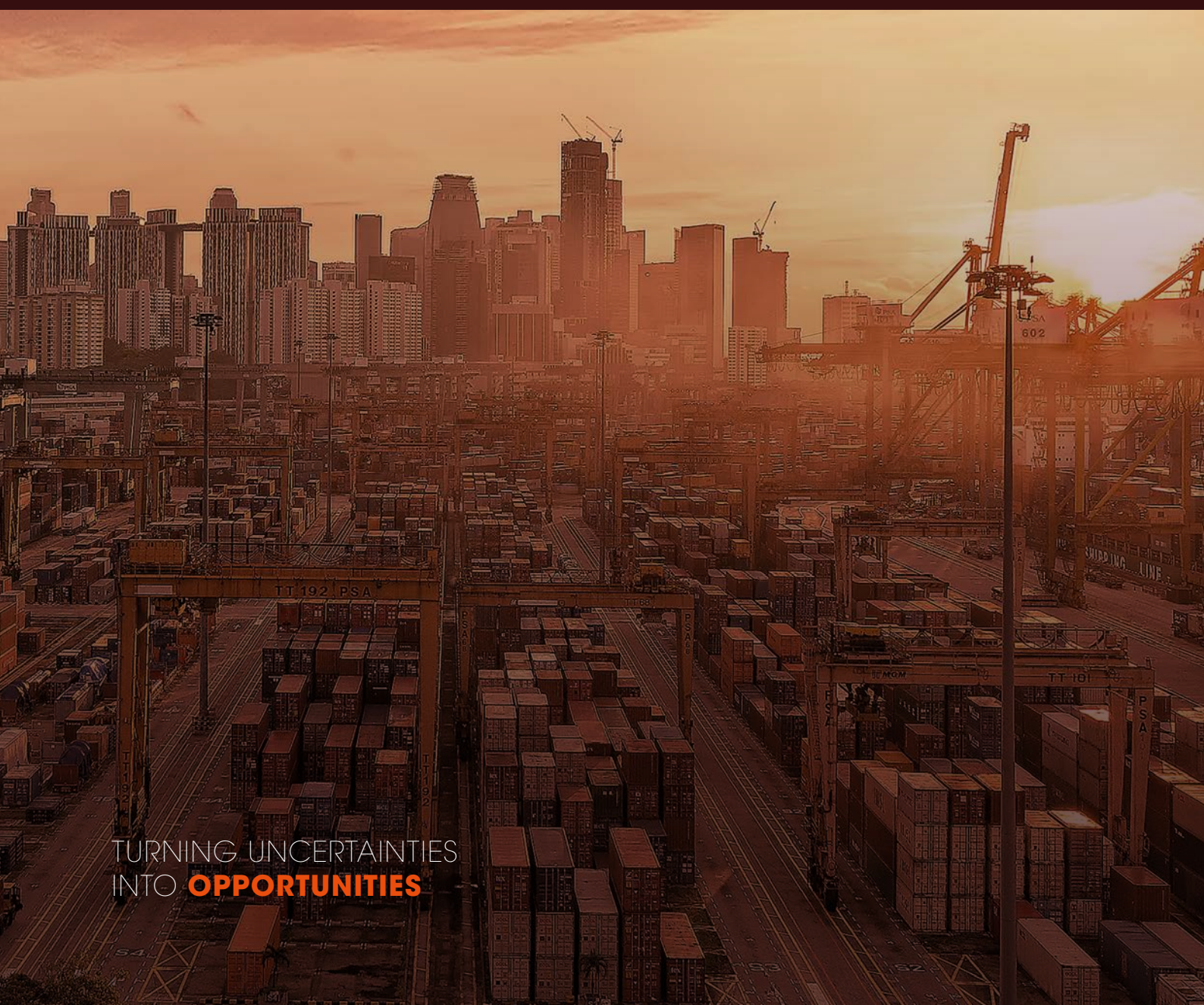


COMMENT **LA CRISE DE LA COVID-19** A-T-ELLE IMPACTÉ LES EXPORTATIONS BELGES ?



TURNING UNCERTAINTIES
INTO **OPPORTUNITIES**

BAROMÈTRE DES EXPORTATEURS 2020 :

LES ENTREPRISES FONT FACE À LA PANDÉMIE

- > **1.164 entreprises** ont pris part au cinquième Baromètre des exportateurs de Credendo et Trends-Tendances
- > Pas moins de **24 secteurs** sont représentés parmi les répondants
- > Le sujet d'actualité du Baromètre 2020 est évidemment **la pandémie de Covid-19**
- > Les entreprises restent **globalement plutôt confiantes** malgré la crise
- > **L'impact économique** continuera toutefois de se faire sentir en 2021

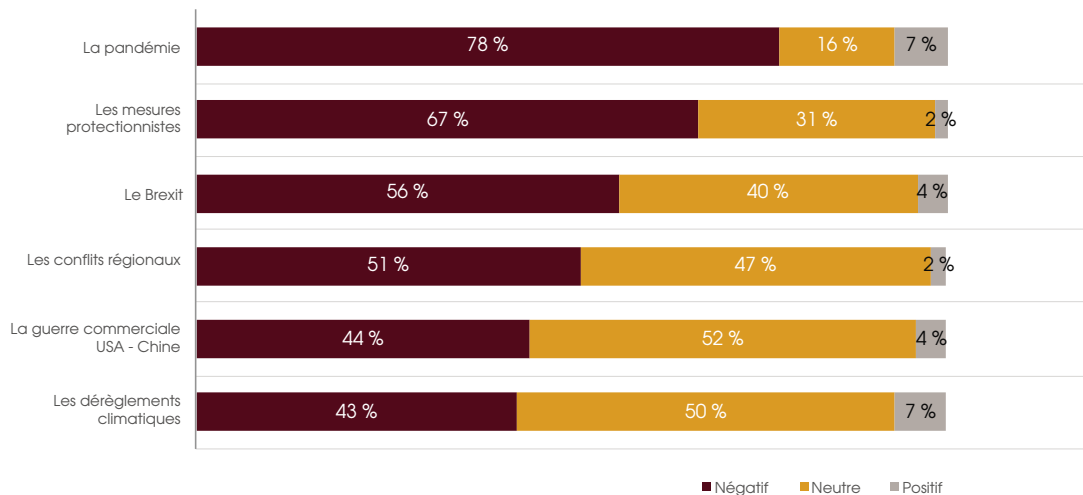
Trends tendances & **CREDENDO**

PROFIL DES ENTREPRISES ACTIVES À L'INTERNATIONAL

Comme les années précédentes, la moitié des entreprises interrogées sont actives à l'exportation. Les pays limitrophes (Pays-Bas, Allemagne, France, Royaume-Uni) demeurent de loin le principal débouché, cité par près de huit entreprises exportatrices sur dix. On retrouve ensuite l'Union européenne hors pays limitrophes (33 %), les États-Unis et le Canada (17 %), les pays européens hors UE (16 %) et l'Asie (16 %). Cette dernière est toutefois citée comme un débouché prometteur à l'export par 35 % des entreprises. Sans surprise, la grande exportation hors Europe concerne bien davantage les entreprises qui réalisent plus de la moitié de leur chiffre d'affaires à l'export. L'Asie (32 %) ou les États-Unis et le Canada (31 %) sont des débouchés majeurs pour ces entreprises.

Avant même la deuxième vague de Covid-19 à l'automne, la Banque mondiale estimait que la planète connaissait sa plus grave récession économique depuis la Deuxième Guerre mondiale. En outre, jamais une crise économique n'avait frappé simultanément autant de pays dans le monde depuis le début du recensement des données en 1870. Sans surprise, la pandémie de Covid-19 a occupé une place centrale dans les questions d'actualité du traditionnel Baromètre des exportateurs de Credendo et Trends-Tendances. Parmi les entreprises interrogées, près de quatre répondants sur cinq rapportent subir un impact négatif. Un sur deux mentionne même un impact fortement négatif. À titre de comparaison, le protectionnisme et le Brexit ont un impact négatif de respectivement 67 % et 56 %.

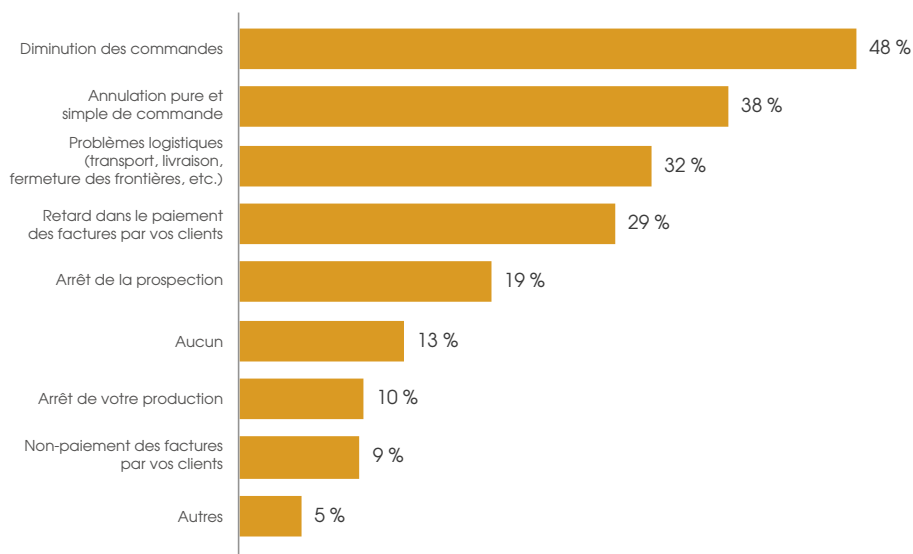
Impact des principales sources d'incertitude



UN CHOC POUR LA DEMANDE AVANT TOUT

Depuis le début de la pandémie, la fermeture temporaire des entreprises et des frontières ainsi que les difficultés de transport ont été mises en avant pour expliquer le ralentissement de l'économie. Le Baromètre souligne toutefois que le principal impact se situe aussi du côté de la demande – la diminution et l'annulation des commandes sont citées comme les deux principaux obstacles par les entreprises sondées. Cela illustre une nouvelle fois la sévérité du choc économique : une consommation plombée par le confinement, une forte poussée du chômage et de nombreux secteurs tout simplement à l'arrêt en raison du confinement. L'arrêt de la prospection, de la production ou du présentiel (catégorie « Autres ») est également cité par de nombreuses entreprises.

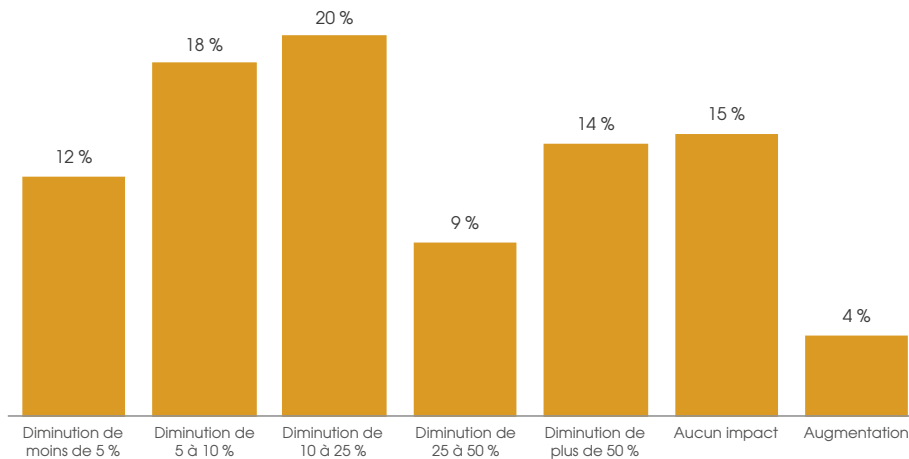
Impact de la pandémie de Covid-19



UNE ENTREPRISE SUR DEUX FORTEMENT AFFECTÉE

Dans le détail, on observe que pour une entreprise sur sept, la baisse des exportations a été de plus de 50 % et dépasse 10 % pour près d'une entreprise sur deux. Cela n'est malheureusement pas une surprise. L'Organisation mondiale du commerce (OMC) table en effet sur un recul de 9,2 % du volume du commerce mondial de marchandises en 2020, l'Europe étant durement affectée avec une chute attendue de 11,7 % des exportations alors que l'Asie s'en sort mieux (-4,5 %) grâce notamment à l'impact moindre de la pandémie en Chine, en Corée du Sud et au Japon. Certaines entreprises parviennent toutefois à tirer leur épingle du jeu et ont vu leurs exportations augmenter grâce à la pandémie, essentiellement dans les secteurs de l'alimentation (hausse des exportations pour 15,6 % des entreprises), de l'énergie (20 %) et des biotechnologies (25 %).

Ampleur de l'impact de la pandémie sur les exportations

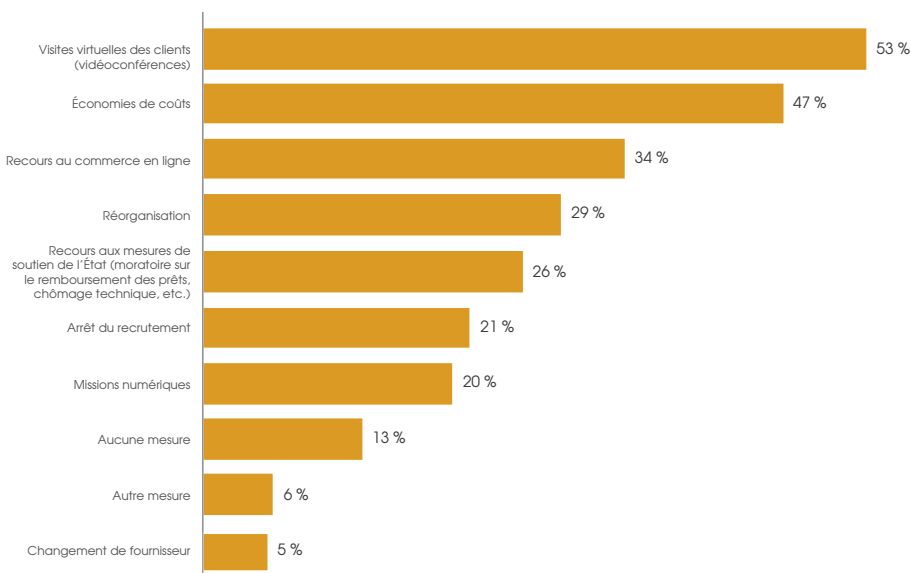


Note : le total des réponses est égal à 92 %, 7,6 % des entreprises interrogées n'étant pas encore en mesure d'estimer l'impact de la pandémie sur leurs exportations.

NUMÉRISATION ACCÉLÉRÉE

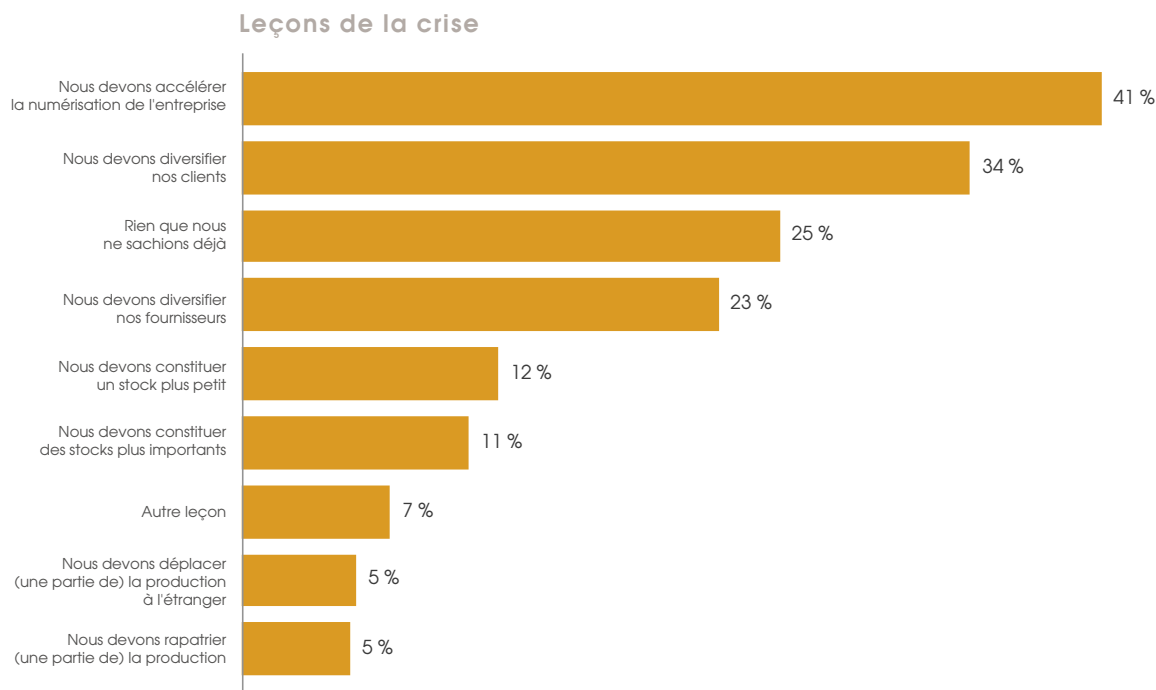
Pour faire face à cette crise, les entreprises ont pris différentes mesures pour maintenir leurs activités à l'exportation et rester à flot. Globalement, les aspects liés à la numérisation sont les plus cités avec l'organisation de visites virtuelles chez les clients (par 53 % des entreprises), le commerce en ligne (34 %) et les missions digitales (20 %), soit un total cumulé de 107 % – chaque entreprise pouvant renseigner plusieurs réponses. La numérisation arrive ainsi devant l'allégement des structures de l'entreprise, à savoir les économies de coûts (47 %) et la réorganisation (29 %), ainsi que le recours aux mesures de l'État (26 %). Signalons à ce niveau que les autorités ont également pris des mesures globales, que les entreprises n'ont peut-être pas ressenties comme une aide active, comme l'accord avec le secteur financier pour un moratoire sur les crédits, le gel des faillites ou des reports de paiement. Le rôle de l'État, jusqu'à présent, dans l'atténuation de l'impact de la crise est donc probablement plus grand que mentionné par les répondants. Au cours des neuf premiers mois de 2020, les faillites sont ainsi restées relativement limitées à 5.505, soit 30 % de moins qu'au cours de la même période en 2019. Malheureusement, la fin de certaines mesures risque d'entraîner une vague de dépôts de bilan.

Mesures prises par l'entreprise



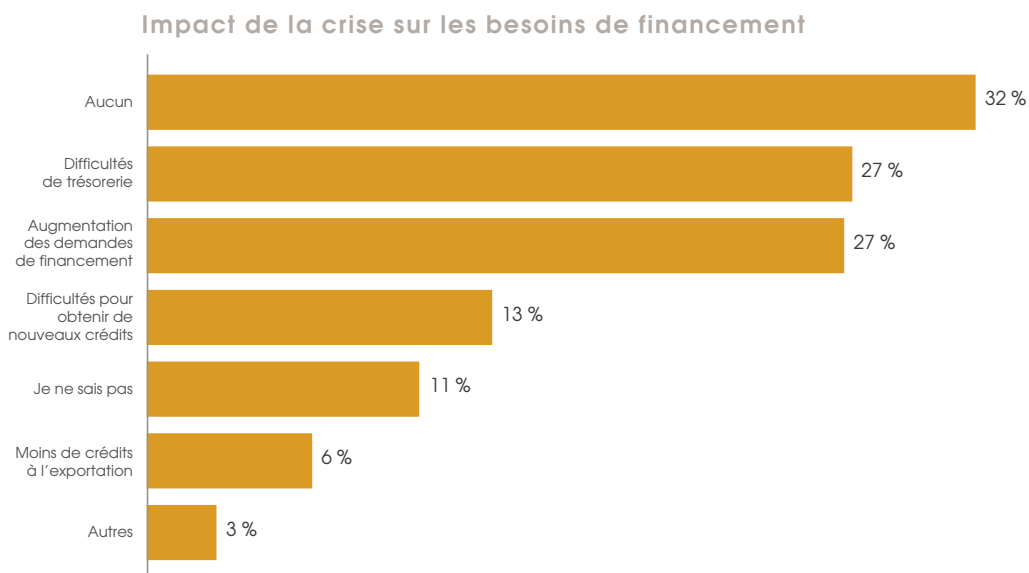
LES (PREMIÈRES) LEÇONS DE LA CRISE

Sans surprise, la première leçon de la crise, selon les entreprises interrogées, est que celles-ci doivent accélérer leur numérisation. Les entreprises veulent également diversifier leurs fournisseurs et leurs clients, et réfléchissent à l'adéquation géographique de leur production. Ces leçons découlent directement des grands enjeux macroéconomiques que sont la diversification des chaînes d'approvisionnement et la relocalisation de la production. Ces enjeux sont souvent repris sous le terme de « phénomène de démondialisation » qui masque toutefois qu'il s'agit surtout d'une refonte du commerce international, une « remondialisation ». Globalement, la numérisation accrue et la remondialisation confirment que la pandémie a agi comme un véritable accélérateur de tendances.



DIFFICULTÉS DE FINANCEMENT GÉNÉRALISÉES

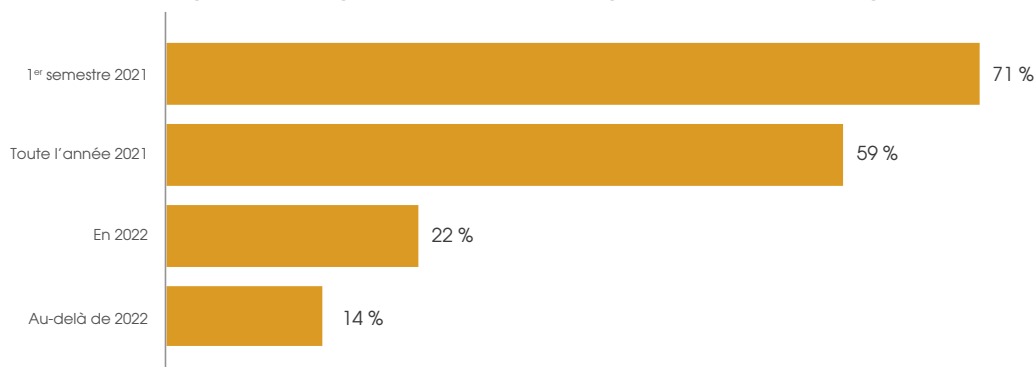
Pour nombre d'entreprises, le principal enjeu à court terme de la crise est de parvenir à la traverser, ce qui n'est malheureusement pas le cas pour tous les répondants. Globalement, moins d'un répondant sur trois affirme ne pas avoir subi d'impact. Beaucoup ont par contre connu des difficultés de trésorerie, peiné à obtenir un nouveau crédit ou fait face à une augmentation des demandes de financement ou de report de paiement des clients. Rappelons que Credendo a également mis en place des programmes destinés à soutenir les entreprises actives à l'international. D'une part, l'agence de crédit à l'exportation a étendu et renforcé ses financements directs et garanties bancaires. D'autre part, Credendo a conclu et gère pour le compte de l'État belge un programme de réassurance des assureurs-crédit privés destiné à maintenir les couvertures crédit. L'objectif est évidemment d'éviter que des difficultés temporaires aient des conséquences définitives pour les entreprises.



IMPACT DURABLE SUR LES EXPORTATIONS

Malgré les différentes mesures mises en place, un des principaux enseignements de notre Baromètre est que les entreprises actives à l'international craignent que l'impact persiste en 2021 et même au-delà. Six entreprises sur dix redoutent que la pandémie ait des répercussions sur leurs exportations pendant toute l'année 2021 encore. Cela confirme globalement les prévisions de l'OMC qui table sur une croissance de 7,2 % du volume du commerce mondial de marchandises en 2021, ne permettant toutefois pas de revenir au niveau antérieur à la crise du coronavirus. Rappelons que l'année 2019 avait déjà été négative pour le commerce international avec un recul de 0,1 % des volumes au niveau mondial.

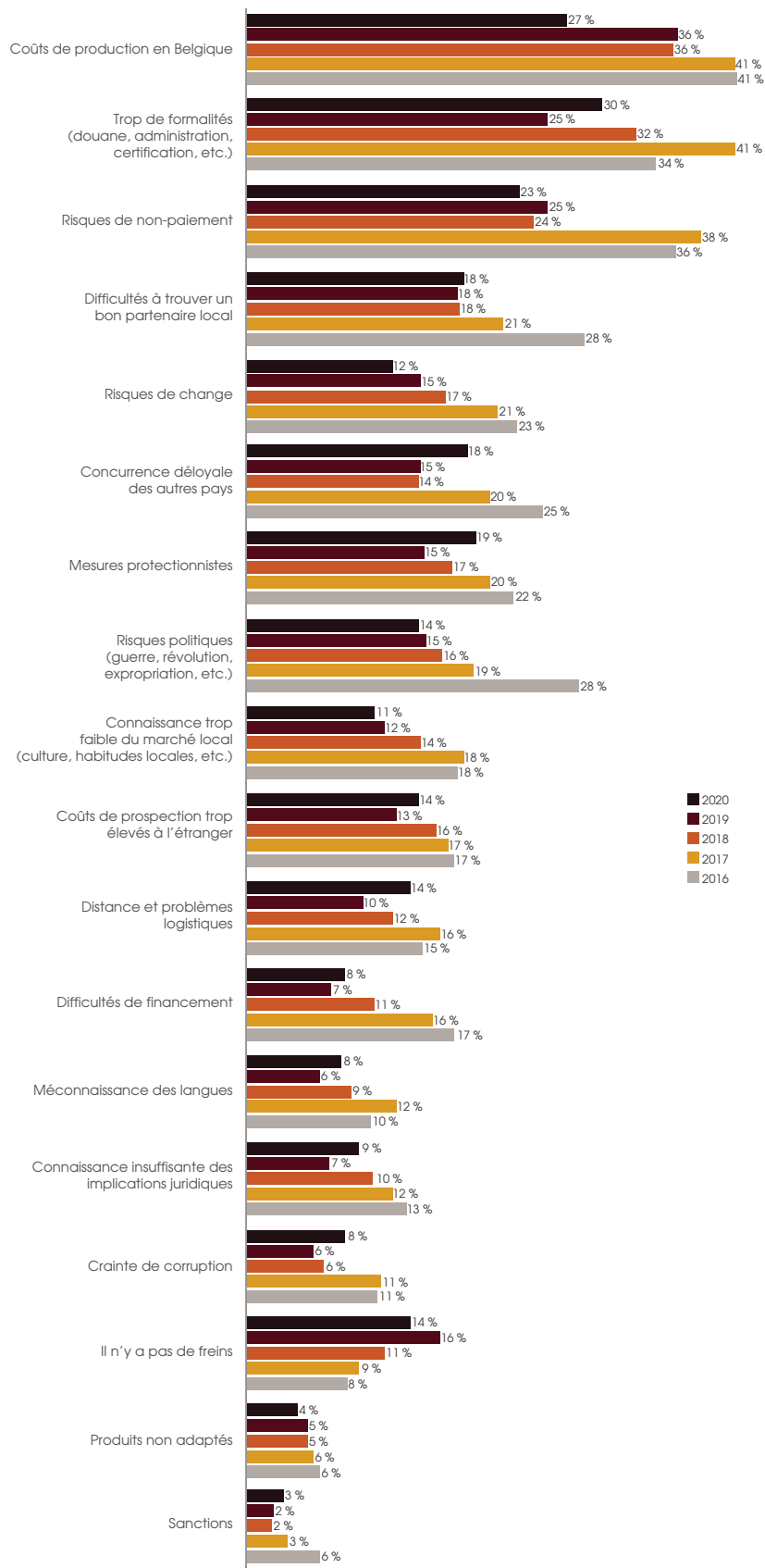
Impact de la pandémie sur les exportations dans les prochaines années



LES FREINS À L'EXPORTATION

Les éléments conjoncturels comme la pandémie et les conflits commerciaux sont loin d'être les seuls à affecter le commerce international. Les entreprises font aussi face à des difficultés plus structurelles limitant leurs exportations. Parmi les freins épinglés par les entreprises, les formalités administratives arrivent en première place en 2020, ainsi qu'une nette hausse de la concurrence déloyale d'autres pays et les mesures protectionnistes. Cela ne constitue pas une réelle surprise au vu du climat international marqué par un certain retour du protectionnisme. Les formalités administratives (douane, réglementations diverses, etc.) font ainsi partie de ce que l'OMC appelle les obstacles non tarifaires. Selon le SPF Économie, le nombre de mesures de défense commerciale (antidumping, antisubventions, sauvegarde) prises par des pays à l'encontre des États membres de l'Union européenne a augmenté de 41 % entre 2010 et 2018. Du côté des bonnes nouvelles, on notera que les coûts de production en Belgique apparaissent moins handicapants que les années précédentes, accentuant la tendance favorable observée depuis 2016, ce que confirment les chiffres de compétitivité d'Eurostat et du SPF Économie. Entre 2008 et 2018, la Belgique a quasiment effacé son handicap de compétitivité au niveau du coût salarial par unité produite par rapport à l'Allemagne et la France. Les risques de non-paiement, sur lesquels nous reviendrons plus loin, les risques de change, les risques politiques et la méconnaissance du marché local (avec la possibilité de s'informer par Internet) rebutent également sensiblement moins les entreprises.

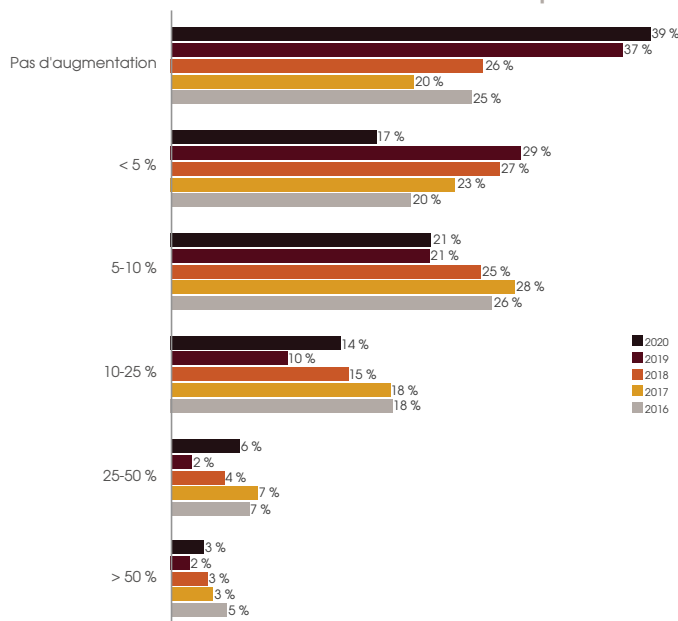
Principaux freins à la politique d'exportation



FAIBLE CROISSANCE ATTENDUE DES EXPORTATIONS

La pandémie, le Brexit, les conflits commerciaux ou le protectionnisme assombrissent les perspectives. Près de quatre entreprises sur dix ne prévoient pas d'augmentation de leurs exportations au cours des trois prochaines années, une part qui a doublé depuis 2017. On notera toutefois que les entreprises qui n'exportent pas ou peu sont plus pessimistes (57,3 % ne prévoient pas de croissance) que celles qui sont plus actives à l'export. Parmi les entreprises interrogées réalisant entre 25 % et 100 % de leur chiffre d'affaires à l'export, seule une sur cinq ne table sur aucune augmentation de ses ventes à l'étranger. Près d'une sur trois vise une croissance significative de 5 % à 10 % et une sur cinq compte même afficher une croissance de 10 % à 25 % de ses exportations au cours des trois prochaines années.

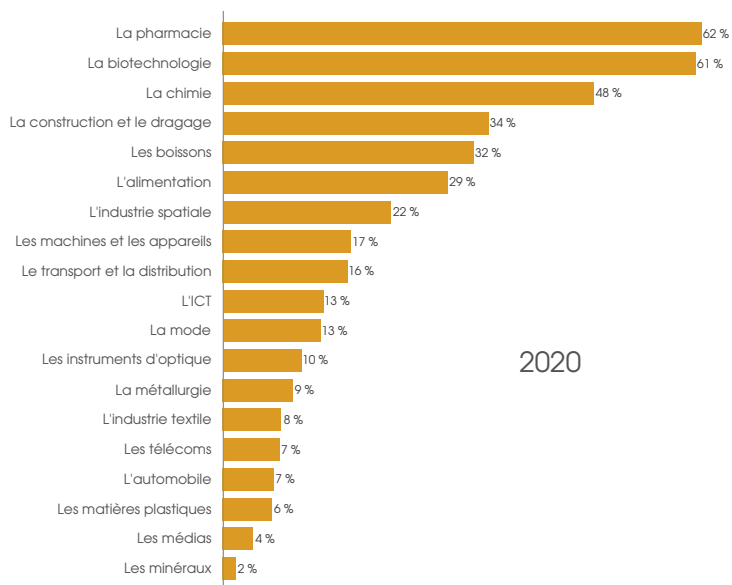
Croissance attendue des exportations au cours des trois prochaines années



LA PHARMACIE ET LA BIOTECHNOLOGIE, SECTEURS LES PLUS PROMETTEURS

Selon les répondants à l'enquête, le secteur jouissant des meilleures perspectives à l'export est la pharmacie, qui a doublé la biotechnologie (61 %). La pandémie a évidemment encore renforcé les perspectives de ces deux secteurs, traditionnellement très actifs en Belgique. En 2019, les exportations belges de médicaments et de vaccins avaient bondi à 49,8 milliards d'euros, soit un huitième des exportations totales de la Belgique. La chimie, la construction et le dragage ainsi que l'industrie spatiale ont été moins cités qu'en 2019, contrairement aux boissons, à l'alimentation ainsi qu'au transport et à la distribution. À noter que si l'on se concentre sur les réponses des entreprises pour leur propre secteur, les entreprises pharmaceutiques (89 %), chimiques (80 %) et fabricants de machines et appareils (69 %) sont les plus confiants. Le secteur automobile (7 %) et l'industrie textile (17 %) doutent par contre de leur propre potentiel à l'exportation.

Secteurs ayant le potentiel le plus important à l'export

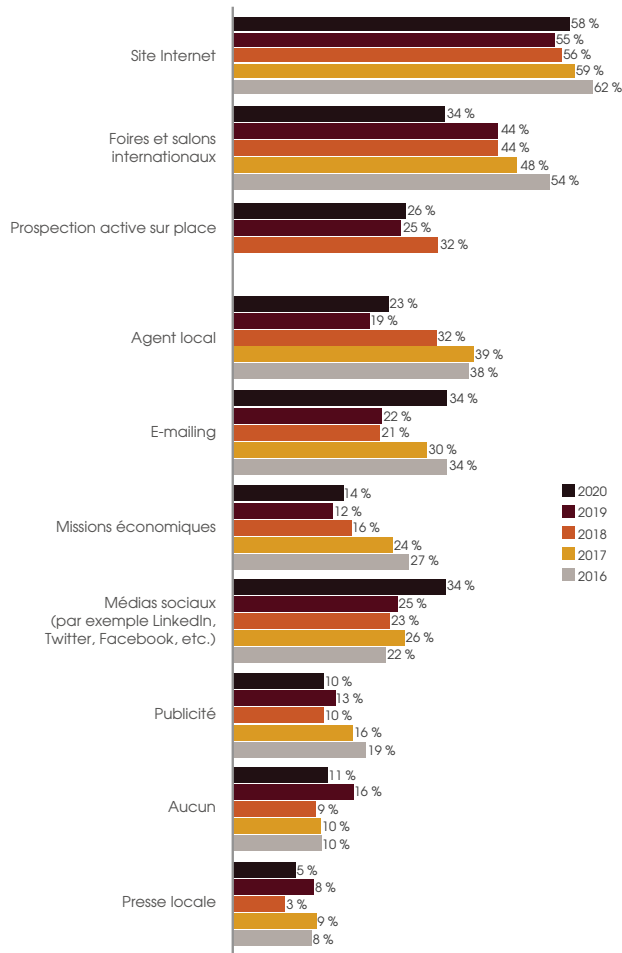


2020

PROMOTION NUMÉRIQUE

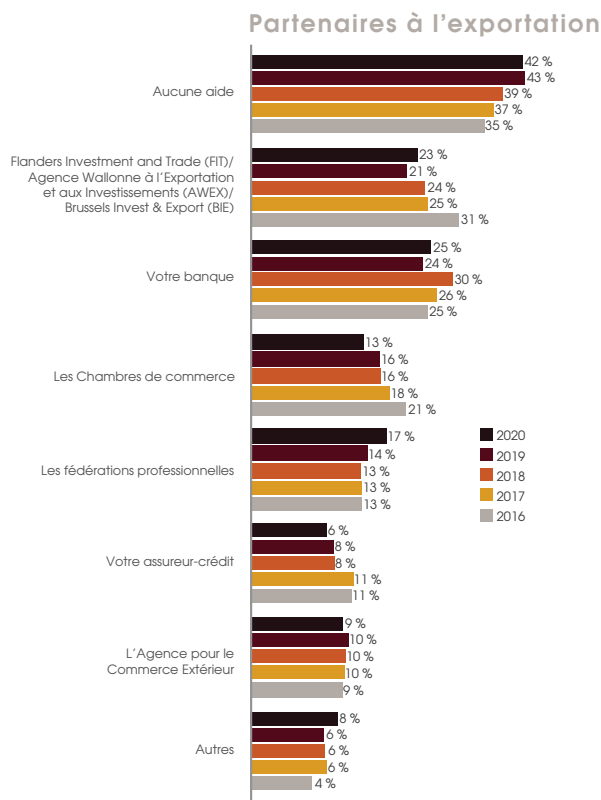
Pour exploiter leur potentiel à l'exportation, les entreprises ont de plus en plus recours aux outils numériques. Le premier instrument de prospection est une fois encore le site Internet, cité par près de six entreprises interrogées sur dix, qui creuse l'écart par rapport aux foires et salons internationaux. Si ces derniers sont délaissés en période de pandémie, ils restent importants pour plus d'une entreprise sur deux réalisant au moins 50 % de son chiffre d'affaires à l'exportation. La Covid-19 a redonné de l'élan à l'e-mailing et dopé les médias sociaux (Facebook, Twitter, etc.) comme outils de prospection. Ce phénomène est mondial, Facebook ayant vu ses recettes publicitaires s'accroître, avec une croissance de plus de 16 % sur les neuf premiers mois de l'année, en grande partie grâce aux PME, les grands annonceurs comme Unilever, Ford ou Coca-Cola ayant stoppé leurs publicités sur le réseau social.

Outils marketing envisagés pour prospecter de nouveaux pays



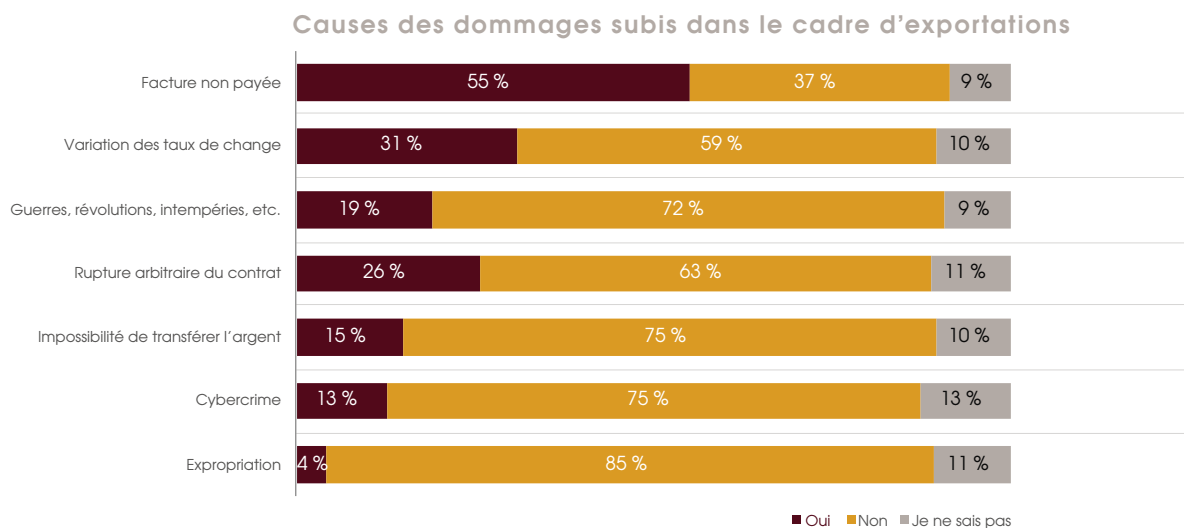
LES PARTENAIRES AUXQUELS LES ENTREPRISES FONT APPEL

Interrogées sur les partenaires qui les ont aidées à mettre en place une activité à l'exportation, plus de quatre entreprises sur dix affirment n'en avoir aucun. La banque et les agences à l'exportation régionales (FIT, Awex, hub. brussels) sont ensuite citées quasiment à égalité par une entreprise sur quatre. On notera toutefois que l'ordre des réponses est différent pour les entreprises qui réalisent au moins la moitié de leur chiffre d'affaires à l'exportation. La combinaison des banques et des agences régionales arrive alors en tête, devant "Aucune aide", cette dernière réponse étant citée par près de quatre entreprises sur dix. Par contre, le glissement des Chambres de commerce vers les fédérations professionnelles se vérifie pour toutes les catégories d'entreprises.



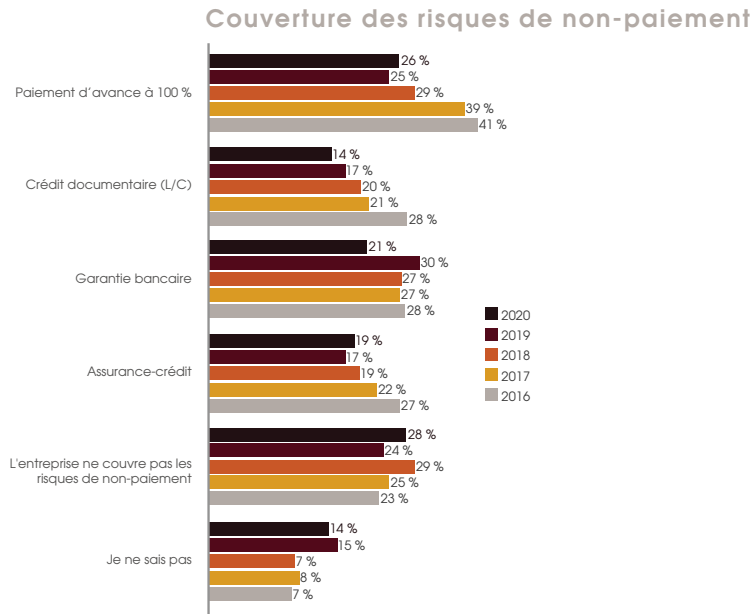
LES IMPAYÉS EN RISQUE NUMÉRO UN

Les factures impayées sont de loin la mauvaise expérience à l'export la plus répandue. Cela concerne plus d'une entreprise interrogée sur deux et même près de deux entreprises sur trois parmi celles qui réalisent plus de 25 % de leur chiffre d'affaires à l'export. Malheureusement, on peut craindre que cette tendance se confirme en 2021, ce qui rend une bonne couverture encore plus nécessaire. Parmi les autres risques, les variations des taux de change arrivent en deuxième position, cité tout particulièrement par les entreprises plus dépendantes des exportations (47 %). Du côté des bonnes nouvelles, les guerres, révolutions, intempéries, etc. sont en repli. Au niveau géographique, les entreprises exportant dans les pays limitrophes affirment globalement avoir connu moins de mauvaises surprises dans toutes les catégories.



PROTECTION CONTRE LES RISQUES D'IMPAYÉS

Parmi les différents instruments permettant de limiter le risque d'impayés, le paiement d'avance à 100 % demeure le plus utilisé avec un taux de réponse de 26,4 % parmi les entreprises interrogées. Sur cinq ans, la tendance est toutefois clairement à la baisse depuis 2016. Le crédit documentaire est aussi en nette perte de vitesse depuis le début de ce Baromètre. Le recours à la garantie bancaire a nettement diminué en 2020. L'assurance-crédit se maintient par contre et reste plébiscitée (26 %) par les entreprises qui ont une importante activité à l'export (plus d'un quart de leur chiffre d'affaires). Les programmes d'assurance et de réassurance crédit gérés par Credendo ont donc globalement permis de maintenir les couvertures. À noter que plus d'une entreprise sur quatre prend le risque de ne pas couvrir le risque d'impayés.



DES ENTREPRISES PLUTÔT CONFIANTES

On peut évoquer de nombreuses explications au fait que de nombreuses entreprises continuent de ne pas couvrir leur risque d'impayés. Notamment, le fait qu'elles restent globalement plutôt confiantes malgré la pandémie. Sur une échelle de 1 à 10, le score moyen de confiance économique est de 5,6 en 2020, ce qui ne marque pas une nette détérioration par rapport à la moyenne des années précédentes comprise entre 5,7 et 6,3.

5

CONSEILS

pour sécuriser
vos paiements
en période
d'incertitude

Comme le montre notre Baromètre annuel des exportateurs, la pandémie actuelle génère de fortes incertitudes pour vous en tant qu'entrepreneur. Par exemple, vos clients demandent un délai de paiement tandis que, de votre côté, vous devez payer vos fournisseurs plus rapidement ou avez besoin de trésorerie. Il est néanmoins possible d'atténuer partiellement ces incertitudes afin de garantir le paiement (en temps et en heure) de vos factures et le respect de vos propres obligations de paiement. Tour d'horizon.

1

DEMANDEZ UN PAIEMENT ANTICIPÉ

Vous avez certainement entendu parler de la stratégie 'no money, no honey', selon laquelle les clients doivent payer avant que la commande ne soit préparée ou que la production ne démarre. Néanmoins, dans une période comme celle que nous traversons, ce n'est pas la solution la plus évidente : il se peut que votre client ne dispose pas de l'argent nécessaire pour payer les marchandises au moment de la commande ou avant la livraison, et que ses réserves ne suffisent pas pour traverser ces temps incertains. Mais, en mettant de l'eau dans votre vin (en convenant d'un paiement anticipé partiel), vous pourrez, l'un comme l'autre, être partiellement tranquillisés. Examinez cette possibilité avec votre client en amont et veillez surtout à tout consigner dans un contrat afin d'éviter tout malentendu par la suite.

2

AYEZ UNE VUE D'ENSEMBLE DE LA SITUATION

Avoir une vue d'ensemble de la situation peut constituer une deuxième manière – moins évidente – de sécuriser les paiements. Votre client fait peut-être partie d'un groupe plus grand dont la société mère ou sœur peut fournir la garantie de paiement nécessaire. Assurez-vous au préalable que cette société faitière a été moins touchée par la crise et qu'elle dispose donc encore de l'argent nécessaire pour intervenir si votre client n'est pas en mesure de s'acquitter lui-même de ses paiements. **Veillez donc également à vérifier la solvabilité** de cette entreprise. Cette solution exige bien sûr que des négociations puissent avoir lieu et que la société mère ou sœur soit incluse dans les contrats, ce qui n'est pas une mince affaire.

3

TRANSFÉREZ LA FACTURATION ET LE RISQUE DÉBITEUR

Une troisième façon de sécuriser les paiements est le recours à l'affacturage (ou factoring), un service offert par les banques et les sociétés d'affacturage spécialisées. L'affacturage est une forme de financement du débiteur par laquelle votre facturation (voire toute l'administration de vos clients) et le risque débiteur sont transférés à une société spécialisée, l'affactureur (ou factor). En échange d'une commission versée à l'affactureur, vous recevez immédiatement, à titre d'acompte, 80 % à 90 % de tous les montants facturés. Une fois que le débiteur a payé l'affactureur, vous recevez généralement un montant résiduel. L'avantage principal pour vous est que vous ne devez ni attendre pour percevoir votre argent, ni faire de suivi de facture. L'affacturage est particulièrement adapté pour les entreprises en croissance car le financement croît proportionnellement au portefeuille débiteur. Suite à l'affacturage, vous ne contrôlez plus vos factures, ce qui peut nuire à votre relation client.

4

UTILISEZ UNE LETTRE DE CRÉDIT

Une quatrième possibilité pour sécuriser les paiements est la lettre de crédit (L/C) ou le crédit documentaire. Il s'agit d'un engagement de paiement irrévocable par lequel votre client ouvre un crédit auprès de sa banque, qui s'engage à son tour à payer le fournisseur, à condition que celui-ci respecte l'obligation de présenter un certain nombre de documents spécifiques déterminés au préalable. La banque qui ouvre le crédit le transmet à votre banque, qui vous paie ensuite. Votre banque récupère alors le montant auprès de la banque qui a ouvert le crédit. L'avantage pour vous est que vous pouvez vous appuyer sur votre propre banque et ne plus dépendre de la volonté ou de la capacité de paiement du client.

5

FAITES APPEL À UNE ASSURANCE-CRÉDIT

Dernière possibilité à ne pas négliger : l'assurance-crédit, qui peut vous soulager. Une assurance-crédit couvre le risque de non-paiement de créances de clients nationaux et étrangers. Les raisons du non-paiement peuvent être l'incapacité (dans le cas d'une faillite, par exemple) ou le refus de payer, également appelé risque commercial, ou encore des problèmes indépendants de la volonté de l'acheteur étranger (comme une pénurie de devises), également appelé risque politique. Si votre client n'est pas en mesure de payer et qu'une assurance-crédit avait été souscrite avant la conclusion du contrat de vente, c'est la compagnie d'assurance qui paiera. Cette dernière prend alors la créance en charge et tente de récupérer l'argent de votre client. L'une de ces compagnies d'assurance est Credendo, l'assureur-crédit public belge, qui propose des [assurances sur l'ensemble des transactions](#) ainsi que des assurances par transaction. Le montant de la prime dépend du type d'assurance-crédit, de la notation du pays vers lequel l'exportation se fait et de la solvabilité de votre client.



Quelle que soit la solution pour laquelle vous optez, il est important de vérifier au préalable la situation du pays concerné ainsi que les risques politiques et commerciaux. **Plus le risque est élevé, plus la situation est incertaine et plus il est recommandé de prendre l'une des mesures susmentionnées contre le non-paiement.**