



2020

Enquête clients FedEx

OPTIMISME ET OPPORTUNITÉS
POUR L'ANNÉE À VENIR

D'après nos dernières recherches, les entreprises européennes sont très optimistes concernant les 12 mois à venir. Malgré l'incertitude ambiante, elles affichent un état d'esprit orienté vers la croissance et envisagent de nombreuses perspectives à l'international.

Nos principales conclusions

84 %

des PME sont optimistes quant à l'avenir de leur entreprise

68 %

des PME identifient des opportunités pour attirer de nouveaux clients au sein de leurs marchés historiques et/ou sur un nouveau marché



Les entreprises bénéficiant d'une croissance rapide sont davantage susceptibles d'avoir ou d'envisager de mettre en place une activité de e-commerce
(66 % contre 52 % pour l'ensemble de l'échantillon)

77 %

des clients exportent vers des marchés étrangers

À propos de l'enquête

Dans le cadre de cette enquête réalisée au mois d'août 2020, nous avons interrogé au total 2 242 clients répartis sur 31 pays ou territoires, et issus de 7 secteurs différents. L'échantillon comprenait une part quasi-identique d'expéditeurs de colis (43 %) et de fret (57 %). Parmi les personnes ayant répondu à la question relative à la taille de leur entreprise, 92 % appartenaient à une société de moins de 250 salariés (et 70 % d'entre elles comptaient moins de 50 salariés).

En résumé...

Bienvenue dans ce rapport sur l'opinion de nos clients pour l'année 2020.

Marquée par un climat d'incertitude et de nombreux bouleversements, 2020 aura été une année difficile. Malgré tout, l'optimisme est le sentiment principal qui ressort de notre enquête.

Nous comprendrons parfaitement que ces résultats vous étonnent. Effectivement, notre enquête a été réalisée lors de la pandémie de COVID-19, dans un contexte où les relations commerciales post-Brexit entre le Royaume-Uni et l'UE demeurent encore très incertaines.

Cependant, vous avez été plus de 80 % à vous déclarer optimistes quant à l'avenir de votre entreprise. Qui plus est, plus d'un tiers d'entre vous s'attendent à une croissance au cours des 12 prochains mois, tandis que près de 4 répondants sur 10 prévoient une certaine stabilité de leur activité.

Cet optimisme peut peut-être être attribué en grande partie aux opportunités que nombre d'entre vous ont identifiées, que ce soit en termes d'acquisition de nouveaux clients, d'expansion vers des marchés inexplorés ou de lancement de nouveaux produits. Par ailleurs, le e-commerce apparaît clairement comme un moteur de croissance pour beaucoup d'entre vous. Alors qu'il bénéficiait déjà d'une croissance rapide au sein des petites et moyennes entreprises (PME), ce canal s'est développé de manière accélérée en raison du COVID-19.

Il est rassurant de constater que nombre d'entre vous restent ouverts à l'international et ce, malgré les obstacles qui se sont posés en 2020. Les trois quarts d'entre vous sont des exportateurs, et vous êtes nombreux à expédier vers plusieurs marchés étrangers.

Cette enquête est l'occasion, pour vous, de découvrir comment vos homologues du secteur plus large des PME appréhendent la situation actuelle et envisagent les opportunités à venir. Elle vous offre également une vision plus précise des solutions que nous vous proposons pour vous accompagner à l'avenir.

Nous tenons à remercier celles et ceux qui ont accepté de participer à cette enquête, et qui nous ont permis de comprendre et de vous exposer vos perspectives pour 2021 et au delà.

La réponse des entreprises face à la pandémie

La grande majorité des clients ont pris des mesures afin de sauvegarder leur activité suite au COVID-19, puisque 89 % des répondants ont déclaré assurer la sécurité de leur personnel et de leurs clients.

Mais les entreprises ne se sont pas arrêtées là. Un peu moins d'un tiers des PME (31 %) ont accéléré la dématérialisation de leurs procédures internes, tandis qu'une minorité non négligeable des répondants recherchent des solutions pour répartir les risques. 17 % des PME tentent de trouver de nouveaux fournisseurs, tandis que 12 % d'entre elles s'approvisionnent désormais depuis de nouveaux marchés.

Par ailleurs, 15 % des personnes interrogées déclarent avoir réorienté leur activité, ce qui témoigne d'une formidable réactivité face au changement.

Les PME sont optimistes quant à leur avenir

La santé d'une entreprise repose sur la confiance et il est réjouissant de voir que nos clients sont majoritairement confiants. Et au vu du climat d'incertitude qui règne actuellement, cet état d'esprit témoigne de l'incroyable force qui anime les PME.

Selon notre sondage, 84 % de nos clients PME sont optimistes quant à l'avenir de leur entreprise.

Mieux encore, 35 % de nos clients s'attendent à une croissance de leur activité au cours des 12 prochains mois. Autre résultat non moins satisfaisant : 38 % des clients estiment que leur activité restera stable sur la même période. Dans le contexte actuel, ces chiffres sont pour le moins encourageants.

« Notre enquête clients met en exergue la résilience des PME dans un climat difficile », souligne Brenda McWilliams, Vice-President Communication, Brand and Marketing Operations chez FedEx Express. « Le fait que nombre d'entre elles envisagent l'année 2021 avec optimisme est un signal très positif, et cet état esprit leur sera probablement très bénéfique au cours des 12 prochains mois, pour leur permettre de tirer profit de toutes les nouvelles opportunités qui émergeront sur le marché. »

“ **84 %** de nos clients PME sont optimistes quant à l'avenir de leur entreprise.



**58 %**

des clients prévoient des opportunités d'extension sur leurs marchés historiques, en attirant de nouveaux internes et externes.

“

Les PME s'attendent à voir émerger de nouvelles opportunités

Sur fond d'optimisme généralisé, de nombreux clients PME comptent sur l'identification d'opportunités spécifiques à leur activité pour soutenir cette croissance.

Plus des deux tiers (68 %) des répondants s'attendent à voir émerger des opportunités auprès de nouveaux clients. Une analyse plus précise des chiffres le confirme : 58 % des clients prévoient des opportunités d'extension sur leurs marchés historiques, tandis qu'un tiers (30 %) d'entre eux ont identifié des possibilités d'expansion sur de nouveaux marchés.

Mais les PME ne ciblent pas seulement de nouveaux clients. Près des deux tiers (61 %) des répondants espèrent pouvoir vendre davantage de produits à leurs clients actuels.

Par ailleurs, certaines PME comptent sur l'innovation et sur le développement de leur offre pour soutenir leur expansion au cours des 12 prochains mois. Ainsi, 27 % des clients envisagent de lancer ou commercialiser un nouveau produit, tandis que 23 % d'entre eux ambitionnent d'accroître leur volume de vente via les canaux en ligne.

« Les entreprises les plus ambitieuses doivent rester attentives à l'émergence de nouvelles opportunités, en tentant de se positionner au mieux – en termes de produits, de canaux de vente ou de capacités internationales – afin d'en profiter au plus vite le moment venu », explique Brenda McWilliams.

« Proposer des livraisons plus rapides ou à délai défini, davantage de solutions pour réaliser des économies ou encore des procédures de retour simplifiées sont autant d'atouts qui vous permettront de vous démarquer de la concurrence. »



Parmi les clients interrogés, un peu moins d'1 répondant sur 10 s'attend à une croissance de 20 % ou plus au cours des 12 prochains mois. Et ces grands optimistes partagent certaines caractéristiques qui les distinguent des autres entreprises.

Les entreprises à forte croissance sont davantage susceptibles :

- d'avoir ou d'envisager de mettre en place une activité de e-commerce (66 % contre 52 % pour l'ensemble du panel)
- d'être des exportateurs (82 % contre 77 %)
- d'avoir identifié des opportunités d'expansion sur leurs marchés existants, en proposant leurs produits à de nouveaux clients (66 % contre 58 %)
- de repérer des opportunités pour attirer de nouveaux clients sur de nouveaux marchés (50 % contre 30 %)

Les PME considèrent le e-commerce comme un moteur de croissance

La pandémie de COVID-19 a donné un véritable coup de pouce au e-commerce. Parmi les entreprises interrogées, la moitié de celles qui disposaient d'une activité de e-commerce ont enregistré une augmentation des ventes via ce canal au cours des six derniers mois.

Notre enquête révèle également que ces sociétés déjà actives dans le secteur du e-commerce sont davantage optimistes quant à leur avenir, puisque 43 % d'entre elles prévoient une croissance de leur activité au cours des 12 prochains mois, contre 31 % parmi les entreprises sans activité de e-commerce.

Ces chiffres tendent à souligner l'importance du canal du e-commerce pour de nombreuses entreprises, et expliquent pourquoi plus d'une PME sur dix (12 %) envisagent de lancer leur première offre de e-commerce au cours des six prochains mois.

« Le COVID-19 a changé la donne », remarque Chris Hodge, E-commerce Marketing Manager chez FedEx Express. « La pandémie a entraîné une accélération sans précédent du développement du e-commerce parmi les PME, et ce phénomène ne tient pas uniquement à un changement dans les habitudes du consommateur. Il est également dû à une prise de conscience accrue de la fragilité des systèmes existants en situation de crise, ainsi que de l'importance d'un renforcement et d'une multiplication des réseaux entre les entreprises et leur clientèle. »

« Nous avons été les premiers témoins de la croissance du e-commerce. Nous avons donc adapté et enrichi nos outils et services afin d'aider les entreprises à en tirer pleinement profit. Pour nous, il s'agit d'optimiser les deux principaux aspects de ce canal, à savoir la simplicité et la flexibilité, et nous sommes impatients de voir à quel point nos clients sauront l'exploiter. »



Les PME sont ouvertes à l'international

Selon notre enquête, la majorité des clients gère des entreprises connectées avec l'étranger. Cette infographie permet de comprendre l'importance du commerce international dans le succès des PME d'aujourd'hui et de faire ressortir le rôle d'une diversification des marchés dans la génération de revenus, la gestion des risques et la résilience de l'entreprise.



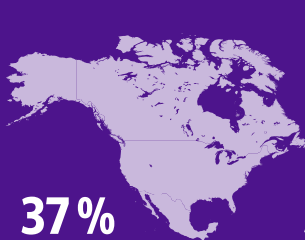
77 %

des clients exportent vers des marchés étrangers

— parmi lesquels:

95 % exportent vers d'autres marchés européens (au sein ou en dehors de l'UE)

58 % exportent vers des marchés non européens



37 %
exportent vers l'Amérique du Nord



34 %
exportent vers l'Asie-Pacifique



27 %
exportent vers le Moyen-Orient



24 %
exportent vers l'Amérique latine et les Caraïbes



20 %
exportent vers l'Afrique

— Et nombre d'entre elles exportent vers plusieurs régions

35 % exportent à la fois vers des marchés européens et vers les États-Unis

22 % exportent vers des marchés européens, vers l'Asie-Pacifique et vers les marchés nord-américains

Opportunités mondiales

Opportunités mondiales – Amérique latine et Caraïbes



Javier Orci, Marketing Manager chez FedEx Express

Bien que la région Amérique latine/Caraïbes ait été durement touchée par le COVID-19, de nombreux marchés affichent une bonne reprise, dépassant même parfois les attentes (notamment au Brésil).

Cette relance est une bonne nouvelle pour les entreprises de la région, ainsi que pour les PME européennes qui envisagent de travailler avec elles. Récemment, la croissance la plus notable s'observe au niveau du e-commerce et du B2C, deux secteurs qui présentent un beau potentiel pour les PME en quête d'expansion.

En termes de répartition par pays, le Mexique se distingue en raison des nombreuses opportunités qu'il offre aux PME européennes. L'activité est y principalement centrée sur les pièces automobiles et l'aérospatiale. Bien que ces deux secteurs aient été impactés par les événements récents, le secteur automobile, en particulier, entame sa reprise.

Opportunités mondiales – Asie-Pacifique

Masahiro Kiyosawa, Managing Director, Marketing, NPAC chez FedEx Express

L'Asie est un marché à fort potentiel pour les PME européennes. Il recèle actuellement de formidables opportunités commerciales, notamment en Chine, au Japon, en RAS de Hong Kong, Chine et en Corée du Sud, puisque les produits européens sont toujours très tendance en Asie.

Parmi les articles les plus demandés, nous pouvons citer les produits de luxe, le mobilier, les luminaires, la mode, la maroquinerie et les chaussures. Il convient de noter que les grandes marques ne sont pas les seules concernées, notamment dans le domaine de la mode, où les consommateurs sont également intéressés par les petits créateurs et fabricants.

Il est intéressant de constater que de nombreux pays de la région développent leurs volumes d'importation. Ce phénomène s'accompagne de nombreuses opportunités, même si, bien sûr, cette région demeure majoritairement exportatrice. Par conséquent, les pays asiatiques peuvent toujours représenter un important marché d'importation pour les PME européennes, que ce soit pour se fournir en matières premières ou en biens peu coûteux qui serviront de composants dans leurs propres produits.





Opportunités mondiales – États-Unis

Amar Sakaan, Marketing Director chez FedEx Express

D'après nos observations, de nombreuses entreprises souhaitent expédier directement à leurs clients afin d'éviter les coûts intermédiaires. Cette stratégie pourrait s'avérer intéressante pour les PME européennes qui n'ont pas encore franchi le cap du e-commerce.

Dans l'immédiat, le marché du transport aérien enregistre une hausse des volumes d'exportation de matières premières depuis l'Europe vers les États-Unis. Ce phénomène

s'observe également pour d'autres produits tels que les substances chimiques et autres marchandises nécessitant une manutention spéciale.

Outre le prix, la confiance et la fiabilité sont les principaux facteurs qui comptent pour les clients de ce marché, aussi les plus belles opportunités seront-elles probablement réservées aux PME européennes qui sauront répondre à ces attentes.

Comment FedEx peut aider les clients à exporter en dehors de l'UE

Les principaux défis cités par les PME



Des délais de livraison fiables



Le dédouanement



Les frais d'expédition



Les incertitudes liées au Brexit

Solutions FedEx

Une gamme complète d'options de livraison à délai défini, y compris la livraison le lendemain.

Un statut d'Opérateur économique agréé (OEA) pour suivre rapidement les envois, et une équipe d'experts pour gérer les formalités douanières.

Des options d'expédition économiques pour proposer des solutions efficaces à moindre coût.

Un portail d'informations régulièrement mis à jour, contenant des guides, des brochures explicatives, ainsi que les dernières actualités concernant les nouvelles procédures d'expédition.

Les perspectives pour 2021 : conclusions détaillées de l'enquête

La santé est le secteur où les entreprises sont les plus confiantes :

bien que l'enquête démontre que le secteur dont dépend l'entreprise n'a que peu d'incidence sur son niveau de confiance pour l'année à venir, la santé est le secteur où les PME sont les plus enclines à prévoir une croissance ou la stabilité de leur activité. À l'inverse, la mode/l'habillement affiche le plus faible taux de confiance.

Les expéditeurs de fret anticipent un essor du e-commerce :

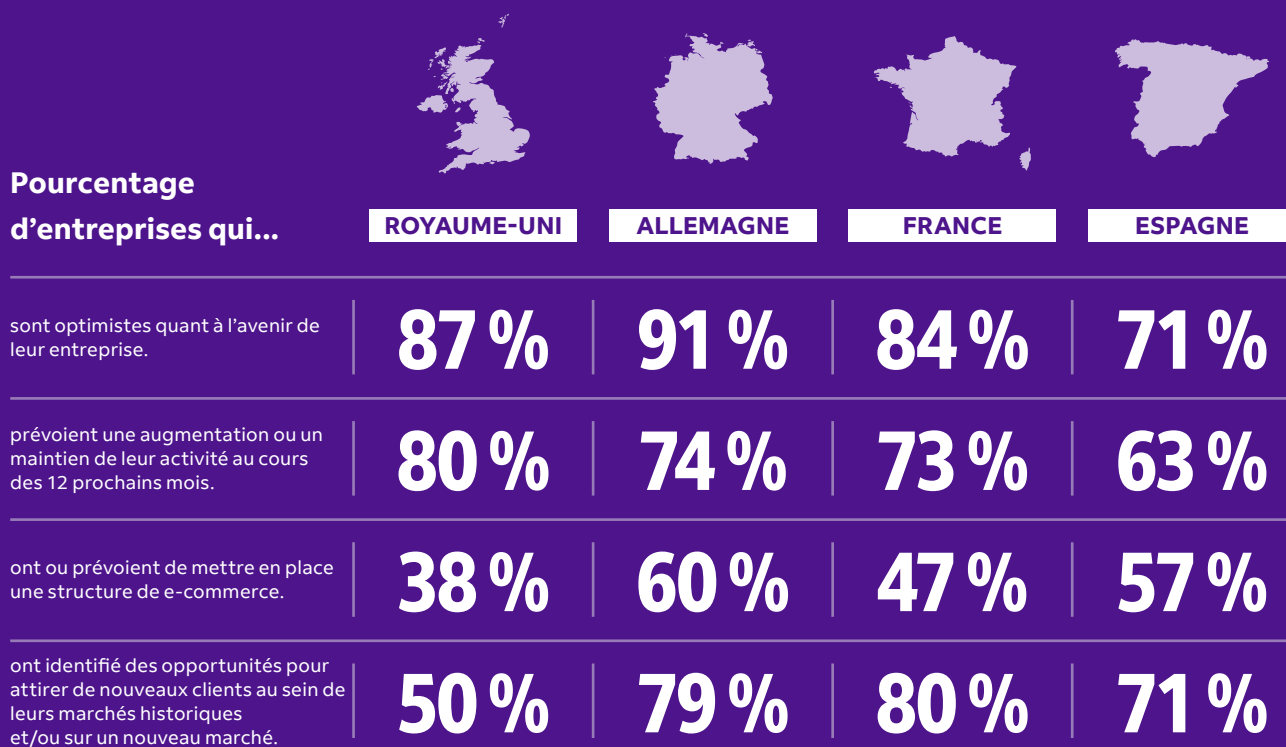
un peu plus de la moitié des expéditeurs de fret (51 %) ont ou prévoient de mettre en place une structure de e-commerce, sachant que 61 % d'entre eux s'attendent à enregistrer une augmentation du chiffre d'affaires issu du e-commerce au cours des 12 mois à venir.

Le degré d'optimisme d'une entreprise est indépendant de sa taille :

les grandes entreprises ne sont ni plus ni moins confiantes que leurs homologues de taille plus modeste.



Que pensent les PME dans les 4 principaux marchés ?



Les prochaines étapes pour votre entreprise

Dans l'ensemble de cette enquête, il apparaît que les entreprises européennes font preuve d'un optimisme impressionnant et d'une incroyable résilience et ce, malgré les incertitudes qui planent sur le commerce mondial.

Cette confiance est un moteur de succès, et le fait que de nombreuses entreprises aient identifié des opportunités pour attirer de nouveaux clients – et développer leur activité de e-commerce – témoigne clairement du potentiel jusque-là inexploité sur les marchés nationaux et internationaux.

Chez FedEx, nous disposons des connaissances, de l'expérience et du savoir-faire pour vous aider à atteindre vos objectifs et à tirer au maximum parti des opportunités de nos solutions d'expédition. Pour en savoir plus, rendez-vous sur [fedex.com](https://www.fedex.com).