



ENQUETE AUPRES DES ENTREPRISES EXPORTATRICES

PRINCIPAUX RESULTATS

Au cours du 4^{ème} trimestre 2004, une enquête a été diffusée par l'Observatoire Economique de la CCIG auprès des entreprises ayant une activité plus ou moins régulière à l'export. 27 entreprises ont été recensées et sollicitées par nos services.

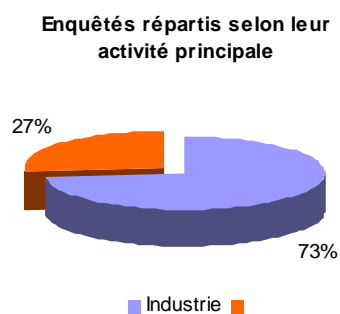
Cette première enquête a eu pour objectif d'approfondir notre connaissance des entreprises sur les points suivants :

- Structure des entreprises concernées par une activité à l'export
- Principaux partenaires et concurrents
- Besoins des chefs d'entreprises pour pérenniser leur activité
- Problématique du transport
- Emplois générés par ce type d'activité

L'étude a considéré comme activité à l'export tout acte de commercialisation à l'extérieur du département (Antilles et France métropolitaine compris).

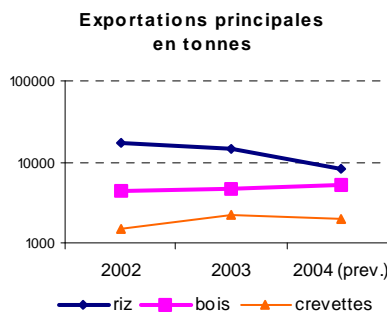
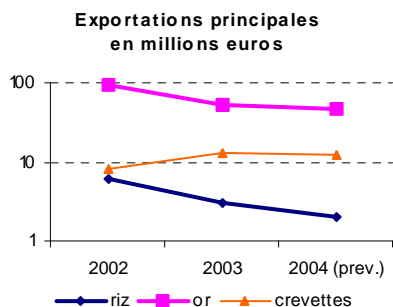
11 entreprises sur 27 ont répondu à l'enquête. Le taux de participation a donc été de 41% pour cette première tentative.

1. Caractéristiques des entreprises exportatrices



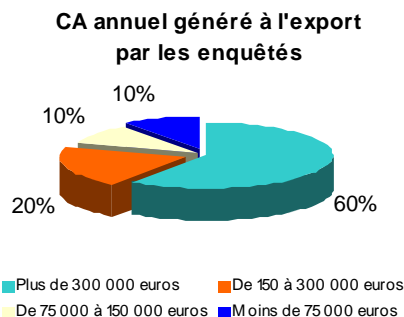
Les entreprises industrielles tiennent une place importante dans l'activité à l'export. On le constate généralement à travers les produits traditionnellement commercialisés : or, bois, riz, produits de la mer. Les statistiques du commerce extérieur montrent d'une part que l'or, la crevette et le riz représentent 64% du total des exportations en valeur soit 70 à 85 millions d'euros et d'autre part que le riz, le bois et la crevette pèsent pour 62% des volumes exportés.

Il se développe cependant d'autres activités telles que l'exportation de fruits et légumes et la vente d'articles en PVC hors de Guyane.



Sources : douanes

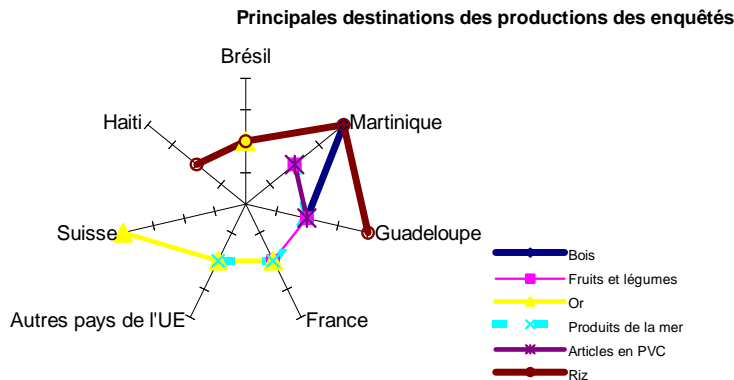
La structure des entreprises interrogées diffère de la composition globale des entreprises guyanaises. En effet, 80% du total des entreprises actives en 2003 n'avaient aucun salarié tandis que 60% des enquêtés ont plus de 20 salariés. Ces mêmes entreprises génèrent généralement un CA supérieur à 300 000 € par an. Il s'agit tant d'entreprises industrielles que de commerce.





2. Principaux partenaires commerciaux et concurrents

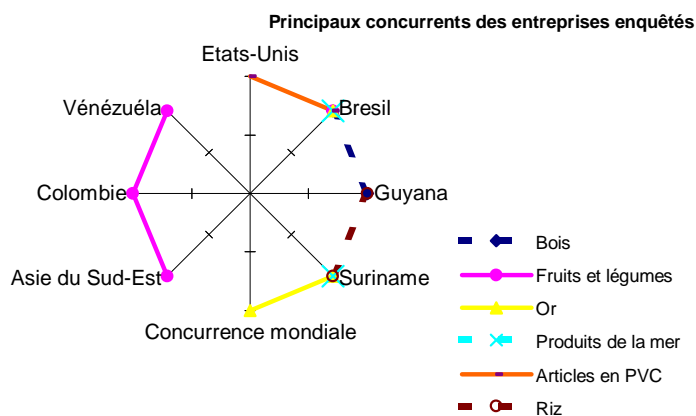
Les partenaires commerciaux



Les résultats démontrent que les Antilles, tout particulièrement la Martinique, sont des partenaires privilégiés. Ils importent presque toutes les productions locales : le riz, le bois, les fruits et légumes, les produits de la mer et le PVC. Le riz est exporté également au Brésil et en Haïti, les produits de la mer trouvent leurs principaux clients en France métropolitaine et en Espagne, l'or s'exporte dans les autres pays de l'UE, notamment en Suisse.

De façon plus globale, les statistiques du commerce extérieur montrent que la France métropolitaine reçoit en valeur 61% (soit 65 à 80 millions €) des marchandises exportées. Notons cependant qu'aux réelles exportations de marchandises s'ajoutent les retours d'articles aux fournisseurs (produits de l'automobile, habillement, fûts de bière...) et les colis des ménages qui faussent donc la réalité de l'activité à l'export.

Les concurrents



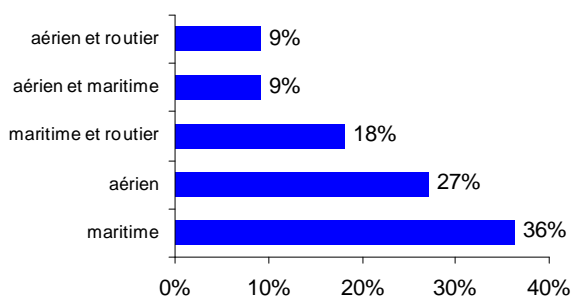
Si le Brésil offre quelques possibilités d'écoulement de la marchandise, il apporte une concurrence sur presque tous les produits exportés (or, bois, PVC, fruits et légumes, produits de la mer).

Le Suriname qui n'a pas été recensé parmi les partenaires des enquêtés est l'un des principaux concurrents sur les produits tels que le riz, l'or et les produits de la mer.

Notons également que ces produits sont généralement confrontés à une concurrence mondiale.

3. Le transport

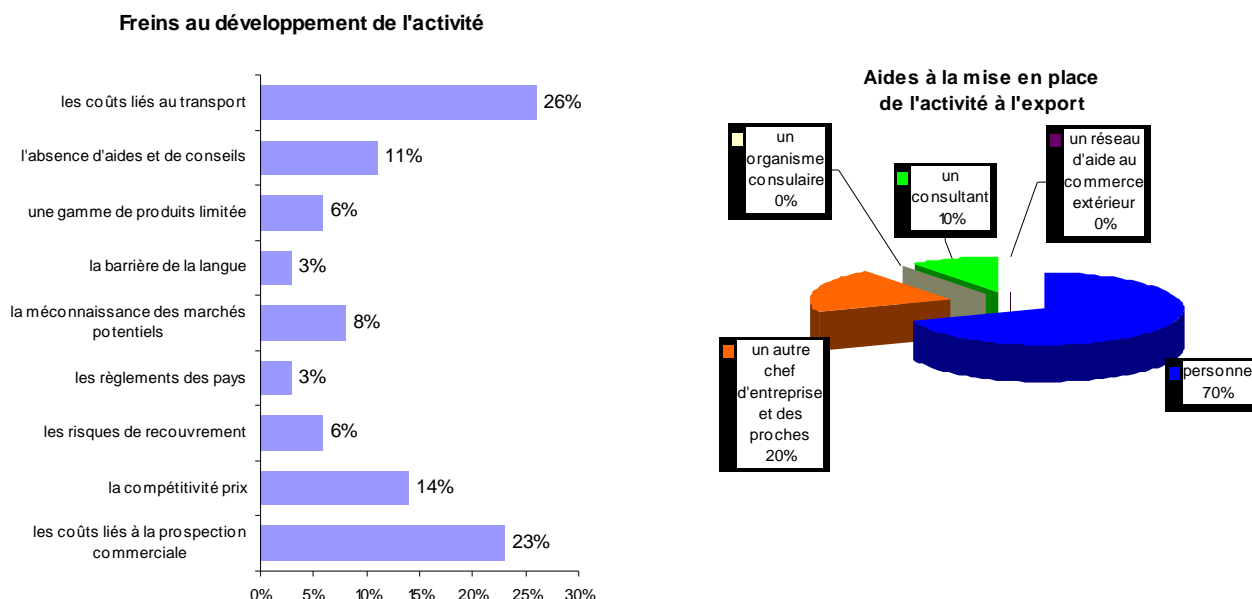
Moyens de transports utilisés



En sus de l'offre concurrentielle qui impacte l'activité à l'export des entreprises locales, l'acheminement des produits reste un point sensible. Les chefs d'entreprises déplorent de façon générale des coûts élevés liés au transport : la voie aérienne est jugée sûre et rapide mais trop onéreuse, le transport maritime plus long offre cependant l'avantage de transporter des volumes importants à des coûts plus bas, l'état du réseau routier, notamment à l'Est, n'offre pour l'instant pas de réelles possibilités d'échanges. A noter la combinaison maritime / routier pour 18% des enquêtés essentiellement industriels.



4. Une demande d'accompagnement

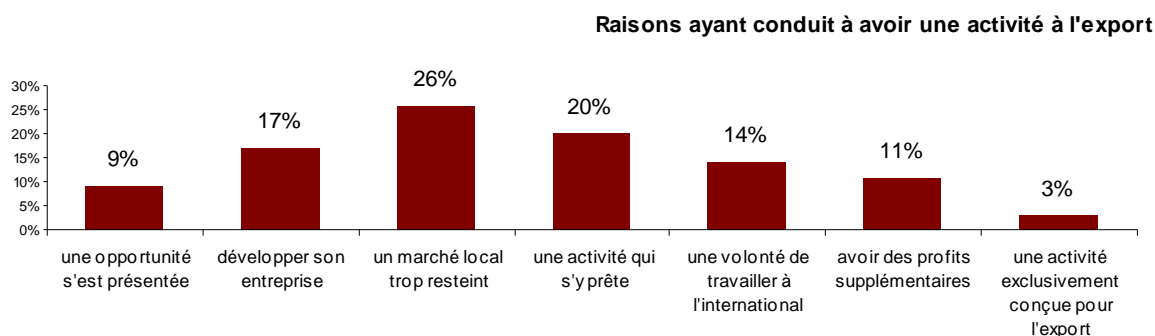


Après la question des coûts liés au transport, les entreprises déclarent rencontrer des difficultés au niveau de la prospection commerciale et de la compétitivité des prix pratiqués. Elles déplorent également l'absence d'aides et de conseils, de la part notamment des réseaux d'aide au commerce extérieur et des organismes consulaires. Ce dernier point est appuyé par le fait que 70% des entreprises enquêtées n'ont reçu aucun soutien lors de la mise en place de leur activité à l'export. Cette considération est sans doute à tempérer par le fait que bon nombre d'entre elles n'ont sans doute pas eu connaissance des démarches à effectuer pour bénéficier de cet accompagnement.

La question du groupement d'entreprises ne semble pas répondre aux attentes des chefs d'entreprises car un seul enquêté a déclaré appartenir à une telle structure et parmi les non adhérents, 55% ne souhaite pas y participer.

A noter également que la langue n'est considérée comme un frein aux échanges que par 3% des enquêtés.

5. Les raisons ayant conduit à exporter



L'exportation vient généralement compléter l'activité globale de l'entreprise. Compte tenu de l'étroitesse du marché local, les entreprises qui souhaitent se développer et/ou faire des profits supplémentaires et qui en ont la possibilité (activité qui s'y prête, moyens financiers...) entament une démarche de commercialisation à l'extérieur de la Guyane.

6. Quelques perspectives

L'activité à l'export a généré le recrutement de personnel tant au niveau administratif que productif pour 70% des enquêtés et autant prévoient une hausse de leur CA à l'export en 2004.

Notons cependant que l'heure n'est plus à l'embauche car 55% des chefs d'entreprise interrogés n'ont aucune perspective de recrutement sinon à plus de 2 ans, la situation économique de la Guyane ne jouant pas en leur faveur.