, affacturage, assurance-crédit, garanties pour les cautions et les préfinancements etc.). Les PME sont toutefois peu nombreuses dans cette situation, par rapport à la population d'entreprises potentiellement concernée, et seules les plus grosses d'entre elles et les plus aguerries au commerce international mobilisent les outils existants (pour la partie de ces outils auxquels elles ont théoriquement accès).

Un enjeu réside donc dans la « démocratisation » de ces outils, en particulier, pour les acteurs qui conçoivent ces outils. Dans l'autre sens, il est essentiel que les entreprises, en

⁵⁰ Le « Pass'Export » prend la forme d'un partenariat de confiance sur mesure négocié entre l'Etat et un exportateur pour une durée de 3 à 5 ans.

⁵¹ Voir le Rapport déjà cité : « Dispositif de financement à l'exportation » (décembre 2013), rapport de l'IGF (Pierre Hanotaux, David Krieff, Guillaume Vanderheyden).

l'occurrence, les PME soient davantage proactives sur ces sujets et soient prêtes à se saisir des opportunités liées aux évolutions de l'offre dont elles pourraient bénéficier.

3. Mieux coordonner les différentes offres de financement et de garantie

Dans un objectif de proposer la meilleure offre possible aux entreprises, notamment aux PME, de nouvelles pistes peuvent être explorées au niveau de l'organisation de l'écosystème du financement et des garanties :

- **Entre les banques et Bpifrance**, il est nécessaire que les logiques de subsidiarité structurent les relations entre ces deux acteurs majeurs du financement export. Ce point a déjà été évoqué concernant l'AP (voir *supra*). Il importe aussi que ces acteurs de la « Team France » de l'export soient bien complémentaires et ne se concurrencent pas outre-mesure, en particulier, dans le cadre de financements de crédits export ou de la distribution de l'AP. Les banques considèrent qu'elles peuvent rencontrer, sur le terrain, une forme de concurrence avec Bpifrance.
- **Au sein des groupes bancaires**, en fonction de leur organisation par rapport aux différentes catégories d'entreprises (en particulier, PME et ETI/grandes entreprises), le financement export est organisé différemment. Cette logique pourrait être de nature à renforcer la barrière qui peut exister entre les PME et les plus grosses entreprises dans l'accès au financement export. Ce n'est pas le cas si les organisations sont suffisamment souples et que l'articulation entre les outils, la coordination entre les équipes au sein des banques est suffisante. Un risque est, par exemple, que des produits développés par certaines unités (BFI, salle de marché des changes, filiale d'affacturage) ne soient pas suffisamment présentés et diffusés auprès des PME (avec du potentiel export) dont les interlocuteurs au quotidien dans le réseau sont, au moins dans un premier temps, les chargés d'affaires dans les agences et centres d'affaires, qui intègrent plus ou moins, selon les organisations des groupes, les questions du financement export dans tout ce qu'elles peuvent avoir de complexe. Différents témoignages montrent qu'il existe des marges de progrès à ce niveau.
- L'articulation entre **l'affacturage international et l'assurance-crédit** pose aussi certaines questions. Compte tenu des cartographies d'intervention existantes, du côté des assureurs-crédit et du côté des affactureurs, il est possible qu'un pays soit couvert par l'assurance-crédit mais pas par le factor. Dans le cadre d'un contrat d'affacturage incluant une assurance-crédit, le client dans ce pays ne pourra pas être couvert alors que si l'entreprise se passait de la partie financement et se limitait à l'assurance-crédit elle pourrait directement se couvrir auprès de l'assureur-crédit. Ces subtilités peuvent échapper aux dirigeants, qui a cependant besoin de bien comprendre ce qu'il peut et ne peut pas faire avec son client. Un effort de pédagogie doit être fait dans cette direction.

- La bonne coordination des actions doit aussi prévaloir **entre les différentes organisations publiques**. Par exemple, pour un grand projet d'équipement en infrastructure d'un pays en développement, il est indispensable que le projet de financement qui peut être conçu (co-financement et/ou garanties publics) soit compatible avec les contraintes en matière de trajectoire d'endettement public de l'Etat accueillant le projet. Si ce projet n'est pas compatible avec l'endettement du pays, il existe un risque pour qu'une restructuration de la dette du pays (au Club de Paris) intervienne et ce faisant, traite également de la question du financement du projet. Les différentes problématiques doivent donc pouvoir être intégrées dans la conception des montages financiers et ce, de manière suffisamment bien concertée entre les principales parties prenantes (Bpifrance, Trésor, AFD ...).

La lisibilité de l'écosystème des entreprises en matière d'accompagnement financier à l'export doit être améliorée.

La complexité de l'écosystème des entreprises en matière d'accompagnement financier à l'export vient du nombre d'interlocuteurs possibles pour les dirigeants. Les dirigeants connaissent certains guichets, qui peuvent les aider pour les accompagner à l'international, n'en connaissent pas d'autres et sont enfin directement sollicités par différents interlocuteurs qui veulent leur « vendre » des solutions d'accompagnement à l'international. La bonne coordination entre ces différents acteurs n'est pas toujours effectuée, ce qui peut conduire le dirigeant soit à partir seul à l'international, sans ou avec peu de filet de sécurité, soit à renoncer.

La facilitation des démarches à entreprendre pour le dirigeant qui souhaite exporter est donc un enjeu important pour qu'il puisse sauter les différents obstacles possibles avant de pouvoir amorcer la projection à l'international. L'ambition du gouvernement était de faire émerger une « Team France Export », c'est-à-dire d'unir « *tous les acteurs dans un service public solidaire, intégré et respectant les spécificités de chacun* »⁵². Le directeur général de Business France, Christophe Lecourtier, a été missionné par le gouvernement pour faire des propositions visant à améliorer le dispositif public. Suite à ces propositions, le Premier ministre a rendu publiques le 23 février dernier certaines décisions relatives à la réforme de l'accompagnement des entreprises. « *Des guichets uniques verront le jour dans chaque région française* », en associant « *aux collaborateurs des CCI ceux de Business France* ». « *La même logique d'interlocuteur unique prévaudra à l'étranger* »⁵³. « *La création de ces guichets s'accompagnera de la mise en commun de toutes les informations, par l'intermédiaire d'un système d'information partagé et par la création d'une plate-forme*

⁵² <http://www.gouvernement.fr/partage/9997-presentation-de-la-strategie-du-gouvernement-en-matiere-de-commerce-exterieur>

⁵³ Discours du Premier ministre le 23 février à Roubaix sur la Stratégie du gouvernement en matière de commerce extérieur.

digitale de solutions ». Cette plate-forme sera prolongée par un outil de CRM⁵⁴ permettant d'assurer de manière mutualisée le suivi des entreprises qui s'appuieront sur la Team France Export.

Mesure n°5 :

Un « guichet unique » de l'export sera créé dans chaque région en accord avec elles. Il visera à regrouper autour des opérateurs publics, CCI et Business France, tous les acteurs de l'export — agences régionales de développement, sociétés d'accompagnement et de commerce international, mais aussi acteurs du financement export, autour de BpiFrance et des opérateurs privés — dans une logique de mobilisation coordonnée en fonction des besoins des entreprises.

Cette question déborde largement de la seule problématique du financement des exportations. Toutefois, la question du financement devra naturellement être abordée dans le cadre de ce guichet unique et de cette plate-forme avec des solutions à apporter localement aux dirigeants qui souhaitent exporter pour la première fois ou qui souhaitent exporter davantage. Cette réforme tend à réduire les barrières décrites en début de rapport, financières et non financières, en partie culturelles. Les différents financeurs et, en premier lieu, les banques, Bpifrance mais aussi les autres établissements de crédit, pourront contribuer au succès de ce guichet unique.

Il est essentiel que les mesures décidées par le gouvernement en matière de guichet unique et de plate-forme numérique de solutions soient mises en œuvre avec le concours actif de tous les acteurs en matière d'accompagnement financier à l'export. Il s'agit d'une disposition qui sera particulièrement utile pour accompagner les PME/TPE à l'export.

4. Sensibiliser les PME et mieux faire connaître l'offre, mieux accompagner

Dans le cadre de la nouvelle stratégie du gouvernement en matière de commerce extérieur dévoilée à Roubaix le 23 février 2018, la diffusion d'une culture de l'export, notamment, par le renforcement de la formation au commerce international, constitue une priorité. La sensibilisation, la formation et le conseil des entreprises sur les financements à l'international s'inscrit pleinement dans cette dynamique.

⇒ ***Le rôle des organisations socio-professionnelles ...***

- ***... pour sensibiliser, conseiller et orienter les entreprises ...***

Pour des entreprises de tailles petite ou moyenne, la question du financement peut parfois être compliquée à appréhender pour le dirigeant, qui ne dispose pas forcément des compétences adéquates au sein de sa société et qui n'est pas nécessairement lui-même familier de ces problématiques. Dans de nombreux travaux réalisés par l'Observatoire du financement des entreprises, ces enjeux liés au niveau de compétence financière au sein de

⁵⁴ *Customer relationship management ou gestion des relations avec les clients.*

l'entreprise (TPE et petites PME, en particulier) ont été mis en avant sur différents sujets et de façon transversale. Les entreprises ont donc besoin d'être accompagnées. Leurs experts-comptables (voir *infra*) ont, notamment, un rôle spécifique à jouer à cet égard.

En matière d'appréhension et de maîtrise des financements à l'international, la « marche » à franchir est encore plus haute que pour du financement domestique : se mêlent, en effet, dans ce domaine, des barrières d'ordre culturel (frilosité pour se projeter à l'international, effet repoussoir des procédures administratives, commerciales et financières liées à l'international, car celles-ci sont compliquées, chronophages, coûteuses etc.), l'existence d'un niveau de risque objectivement plus élevé que dans le marché domestique et des produits qui peuvent être sensiblement plus complexes (problématiques plus prégnantes d'assurance-crédit, fonctionnement des CREDOC, couvertures de change etc.). Aussi le besoin d'accompagnement est-il encore plus marqué dans ce domaine que pour des problématiques de financement domestique.

Dans ce contexte, le rôle des organisations socio-professionnelles, qui accompagnent au quotidien les entreprises, est déterminant pour faire de la pédagogie, conseiller les dirigeants, les orienter, effectuer des actions de formation ciblées (réseaux consulaires, fédérations professionnelles, syndicats patronaux, comités de filières...), de communication, avec l'organisation d'événements.

- *... pour favoriser le rapprochement, entre elles, des entreprises exportatrices ou potentiellement exportatrices*

Le rapprochement des entreprises entre elles, dans leur territoire, en France, pour échanger, se former, partager des expériences, comme, à l'international, pour se projeter à plusieurs ou dans le cadre de groupements, associant éventuellement des grandes entreprises, participer ensemble à des salons, mutualiser aussi ce faisant certains coûts de prospection présente un intérêt majeur en matière de financements export.

Dans le cadre de leurs échanges, les dirigeants peuvent, en effet, échanger sur les pièges à éviter dans certains pays, certains secteurs, mieux connaître et faire connaître les différents outils de financement existants, avec leurs avantages et inconvénients.

Des tiers, en particulier, des représentants d'organisations socio-professionnelles, des formateurs, éventuellement des représentants d'organismes publics (Bpifrance, Business France, Régions, administrations d'Etat etc.) peuvent favoriser ces échanges et participer à l'organisation, à l'animation, mais il est essentiel, en termes d'impact et d'implication que des dirigeants puissent se parler entre eux et il est donc important de multiplier les opportunités pour organiser ces échanges. Ces préconisations sont directement inspirées du témoignage de dirigeants. Les organisations socio-professionnelles peuvent, d'une manière générale, favoriser ces dynamiques. De ce point de vue, le programme STRATEXIO est intéressant (voir Encadré ci-dessous).

Le rapprochement des entreprises, entre elles, exportatrices ou potentiellement exportatrices est essentiel, notamment, pour échanger sur les questions de financement des exports. Les organisations socio-professionnelles peuvent, d'une manière générale, favoriser ces dynamiques.

Exemple de STRATEXIO

Initiative innovante de plusieurs organisations patronales et professionnelles (Medef, CCI International, OSCI⁵⁵, Fédérations Industrielles, CSOEC) lancée en 2014, le programme Stratexio a pour vocation de mieux préparer les dirigeants d'entreprises dans leurs projets d'exportation et d'internationalisation. Ce programme s'adresse tout particulièrement à des entreprises d'une certaine taille, de la PME de taille moyenne à l'ETI, ayant déjà exporté et souhaitant renforcer leur développement international et structurer leur stratégie.

Le programme Stratexio a pour ambition de former les dirigeants aux grands enjeux du commerce international et à les accompagner dans la phase de déploiement opérationnel de leur stratégie internationale (voir le témoignage de l'entreprise CMF en encadré *supra*, le dirigeant de cette entreprise ayant suivi le programme Stratexio).

En plus des journées de formation collectives, animées par les différents partenaires du programme, les dirigeants qui suivent le programme Stratexio bénéficient d'un audit stratégique qui leur permet d'identifier les leviers et les freins du développement international de leurs entreprises. Ils ont ensuite la possibilité de se faire accompagner par des experts (techniques comme en matière de logistique, juridiques mais aussi spécialisés sur les pays de prospection). Il s'agit de spécialistes référencés qui les guident et les conseillent dans la mise en œuvre de leur stratégie. Les échanges sur les questions de financement des exportations occupent une place significative dans les séances collectives.

A ce stade, une première « promotion » de dirigeants est sortie en septembre 2015 et d'autres depuis ont suivi. Environ 70 entreprises à ce jour ont suivi le programme. 7 « clubs » Stratexio ont été créés, dans l'Ouest de la France, à Paris, à Strasbourg. L'élargissement à d'autres régions est en cours. L'adhésion au programme est payante pour une entreprise, mais ce coût peut être, en partie, pris en charge dans le cadre des dispositifs de formation professionnelle et par les enveloppes régionales en fonction des territoires.

⇒ ***Mieux mettre en valeur le rôle de conseil des experts-comptables, des courtiers et des sociétés spécialisées dans l'accompagnement à l'international sur les sujets de financement export***

Les experts-comptables veulent faire évoluer leur activité, leur métier pour devenir un peu moins « comptables » et un peu plus « experts ». Cette mutation, en cours, devrait s'approfondir dans les prochaines années. Dans ce contexte, l'appui aux entreprises dans

⁵⁵ Opérateurs spécialisés du commerce international.

leurs stratégies de développement international est clairement identifié comme l'un des pôles d'expertise en devenir (voir Encadré).

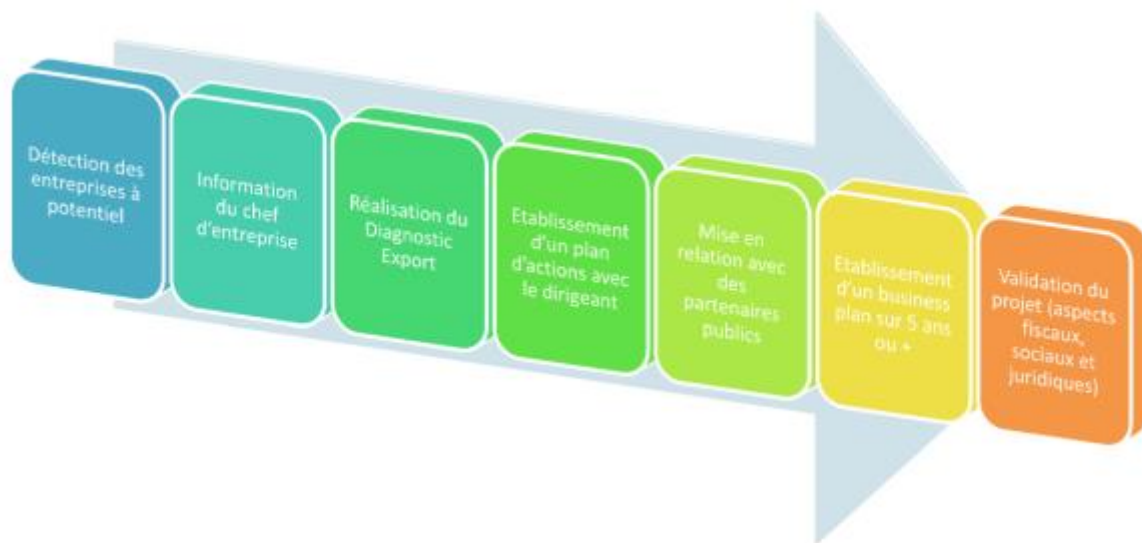
Les experts-comptables et l'accompagnement à l'international des entreprises

Le Comité « Missions Internationales » du Conseil Supérieur de l'Ordre des Experts-Comptables (CSOEC) conduit des actions et des réflexions dans ce domaine. Il conçoit, en particulier, des outils techniques pour les 20 000 experts-comptables français. Une page sur le site du CSOEC, ainsi qu'un site dédié⁵⁶ (accessible au grand public), portent sur la problématique internationale. Le Comité est également à l'origine d'un outil de diagnostic pour le chef d'entreprise, comprenant 47 questions, qui peut être distribué par l'expert-comptable et constituer une base de discussion entre le dirigeant et l'expert-comptable, notamment, pour apprécier son potentiel à l'export. Enfin, le Comité est à l'initiative de l'organisation de formations internes et d'événements, en particulier, dans les régions.

L'accompagnement du dirigeant peut comprendre un appui pour constituer un *business plan* incluant un développement international, une stratégie d'exportation.

Se tourner vers son expert-comptable pour échanger sur sa stratégie à l'international, sur la capacité à financer cette stratégie ou sur le choix des outils de financement existants, n'est pas nécessairement le réflexe des dirigeants de PME aujourd'hui et ce, qu'ils soient déjà présents ou non à l'international. L'image de l'expert-comptable reste, en effet, celle du professionnel du chiffre. Les entreprises doivent donc se saisir de l'opportunité de s'appuyer sur leur/un expert-comptable qui peut les aider ou les orienter sur les questions de développement à l'international et de financement de stratégies exports. Si l'expert-comptable concerné ne dispose pas de compétence particulière sur ces sujets il peut soit s'appuyer sur les outils mis en place par l'Ordre, soit faire appel à un confrère plus spécialisé, pour piloter, avec lui, le dossier. L'intérêt de la sensibilisation et de l'orientation prise par les experts-comptables vient, notamment, de leur capacité à pouvoir toucher toutes les entreprises, en particulier, celles qui exportent peu ou occasionnellement ou celles qui ont un potentiel mais ne l'utilisent pas ou ne l'ont pas identifié : ces entreprises, PME et ETI, osent trop rarement prendre des conseils et pouvoir échanger avec l'expert-comptable peut apporter un plus. Les banquiers voient également de manière positive cette évolution : par exemple, dans le cas de la création d'une filiale à l'étranger, l'expert-comptable peut aider le dirigeant à organiser les flux financiers entre sa filiale et la maison-mère en France. Sur tous ces sujets, le CSOEC travaille en partenariat avec différents acteurs tels que Bpifrance, Business France, CCI International, les CCE ...

⁵⁶ <http://www.expert-comptable-international.info/fr>



Source : CSOEC

Bien que présents depuis plusieurs décennies sur le sujet de l'international, le Conseil supérieur a accéléré le développement d'outils ces dernières années (création de la page web pour diffuser tous les outils aux experts-comptables depuis 2013, mise à disposition du diagnostic depuis fin 2017 ; « Journées de l'international » en région ; participation au programme STRATEXIO etc.) qui méritent d'être appuyés.

Un certain nombre de **courtiers** sont très présents pour rechercher des solutions au profit d'entreprises dans le cadre de leurs projets à l'international. Ils sont, notamment, actifs sur la question de la distribution de l'assurance-crédit à l'export. Les entreprises peuvent donc passer par ces acteurs pour se faire conseiller sur les meilleures options de financement.

Les entreprises, en particulier, les PME peuvent également avoir recours aux services proposés par les **sociétés spécialisées dans le commerce international**. Plus précisément, les sociétés d'accompagnement international (SAI) et les sociétés de commerce international (SCI), regroupées, notamment, dans l'OSCI (Opérateurs spécialisés du commerce international) offrent une gamme diversifiée de services d'accompagnement à l'export⁵⁷. Passer par ces sociétés peut aussi être intéressant pour des entreprises déjà exportatrices, mais sur des zones « proches » et qui souhaitent aller vers des marchés plus éloignés, plus complexes et éventuellement plus risqués. L'acquisition par un producteur des compétences export auprès des SAI est éligible dans certaines proportions à la couverture par l'assurance prospection. Au grand export, la vente via des SCI, revendeurs, distributeurs ou agents, permet en principe au producteur de réduire ses propres frais de prospection ainsi que les coûts de gestion export en mutualisant les coûts de présence locale avec d'autres

⁵⁷ L'OSCI représente 150 entreprises de ce type ainsi que plus de 2 000 sociétés de négoce. D'après l'OSCI, toutes ces sociétés contribuent à plus de 120 Mds€ d'exportations annuellement.

exportations ; la SCI revendeuse assume ou partage avec le producteur les risques financiers export.

De nombreux acteurs privés peuvent accompagner les entreprises dans leur projet de projection à l'international. La cartographie de ces acteurs est vaste et les exemples mentionnés ci-dessus sont illustratifs. Les plates-formes et guichets uniques régionaux en projet permettront d'apporter une information claire et utile au dirigeant pour pouvoir se repérer dans cette cartographie.

Certaines organisations comme les courtiers ou les sociétés spécialisées du commerce international peuvent être utiles pour des dirigeants dans le cadre de leurs recherches de financements ou pour trouver une alternative à une exportation « classique » et gérer, notamment, la problématique du financement d'une autre manière que par des financements intermédiés (par des partenaires financiers). Ces possibilités doivent être bien connues.

Il convient aussi d'insister sur le rôle que peuvent jouer les experts-comptables dans l'accompagnement à l'international. Le Conseil supérieur de l'Ordre des experts-comptables ainsi que les organisations socio-professionnelles et établissements financiers ont un rôle important à jouer pour mieux faire connaître ces possibilités. Là aussi, la création des plates-formes et guichets uniques est une occasion précieuse pour valoriser ce type d'initiative.

⇒ ***Pour développer l'activité à l'international des entreprises, mieux connaître les opportunités liées à l'aide publique au développement***

L'aide publique au développement (APD) représente des montants conséquents, qui tendent à s'accroître. D'après les chiffres rendus publics le 9 avril 2018, l'APD française a atteint 10,1 Mds€ en 2017, après 8,7 Mds€ sur l'année 2016, soit une hausse de +16%. Cette APD comprend un volet multilatéral, mis en œuvre par des organisations internationales (42,6% en 2016), et un volet bilatéral (57,4% en 2016). L'Agence française de développement (AFD) est l'opérateur-pivot de l'APD en France, représentant 57,8% de l'APD bilatérale nette française en 2016.

Depuis 3 ans, une attention renforcée se porte sur le lien entre les lignes d'APD accordées et les retombées possibles pour les entreprises françaises. L'enveloppe de prêts du Trésor a été augmentée, tandis qu'à l'AFD, un département des Partenariats a été créé, comprenant un Pôle Entreprises. Si les retombées pour les entreprises françaises des prêts du Trésor ont un impact direct sur l'export, celles du fait de l'activité de l'AFD concernent moins l'export que les possibilités d'accroître leur degré d'internationalisation, en renforçant leur implantation

dans un pays ou, moins souvent, en s'implantant dans un nouveau pays⁵⁸. Les retombées françaises directes et indirectes de l'activité de l'AFD à l'international se sont élevées, selon l'AFD, à 7 Mds€ sur la période 2013-2016.

L'accent mis, de façon renforcée depuis quelques années par l'AFD, sur les exigences environnementales et sociales dans l'exécution des projets crée un environnement favorable aux entreprises ayant mis en place des politiques volontaristes de RSE (responsabilité sociétale des entreprises), au premier rang desquelles, les entreprises françaises. Par ailleurs, dans l'APD, il convient de distinguer l'aide liée de l'aide déliée. L'aide liée permet de réserver à des entreprises françaises une partie des projets sélectionnés (l'autre partie comprenant alors des entreprises locales). L'aide liée passe par les prêts concessionnels du Trésor (Ministère de l'Economie et des Finances). Il est nécessaire qu'existe une « part française » substantielle (70%) en termes d'exportations dans ces projets, par exemple, la livraison de biens d'équipement.

Outils développés par la Direction Générale du Trésor

- ⇒ Concernant les prêts concessionnels, 35% au minimum (règle OCDE) de l'aide comprenant ce type de prêt doit être sous forme de dons. Les conditions financières sont très favorables pour les bénéficiaires (par exemple, pour 2018 et pour un prêt à 30 ans : 9 ans de « période de grâce » et un taux de 0,0365%). Tous les pays ne sont pas éligibles au prêt concessionnel. Les grands projets de génie civil (rails, routes, ponts ...) ne remplissant généralement pas ces différentes conditions, ces projets devront passer par des financements déliés.
- ⇒ A côté de l'APD, les « prêts directs » du Trésor (ou « prêts non concessionnels », introduits en 2015) peuvent être mis en place dans certaines conditions, toujours au profit de pays en développement ou émergents. Les conditions de ces prêts, qui sont régis par les règles de l'OCDE s'appliquant aux crédits acheteurs, demeurent avantageuses par rapport à un prêt bancaire. La condition de part française est de 50% et le financement est limité à 85% du contrat.
- ⇒ Un instrument d'ampleur plus limitée (mais il est sous forme de dons) doit également être bien connu : il s'agit du Fonds d'étude et d'aide au secteur privé (FASEP). Il se décline en plusieurs formules (FASEP-Etudes pour financer des études de faisabilité ou de l'assistance technique en amont de projets de développement ; FASEP-Innovation pour financer des démonstrateurs de technologies innovantes dédiées à l'environnement et au développement durable). Depuis 2000, 327 M€ de dons ont soutenu 508 prestations effectuées par plus de 200 entreprises dans 84 pays.

⁵⁸ Il est, en effet, important d'être déjà sur place pour l'entreprise et d'avoir de ce fait des relations avec des partenaires locaux. Des exportations peuvent cependant être générées, en particulier, de services (ingénierie).

Les prêts du Trésor et le FASEP

Montant engagé en M€	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Prêts non concessionnels</i>	-	-	-	0	95	0
<i>Prêts concessionnels</i>	286	380	344	194	166	197
Total PRÊTS	286	380	344	194	261	197
FASEP	15	17	7	14	10	16

Source : Trésor

Très peu d'entreprises sont concernées par les prêts (concessionnels ou non) du Trésor : de 5 à 6 en moyenne par an (33 sur les 6 années allant de 2012 à 2017), avec seulement 1 PME par an en moyenne (7 sur l'ensemble de la période).

En 2018, de même qu'en 2019 et en 2020, il est prévu d'engager 200 M€ dans l'année de prêts concessionnels et, pour ce qui est des prêts directs, ce montant est de 200 M€ en 2018 puis 300 M€ en 2019 et 400 M€ en 2020. Les prêts du Trésor devraient donc passer en tout de moins de 300 M€ en moyenne sur les 6 dernières années à 600 M€ en 2020.

Les grandes entreprises et les ETI connaissent bien ces différents outils et savent généralement se positionner pour pouvoir remporter des marchés sur financements de bailleurs internationaux. Le dispositif français souhaite pouvoir sensibiliser davantage de PME françaises. Les moyens se renforcent, dans le sillage de la réforme Team France. Pour ce faire, l'AFD coopère étroitement avec l'écosystème d'accompagnement des entreprises dans les régions. Un « tour de France » des régions est en cours, avec le concours des CCI et de Business France. Pour affronter la compétition internationale dans les meilleures conditions, les PME visées doivent satisfaire à certains critères (être familières avec le grand export, se situer dans des secteurs « porteurs » en termes d'APD comme, par exemple, le développement durable etc.). Un potentiel important existe et il est essentiel de mettre en œuvre des actions pour communiquer, informer les dirigeants, leur présenter les opportunités permises par les projets d'APD.

Les entreprises potentiellement concernées doivent bien connaître les opportunités permises par la politique d'aide publique au développement françaises. L'action de l'AFD visant à mieux faire connaître cette offre aux sociétés, en particulier, aux PME, qui la connaissent mal, doit être encouragée. Les différents acteurs publics et privés impliqués dans le soutien au développement à l'international des entreprises (accompagnement et financements) pourraient contribuer à faire connaître cette offre, notamment, dans le cadre des guichets uniques régionaux et de la plate-forme de solutions qui vont être mis en place.

⇒ **Mettre en place des outils pédagogiques à destination des dirigeants d'entreprise**

La Fédération bancaire française (FBF) a édité, en mars 2018, un mini-guide, public et accessible sur son site internet, concernant le financement des exportations⁵⁹. Les différents acteurs concernés doivent aussi s'en saisir.



5. Simplifier et rendre plus accessible l'offre aux PME

La population des PME offre une rentabilité qui peut parfois être moindre que celle des autres entreprises, de plus grande taille, pour toute une série de produits de financement des exportations et ce, selon les témoignages des financeurs eux-mêmes. Parfois, les produits n'ont pas été conçus pour ces entreprises (crédits acheteurs, par exemple), sauf cas particuliers, et il n'était donc pas envisageable d'envisager d'élargir leur accès aux PME.

Pourtant, les grands réseaux bancaires comme les assureurs-crédit indiquent qu'ils souhaitent renforcer leurs actions vers les PME et distribuer davantage de produits de financement des exports que par le passé à cette catégorie d'entreprises. Cette évolution d'ordre stratégique est, souvent, relativement récente et demeure délicate à mettre en œuvre, mais un certain nombre d'expériences ou d'initiatives réussies peuvent être valorisées dans ce domaine. Plus généralement, ces efforts peuvent être appuyés et élargis.

✓ **Une expérience volontariste au profit des PME**

Jusqu'à ce jour, les banques peuvent octroyer l'ensemble de l'enveloppe couverte par l'assurance-prospection aux entreprises, en l'occurrence, des PME, dès le début de la période couvrant l'AP, en s'appuyant sur le FAP, le Financement de l'assurance-prospection

⁵⁹ <https://www.lesclesdelabanque.com/web/Cdb/Entrepreneurs/Content.nsf/DocumentsByIDWeb/AXAKKY?OpenDocument>

(voir la Partie II-1/). Comme cela a été indiqué, il semblerait que le groupe Crédit Mutuel – CIC soit, de loin, le premier établissement distribuant l'AP (via le FAP), environ la moitié des dossiers de FAP passant par ce réseau. Pour les représentants du groupe, cette sur-performance en termes de part de marché vient d'une approche volontariste, qui passe par l'intégration de ce produit dans les documentations accessibles aux 800 chargés d'affaires du réseau en contact avec les dirigeants de PME ainsi que par la sensibilisation et la formation de ces chargés d'affaires. A la base, la bonne présence du groupe dans le financement des PME constitue aussi un atout important. Les adaptations des systèmes informatiques et les efforts de formation sont donc deux clés permettant de toucher le maximum de dirigeants de PME sur ces produits.

Par ailleurs, le groupe Crédit Mutuel – CIC est le cinquième intervenant bancaire en matière d'octroi de crédits acheteurs et le groupe s'efforce d'être présent sur des « tickets » relativement modestes pour ce type de financement (montage sans trop de difficultés sur le segment 15 – 30 M€). Il vise également à « démocratiser » les préfinancements export ainsi que les crédits fournisseurs, en essayant de simplifier les démarches des exportateurs et proposer des interventions dès 1 M€. Cette approche cherchant à proposer des produits à partir de seuils d'entrée relativement bas vaut pour les autres produits : garanties et cautions, couverture de change ... L'organisation d'événements exports à la fois pour les chargés d'affaires et aussi pour les dirigeants clients du groupe permet aussi, à l'échelle de ce groupe bancaire, de sensibiliser les équipes et également de faciliter le rapprochement des entreprises entre elles.

✓ **Les assureurs-crédit proposent de nouveaux outils dirigés vers les PME**

Comme cela a déjà été indiqué, les assureurs-crédit ont développé au cours des dernières années leur offre à destination des PME, y compris de petite taille. C'est le cas des différents assureurs-crédit, dont voici deux exemples, à titre d'illustration :

- Euler Hermes a développé la solution EH Simplicity qui s'adresse à des entreprises de petite taille (moins de 5 M€ de CA) avec des *process* de fonctionnement 100% dématérialisés.
- Coface, tout en gardant son expertise à l'international, se mobilise de plus en plus dans la conquête de clients non-exportateurs et, de même, le souhait est d'aller davantage, au-delà des ETI et grandes entreprises, vers les PME. Cette orientation, prise il y a quelques années, est encore plus affirmée aujourd'hui, ce qui a conduit le groupe à proposer des solutions nouvelles et adaptées aux PME. Avec EasyLiner, Coface a ainsi développé il y a 3 ans une offre forfaitaire pour les PME visant à répondre à leurs attentes en termes de coût et de simplicité⁶⁰. Cette

⁶⁰ Ce contrat est « lisible en moins de 20 minutes » selon Coface, avec une documentation attachée fortement réduite. La souscription est entièrement digitalisée (le client choisit ses options, obtient un devis en ligne, avant d'éditer son contrat avec un forfait simplifié qui contient toutes les prestations choisies pour prévoir au centime près ses dépenses). L'utilisation

nouvelle offre semble bien accueillie par les PME, le portefeuille client EasyLiner augmentant de plus de 20% chaque année.

✓ ***Une adaptation des produits pour les rendre plus accessibles aux PME est une nécessité***

Les exemples précédents montrent bien l'enjeu de disposer d'une offre et d'une organisation pour distribuer cette offre adaptées à la population des PME. Cela vaut aussi pour les autres produits de financement.

- Certains acteurs auditionnés dans le cadre des travaux de l'Observatoire ont indiqué que le cadre de mise en œuvre des cautions et des préfinancements à l'exportation pour mobiliser des garanties de Bpifrance devait être amélioré, en particulier, pour rendre les outils plus simples et plus accessibles aux PME⁶¹.
- En matière de crédits acheteurs/fournisseurs susceptibles de bénéficier de garanties publiques, l'évolution, nécessairement d'ampleur limitée, à ce stade, permettant de faire bénéficier davantage de PME des garanties publiques ou de crédits acheteurs/fournisseurs est saluée et la poursuite de cette orientation est souhaitée par les différents acteurs. Une piste d'amélioration serait de mettre en place une « DAC » (demande d'assurance-crédit) simplifiée pour les PME, comme cela a d'ailleurs déjà existé par le passé. Les documentations à fournir sont, en effet, parfois très lourdes pour un dirigeant de PME. Il est d'ailleurs intéressant de noter qu'en Allemagne, pays dont la situation est assez différente de la nôtre en matière de performances à l'exportation, la question se pose également. L'accès à ce type de crédits pour les PME est aussi compliqué et l'accord de coalition récemment signé par les différents partis formant le nouveau gouvernement allemand comprend la perspective d'ajuster le cadre des crédits exports de manière à pouvoir faire baisser les seuils pour lesquels ce type de crédit est possible et donc à les rendre plus accessibles aux PME.
- La possibilité, ouverte par les décisions annoncées le 23 février 2018, de mobiliser de l'assurance-crédit publique sur du court terme quand il existe une défaillance de marché doit permettre également d'améliorer la couverture des opérations et pourrait bénéficier à des PME. Il sera important de suivre finement la mise en œuvre de cette mesure.
- Il serait important aussi que le Pass'Export déjà présenté puisse bénéficier à des PME. La création d'un passeport ou d'un label bénéficiant spécifiquement aux PME (à la différence du Pass'Export) et permettant de montrer que l'entreprise utilise de manière régulière et satisfaisante des produits de l'assurance-crédit publique serait

est facilitée, avec deux régimes : des montants couverts standards octroyés en ligne et un arbitrage spécifique pour les encours élevés, toujours garantis à 90%, comme pour les entreprises plus importantes.

⁶¹ Par exemple, la prime, payable par trimestre, ne devrait ainsi plus être calculée sur le montant global autorisé mais sur les encours réellement utilisés.

un plus pour ces entreprises dans le cadre de leur développement à l'international et pourrait concrètement se traduire par une simplification de leurs démarches.

La diffusion plus large des produits de financement export aux PME passe par deux éléments :

- ✓ **Le cas échéant, l'adaptation des produits pour les rendre plus accessibles aux PME (simplification, dématérialisation, lisibilité, souplesse, tarification ...) ;**
- ✓ **L'organisation et les RH : les équipes sur le terrain, qui sont le plus souvent en contact avec les dirigeants, doivent être mises en responsabilité sur la diffusion de ces produits, elles doivent être sensibilisées sur cette offre et bien formées.**

Ces axes valent pour les financeurs privés comme pour les financeurs publics, pour les produits de financement comme pour les produits de couverture et d'assurance.

6. Favoriser le dialogue avec les banquiers grâce aux informations douanières

Comme pour toutes les problématiques de recherche de financements, la qualité du dialogue entre le dirigeant et son financeur, en particulier, son banquier, est cruciale. Le financeur doit bien connaître son client, son historique, son projet, sa demande etc.

Dans ce contexte, tout élément objectif permettant d'améliorer la qualité de l'échange peut être recherché. En l'occurrence, lorsqu'un dirigeant vient chez son banquier et sollicite des crédits pour financer un développement à l'international, le banquier souhaite disposer d'un certain nombre d'informations. Souvent, il connaît bien son client, a construit une relation de confiance avec lui et peut lui demander des éléments que le dirigeant lui transmettra, aisément, en retour. Cependant, dans tous les autres cas, en particulier, si le dirigeant n'a pas sollicité jusqu'à présent de financements exports (soit parce qu'il n'en a pas, soit parce qu'il en a mais dans un autre établissement de crédit), le banquier pourra être intéressé par une information lui permettant de disposer de manière objective d'éléments relatifs à la stratégie export de l'entreprise.

De ce point de vue, la Direction générale des douanes et des droits indirects (DGDDI) pourrait contribuer à l'amélioration du dialogue entre le dirigeant et le banquier. La DGDDI, au-delà de ses missions régaliennes historiques, a toujours été au contact des entreprises avec l'objectif de les conseiller sur les démarches à entreprendre en matière de formalités douanières, mais aussi de manière plus large sur des questions liées à leurs opérations d'export/import. Cette mission de « Douane économique » visant à soutenir et à accompagner la compétitivité des entreprises du commerce extérieur s'est renforcée ces dernières années, dans un contexte international particulièrement concurrentiel.

De ce point de vue, dans le cadre de contacts pris par l'Observatoire, les Douanes sont prêtes à transmettre aux dirigeants qui en feraient la demande⁶² un document attestant leur situation en matière d'exportation au vu des informations douanières disponibles. Ce document pourrait, en particulier, comprendre une description factuelle et résumée des relations économiques de l'entreprise avec l'étranger (exportations/importations vers/en provenance des différents pays selon une nomenclature de produits) ainsi que la situation éventuelle de l'entreprise par rapport aux différentes procédures et labels douaniers offerts par les Douanes.

Les statuts délivrés par la DGDDI aux entreprises

Le statut d'opérateur économique agréé (OEA) octroyé par la DGDDI après un examen très approfondi de l'entreprise⁶³ présente d'importants avantages pour l'entreprise. Ce statut montre que l'entreprise est « *un acteur et un partenaire fiable du commerce international* », dispose ce faisant d'un « *label de confiance délivré sur le plan communautaire et reconnu sur la scène internationale* » et « *procure des avantages sur les plans commercial et douanier* »⁶⁴. Ce statut est défini au niveau européen. Près de 2 000 entreprises françaises en disposent. Si, dans les premières années d'existence du statut, mis en place au sein de l'Union européenne en 2008, il s'agissait d'entreprises de taille importante ou bien dont l'activité est le commerce international, le poids des PME (40% du total des entreprises disposant de ce statut) « traditionnelles » a régulièrement progressé au cours des dernières années. L'administration des douanes poursuit ses actions de promotion de ce statut.

Le statut d'OEA est le plus exigeant, mais d'autres statuts, importants et un peu moins exigeants, existent et concernent quelques milliers d'entreprises. Ils peuvent constituer une information utile à intégrer dans l'échange avec le banquier (exportateur agréé, régimes particuliers, autorisation de dédouanement simplifié etc.).

Un tel document, estampillé par les Douanes et non opposable, pourrait constituer un atout majeur pour l'entreprise selon les financeurs. Il permettrait de disposer de manière synthétique, complète et claire de la réalité de l'activité internationale de la PME sur une période donnée. A partir de ce document et dans le cadre des échanges entre l'entreprise et son banquier, ce dernier pourrait déduire le « sérieux » de l'entreprise en termes de capacité à mettre en œuvre une stratégie de conquête à l'international.

D'autres actions pourraient être conduites par les Douanes pour renforcer la coopération avec le secteur bancaire et ce, au bénéfice indirectement des entreprises : dans les échanges

⁶² Un tiers, comme la banque, ne peut pas demander cette information, seul le dirigeant peut la demander, dans la mesure où les données individuelles sont protégées.

⁶³ Cet examen se fait sur la base de 3 critères : la solvabilité financière de l'entreprise, appréciée, notamment, au vu des informations disponibles recueillies par la DGFiP (collaboration avec la DGFiP), l'absence d'antécédents fiscaux et douaniers, le respect de normes concernant les compétences professionnelles en matière de logistique (y compris les questions de compétences RH sur ce sujet).

⁶⁴ [http://www.douane.gouv.fr/Portals/0/fichiers/information/publication-douane/pour-les-professionnels/le-statut-d-operateur-economique-agree-\(oea\).pdf](http://www.douane.gouv.fr/Portals/0/fichiers/information/publication-douane/pour-les-professionnels/le-statut-d-operateur-economique-agree-(oea).pdf)

entre le dirigeant et le banquier⁶⁵, intégrer davantage la problématique douanière, sensibiliser les entreprises à la mission économique de la douane et à l'intérêt pour les dirigeants de rencontrer leur interlocuteur douanier de rattachement. Dans ce cadre, la douane propose de généraliser les actions de sensibilisation des équipes des banques à la stratégie douanière⁶⁶, de participer à des séances de formation et d'échange pour ces équipes, en particulier, les chargés d'affaires des banques mais aussi à des événements organisés par les banques pour leurs clients etc. La FBF sera l'interlocuteur des Douanes pour organiser ces coopérations.

La DGDDI propose d'élaborer un document, gratuit, que les chefs d'entreprise pourront demander dans le but de faciliter leur dialogue avec les financeurs dans le cadre du financement de projets à l'export.

Les banques devront être bien informées du rôle des Douanes et de ce que les outils des Douanes, comme ce document à venir, peuvent apporter pour les éclairer sur les entreprises qui les sollicitent dans le cadre du financement de projets à l'export.

Un projet de document sera transmis par la DGDDI à la FBF afin d'optimiser la valeur ajoutée du document final. Les organisations socio-professionnelles pourront faire la promotion de ce dispositif auprès des entreprises.

Les Douanes souhaitent intensifier leur coopération avec les représentants du secteur bancaire, notamment, au niveau de la sensibilisation des réseaux bancaires aux problématiques douanières (en lien avec la question du financement des entreprises) et de leur contribution à des événements organisés par le secteur bancaire pour leurs clients, relatifs aux enjeux douaniers et logistiques du commerce international.

7. Faciliter l'accès des PME à l'export grâce aux innovations numériques

Les grands réseaux bancaires comme les nouveaux acteurs que sont les fintech sont des acteurs importants de l'innovation numérique, avec des applications concrètes et opérationnelles dans le domaine du financement des exportations.

✓ *Le développement des fintech en matière de financement export des PME*

Un certain nombre de fintech se sont développées au cours de la période récente, proposant des solutions qui sont de nature à répondre aux préoccupations spécifiques des PME. En effet, les PME s'orientent difficilement, pour différentes raisons, vers les produits de financement export (et de couverture). Parmi ces raisons, les produits sont parfois

⁶⁵ Les Douanes disposent d'une quarantaine de directions régionales sur le territoire, avec, dans chacune d'elles, des « pôles d'action économique » comprenant une à deux « cellules entreprises », qui ont, notamment, vocation à conseiller et accompagner les dirigeants dans le cadre de leur démarche export.

⁶⁶ Des actions de collaboration avec les banques existent déjà dans un certain nombre de régions.

considérés comme trop compliqués, chronophages dans leur mise en œuvre, trop coûteux. Les solutions apportées par les fintech permettent de répondre à ces différentes préoccupations : elles sont agiles et relativement simples d'utilisation, avec des démarches allégées et 100% dématérialisées ; permettant de comprimer certaines marges, elles peuvent présenter une tarification plus intéressante que les produits classiques. Ils sont donc de nature à faciliter la mobilisation accrue des produits de financement export à ceux qui en utilisent déjà et également à faire venir à des produits de financement export des PME exportatrices qui n'utilisaient pas jusqu'à présent ces produits. Pour les dirigeants qui sont en mesure d'utiliser facilement les nouvelles technologies de l'information et de la communication, ces fintech peuvent contribuer de manière significative à la « démocratisation » des outils de financement export.

- La **finance participative** peut être intéressante pour des entreprises qui souhaitent financer des dépenses de prospection ou de déploiement à l'international. Comme cela a déjà été indiqué, la plupart des dépenses occasionnées par une projection à l'international sont immatérielles et ne présentent donc pas de garantie à apporter au financeur. L'intérêt de passer par du *crowdfunding* est que ce mode de financement ne requiert aucune garantie. Il est également souple et réactif, la disponibilité des fonds pouvant être rapide, avec un montage des dossiers simplifié et dématérialisé. En revanche, le coût du crédit (taux d'intérêt débiteur) est plus élevé que pour des crédits classiques. La sélectivité est forte. Des dirigeants ayant utilisé ce mode de financement ont été rencontrés dans le cadre des travaux de l'Observatoire et leur expérience a été très satisfaisante.

CCE Finance +

Les Conseillers du Commerce Extérieur de la France (CCE) ont mis en place un dispositif d'aide au financement du développement à l'international des entreprises dénommé CCE Finance +, grâce au recours à des plates-formes de financement participatif en capital ou en endettement, dûment labellisées (les financements permis par ce dispositif auraient vocation, pour les concepteurs du dispositif, à bénéficier d'un soutien de l'Etat, sous forme d'abondement ou de bonification ; des discussions sont en cours avec Bpifrance, membre du comité de financement CCE, pour que, sous réserve d'une analyse indépendante Bpifrance puisse à terme abonder à hauteur de 100%, en prêt, la part de financement accordée par la plateforme, à l'issue d'un processus de sélection). Les CCE ont signé un partenariat avec deux plates-formes de prêt et deux plates-formes de mise de fonds (equity). Les conditions d'éligibilité sont celles des différentes plates-formes. Un *comité financier CCE de sélection et d'accompagnement des PME* est constitué pour l'occasion.

A côté du *crowdfunding*, qui a une vocation relativement généraliste, **d'autres fintech** ont développé des offres spécifiquement dédiées au financement ou aux couvertures export. C'est, par exemple, le cas de la plate-forme MONDIAL CHANGE, qui propose des solutions de couverture de change (voir Annexe 5). Certaines fintech sont davantage orientées vers les

questions de système de paiement (comme IbanFirst), d'autres travaillent sur la problématique prometteuse de la *blockchain* (comme Buycoforgrowth).

Il est essentiel que les entreprises, en particulier, les PME connaissent bien les nouvelles opportunités de financement et de couverture de leurs projets à l'international venant des plates-formes de financement, des « FinTech ». Les nouveaux acteurs de cette « FinExportTech » facilitent, en effet, l'entrée des acteurs de taille réduite dans le marché des financements à l'export, et permettent une relation plus fluide entre les parties prenantes.

Le Pôle de compétitivité Finance Innovation co-organisera et pilotera sur ce thème un groupe de travail et produira une publication afin d'identifier les domaines d'innovation prioritaires pour le secteur⁶⁷.

Les objectifs de la publication du Pôle Finance Innovation seraient :

- D'établir un diagnostic des besoins à anticiper et des opportunités de développement dans le marché de l'export ;
- D'identifier des Domaines d'Innovation Prioritaires (DIP) générateurs de croissance, de compétitivité et d'emplois, notamment pour les acteurs de l'écosystème ;
- De favoriser l'émergence de projets innovants en diffusant auprès de l'écosystème de la filière les DIP que pourront mettre en œuvre les start-up, notamment les fintech.

✓ **Perspectives relatives à la mise en place d'une blockchain**

Les projets de *blockchain* tendent à se multiplier et le recours à cette technologie pourrait se multiplier dans les années qui viennent, dans de nombreux secteurs. Très tôt, le secteur du commerce international a été vu par les acteurs concernés comme une activité se prêtant bien à la mise en place d'une *blockchain*.

En effet, comme cela a déjà été indiqué, les CREDOC, qui sont un outil important, en particulier pour des exportateurs ayant des clients hors Europe de l'Ouest, demeurent lourds dans leur traitement et la place des documents papiers est forte.

Le passage à la dématérialisation de certains documents pourrait être renforcé, mais cela poserait certaines difficultés, dans la mesure où les règles internationales encadrant les CREDOC ne prennent pas forcément bien en compte ce mode de lecture des documents ou

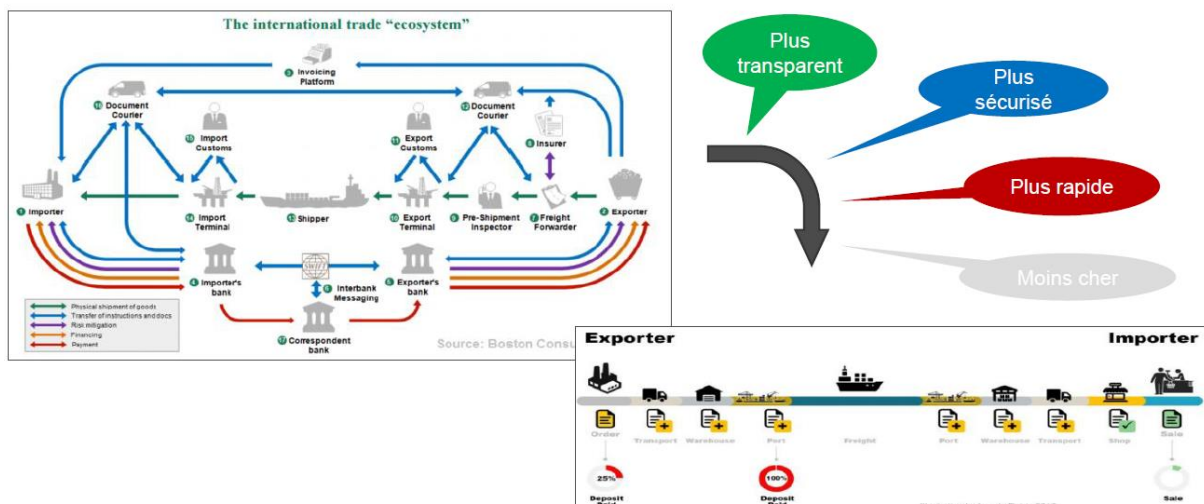
⁶⁷ En tant qu'acteur de Place en identifiant et accompagnant des *fintech* en France et à l'international, le Pôle de compétitivité Finance Innovation met en avant plus de 30 outils de financement innovants et de digitalisation au service des PME/TPE, des régions et des pôles de compétitivité. Finance Innovation contribue à la diffusion et à l'accessibilité de ces outils par des actions collectives visant à sensibiliser, informer et accompagner les entreprises des territoires dans leurs recherches de financement et de transformation numérique.

ne sont pas reconnues dans certains pays (par exemple, en Inde, le e-connaissance⁶⁸ n'est pas accepté). La diffusion de cette dématérialisation dans le cadre des CREDOC est de ce fait limitée. En pratique, en parallèle des marchandises qui restent parfois pendant de longues semaines sur un bateau avant d'être acheminées vers un port à proximité du client final, des lettres de crédit sont envoyées par courrier international aux différents acteurs de la transaction afin de prouver leur engagement de paiement, avant réception des conteneurs. Ces documents sont volumineux (ils peuvent représenter plusieurs centaines de pages) et leur traitement est chronophage. Il arrive parfois que les documents mettent plus de temps à arriver que les marchandises. Dans les CREDOC, le nombre d'acteurs impliqués est important, donnant lieu à de nombreux échanges bilatéraux d'une partie à l'autre, pas seulement sous forme de transmission de documents mais aussi en termes d'échanges téléphoniques, toutes ces tâches générant des coûts.

La mise en place d'une *blockchain* permettrait de simplifier les circuits de financement de l'export. Pour les banques, un intérêt de la *blockchain* est aussi de mieux traiter les questions de conformité et de combattre la fraude. En particulier, la qualité et la traçabilité des informations seront mieux assurées avec cette technologie.

Inventer le futur

Dématérialiser la supply chain, construire un nouvel écosystème



Source : Société Générale

Selon les banques, les premiers bénéficiaires de la mise en place de la *blockchain* seraient les PME, compte tenu des avantages à attendre du recours à cette technologie.

⁶⁸ Le connaissance (en anglais *bill of lading* : bon de chargement, de fret, abrégé B/L) est le document matérialisant le contrat de transport maritime conclu entre le chargeur et le transporteur maritime. Il est également un titre représentatif des marchandises. Il s'agit d'un titre de propriété endossable (chambre de commerce internationale). Sur ce document sont consignés la nature, le poids et les marques des marchandises embarquées. Cette pièce est signée par le capitaine après réception des marchandises, avec l'engagement de les remettre dans l'état où il les a reçues, au lieu de destination, sauf périls et accidents en mer. Le connaissance doit être établi en quatre exemplaires : le document original n'est pas un titre de propriété de la marchandise, mais il est représentatif des marchandises et il est négociable ; les trois autres exemplaires sont destinés au capitaine du navire, à l'armateur et au vendeur.

Aussi de nombreux acteurs se sont-ils emparés de ce sujet et lancés dans des travaux visant à mettre en place une *blockchain*, en particulier, les banques, afin de fluidifier, simplifier et sécuriser le financement du commerce international. Plusieurs banques sont donc engagées dans des projets de mise en place de *blockchain*, comme HSBC, BNPP⁶⁹ ou encore Société Générale et Natixis (voir la présentation du projet impliquant Société Générale et Natixis en Annexe 6).

Les *blockchains* sont un outil d'avenir pour le financement des transactions internationales. Compte tenu de leurs avantages potentiels en termes de souplesse, de simplification des procédures, ils sont susceptibles de rencontrer la demande d'une partie des exportateurs.

Ces projets doivent être bien connus et des actions de communication et de promotion pourraient être organisées et relayées par les différentes parties prenantes. La mise en œuvre de ces projets, au moins dans une phase expérimentale et en liaison avec des clients volontaires des banques parties au projet, pourrait intervenir dès les prochains mois.

8. Sensibiliser aux spécificités des besoins de financement générés par l'e-export

L'e-commerce s'est beaucoup développé au cours des dernières années. En particulier, l'e-commerce à l'international s'est encore plus rapidement développé. Ce mode de distribution à l'international concerne surtout le B2C mais aussi, de plus en plus, le B2B⁷⁰.

Il est essentiel que les chefs d'entreprise français connaissent bien cette modalité de vente à l'étranger, en plein essor. Ceci vaut, en particulier, pour les chefs d'entreprise qui souhaiteraient se lancer à l'export, ceux qui n'osent pas, ceux qui exportent mais avec parcimonie ou encore des exportateurs réguliers mais sur des marchés proches et qui souhaitent entrer sur un nouveau marché, éloigné, compliqué. Les chefs d'entreprise non exportateurs qui ont mis en place un site de commerce électronique pour des ventes domestiques peuvent aussi envisager dans un second temps d'élargir à l'international leur offre de commerce électronique.

⁶⁹ Voir la présentation du projet à l'adresse suivante : <https://banqueentreprise.bnpparibas/fr/focus-entreprises/financements/blockchain?cb=art>

⁷⁰ D'après une étude relayée par DHL (février 2018), les ventes en ligne transfrontalières dans le monde augmentent (dans la période actuelle et à l'horizon 2020) de 25% par an, soit le double de la croissance de l'e-commerce domestique. 200 000 sites web-marchands sont comptabilisés en France (10 fois plus qu'il y a 10 ans), soit 82 Mds€ de chiffre d'affaires en 2017, d'après la Fevad (Fédération du e-commerce et de la vente à distance), contre 15 Mds en 2007. 31% des principaux sites web-marchands français (et allemands) enregistrent un trafic international supérieur à 15% (contre 49% pour le Royaume-Uni et 47% pour l'Espagne).

Plusieurs modalités sont possibles : une entreprise peut ouvrir des sites internet ou modifier son site, de telle manière à permettre du commerce électronique au profit de clients étrangers ; une entreprise peut s'allier à d'autres entreprises pour créer ensemble une place de marché commune où seront distribués leurs produits dans des marchés étrangers (et elles peuvent le faire uniquement pour un type de produits et sur un marché donné, par exemple, la vente de vin en Chine) ; une entreprise peut se positionner sur une place de marché existante, sectorielle ou multi-sectorielle, plus ou moins internationalement connue (cf. l'exemple d'Amazon annexe 7).

Se lancer (ou pas) dans l'e-export est un sujet qui va bien au-delà de la question du financement des exportations. Toutefois, ce questionnement est aussi important du point de vue du financement. En termes de financement, l'e-export présente une problématique en partie différente de celle du commerce « traditionnel ». Certains coûts sont diminués. En revanche, d'autres peuvent être plus élevés. Le modèle de coût est, en fait, différent.

En effet, l'e-export (en particulier, pour des petites PME qui ne vont pas encore à l'export et disposent de peu de moyens pour se lancer) peut permettre, pour un coût limité, de toucher un marché étranger. Traduire un site, mettre en place un outil de relation commerciale avec des clients étrangers permettent d'épargner des dépenses de prospection potentiellement coûteuses et d'avoir un contact très direct et rapide avec les clients.

En revanche, la question logistique demeure (prendre des dispositions pour permettre aux marchandises d'arriver à destination, en particulier, s'assurer de l'ensemble de la chaîne logistique). Dans l'e-export, comme dans l'e-commerce en général, la question des délais de livraison à des clients-consommateurs généralement (B2C) est très prégnante. Pour pouvoir la traiter au mieux, il sera peut-être nécessaire de disposer de davantage de stocks. Si on passe par une place de marché partagée entre plusieurs entreprises ou une place de marché d'une grande plate-forme internationale, ces questions de délais, de stockage et éventuellement d'entreposage réalisé par la plate-forme elle-même vont se poser avec encore plus d'acuité. La question des retours est également compliquée. Augmenter ses stocks, gérer ses fortes contraintes logistiques génèrent des coûts, qui doivent donc être financés.

Dans certains cas, passer par une plate-forme spécialisée pour conquérir certains marchés constitue un avantage. Par exemple, prospecter et développer une activité commerciale en Chine peut être assez complexe et engendrer des coûts importants. Passer par des places de marché spécialisées peut permettre d'atteindre l'objectif, à moindre coût et de manière beaucoup plus simple (voir ci-dessous l'exemple de « La Boutique France »). Il n'en demeure pas moins que le coût, même réduit, reste significatif. L'e-exportateur potentiel doit bien en avoir conscience avant de se lancer dans l'aventure.

La Boutique France

« La Boutique France » (GEOPOST ; <https://laboutiquefrance.fr/>), dans un contexte de forte croissance du e-commerce chinois et de réglementation favorable au e-commerce transfrontalier, aide, depuis sa création fin 2016, les PME françaises à mettre le pied sur le marché chinois du e-commerce (premier marché mondial en matière de e-commerce).



Par exemple, pour des PME, *La Boutique France* permet, pour un coût d'environ 50 k€ / an, de vendre directement aux consommateurs chinois, au travers d'une boutique en ligne sur les plus grandes places de marché locales, Tmall Global, JD worldwide et kaola dans des conditions facilitées. Citons entre autres avantages, un budget marketing d'un million d'euros dédié aux marques de *La Boutique France* pour financer les actions marketing sur les plateformes et réseaux sociaux (WeChat, weibo), un passage en douane accéléré et à très faible coût, pas d'impératif en matière d'entreposage des marchandises sur le territoire chinois, service client pour répondre aux préoccupations des clients chinois, gestion des éventuels retours de marchandises etc.). Le délai de paiement entre la commande et le transfert sur le compte du client est estimé à 2 mois.

Une PME qui souhaiterait, de manière autonome, développer sa boutique en ligne sur ces trois plus grandes places de marché payantes, financer le marketing promotionnel et sa logistique ne pourrait le faire qu'à un coût sensiblement supérieur et avec des conditions plus contraignantes, ce qui, pour la taille et les capacités d'une PME, peut rapidement se révéler rédhibitoire.

Le nombre de clients de *La Boutique France* reste limité à quelques dizaines d'entreprises. *La Boutique France* est cependant très récente. Des partenariats ont été construits, notamment, avec Business France et Bpifrance, pour accélérer le développement de cette solution.

Certaines plates-formes dont le champ d'action est international ont tendance à proposer à faible coût certains services aux entreprises, notamment, à des PME : intégration des produits de l'entreprise dans le site de la place de marché, avec la traduction des différents extraits de l'offre commerciale ; service d'acheminement de la marchandise auprès du client final, dans des conditions spécifiées et garanties, incluant la gestion des retours ; éventuellement, entreposage des marchandises destinées à être exportées (de manière à raccourcir le délai de livraison), offre de financement pour traiter le décalage de délai de paiement, analyse juridique en amont pour vérifier que les produits distribués sont conformes aux normes du pays-client etc. Chacun de ces services peut être proposé à des

tarifs relativement abordables. Toutefois, leur mise bout à bout (si la PME intéressée est spontanément « frileuse » à l'international, elle peut être tentée de recourir à ces différents services) peut engendrer des frais significatifs, de nature à entamer la marge ou à pousser les prix de vente à la hausse. Par ailleurs, une fois qu'une entreprise passe par ces différents services, si elle se trouve déréférencée du jour au lendemain, du fait, par exemple, de retours clients défavorables remontés au niveau de la plate-forme, elle peut se retrouver mise à l'écart de son marché. La question de la diversité des réseaux de distribution – avec notamment des impacts en termes de financement – se pose.

L'e-export, en plein essor, doit être bien connu des dirigeants. Le modèle de coût en termes de financement de ces opérations d'e-export peut être sensiblement différent de celui de l'exportation « traditionnelle », certains coûts pouvant être réduits (prospection), d'autres relevés (marketing, logistique). Des actions d'information et de sensibilisation doivent être menées afin que ces différences soient bien intégrées par les chefs d'entreprise pour déterminer leur projet.

ANNEXE 1 : La dégradation des performances à l'exportation de la France

Après avoir été relativement équilibré dans les années soixante et soixante-dix, le solde commercial de la France a évolué de manière défavorable dans les années quatre-vingt, tournant autour de -10 Mds€ pendant 10 ans. Le redressement de la compétitivité a permis dans les années quatre-vingt-dix de redresser le solde, celui-ci redevenant positif pour atteindre un maximum d'environ 25 Mds€ en 1997. Depuis cette date, le solde commercial s'est détérioré de manière relativement régulière, redevenant négatif à partir de la deuxième moitié des années 2000. Sur la période récente, après une amélioration dans les années 2012-2015, la détérioration a repris et un déficit commercial de 63 Mds€ a été atteint en 2017.

Ces tendances renvoient à des performances à l'exportation qui se sont dégradées au cours des 20 dernières années, en particulier, en comparaison de celles de nos principaux concurrents. Les raisons de cette détérioration ont fait l'objet de nombreuses analyses économiques et les différents facteurs ayant pu jouer ont été examinés, qu'ils soient d'ordre macro-économique ou d'ordre micro-économique, qu'ils soient liés à la compétitivité-prix ou à la compétitivité-hors prix⁷¹.

La spécialisation géographique et sectorielle de nos exportations, qui pourrait être jugée insuffisamment porteuse, n'explique quasiment pas les moindres performances françaises par rapport aux grands concurrents européens⁷². Ces moindres performances viennent donc de l'évolution de la compétitivité « pure », du rapport qualité-prix des produits français⁷³.

Les déterminants de la compétitivité-prix sont bien identifiés (coûts salariaux unitaires relatifs, effets change, coûts de l'énergie et des consommations intermédiaires, niveau des marges ...). Ceux de la compétitivité-hors prix (variété des produits, différenciation verticale, niveau de gamme, contenu en innovation ...) sont plus délicats à capter et à mesurer⁷⁴. Ils sont plus ou moins significatifs, selon les périodes, pour expliquer les moindres performances françaises.

Dans ces analyses des performances françaises, l'analyse de l'appareil exportateur, sa structure, son fonctionnement, a suscité une certaine attention des économistes. Un rapport du Conseil d'Analyse Economique de 2009⁷⁵ montre que la compréhension des performances de la France à l'exportation, en particulier, en comparaison de l'Allemagne, doit passer par un examen des facteurs micro-économiques, notamment, liés à la structure et à l'évolution de son appareil exportateur.

⁷¹ Voir, notamment, le rapport du Conseil d'Analyse Economique « Evolution récente du commerce extérieur français » (2006), Artus, Fontagné

⁷² Voir « *A la recherche des parts de marché perdues* », note du CAE (2015), Maria Bas, Lionel Fontagné, Philippe Martin et Thierry Mayer.

⁷³ Pour les auteurs de la note du CAE et en comparaison avec l'Allemagne, « *les exportateurs français sont moins performants que les exportateurs allemands pour vendre le même produit sur le même marché* ».

⁷⁴ Formellement, la compétitivité-hors prix peut être considérée comme un résidu, dans la mesure où elle correspond à la partie de la demande non expliquée par le prix.

⁷⁵ « *Performances à l'exportation de la France et de l'Allemagne* » Fontagné Lionel, Gaulier Guillaume (janvier 2009)

ANNEXE 2 : Qui sont les exportateurs français ?

La comptabilisation du nombre d'exportateurs n'est pas aisée. Différentes méthodes existent et les comparaisons internationales sont imparfaites, même au sein de l'Union européenne (Voir Encadré). Les données communément utilisées sont celles des Douanes. En termes de communication, la statistique douanière sur le nombre d'exportateurs de biens est souvent retenue et sert d'étalon.

La comptabilisation des exportateurs

Le nombre d'exportateurs publié par les Douanes porte sur les seules exportations de biens.

L'allègement des formalités douanières des entreprises lorsqu'elles commercent au sein de l'Union européenne (UE) a eu des conséquences sur la méthodologie adoptée pour comptabiliser les exportateurs. Pour les entreprises qui exportent uniquement au sein de l'UE et pour un total annuel de moins de 460 k€, aucune déclaration douanière n'est nécessaire⁷⁶. Il n'existe pas d'harmonisation européenne relative à ce seuil et chaque Etat membre peut donc fixer le seuil comme il le souhaite. En France, les « petits » exportateurs vers l'UE (en dessous de 460 k€) doivent remplir une déclaration fiscale simplifiée. Les informations de ces déclarations sont utilisées par les Douanes pour dénombrer les petits exportateurs vers l'UE. Au total, les exportateurs dénombrés par les Douanes sont donc ceux qui ont déposé une déclaration statistique ou fiscale.

Dans un premier temps, le concept d'entreprise utilisé par les Douanes est celui de l'unité légale, un numéro SIREN affecté par l'INSEE correspondant à une unité légale. Il s'agit des près de 125 000 opérateurs identifiés par les Douanes au cours des dernières années. Cette notion ne correspond pas nécessairement à la notion d'entreprise au sens de la loi de modernisation de l'économie (LME) de 2008⁷⁷.

Les données de l'INSEE partent directement et exclusivement des déclarations fiscales, les montants exportés provenant du compte de résultat des entreprises. Elles permettent d'identifier 220 000 exportateurs (en 2015 et 200 500 entreprises exportatrices au sens de la LME), quel que soit le montant de l'exportation et qu'il s'agisse de biens ou de services. Dans les grandes lignes, les caractéristiques de notre appareil exportateur demeurent les mêmes que l'on parte des données des Douanes ou de celles de l'INSEE. En comparant les deux sources selon les catégories d'entreprises les résultats sont, en effet, similaires : 51 % pour les grandes entreprises pour les Douanes contre 47 % pour É sane (nom de la base de données utilisée par l'INSEE et exploitant les données des déclarations fiscales), 34 % contre 36 % pour les ETI et 15 % contre 17 % pour les PME, dont TPE. Compte tenu de la différence de source fiscale utilisée, il existe des différences entre les Douanes et l'INSEE pour le dénombrement des petits exportateurs. Il semble qu'É sane comptabilise beaucoup plus de petits exportateurs pour des montants très faibles ce qui explique, notamment, un poids un peu plus important sur les PME et plus faible sur les grandes entreprises. É sane inclut également les exportations de services.

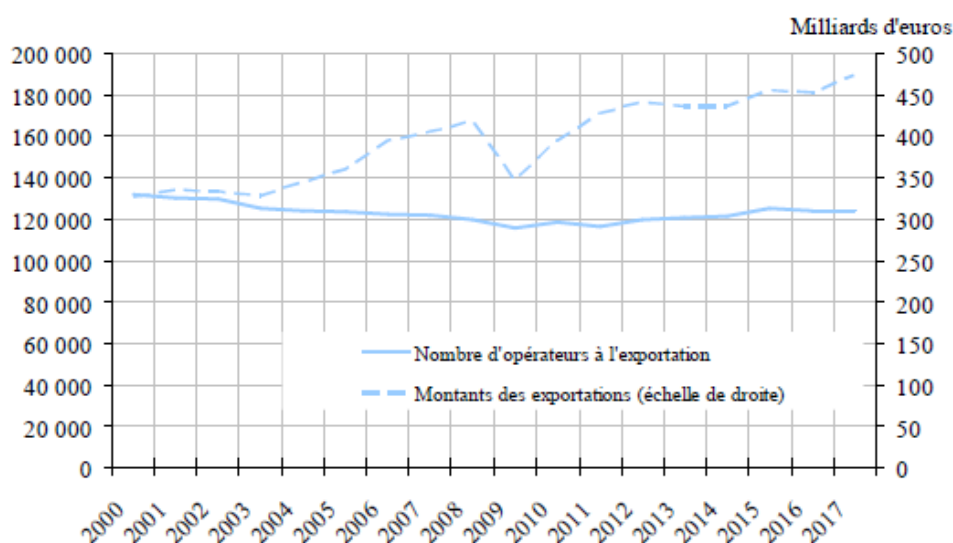
Ces chiffres sur les nombres d'exportateurs doivent aussi être relativisés dans la mesure où de nombreuses PME de petites tailles exportent de manière indirecte. Elles peuvent passer par un opérateur de négoce international ou encore, si elles font partie d'un groupe, elles peuvent passer par une autre filiale du groupe pour assurer la commercialisation à l'étranger.

⁷⁶ En revanche, tous les échanges extracommunautaires sont comptabilisés depuis le 1er janvier 2010.

⁷⁷ Toutefois, dans un second temps, ces statistiques sont compilées par les Douanes au niveau de l'entreprise, au sens de la LME, à partir du contour des entreprises et de leurs caractéristiques, notamment la catégorie d'entreprise, transmis par l'Insee.

Les Douanes ont identifié près de 125 000 exportateurs français en 2017. Ce chiffre est relativement stable, oscillant autour de 120 000 depuis une vingtaine d'années.

Graphique : nombre d'exportateurs et exportations françaises (biens)

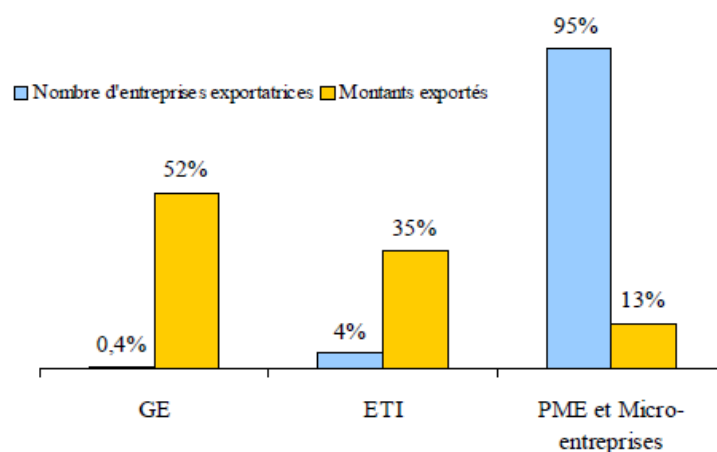


Source : Douanes.

⇒ **L'appareil exportateur français est hyper-concentré**⁷⁸

Les grandes entreprises ne représentent que 0,4% des exportateurs mais plus de la moitié des exportations. Inversement, les PME représentent 95% des exportateurs, mais ne couvrent que 13% des exportations (voir Graphique).

Graphique : Structure des exportations et des exportateurs par catégorie d'entreprise en 2017



Source : Douanes.

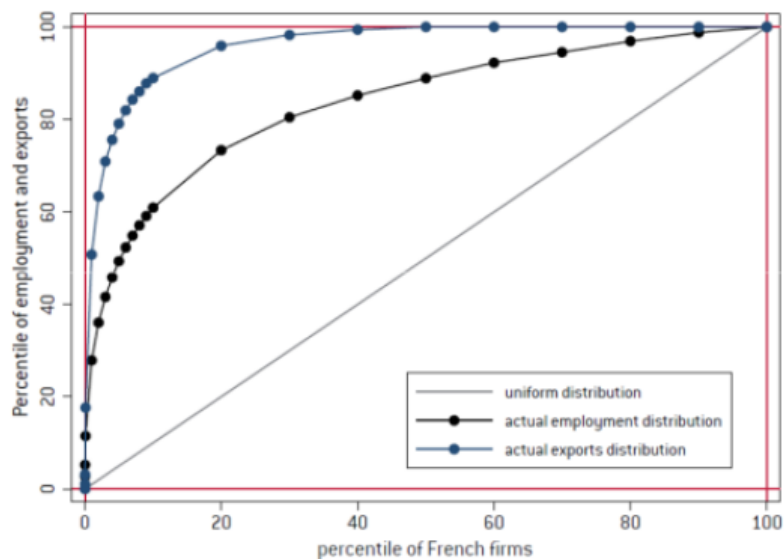
Note de lecture : en 2017, 4 % des entreprises exportatrices sont des ETI. Elles réalisent 35 % des exportations françaises.

Cette concentration s'est accrue : en 2017, les 100 premiers exportateurs réalisaient 40% des exportations, contre 35% dans les années 2000. Un phénomène de concentration s'observe pour

⁷⁸ Source des données : Trésor, Douanes

d'autres variables économiques : par exemple, on peut voir dans quelle mesure les entreprises les plus grosses captent une part, plus ou moins élevée, de l'emploi, de la valeur ajoutée, de l'investissement etc. On observe qu'en comparaison d'autres variables la concentration relative à l'appareil exportateur est particulièrement forte (voir Graphique). Celle-ci n'est pas propre à la France. En Allemagne, le niveau de concentration est cependant en-deçà de ce qu'il est en France.

Graphique : concentration de l'appareil exportateur comparée à la concentration des entreprises en termes d'emplois



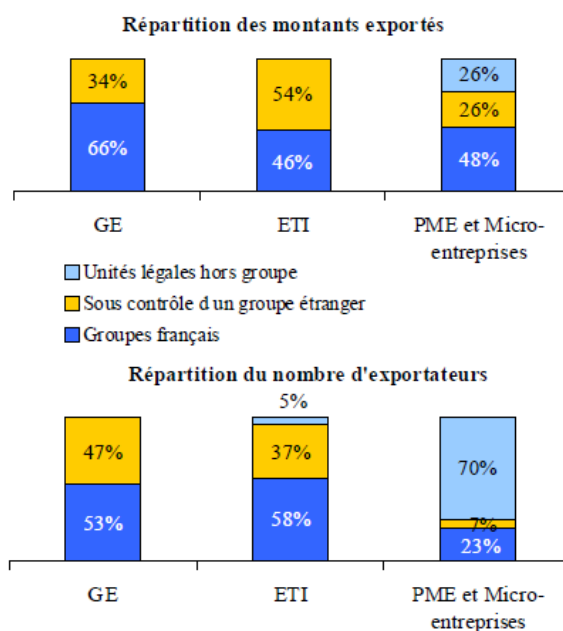
Note de lecture : dans cet échantillon, les 20% d'entreprises les plus grosses à l'exportation (respectivement, en termes d'emplois) génèrent environ 92% des exportations (respectivement, accueillent 70% des emplois)

Source : Présentation d'Antoine Berthou pour La Fabrique de l'Exportation (juin 2017)

La quasi-totalité des entreprises exportatrices est donc constituée de PME. Les trois quarts de ces PME sont indépendantes d'un groupe (voir Graphique).

Une entreprise exportatrice sur deux est une TPE indépendante.

Graphique : Répartition des exportateurs et des exportations selon la catégorie d'entreprise et le type de contrôle, en 2017



Source : Douanes.

Note de lecture : en 2017, 66% des montants exportés par les grandes entreprises sont réalisés par des filiales de groupes français. Ces filiales représentent 53% des grandes entreprises exportatrices.

Le taux de rotation des entreprises exportatrices est élevé (près de 25%). Ainsi, en 2017, une entreprise exportatrice sur quatre (soit un peu moins de 30 000) n'exportait pas en 2016 et, inversement, une entreprise exportatrice sur quatre en 2016 n'a pas exporté en 2017. Cette forte instabilité des entreprises exportatrices est le propre des TPE.

Le taux de primo-exportateurs (aucune exportation dans les 5 années précédentes) est également élevé : par exemple, pour les TPE exportatrices, sur une année donnée, une sur trois exporte pour la première fois.

Concernant ces nouvelles entreprises exportatrices, elles sont très dépendantes d'un produit et d'un marché : 65% d'entre elles n'exportent qu'un type de produit et 70% n'exportent que vers un seul pays (souvent la Belgique ou la Suisse). Elles ont du mal à pérenniser leur démarche : 60% des entreprises « entrantes » en 2016 n'ont pas exporté en 2017. En revanche, pour une nouvelle entreprise exportatrice, le fait de se maintenir l'année suivante est un indicateur de croissance à l'export important : en 2017, pour les « entrantes » de 2016 qui ont de nouveau exporté en 2017, le montant de leurs exportations a augmenté de 70%.

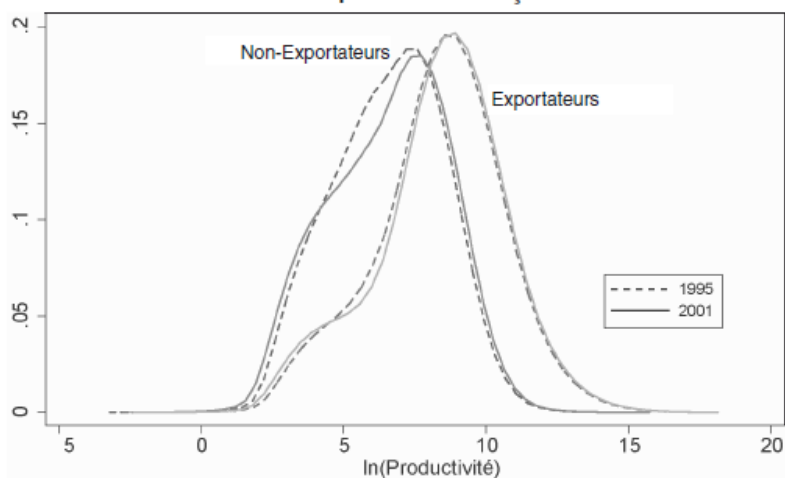
De manière plus économique, si on compare la population des entreprises exportatrices françaises à celle des autres entreprises françaises, il apparaît que les exportateurs sont des entreprises plus grosses et plus productives. Elles distribuent des salaires plus élevés et sont davantage rentables (voir Encadré ci-dessous).

Les entreprises exportatrices françaises sont-elles différentes des autres entreprises françaises ?

Le rapport du Conseil d'Analyse Economique « Performances à l'exportation de la France et de l'Allemagne » de Fontagné et Gaulier (2009) a répondu à cette question, en comparant différentes populations d'entreprises, dont certaines sont exportatrices et d'autres non exportatrices, sur la période 1995 – 2001.

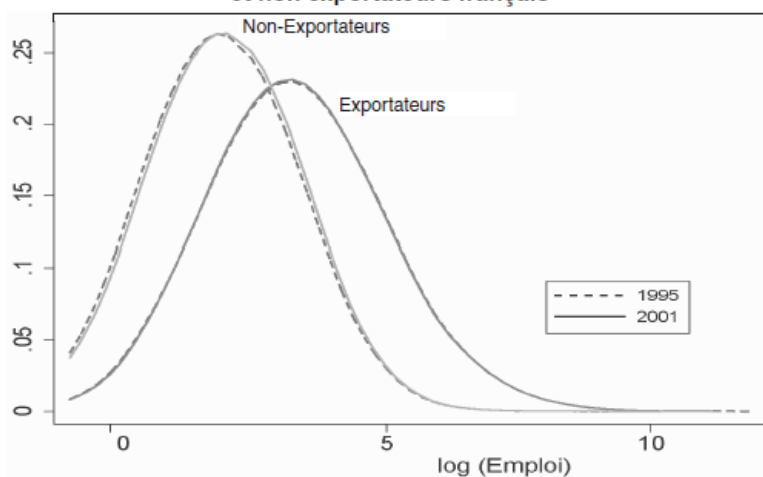
Les entreprises exportatrices sont plus productives que les autres entreprises. Les entreprises exportatrices sont également de plus grande taille. Cet effet taille peut se vérifier de différentes manières, par exemple, à partir des effectifs employés par ces entreprises. Il s'agit d'éléments structurels, ces hypothèses se vérifiant de façon stable dans le temps.

24. Distribution de la productivité (PGF) pour les exportateurs et non exportateurs français



Sources : Direction générale des douanes et droits indirects, bénéfices réels normaux (BRN), calculs CEPIL.

25. Distribution des effectifs employés pour les exportateurs et non exportateurs français



Sources : Direction générale des douanes et droits indirects, bénéfices réels normaux (BRN), calculs CEPIL.

Il est possible de calculer, toutes choses égales par ailleurs, des « primes » de performance des exportateurs par rapport aux autres entreprises. Il apparaît que les exportateurs sont 11% plus productifs, 3,6 fois plus grands mais, également, les salaires y sont 16% plus élevés et ils font 16% de marge en plus.

A priori, ces surperformances relatives devraient permettre aux exportateurs les plus productifs d'assumer

des coûts d'exportation encore plus élevés et donc, par exemple, d'exporter vers des marchés plus éloignés. Les auteurs ont calculé les différentes primes à l'exportation pour trois catégories d'exportateurs : ceux qui exportent uniquement au sein de l'UE à 15 (Europe de l'Ouest), ceux qui exportent vers l'ensemble de l'UE et ceux qui exportent hors de l'UE. Les exportateurs se limitant à l'UE15 sont seulement 5% plus productifs que les non exportateurs (au lieu de 11% pour l'ensemble des exportateurs), ils sont 2,5 fois plus grands (contre 3,6 fois), distribuent des salaires de 10% plus élevés (contre 16%) et réalisent 12% de plus de marges (au lieu de 16%). Ces primes augmentent si on s'intéresse aux exportateurs dont les clients sont dans l'ensemble de l'UE et sont encore plus élevées pour les exportateurs hors UE (19% pour la productivité ou la rentabilité, en particulier). Pour les auteurs, « *la grande exportation est donc apparemment l'affaire des meilleurs parmi les meilleurs* ».

La question de la causalité est également abordée : l'exportation est-elle la « récompense » des entreprises les plus efficaces ou est-elle le « moteur » de cette efficacité ? Les auteurs posent la question en ces termes : « *regroupe-t-on simplement les bons élèves dans une même classe, ou bien la confrontation à une classe de meilleur niveau élève-t-elle les résultats des élèves de cette classe ?* ». Au vu des données examinées, il semble qu'avant d'entrer sur les marchés à l'exportation, les entreprises sont sur une tendance très dynamique en termes d'investissement, de recrutements et de progression de la productivité. Cette tendance s'amplifie jusqu'au moment où l'entreprise commence à exporter, puis s'estompe progressivement. Pour les auteurs, l'analyse des données individuelles a clairement mis en évidence le sens de la causalité entre performance et exportation. « *Exporter comporte des coûts, fixes et variables, et seules les firmes les plus efficaces exportent. [...] La séquence est bien efficacité d'abord et exportation ensuite* ».

⇒ **L'enjeu lié à l'augmentation du nombre d'exportateurs**

La croissance des exportations françaises peut se décomposer de la manière suivante : elle passe par la croissance des flux déjà existants (par exemple, les exportations d'un produit donné vers un pays donné) et par la croissance des « nouveaux » flux (des nouveaux produits ou des nouveaux marchés ou bien des nouveaux exportateurs). Le premier effet est usuellement appelé la marge *intensive* et le second effet la marge *extensive*. Le second effet joue de manière modeste à court terme, mais il est significatif à moyen terme (cf. encadré ci-dessous).

Marge intensive et marge extensive

D'une année sur l'autre, la croissance des exportations s'explique essentiellement par le renforcement des flux déjà existants, c'est-à-dire par la marge intensive. Une note du Conseil d'Analyse Economique⁷⁹ a calculé cette contribution de la marge intensive (en moyenne, sur une année donnée) à près de 88%. La marge extensive, qui est donc de 12%, se décompose en 2% liée à l'augmentation (« nette », soit entrées moins sorties) du nombre d'entreprises exportatrices et 10% liée à des entreprises déjà présentes mais qui ajoutent/retirent des produits/marchés de destination à leur portefeuille d'exportation.

Sur une période de 10 ans, la marge extensive explique plus de 53% de la croissance des exportations, la moitié de cette contribution venant des flux opérés par les nouveaux exportateurs, l'autre moitié des nouveaux produits/marchés des exportateurs déjà en place. La marge intensive est de moins de 47%. La différence entre le court terme et le moyen terme vient du fait que les nouveaux flux d'exportation sont de très petite taille, mais, pour ceux qui perdurent, sont susceptibles de croître rapidement (en lien, pour les nouvelles entreprises exportatrices, avec une sélection drastique des entrants), à tel point qu'au bout de 10 ans ces flux deviennent clairement significatifs.

⁷⁹ « *A la recherche des parts de marché perdues* », note du CAE (2015), Maria Bas, Lionel Fontagné, Philippe Martin et Thierry Mayer.

Si on souhaite augmenter de manière significative le nombre d'exportateurs (indépendamment de la valeur des exportations par entreprise), il apparaît assez clairement, au vu de la structure des entreprises exportatrices, que ce n'est pas le nombre de grandes entreprises ni même d'ETI qui pourrait contribuer à cette hausse. La « réserve » d'exportateurs potentiels vient des PME. Plus précisément, deux sous-populations de PME peuvent être ciblées : tout particulièrement, celles qui ont déjà connu une expérience à l'exportation mais qui n'ont pas pérennisé cette expérience et, également, celles qui n'ont pas encore exporté et ce, malgré un potentiel, compte tenu de leur activité.

Si on se limitait à la seule question de l'augmentation de nos exportations en valeur, la focalisation sur l'accroissement du nombre de PME indépendantes exportatrices apparaîtrait comme peu pertinente. L'hyper-concentration de l'appareil exportateur signifie, en effet, qu'une augmentation marginale de la valeur des exportations des plus grands exportateurs égalerait la valeur des exportations que pourraient générer plusieurs dizaines de milliers de nouvelles PME exportatrices. Il vaudrait donc mieux se concentrer uniquement sur les performances de nos grandes entreprises exportatrices.

Il est pourtant essentiel de se préoccuper du nombre d'entreprises exportatrices et donc du nombre de PME exportatrices. Comme cela a déjà été indiqué, la marge extensive prend tout son sens dans la durée et contribue à l'augmentation des exportations. De plus, l'enjeu de l'internationalisation des entreprises va au-delà de l'enjeu (majeur) du niveau des exportations. On connaît, en effet, les liens entre les degrés d'internationalisation des sociétés et leur taille ainsi que leur niveau d'innovation. Plus une entreprise est de taille élevée et/ou plus une entreprise est innovante et plus elle est exportatrice. Les économistes se sont intéressés au sens de la causalité (voir Encadré précédent) : Fontagné et Gaulier établissent que la causalité va plutôt dans le sens d'un renforcement de la productivité puis d'un déploiement à l'international. Toutefois, certaines études ont mis en évidence des causalités inverses⁸⁰. Enfin, à un niveau local, le déploiement, nouveau, à l'international d'une entreprise présente des effets externes bénéfiques sur les entreprises environnantes, en amont ou en aval, en particulier, dans la mesure où l'exportateur pourra partager un certain nombre d'informations avec d'autres exportateurs potentiels ou servir d'effet de démonstration pour des concurrents proches⁸¹.

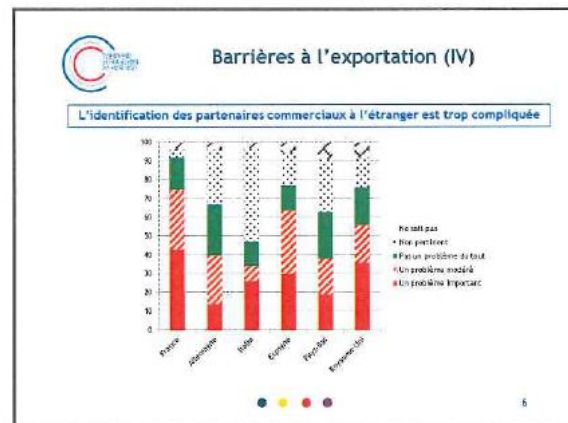
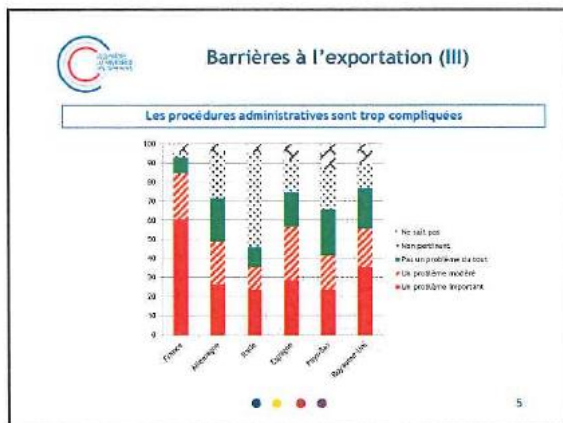
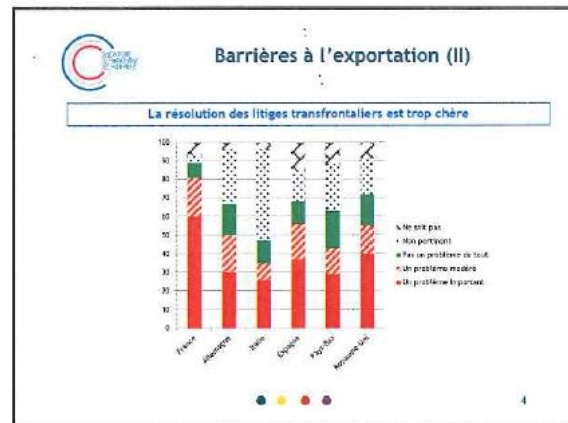
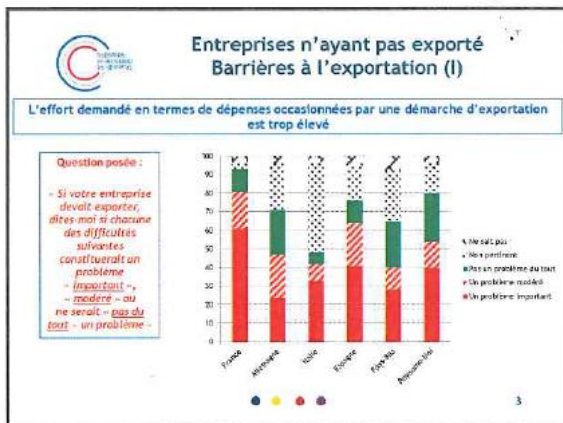
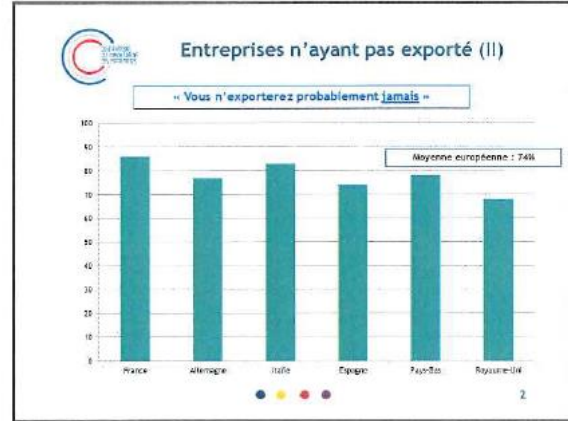
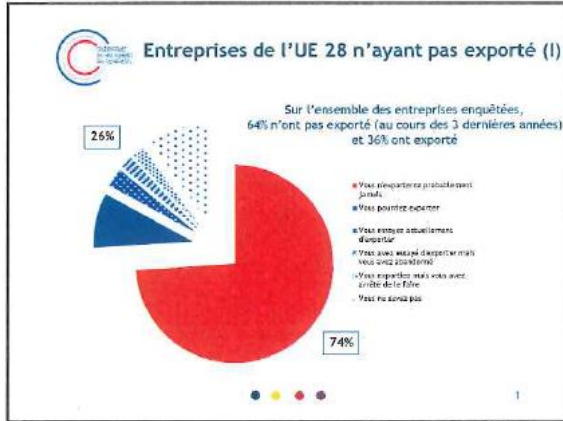
⁸⁰ Rapport co-réalisé par plusieurs banques publiques de développement, dont Bpifrance (2018) : « Internationalisation of European SMEs – Taking stock and Moving Ahead ». Extrait : « *a number of empirical studies show that causality also works in the other direction. Firms which are active abroad benefit from the contact with new competitors, suppliers and customers. Exchanging information with their foreign business partners, getting new ideas and learning about new production technologies or management practices, they grow more innovative and productive over time.* »

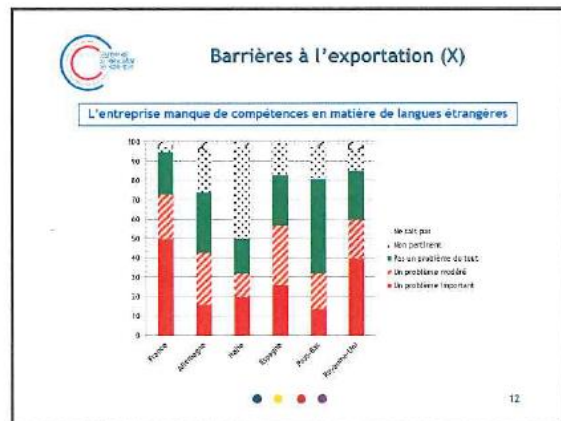
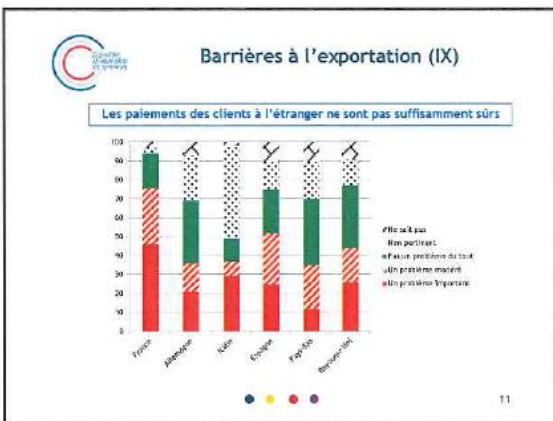
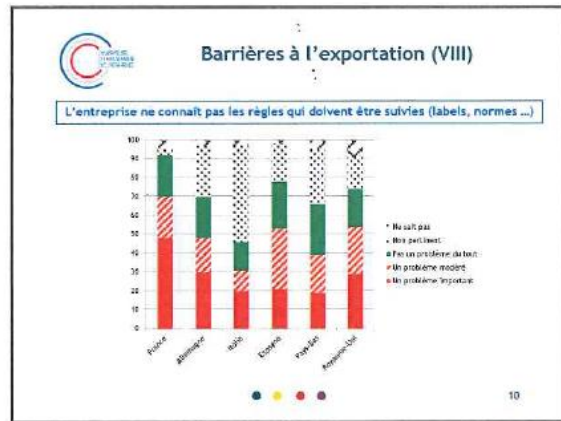
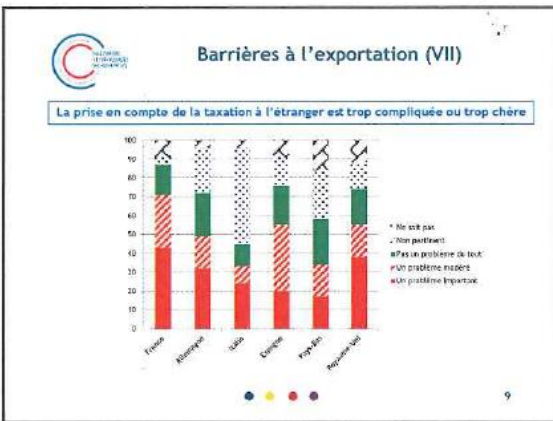
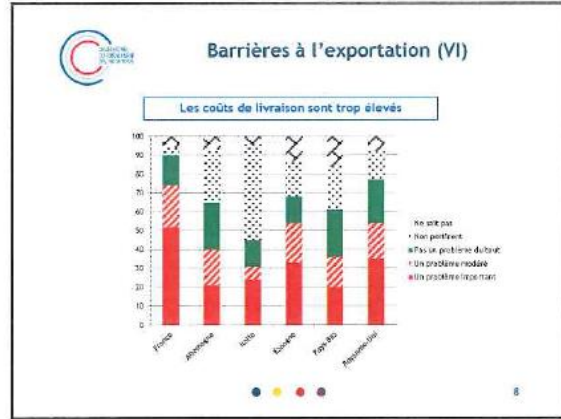
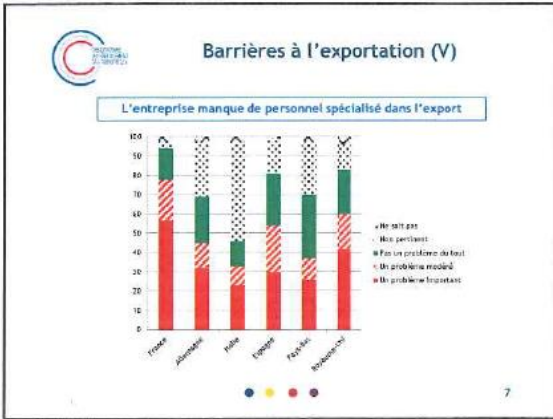
⁸¹ Voir Koenig, Mayneris et Poncet (2010), « *Local Export Spillovers in France* »

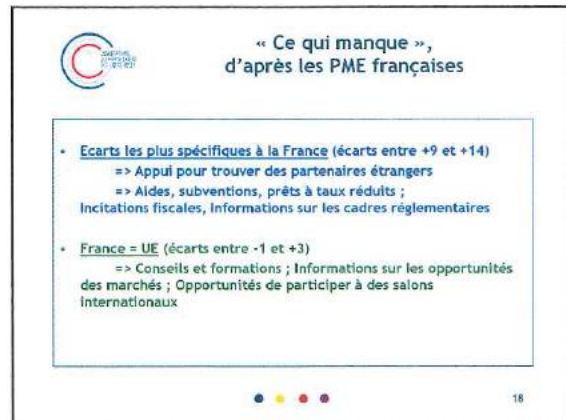
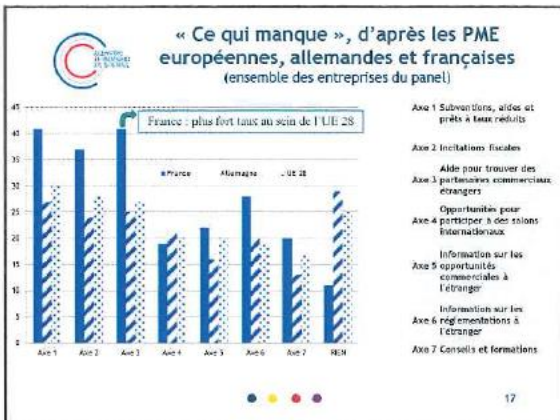
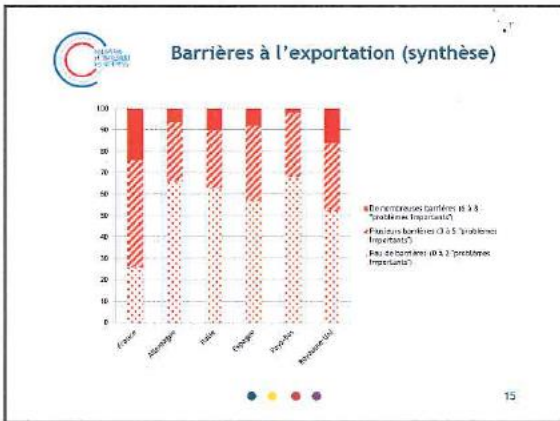
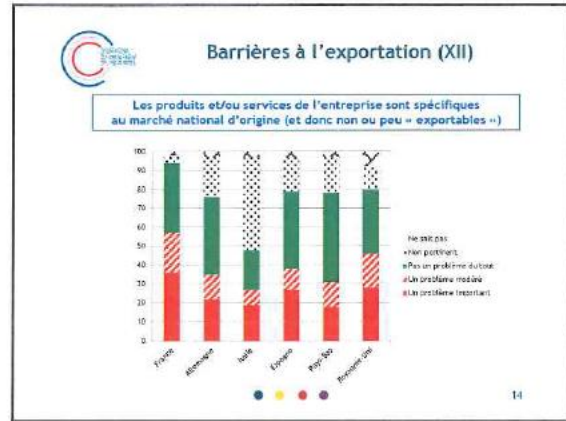
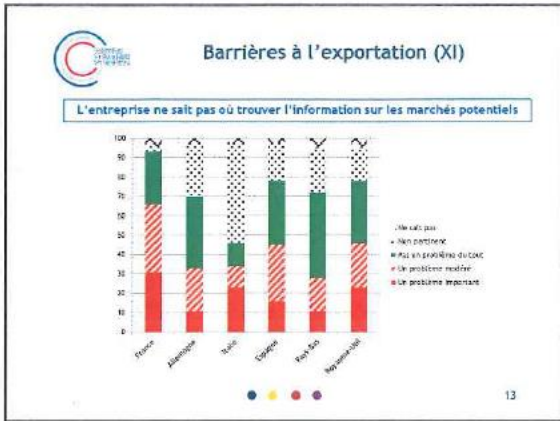
ANNEXE 3 : Résultats de l'Eurobaromètre de la Commission européenne

L'internationalisation des PME européennes (14 500 PME interrogées ; octobre 2015)

La présentation qui suit restitue les principaux résultats de cette enquête.







Méthodologie de l'enquête

Les PME au sens européen ont été retenues. L'enquête a été conduite auprès des PME des 28 pays de l'UE ainsi que de quelques pays des Balkans et en Turquie (c'est-à-dire des pays hors UE mais bénéficiant du programme européen COSME destiné à soutenir les PME européennes). 14 513 entreprises ont été interrogées, en juin 2015, dans le cadre d'un échange téléphonique conduit dans la langue maternelle des dirigeants interrogés (le directeur général de l'entreprise, le directeur financier ou un actionnaire significatif de la société). L'échantillon a été sélectionné à partir d'une base de données internationale sur les entreprises. Des quotas ont été appliqués à la fois sur la variable portant sur la taille de l'entreprise (1-9 employés, 10-49 ou 50-249) et sur celle relative au secteur d'activité, de manière à disposer d'un nombre d'entreprises suffisant selon les différents paramètres.

Population enquêtée

Les données sont accessibles sur le site internet de l'enquête. L'échantillon couvre l'ensemble des PME, sans sélection particulière par rapport à une éventuelle prédisposition (de taille, de secteur ...) à l'international. Toutefois, 4 critères ont été examinés : le nombre d'employés, le CA, le secteur d'activité et l'ancienneté. L'échantillon comprend une forte proportion de TPE. La position plus réservée des PME françaises dans les réponses à l'enquête peut être provenir d'un biais de sélection dans la population des PME françaises retenues par rapport aux PME des autres pays, mais les données mises à disposition ne permettent pas de le montrer clairement :

- En effet, la part des TPE est plus grande dans les PME françaises interrogées (93%) que pour la moyenne UE, mais la différence est faible. Les proportions de TPE dans les échantillons de l'Espagne et de l'Italie sont même un petit peu plus élevées. En revanche, la part des TPE est clairement plus faible pour l'Allemagne.
- En termes de CA, les CA des entreprises interrogées en France sont sensiblement plus bas, beaucoup plus bas qu'en Allemagne et, dans une moindre mesure, en Espagne. Ils sont, en revanche, assez proches de ceux des entreprises interrogées en Italie, aux Pays-Bas et au Royaume-Uni.
- En termes sectoriels, le poids des services est plus important dans l'échantillon français que pour l'UE, l'Italie, l'Allemagne et l'Espagne, mais il est moins élevé qu'aux Pays-Bas.
- En termes d'ancienneté, les chiffres français correspondent quasi-parfaitement à la moyenne UE. En Allemagne, en Espagne et, encore plus, aux Pays-Bas, les anciennetés sont plus élevées. En revanche, les PME britanniques interrogées sont assez jeunes.

Ces différences peuvent éventuellement être justifiées par des structures des populations d'entreprises différentes d'un pays à l'autre (par exemple, part des TPE plus élevée en France qu'en Allemagne). Globalement, au vu de ces données, il apparaît qu'il pourrait exister un biais favorable à des réponses plus ouvertes concernant l'international pour les PME interrogées en Allemagne et en Espagne et, inversement, pour les PME interrogées en France, au Royaume-Uni, en Italie et aux Pays-Bas. Ces éléments permettent donc difficilement de conclure de manière ferme sur un éventuel positionnement défavorable du panel français par rapport à l'ensemble des 5 autres pays comparés.

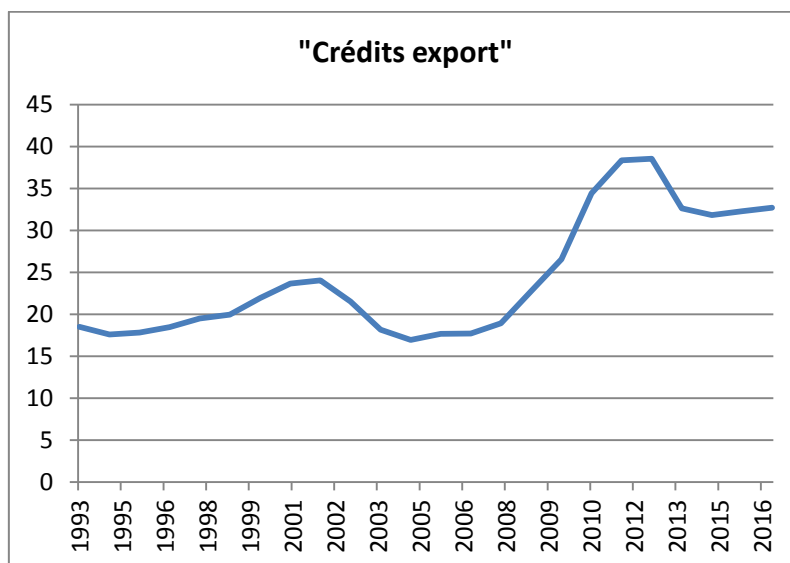
Annexe 4 : Les statistiques du financement des exportations

La Banque de France – Direction Générale des Statistiques – gère deux collectes spécifiques :

- la collecte complémentaire des crédits à l'exportation à moyen et long terme, de fréquence trimestrielle (CREDEX), auprès d'un échantillon constitué des intervenants les plus actifs. Cette collecte fournit l'encours des financements exports et des informations sur les ouvertures de crédit export.
- La collecte auprès des assureurs-crédit couvre les 13 assureurs-crédits résidents et recense les encours garantis en les ventilant entre financements garantis auprès de contreparties résidentes et financements garantis auprès de contreparties non résidentes – ventilées par pays du client final.

L'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution (ACPR) publie un rapport dans lequel apparaît la masse globale des financements consacrés au financement des exportations. La définition de l'enveloppe de crédits correspondant à ces financements à l'exportation, mise à disposition des banques (via SURFI) pour la ligne « Crédit à l'exportation » est la suivante : « *Crédits se rapportant à des exportations de biens et de services ; ceux-ci peuvent être également consentis dans le cadre de la loi Dailly (loi du 21 janvier 1981 modifiée) sous la forme nantissement* ». Il convient d'interpréter cette définition de manière large, l'ensemble des financements destinés à couvrir les besoins de trésorerie nés d'opérations courantes et exceptionnelles d'exportation de biens et de services par les entreprises françaises devant être intégrés. Ils incluent, en particulier, les crédits fournisseurs, les mobilisations de créances sur l'étranger, les crédits commerciaux aux non-résidents, les avances en devises aux exportateurs, les crédits de préfinancement à l'exportation, les crédits de prospection et de stockage à l'étranger, les crédits spécialisés.

Le graphique suivant retrace le volume global des financements de 1993 à 2016 :

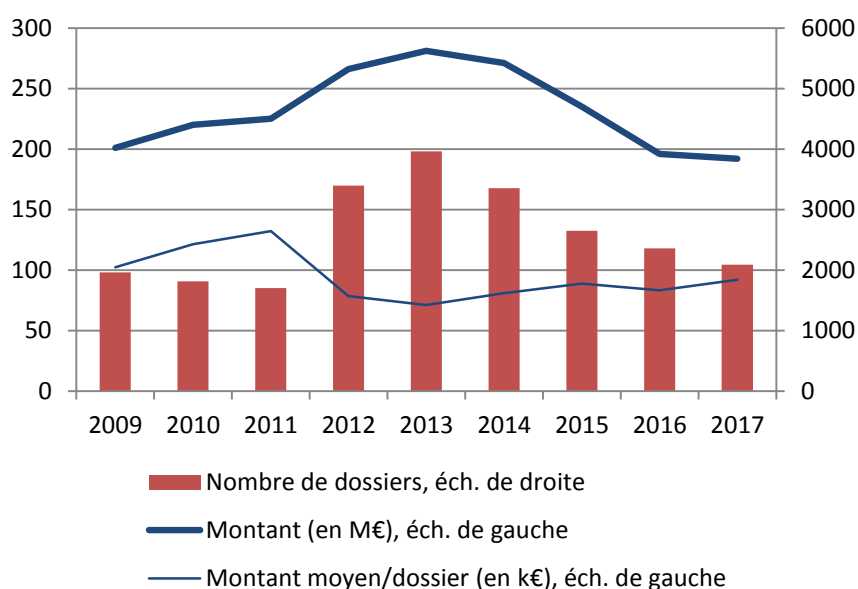


Source : ACPR

En 2016, les crédits destinés à l'exportation auraient atteint 33 Mds€ au vu de cette source. Ils tournaient autour de 20 Mds dans les années 90 et 2000 avant de s'élever à la fin 2000 pour atteindre un maximum de près de 40 Mds€ en 2012. Depuis 2013, le volume de crédits serait très stable, variant entre 32 et 33 Mds€. Sur ce volume, l'essentiel est constitué de crédits à des non-résidents, essentiellement des crédits acheteurs donc, qui atteignaient 28,7 Mds€ en 2014 pour 32,1 Mds€ de crédits export au total cette année-là, soit près de 90% des crédits exports et 3,4 Mds€ étaient octroyés à des sociétés non financières (SNF) françaises.

⇒ La prospection

Evolution de l'assurance-prospection depuis 10 ans



Source : données retraitées à partir d'éléments chiffrés de la DG Trésor et de Bpifrance

A noter que l'encours global est de l'ordre de 2 Mds€ et qu'environ 12 000 PME bénéficient de l'AP.

⇒ Garanties de change

Coface DGP / Bpifrance AE (en M€)	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Garantie de change (couvertures accordées)	1 650	1 732	1 494	1 360	844	673
Nombre de CLIENTS CHANGE	99	76	73	69	58	58
dont PME	12	10	16	13	14	16

⇒ **Garantie des préfinancements**

Coface DGP / Bpifrance AE	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Garantie des préfinancements de l'exportateur, en M€ <i>(enveloppes agréées)</i>	126	118	164	116	137	161
<i>Dont PME et ETI (en M€)</i>	-	117	138	96	136	109
<i>Dont PME et ETI (en nombre de garanties)</i>	-	230	178	177	211	245

⇒ **Garantie des cautions**

Coface DGP / Bpifrance AE	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Garantie des cautions de l'exportateur, en M€ <i>(enveloppes agréées)</i>	651	450	778	662	415	575
<i>Dont PME et ETI (en M€)</i>	-	400	616	521	404	546
<i>Dont PME et ETI (en nombre de garanties)</i>	-	236	286	281	272	296

⇒ **Garanties publiques à l'exportation, en Md€ (flux annuels)**

Coface DGP / Bpifrance AE	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Garanties/Assurance-crédit (contrats garantis conclus, en Mds€)	10,1	7,2	11,2	19,4	5,3	17,8
<i>Dont contrats pour des crédits acheteurs/fournisseurs</i>	7,9	6,4	8,1	12,4	3,4	7,6
<i>Dont PME et ETI (en Mds€)</i>	-	0,4	0,4	0,4	0,2	0,7
<i>Dont PME et ETI (en nombre de garanties)</i>	-	45	55	47	51	57

⇒ **Garanties des projets à l'international**

Coface DGP / Bpifrance AE	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Garantie des projets à l'international <i>(promesses, en M€)</i>	141	75	4	0	59	159

⇒ **Les prêts du Trésor et le FASEP**

Montant engagé en M€	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Prêts non concessionnels</i>	-	-	-	0	95	0
<i>Prêts concessionnels</i>	286	380	344	194	166	197
Total PRÊTS	286	380	344	194	261	197
FASEP	15	17	7	14	10	16

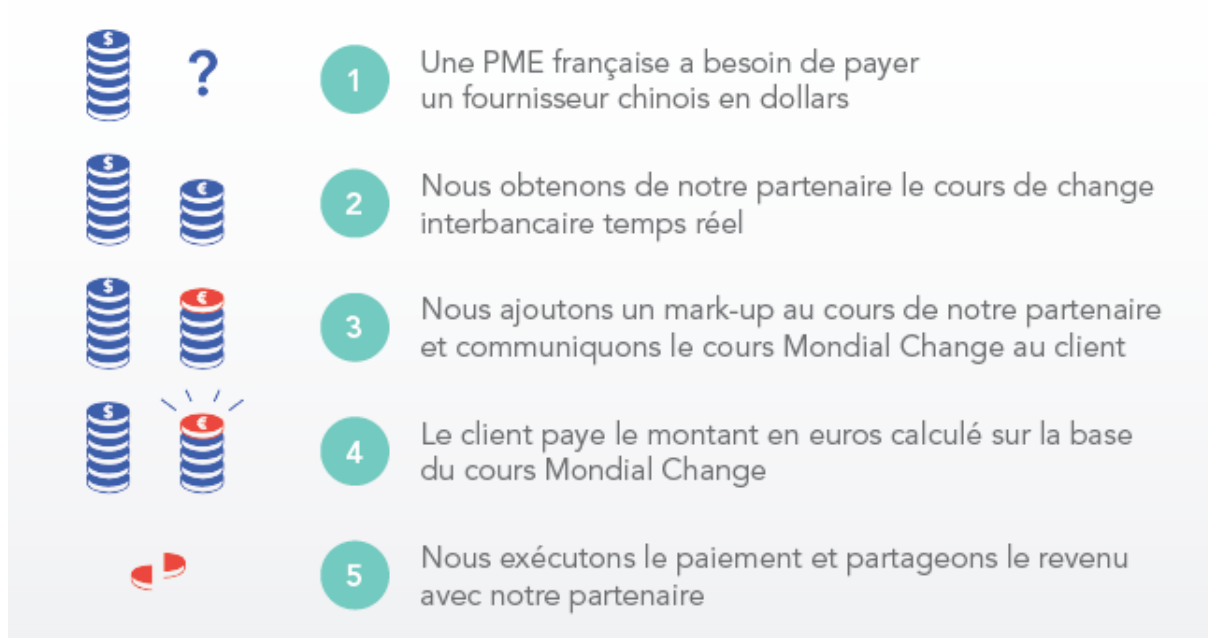
Source : Trésor

ANNEXE 5 : MONDIAL CHANGE

Mondial Change est une plate-forme, qui existe depuis 3 ans, labellisée Fintech, proposant aux entreprises des services de change et des solutions de couverture contre le risque de change dans le cadre de leurs opérations commerciales à l'international. Mondial Change est en forte croissance, en relation à ce jour avec 300 clients, dont 60% de « petites » entreprises, dont les volumes de change concernés sont compris entre 0,1 et 2 M€. Pour les entreprises de cette taille n'ayant pas accès aux salles de marché des banques, Mondial Change peut apporter une solution. 35% des clients ont des volumes allant de 3 à 10 M€, essentiellement des PME/TPE dont l'accès à des solutions bancaires est variable et n'ayant qu'une ou deux banques historiques. Les 5% restant sont des entreprises réalisant des volumes compris entre 10 et 50 M€ attirés essentiellement par la simplicité des outils.

Le modèle économique de la plate-forme est celui d'un courtier, qui travaille avec deux établissements de paiement, Ebury et Western Union, ce dernier fournissant des solutions de couverture plus structurées via des options de change (et pas seulement des contrats à terme classiques). Mondial Change se concentre donc sur les volets commerciaux et marketing.

NOTRE BUSINESS MODEL



Source : Mondial Change

Pour son représentant, la plate-forme apporte plus de transparence en matière de tarification et plus de simplicité que les services des banques, par ailleurs généralement onéreux et peu transparents. Mondial Change communique toujours le cours qui sera retenu en amont de l'approbation du client. Par ailleurs, le délai de transfert des fonds est relativement court (fonds crédités en 24/48 h dans le monde entier, contre des délais allant jusqu'à 4/5 jours avec les banques traditionnelles). De même, du côté des banques, l'accès au service n'est pas toujours dématérialisé et certaines banques ont une offre limitée, de l'ordre de 50 devises, alors que Mondial Change propose plus de 140 devises. Enfin, les coûts sont plus faibles avec, par exemple, une marge de 30-50% plus faible par rapport au cours de change retenu et des frais uniques de 10 € par virement (pas de frais de réception, de commissions de change, de frais de tenue de compte ou de frais de mise en place et d'utilisation des contrats à terme). Mondial Change apporte également du conseil et de l'accompagnement afin d'aider au mieux les entreprises dans leurs stratégies de couverture.

NOTRE RÉPONSE

✓ PLUS SIMPLE	Une plateforme en ligne unique pour gérer toutes ses opérations de paiement, de change et de couverture sur + de 140 devises.
✓ MOINS CHER	Une réduction des spreads de 20 à 50 % et un frais unique de 10 € par virement. La suppression des frais de réception, des commissions de change et des frais de tenue de compte.
✓ PROTECTION DES MARGES	Possibilité de fixer un cours de change en avance pour les paiements futurs via des contrats à terme, des options de change ou des NDFs.
✓ EXPERTISE ET ACCOMPAGNEMENT	Accompagnement de notre équipe pour aider nos clients à mieux gérer la politique de change de leur entreprise.
✓ TRADE FINANCE (À VENIR)	Possibilité d'obtenir une ligne de crédit jusqu'à 1 million d'euros pour aider nos clients à financer leur BFR pour leurs achats à l'international

Source : Mondial Change

De façon plus prospective, Mondial Change étudie la possibilité d'apporter un nouveau service, qui serait de fournir une ligne de crédit à ses clients, jusqu'à 1 M€, pour financer le BFR pour le volet achats à l'international.

ANNEXE 6 : Le projet WE.TRADE

Dans une *blockchain* s'intéressant au financement des transactions internationales, les bases de données comprenant l'ensemble de l'information sont partagées, distribuées entre les différentes parties et protégées à partir de clés cryptographiques. Le transfert de propriété des marchandises est ainsi bien visible, des différentes parties en même temps, les acteurs concernés pouvant réagir si besoin. Il y aurait ce faisant un enrichissement de données par chaque partie prenante au cours du processus et non plus une réconciliation de différents documents à chaque étape. On passe ainsi d'un circuit d'échanges bilatéraux multiples à une approche linéaire et donc plus simple.

Début 2017, sept banques européennes dont deux françaises – Société Générale et Natixis - se sont alliées dans le cadre d'un consortium pour mettre en place une *blockchain*, rejointes fin 2017 par deux autres banques. Plusieurs étapes sont prévues dans la construction du projet, mais il s'agit d'aller relativement vite, c'est-à-dire de mettre en place une première solution, viable, qui ensuite pourra être enrichie lors des étapes suivantes.

we.trade : une initiative européenne pour favoriser les échanges internationaux

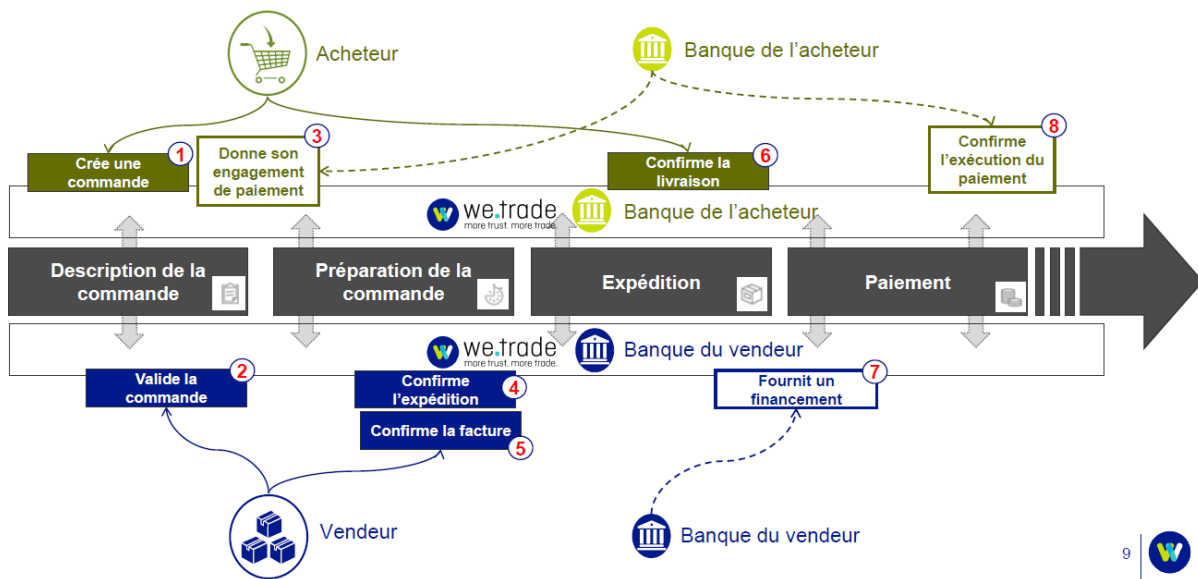
- **we.trade** = initiative d'innovation lancée par un groupe de banques pour leurs clients européens
- Via cette plateforme, des clients connus des banques participantes peuvent conclure simplement des transactions sécurisées

- Allemagne
- Belgique
- Danemark
- Espagne
- France
- Italie
- Norvège
- Pays Bas
- Royaume-Uni
- Suède



Source : we.trade

Le fonctionnement est décrit dans le schéma suivant :



Source : we.trade

Une clé du succès de la *blockchain* est d’y intégrer de la neutralité, c’est-à-dire des avis de tiers permettant de confirmer (ou non) des informations et de disposer à tout moment d’une information certaine. En pratique, il n’y aurait pas une seule plate-forme, mais quelques plates-formes « jumelles », c’est-à-dire interconnectées, de manière à pouvoir traiter un dossier en particulier et chaque banque disposant, par exemple, de sa propre plate-forme.

Quels sont les facteurs clés de succès ?

ECOSYSTEME

- **Combiner sur la même plateforme :**
 - Supply chain physique (transport des marchandises) et
 - Supply chain financière (exécution, gestion des risques et financement)
- **Mieux sécuriser et allouer les financements**
- **Nécessité d’inclure tous les acteurs**
- **L’adoption est clé**

CADRE JURIDIQUE

- Applicabilité des “smart contracts”
- Applicabilité de la signature électronique
- Alternative d’opérer les plateformes grâce à un “Rulebook”
- Moyen de faciliter et d’accélérer les contrôles conformité

STANDARDS

- **Remplacer les documents avec des données pour automatiser les processus**
 - Nécessite des standards de communication, de gouvernance des données, de gestion des identités
 - SWIFT
 - Nations Unies
 - ICC
 - BAFT
 - Ainsi que des standards techniques (Blockchain, API...)

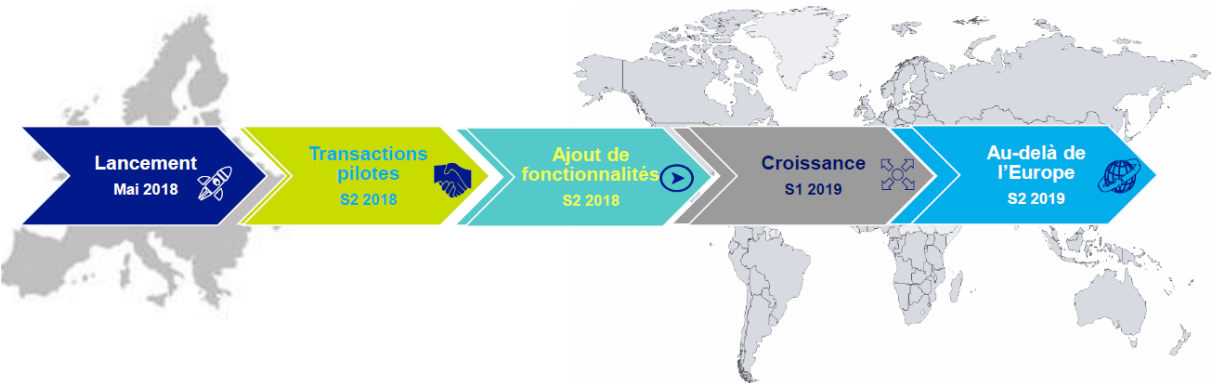
INTEROPERABILITE

- **Plusieurs plateformes coexisteront : défi de les faire communiquer entre elles**
- **Plusieurs dimensions à prendre en compte : technique, juridique, gouvernance, business model...**

Source : we.trade

Dans un premier temps, la solution concernera l'ouest et le nord de l'Union européenne, pour des clients des neuf banques parties prenantes. Dans un deuxième temps, les transactions pourront porter sur d'autres zones. D'ici fin 2019, l'objectif est d'inclure des pays d'Asie, dans lesquels les banques du consortium sont représentées. L'objectif à terme est également de faire entrer des assureurs-crédit dans le projet et aussi de gagner en rapidité de traitement des dossiers. La question de la régulation et de la gouvernance de cette activité est également importante, en particulier, au niveau européen, sachant qu'à ce stade we.trade est une société informatique, dans laquelle les banquiers sont des actionnaires. Il faut, en revanche, que le cadre de régulation qui pourrait émerger soit compatible avec le modèle économique de ces solutions et ne soit donc pas de nature à alourdir les process et à recomplexifier d'une autre manière ce qui a pu être simplifié.

Calendrier



Source : we.trade

ANNEXE 7 : encart publicitaire d'Amazon

Les Echos – supplément Entrepreneurs – 7 février 2018



amazon

Communiqué

La Marketplace Amazon, pour promouvoir le savoir-faire français

L'e-commerce offre un important potentiel de croissance au très riche tissu économique français de TPE et PME. La Marketplace Amazon.fr les aide à franchir le pas, mettant à leur disposition des solutions et des outils pour se développer en France et à l'international.

Le rêve d'accéder à l'export, le cauchemar d'y laisser des plumes. Rares sont les entreprises françaises, et notamment les PME et les TPE, qui ne souhaitent pas développer leurs activités à l'international. " Pourtant, trop peu d'entrepreneurs français franchissent le cap du digital, percevant mal les opportunités offertes par le e-commerce pour générer de la croissance ", souligne Patrick Labarre, Directeur de la Marketplace Amazon.fr. " Et quand ils les perçoivent, ils sont freinés dans leur élan par le manque de ressources. En les affranchissant des contraintes technologiques, marketing et logistiques, notre Marketplace leur ouvre des perspectives de croissance en France et à l'international".

Dépasser les barrières

Véritable levier de croissance pour les entreprises, la Marketplace permet d'accéder à des millions de clients potentiels à travers le monde. Là où nombre d'entre elles s'efforcent encore à développer des sites et investissent lourdement en marketing pour attirer les clients, la Marketplace Amazon.fr met en valeur les produits des vendeurs tiers et simplifie la gestion de la logistique.

Pour accompagner les entrepreneurs français dans leur développement, la Marketplace Amazon propose un ensemble de services qui permettent aux entreprises de bénéficier de son savoir-faire en termes de logistique, de vente et de marketing. " Avec Expédié par Amazon, par exemple, nous assurons le stockage et l'expédition de leurs produits à travers toute l'Europe ", ajoute Patrick Labarre. " Nos partenaires accèdent ainsi à nos ressources logistiques internationales ainsi qu'à des millions de clients potentiels".

En prenant un minimum de risque

En parallèle, la Marketplace Amazon a également mis en place Handmade et Launchpad, deux boutiques et programmes pour accompagner les start-up et artisans français. Ceux-ci se démarquent en proposant d'une part des espaces de présentation personnalisables permettant aux entrepreneurs de valoriser leur innovation et leur savoir-faire et d'autre part un ensemble de services marketing et de merchandising.

Vendre sur la Marketplace Amazon ne suppose aucun investissement de départ et s'appuie sur un business model où l'on ne paie que si l'on vend. Après une inscription rapide en quelques clics et une souscription de 39 euros par mois, tous les entrepreneurs, de l'artisan au dirigeant de PME, peuvent développer de nouveaux canaux de distribution et augmenter leurs ventes partout en France et en Europe à travers les cinq Marketplace européennes Amazon.fr, Amazon.co.uk, Amazon.de, Amazon.it et Amazon.es.

Plus de 10 000 TPE et PME françaises ont déjà sauté le pas et plus de la moitié d'entre elles exportent en s'appuyant sur le programme Expédié par Amazon. En 2017, elles ont réalisé plus de 250 millions d'euros de chiffre d'affaires à l'export avec la Marketplace Amazon.fr. " C'est la preuve que la France dispose d'un formidable vivier de talents prêts à éclorer et qu'il suffit parfois d'un petit coup de pouce pour permettre à toutes ces entreprises, petites ou grandes, urbaines ou rurales, en phase de démarrage ou déjà installées, de partir à l'international. Nous voulons être ce coup de pouce ", conclut Patrick Labarre.